

Thiago Pedro Malkowski

**PRÁTICA INTENSIVA DE AO VIVO:
O TJUFSC E AS POSSIBILIDADES DE INOVAÇÃO NO
ENSINO DE TELEJORNALISMO**

Dissertação submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Jornalismo da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau de
Mestre em Jornalismo
Orientador: Prof. Dr. Antônio Claudio
Brasil Gonçalves
Coorientador: Prof. Dr. Paulo
Eduardo Silva Lins Cajazeira

Florianópolis
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Malkowski, Thiago Pedro
Prática intensiva de ao vivo : o TJUFSC e as
possibilidades de inovação no ensino de
telejornalismo / Thiago Pedro Malkowski ;
orientador, Antônio Cláudio Brasil Gonçalves,
coorientador, Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira,
2018.
139 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de
Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão,
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo,
Florianópolis, 2018.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Telejornalismo. 3. Inovação. 4.
Prática intensiva de ao vivo. 5. TJUFSC. I.
Gonçalves, Antônio Cláudio Brasil. II. Cajazeira,
Paulo Eduardo Silva Lins. III. Universidade Federal
de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em
Jornalismo. IV. Título.

Thiago Pedro Malkowski

**PRÁTICA INTENSIVA DE AO VIVO:
POSSIBILIDADES DE INOVAÇÃO NO ENSINO DE
TELEJORNALISMO**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre” e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 05 de junho de 2018.



Prof^a. Cárilda Emerim, Dra.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:



Prof. Antônio Cláudio Brasil Gonçalves, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.ª Cárilda Emerim, Dra.
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.ª Rita de Cássia Romeiro Paulino, Dr.ª
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Carlos Alberto Moreira Tourinho, Dr.
Universidade Vila Velha (videoconferência)

Este trabalho é dedicado à minha
família.

AGRADECIMENTOS

Não há sentimento mais nobre do que a gratidão. Ser grato representa a minha consciência de que sozinho eu nada sou. A Deus, agradeço por não estar sozinho.

Durante o período de dedicação a esta pesquisa, recebi o apoio, o carinho e a motivação de minha família, por isso, é a eles que dedico minha vida e minha sincera gratidão. À minha mãe, Marili do Carmo Tagliapietra, que nunca deixou que eu desistisse dos meus sonhos e com amor me amparou em momentos difíceis. Aos meus pais, Josemar Tagliapietra e Pedro Paulo Malkowski, meus maiores exemplos de caráter e força para superar quaisquer obstáculos. Aos meu irmão, Pablo Henrique Tagliapietra, dedico, além de gratidão, meu amor incondicional. Reservo grande fatia de reconhecimento à mestra Sthefany Pagliari, principal incentivadora do primeiro passo em direção a este sonho realizado. Primeiro passo, pois sei que meu percurso na ciência não começou e muito menos termina aqui.

Durante minha trajetória acadêmica, tive a hora de contar com o apoio e colaboração de diferentes profissionais, na qual, sem eles, este trabalho não seria possível. Agradeço ao meu orientador Antônio Brasil, minha grande referência dentro da academia, por acreditar em mim desde o primeiro dia em que fomos apresentados e por seu brilhantismo na condução de inúmeras atividades em benefício do telejornalismo e da produção de imagens, atividades que nos unem. Ele me fez compreender que com muito esforço e dedicação infundável, tudo é possível na ciência. Com o mesmo sentimento, agradeço ao meu coorientador, Paulo Cajazeira, pelas horas dedicadas à nossa amizade e aos conselhos em relação às etapas desta pesquisa. Agradeço a professora Cárilda Emerim que, além de tornar-se minha referência como docente, foi uma divisora de águas em minha vida acadêmica, me fazendo compreender que para ser uma grande doutora, não basta ter um título, mas conhecimento suficiente e caráter extraordinário. À professora Rita Paulino e à professora Gislene Silva, agradeço pelas horas em que dedicaram suas vidas a compartilhar conhecimentos tão preciosos e importantes para a minha formação e de centenas de alunos.

Agradeço aos colegas de pesquisa, em especial às mestras Juliana Cristina Gobbi Betti, Ingrid Pereira de Assis e ao amigo mestre Marcelo Silva Barcelos, por compreender que sem eles, os desafios da formação como pesquisador seriam mais árduos. Do mesmo modo, agradeço a

dedicação do professor Carlos Alberto Moreira Tourinho em busca de novos conceitos de Inovação em Telejornalismo e sua humildade e prontidão ao atender aos meus chamados durante esta pesquisa.

Tão importante quanto os demais, agradeço aos técnicos de laboratório, Carlos Henrique Guião Coelho e Marco Antônio dos Santos; a todos os alunos que, com paixão e bom ânimo, mantêm o TJUFSC diariamente nos patamares mais altos da experimentação laboratorial em telejornalismo.

Ao apoio institucional também é direcionada a minha gratidão por valorizar e incentivar a pesquisa em jornalismo no Brasil, principalmente o Programa de Fomento à Pós-graduação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), o Programa de Pós-graduação em Jornalismo (PPGJOR), da Universidade Federal de Santa Catarina, o Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPtele) e o Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (CPEEJor/UFCA/CNPq), grupos de pesquisa na qual faço parte.

“Ensinar telejornalismo deveria ser uma atividade tão dinâmica, criativa e inovadora quanto a própria televisão”.
(Antônio Brasil, 2001)

RESUMO

O jornalismo está em mutação e as inovações que surgem alteram produtos e processos, constituindo-se num desafio a ser enfrentado pelas universidades, tanto no âmbito do ensino como no da pesquisa e extensão. Este trabalho apresenta resultados obtidos através de uma pesquisa aplicada utilizando um grupo focal, alunos de graduação em jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, participantes do projeto de extensão TJUFSC, com o objetivo de mapear esse modelo de ensino de telejornalismo, em busca de características que possibilitem sua validação como método de ensino eficiente e inovador em tempos de mutações constantes no telejornalismo. O modelo compreendido como uma prática intensiva de ao vivo estabelece uma dinâmica que permite aproximar o ensino de telejornalismo com as mudanças da realidade cotidiana da profissão visando proporcionar uma formação que responda as exigências mais atuais de qualidade e competência. Para alcançar este objetivo, a pesquisa empregou o método de observação participante, de pesquisa aplicada que interage com o objeto de estudo o que permitiu desenvolver algumas experimentações junto ao programa, propiciando o acompanhamento e a sistematização das atividades realizadas durante a produção e execução do telejornal universitário. Nessa trajetória foi possível identificar e destacar posturas docentes inovadoras que trouxeram resultados positivos dentro deste esquema de ensino-aprendizagem cuja análise empreendida comprovou ser um modelo eficaz de ensino de telejornalismo e passível de ser replicado em diferentes instituições de ensino e de grupos diversos de estudantes.

Palavras-chave: Telejornalismo. Ensino. Inovação. Prática intensiva de ao vivo. TJUFSC.

ABSTRACT

Journalism is changing and the innovations that arise alter products and processes, becoming a challenge to be faced by universities, both in terms of teaching and research and extension. This work presents results obtained through an applied research using a focus group, graduate students in journalism from the Federal University of Santa Catarina, participants of the extension project TJUFSC, with the objective of mapping this model of television journalism teaching. The model understood as an intensive practice of live establishes a dynamic that allows to approach the teaching of telejornalismo with the changes of the daily reality of the profession aiming to provide a formation that responds to the most current demands of quality and competence. In order to achieve this goal, the research employed the participant observation method, applied research that interacts with the object of study, which allowed to develop some experimentation with the program, enabling the monitoring and systematization of the activities carried out during the production and execution of the television news university education. In this trajectory it was possible to identify and highlight innovative teaching positions that have brought positive results within this teaching-learning scheme whose analysis has proved to be an effective model of television journalism teaching and can be replicated in different educational institutions and diverse groups of students.

Keywords: Television journalism. Teaching. Innovation. Intensive practice of live. TJUFSC.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Esquema visual para compreensão do processo de criação de um telejornal	20
Figura 2 Apresentação das percepções humanas:	39
Figura 3 Cinejornal e os primeiros passos do telejornalismo ..	42
Figura 4 Central telefônica em 1919	51
Figura 5 - Reunião de pauta do TJUFSC	74
Figura 6 - Sala de controle de estúdio do TJUFSC	75
Figura 7 - Equipe durante a etapa de captação de imagens ..	76
Figura 8 - Sala exclusiva do TJUFSC	77
Figura 9 - Problemas técnicos	78
Figura 10 - Equipe durante a etapa de exibição	80

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Participantes por etapa	100
Tabela 2 - Tecnologias e equipamentos por etapa	101

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	19
1 A IMAGEM.....	30
1.1 DESAFIO PARA O JORNALISMO.....	31
1.2 A IMAGEM TEM PODER.....	32
1.3 UMA NOVA LINGUAGEM AUDIOVISUAL.....	35
1.4 IDENTIFICANDO A IMAGEM.....	37
1.5 A IMAGEM NO TELEJORNALISMO.....	41
2 A INOVAÇÃO.....	45
2.1 A INOVAÇÃO E O PODER DA TRANSFORMAÇÃO.....	47
2.2 O TEMPO E A INOVAÇÃO.....	51
2.3 INOVAÇÃO NO TELEJORNALISMO.....	54
2.4 A NECESSIDADE DE UM ENSINO PRÁTICO.....	58
2.5 POSSIBILIDADES DE MAIOR QUALIDADE NO ENSINO E NO MERCADO.....	60
3 A ESCOLHA DO CORPUS.....	63
3.1 O TELEJORNAL UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA.....	67
3.1.1 Cinco anos de edições diárias.....	68
3.1.2 Os processos produtivos do TJUFSC.....	72
3.1.3 No ar, o TJUFSC.....	79
3.2 O MODELO DE ENSINO INOVADOR E EFICIENTE DO TJUFSC.....	80
3.3 A PSICOLOGIA MOTIVACIONAL E A POTENCIALIZAÇÃO DO ENSINO.....	82
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	85
4.1 OS AVANÇOS NA APRENDIZAGEM.....	88
4.2 A APLICAÇÃO DE EXPERIMENTAÇÕES.....	94

4.3	A RELAÇÃO ENTRE INOVAÇÃO E TEMPO NO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE IMAGENS.....	98
4.3.1	Etapa de captação.....	102
4.3.2	Etapa de edição	104
4.3.3	Etapa de exibição	106
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
	REFERÊNCIAS.....	116
	APÊNDICE 1 – Questionário aplicado aos alunos.....	122
	ANEXO 1 – Gráfico sobre audiência do canal TJUFSC, por gênero e idade.....	123
	ANEXO 2 – Gráfico sobre a audiência do canal TJUFSC, por dispositivos.....	123
	ANEXO 3 – Dados sobre visualizações do canal TJUFSC, por país.	124
	ANEXO 4 - Gráfico sobre seguidores na fanpage do TJUFSC, por gênero e idade.....	124
	ANEXO 5 - Gráfico sobre visualizações na fanpage do TJUFSC, por gênero, idade, país, cidade e idioma.	125
	ANEXO 6 – Lista de inovações na televisão, no telejornal brasileiro e nas tecnologias relacionadas.	127

INTRODUÇÃO

Vivemos um momento de aceleradas inovações e digitalização da informação, onde as imagens imperam na comunicação, no jornalismo e nas telas. O mundo e o jornalismo nunca foram tão visuais e é provável que nunca deixem de ser. No caso do telejornalismo, o futuro está cada vez mais ligado à ideia de vivenciar a experiência, de imersão, ligado fortemente à estética, assim como sempre foi com a imagem e o cinema. Com a acelerada evolução das inovações conexas à imagem, a atividade cinematográfica no jornalismo vem sofrendo contínuas modificações, o que implica na necessidade de atualizados conhecimentos e procedimentos técnicos por parte das instituições e dos profissionais. A cada dia existe um novo equipamento, uma técnica mais moderna, uma nova possibilidade de se fazer telejornalismo através de imagens. Essas novas possibilidades, alteram as formas de compreensão do mundo, além das relações políticas, econômicas, culturais e sociais dos seres humanos.

Os trabalhos realizados nesta pesquisa originam de um problema na qual pretendemos contribuir para sua resolução: como ensinar algo que está constantemente em mutação?

Nesta pesquisa o objetivo é mapear o modelo de ensino praticado dentro do esquema didático proposto aos participantes do Telejornal Universitário da Universidade Federal de Santa Catarina. Acreditamos que os dados obtidos podem colaborar positivamente na formulação de uma resposta consistente para o problema enfrentado pelo jornalismo, sobretudo na questão do ensino por conta das aceleradas inovações.

Entendemos que para se produzir um telejornal é necessário responder a três perguntas básicas e fundamentais: para quem você vai produzir?; com qual objetivo?; quais recursos você tem disponível?; Na soma das respostas destas três variantes é que se obtém o resultado de como será possível produzir o telejornal.

No início das atividades realizadas, criamos um esquema visual para nos auxiliar na compreensão desta questão:

Figura 1 - Esquema visual para compreensão do processo de criação de um telejornal



O autor (2018).

Criamos este esquema visual com o objetivo de proporcionar melhor compreensão de qual momento do telejornalismo estamos problematizando nesta pesquisa. Deduzimos que é na região onde os três elementos se encontram que obtemos a resposta para “como” o telejornal pode ser ou será produzido, ou seja, qual forma ele terá. Por isso, o

público-alvo, o editorial, o espaço físico e quantidade de pessoal disponível podem ser consideradas variáveis que, nas regiões onde é possível a união destes elementos, determinam o processo e o produto finais.

Portando, de acordo com as características individuais de cada um destes elementos, as possibilidades são alteradas, conforme podemos ver representado na figura acima, observando a região onde as formas se justapõem.

Defendemos neste trabalho que é em laboratórios, através de experimentações constantes de técnicas e fundamentado em teorias, que é temos maior potencial quanto a criação de métodos capazes de beneficiar diferentes elementos e processos dentro deste esquema. Acreditamos ser possível reduzir riscos de prejuízos economicos e potencializar ensino, pesquisa e extensão em simultâneo. Entendemos ser fundamental que jornalistas tenham o máximo de conhecimento possível sobre a produção de imagens, tal-qualmente em relação as suas potencialidades como linguagem e consequência de seus usos no telejornalismo.

A chegada da informação jornalística audiovisual no Brasil, primeiro com o cinejornal em 1910 e depois com o aparelho de TV em 1950, dava aos brasileiros a oportunidade de analisar o conteúdo da informação através de um elemento a mais de produção de conhecimento: a imagem. O início da informação através de imagens em movimento, ainda sem nenhuma nitidez, foi algo de extrema importância para o jornalismo e para a sociedade, que a partir daí, tinha mais recursos para formar opinião através de outro sentido: a visão. Para MAIA (2009), com a chegada do cinejornal no Brasil:

Estava começando um gênero que viria se tornar uma força política, mas, também, iria elaborar uma modalidade de cinema com um apelo estético diferenciado. Embora tenhamos que admitir que a maior parte dos cinejornais não apresentava nenhum requinte estilístico, pois eram fontes de recursos para pretensos cineastas, na realidade, empresários de cinema que pouco estavam preocupados com a elaboração dos cinejornais, o que interessava era o maior lucro possível (MAIA, 2009, p.02).

Assim como os cinejornais, o jornalismo em TV, ou telejornalismo, também não chegou no Brasil com a mesma qualidade que

conhecemos hoje. Guilherme Rezende (2000), em “Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial”, fez um apontamento crítico sobre a ausência de técnicas exclusivamente televisivas dizendo que os telejornais ressentiam-se ainda da influência da linguagem radiofônica e caracterizavam-se pelo "aproveitamento insatisfatório de seu potencial informativo mais expressivo: a imagem" (p.108).

Hoje, diferente da realidade encontrada nas décadas passadas, temos tantos recursos tecnológicos para fazermos telejornalismo, que torna-se difícil, para não recorrer a palavra impossível, saber quais as consequências de usarmos o equipamento “X” de maneira “A” ou usarmos o equipamento “Y” mais o equipamento “X” de forma “B”. É em laboratório que é possível realizar experimentos das mais variadas formas e combinações em busca de resultados para velhos e novos problemas. Porém, se já não bastasse o alto grau de dificuldade em realizar estas experimentações no telejornalismo, temos agora uma aceleração cada vez maior das inovações que, por sua vez, causam mudanças em diferentes processos dentro de uma produção jornalística de televisão.

É perante esta realidade que torna-se fundamental o papel da universidade em oportunizar aos alunos e pesquisadores a experimentação. O ser humano na condição de aluno e/ou pesquisador possui maior flexibilidade e liberdade para avançar e fazer novas descobertas, por não haver interesse econômico, editorial ou qualquer outro interesse que não seja o comprometimento com o conhecimento, com a evolução do ensino e com a busca pela verdade, ainda que provisória ou não absoluta, obtida através da ciência. Já para os profissionais de empresas que atuam no mercado do telejornalismo, a realidade não é idêntica, pois os mesmos, caminham sob um fio, onde um erro dentre outras consequências, pode custar a demissão de dezenas de funcionários, uma perda considerável de audiência e irreparável de receita, a redução de sua credibilidade e até mesmo o encerramento definitivo das atividades da empresa.

As transformações no fazer telejornalismo mediante as inovações, sobretudo nas etapas de captação, edição e exposição de imagens em movimento, são grandes desafios para as empresas telejornalísticas que pretendem manter-se competitivas no mercado. A cada dia essas etapas do processo de produção de imagens apresentam novos formatos e possibilidades devido a velocidade acelerada em que as mudanças consequentes das inovações ocorrem (TOURINHO, 2009). Perante essa realidade e em busca da liderança sobre a concorrência, existe a necessidade de as empresas estarem constantemente atualizando-

se para acompanharem os avanços em relação ao domínio de técnicas e tecnologias. Dessa maneira, poderão garantir a produção de um telejornalismo de qualidade e atrativo aos olhos de quem assiste e acompanha.

Antônio Brasil (2001; 2005; 2011; 2012) há tempos vem afirmando que essa acelerada transformação que ocorre no telejornalismo profissional, torna-se um desafio ainda maior para as universidades e seus professores, uma vez que estes são os responsáveis pela formação de novos jornalistas e que essa formação precisa ser atualizada, para que o profissional ao final de sua graduação atenda às demandas, inclusive técnicas, do mercado de trabalho contemporâneo. Porém, segundo Brasil (idem), os altos custos de projetos telejornalísticos universitários e a necessidade de atualização de tecnologias, geralmente impedem as instituições de promoverem o ensino prático em laboratórios de televisão, com tecnologias semelhantes às tecnologias das principais emissoras de TV de sua região. Essa realidade, de certa forma, dificulta a verossimilhança entre o que é praticado na academia e o que é praticado no telejornalismo profissional e aponta como um desafio para o ensino. Comumente, encontramos modelos de ensino que buscam atender às demandas de mercado e dificilmente encontramos situações onde o que é praticado na academia serve como referência para o telejornalismo profissional, cabendo às universidades, formarem profissionais conforme a necessidade técnica e conceitual imposta por empresas.

Existem outros trabalhos que exploram o tema em diferentes datas, perspectivas e posicionamentos. Uma pesquisa sobre o ensino de jornalismo realizada nos Estados Unidos pela American Newspaper Publishers Association, ainda em 1971, já expunha que as universidades se afastaram do universo profissional do jornalismo ao focarem suas atividades em análises críticas e não darem a devida importância ao aprimoramento da prática (COHEN, 2001). Segundo Eduardo Meditsch (2007), através de uma análise a respeito de um debate interno à área acadêmica de comunicação sobre a reclassificação das áreas de conhecimento, proposta pelo CNPq em 2005, é possível afirmar que há uma certa “rejeição crescente ao caráter aplicado da disciplina” (idem, p.49) por parte da academia. Para o professor, ao nos refugiarmos na teoria estamos no caminho errado, deveríamos partir dos problemas da prática, em busca de respostas na teoria e assim tornasse-ia possível desenvolver soluções de caráter prático para os problemas da profissão.

Em concordância com o posicionamento de Antônio Brasil e Eduardo Meditsch, entende-se nesta pesquisa que as experiências laboratoriais não simuladas e que desenvolvem atividades práticas com a

carga de conhecimento da teoria, é a melhor maneira para o aperfeiçoamento do ensino de telejornalismo, das técnicas telejornalísticas e de aproximar o aluno ao máximo da realidade encontrada pelos profissionais no dia a dia da profissão. O aprendizado eficiente de telejornalismo exige uma "experiência prática, não simulado, contínua" (BRASIL, 2001, p.45). A dificuldade está, portanto, em convergir a teoria e a prática. E neste caso, a inovação interfere como uma espécie de estorvadora na busca por este objetivo.

Sob a perspectiva das empresas telejornalísticas, as experimentações derivadas de laboratórios para aperfeiçoamento da prática, também são fundamentais para o desenvolvimento de novos métodos de trabalho, novas técnicas e novas tecnologias. Muitas das empresas que hoje prestam seus serviços à sociedade já possuem equipes multidisciplinares compostas por técnicos em informática, programadores, designers e diversos especialistas em áreas em que o jornalismo tem recorrido para alcançar objetivos que quase sempre estão ligados a inovação. Exemplos positivos são os investimentos realizadas pelo jornal norte americano, *The New York Times*. Através do seu grupo de pesquisa intitulado "*The New York Times Research & Development (NyLabs)*", o objetivo principal da empresa é identificar tendências e tecnologias que surgirão nos próximos cinco anos para facilitar a inovação e uma reflexão sobre o futuro da comunicação. Através dos estudos são desenvolvidas aplicações e protótipos que prognosticam os impactos que as mudanças no cenário da comunicação vão implicar.

Com objetivos similares, o *Media Lab* da *School of Architecture* do *Massachusetts Institute of Technology* reúne designers de produtos, nanotecnólogos, especialistas em visualização de dados, pesquisadores da indústria e pioneiros de interfaces de computador para, juntos, inventarem e reinventarem o modo como os seres humanos experimentam a tecnologia e podem ser auxiliados por ela. Muitas das experimentações realizadas, tanto no *NyLabs* quanto no *MIT*, são aproveitadas por empresas de telejornalismo não apenas com o objetivo de aperfeiçoar a qualidade das informações, mas em buscar um aprimoramento no setor de logística de equipamentos e produção, objetivando assim, o melhoramento de processos já realizados dentro de um esquema gerencial.

No caso do telejornal, um programa jornalístico que dentre outras características é essencialmente visual,

(...) 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),

é necessário que se dê a devida importância às imagens e transformações cada vez mais rápidas que ocorrem em sua produção, devido as inovações ligadas a elas.

A ciência nos mostra que 90% da informação que retemos vem através dos nossos olhos (HYERLE, 2008, p.153), além disso, a imagem é um elemento tão forte na comunicação que o ser humano precisa de apenas 1/4 de segundo para o seu cérebro processar e dar significado a um símbolo (THORPE, 1996). Segundo Jeff Rubin (2013), nosso cérebro tem um melhor funcionamento quando estimulado por imagens. A maior parte da informação com a qual lidamos diariamente é abstrata. Segundo o autor, se associarmos a informação a uma imagem, torna-se mais fácil para o cérebro identificar e fixar a mensagem. Ora, se a percepção humana que chega a ser 70% visual for estudada e caracterizados seus pesos específicos junto a percepção auditiva, além dos mecanismos de cognição e a apuração de uma sintaxe própria para o visual, estaremos evoluindo a passos largos no desenvolvimento teórico e prático (Brasil, 2001).

Em produções televisivas, sejam elas produzidas para serem exibidas através de imagens em movimento em aparelhos de televisão, smartphones, tablets, computadores ou qualquer que seja o equipamento na qual a exibição seja dada por meio de telas, deve-se dar a devida atenção às inovações ligadas às imagens. Esta especificidade tem um grau maior de importância quando está inserida no processo de formação de novos jornalistas, pois são elas [as imagens] os elementos mais notáveis e significativos dentro do processo de comunicação deste meio.

Por muito tempo ouvimos a nefasta frase “televisão só se aprende fazendo”. Para Antônio Brasil (idem), se apoiarmos a ideia de que televisão só se aprende dentro das empresas telejornalísticas, estaremos vituperando a essência da educação superior praticada em nosso país. Além disso, a velocidade com que são criados novos equipamentos, como máquinas fotográficas que filmam, filmadoras subaquáticas, câmeras que captam imagens em 360 graus, equipamentos de realidade virtual e smartphones cada vez mais versáteis na função de captar e transmitir informação visual, fazem emergir a necessidade de um novo método de ensino. Acreditamos que este novo método necessita possuir fortes

características ligadas à imersão e intensivas atividades práticas através de procedimentos realizados em laboratórios, experimentos, erros e acertos em busca de validação de resultados. Entendemos também que tais didáticas pedagógicas devam acompanhar as transformações da profissão ao passo que as mudanças acontecem. É por vista deste contexto que às universidades cabe a tarefa de preparar os futuros profissionais para um mercado onde a realidade de ontem não é a mesma realidade de hoje e dificilmente será a mesma que a de amanhã.

Para auxiliar nessa tentativa de ensinar as práticas do mercado de trabalho na mesma velocidade em que elas se transformam, sugere-se considerar o conceito de superprevisão de Philip Tetlock (2016). Ainda que reconheçamos nesta pesquisa, que para tal afirmação seja necessário um aprofundamento desta teoria e um estudo dirigido afim de responder questões mais específicas acerca de “**como** é possível ensinar algo que esteja em constante mutação”, acredita-se que o caminho pode ser conduzido através do conceito apresentado por Tetlock. O autor exterioriza em seu livro, “Superprevisões - A arte e a ciência de antecipar o futuro”, uma série de posicionamentos mentais, sociais e profissionais que se adotados pelo ser humano, auxilia-o na técnica de prever o futuro ou mais precisamente, apontar probabilidades de algo acontecer.

Assim como é impossível que uma pessoa reproduza ao mesmo tempo um movimento exatamente igual ao de outra pessoa sem que saiba o conjunto de movimentos futuros, pressupõe-se ser impossível que um telejornal universitário consiga acompanhar as mudanças nos processos de produção de um telejornal comercial em tempo, qualidade, volume e velocidade verossemelhantes sem que haja um conhecimento prévio do futuro. Para tal, seria necessário que soubéssemos o próximo passo ou qual o próximo movimento do telejornalismo, quais as alterações que vêm a seguir no seu modo de produção, quais serão as necessidades de informação, os equipamentos indispensáveis e as demandas oriundas do público consumidor. Estaríamos assim, exercitando a técnica de prever o futuro, na qual Tetlock (idem) se refere e inclusive, teríamos oportunidade de colocar o ensino um passo à frente do mercado, criando a possibilidade de transformarmos as experiências universitárias laboratoriais em referência para empresas que buscam por inovação e novos modelos, novas técnicas, métodos e equipamentos necessários para a produção de um telejornal com qualidade superior aos atuais.

Entendemos que o ensino precisa ser ajustado regularmente com a previsão de futuro e para isso, é necessário saber lidar com o novo. Estamos em um momento do telejornalismo onde precisamos arriscar, testar, submeter-se à prova, avaliar, examinar, sondar, ousar, malparar,

atrever-se, inovar. “Ensinar telejornalismo deveria ser uma atividade tão dinâmica, criativa e inovadora quanto a própria televisão” (Brasil, 2001, p.45).

Isto posto, o ensino de telejornalismo de maneira prática, através de experimentações laboratoriais baseadas em previsões, transfere o aluno da posição de refém de equipamentos, tecnologias e modelos de produção já existentes e o coloca em uma posição privilegiada de inteligência, na qual estaria preparado para enfrentar as mudanças consequentes das inovações, bem como dominá-las, inclusive com a possibilidade de interferir de modo definitivo neste processo, influenciando as mudanças.

Para realizar uma análise afim de responder a pergunta que originou esta pesquisa, optou-se pela observação participante como metodologia, além da realização de pequenos experimentos junto ao corpo discente, caracterizando esta pesquisa também, como pesquisa aplicada. Segundo Edna Lúcia da Silva, toda pesquisa aplicada “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais” (SILVA, 2005, p.20).

A escolha por utilizar um telejornal universitário laboratório, produto de um projeto de extensão, como objeto empírico foi proposital, pois pressupõe-se que sob a perspectiva das inovações, não seria corriqueiro encontrar ações inovadoras em um telejornal produzido durante uma disciplina obrigatória que geralmente tem data para terminar as atividades e está fixada a um plano de ensino e uma ementa engessada. Para que seja possível uma análise consistente, somente um telejornal laboratório, com exibição ao vivo, diária e em horário fixo, produzido por um mesmo grupo de pessoas (neste caso, alunos) e com assuntos variados sobre acontecimentos factuais na sociedade serve como objeto nesta pesquisa, pois mais se aproxima com as ações que são praticadas no mercado profissional. Além disso, preocupou-se em identificar quais as características dos equipamentos utilizados durante a captação, edição e exibição das imagens. Afinal, para que a pesquisa tivesse valia, o sistema dos equipamentos deveria ser 100% digital, assim como é nos telejornais das principais emissoras de TV do Brasil.

Com o objeto empírico escolhido, no início dos trabalhos previstos nesta dissertação, realizou-se uma pesquisa junto a Associação Brasileira da Televisão Universitária com o objetivo de identificar quais universidades possuem um telejornal universitário com características semelhantes às características observadas no telejornal universitário da UFSC. Ao final, observou-se que no Brasil, infelizmente nenhum outro

telejornal universitário continha tais propriedades: um telejornal laboratório, universitário, produzido prioritariamente por alunos, com exibição ao vivo, diária e de assuntos de interesse geral da sociedade, descaracterizando-se de um telejornal institucional. As características observadas nos ajudaram a determinar o método de ensino aplicado aos discentes da Universidade Federal de Santa Catarina como inovador no Brasil.

Após acompanhar as reuniões da equipe de alunos da UFSC, as rotinas de produção de imagens, a realização de inúmeras edições do telejornal, fazer anotações das etapas de captação, edição e exibição das imagens produzidas pelo TJUFSC, registrar quais os equipamentos utilizados, qual a sequência do processo e como se dá sistema de ensino-aprendizagem através de observação participante, foi possível realizar uma análise consistente de todos os dados levantados e obter resultados que poderão auxiliar o ensino de telejornalismo dentro das universidades e empresas em futuros projetos, além de indicar uma possível resposta para a pergunta que originou este trabalho.

No primeiro capítulo desta pesquisa são apresentados alguns conceitos de imagem como um elemento utilizado na linguagem do telejornalismo. Desde a invenção do aparelho de televisão, a imagem é o grande trunfo da comunicação, por isso neste capítulo é discutido o poder da imagem e as consequências, ainda não totalmente conhecidas de seu uso, os desafios e os perigos de comunicar-se buscando certa objetividade através de um elemento tão subjetivo e como o corpo humano percebe e identifica as imagens. Apresenta-se estes temas com ar de preocupação, visto o volume cada vez maior de produção e utilização das imagens em grande parte dos conteúdos jornalísticos e a eficiência destes elementos em comunicar e também em influenciar as opiniões e decisões humanas. Ainda no primeiro capítulo, são apresentadas algumas questões sobre a importância da imagem utilizada pelo telejornalismo e a igual importância que necessita ser dada durante a formação de novos jornalistas em relação a produção de elementos visuais, sobretudo da necessidade de um conhecimento técnico e teórico por parte dos futuros jornalistas.

Dando seguimento a pesquisa, no segundo capítulo são abordadas discussões sobre as inovações e as alterações que elas implicam em diferentes processos e produtos, assim como a velocidade, a frequência e o volume na qual tais mutações vêm ocorrendo, principalmente na área da comunicação. Com o objetivo de contextualizar e apresentar alguns conceitos de inovação utilizados durante a pesquisa, são mencionadas diferentes definições utilizadas em diversas áreas do

conhecimento científico. Com base em autores que anteriormente já haviam abordados o tema inovação em outros trabalhos. Define-se portanto, qual o conceito de inovação entendido nesta pesquisa. Da mesma forma, para uma cognição mais clara, utiliza-se de uma divisão pré-estabelecida por Carlos Tourinho (2010), onde o autor diferencia a inovação em dois grupos distintos: inovação tecnológica e inovação não tecnológica. Além disso, propõe-se uma relação entre as inovações e o fator tempo, mostrando como este vínculo interfere na sociedade e em especial, nas produções telejornalísticas, através de um apanhado de exemplos históricos onde as inovações transformaram modos de produção, economias, culturas e a noção de tempo e temporalidade da sociedade.

Ainda no segundo capítulo, aproveita-se para evidenciar a necessidade de renovação do ensino durante a formação dos futuros jornalistas, por conta das universidades que necessitam estar em progressiva atualização para que as demandas da profissão sejam supridas através de profissionais qualificados, não apenas com elevado grau de conhecimento teórico, mas também prático, de maneira condizente com a atualidade.

No capítulo três deste trabalho é apresentado o percurso de como se chegou ao corpus desta pesquisa, porque as escolhas foram feitas e quais foram os critérios de seleção. Da mesma maneira são apresentadas algumas características do TJUFSC. Para que haja uma boa compreensão sobre este telejornal, neste mesmo capítulo, existe um breve histórico e uma descrição de como são feitas as produções das imagens que são utilizadas como recursos visuais em matérias jornalísticas produzidas pelos alunos participantes do projeto. Esta descrição é baseada na experiência profissional do pesquisador e fruto de uma observação participante realizada entre os meses de outubro de 2016 e novembro de 2017, bem como da análise das respostas ao questionário e às experimentações aplicadas aos editores-chefes e demais elementos da equipe do telejornal universitário da UFSC.

O quarto capítulo é dedicado a apresentar as análises dos resultados encontrados durante toda a pesquisa, bem como indicar possíveis práticas que auxiliem o melhoramento do ensino de telejornalismo.

1 A IMAGEM

Com manifestações na antropologia, na sociologia, no jornalismo e em diversos outros campos, a imagem é talvez a primeira forma de registro visual do mundo e sua existência nele, praticada pelo ser humano. É também a forma com que o nosso cérebro entende grande parte das coisas que por ele é processado, ainda que as imagens não exibam matérias físicas. Para Gaston Bachelard, em *O Ar e os Sonhos*, “se uma imagem presente não faz pensar numa imagem ausente [...] não há imaginação. Há percepção” (BACHELARD, 1993, p. 1). Aceitando a esta filosofia do autor, podemos então afirmar que a imagem nasce com o homem e para o homem, pois o que havia antes de sua existência eram apenas objetos, sem que algo pudesse imaginá-los, apenas percebê-los como existentes. A imagem é fruto da imaginação, a ação de imaginar, de criar uma imagem.

Com fortes traços históricos nas religiões, ela está e sempre esteve ligada fundamentalmente a estética e com grande carga de subjetividade. Sendo imprescindível para a sua compreensão a identificação e observação não apenas de suas formas, traços, cores, sombras, texturas, perspectiva, composição e enquadramento, mas também do local na qual é exibida, seu espaço no tempo e por consequência, o contexto histórico, social e cultural na qual se faz inserida.

As representações visuais - “signos que representam o nosso meio ambiente visual” - além das apresentações do imaterial, imagens projetadas na mente - “visões, imaginações, fantasias” - são, segundo Santaella e Nöth (1998), domínios para a compreensão de imagens, nos quais não existem de formas individualizadas. Juntos, sempre juntos, auxiliam na construção da representação.

A definição do que é imagem é complexa e amplamente discutida por ter múltiplos significados e usos. Das mais diversas formas conhecidas, como o desenho a lápis, a fotografia, as radiografias, pinturas rupestres e em telas - seja a óleo, por pixels ou por refração de luz - e até mesmo as imagens que se formam no estado gasoso da água ou no imaginário da mente humana, parte-se do pressuposto de que dependem "da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece" (JOLY, 2012, p. 13). A imagem, portanto, é uma forma de conhecimento.

1.1 Desafio para o jornalismo

Entender a imagem como linguagem, como uma nova forma de conhecimento, é um dos desafios dos jornalistas neste novo momento multimidiático do jornalismo, que requer além de tudo, domínio das técnicas de captura, produção e exibição de imagens. Esse desafio torna-se mais árduo devido à renovação e inovação incessantes deste campo por conta das novas tecnologias de produção que alteram a lógica e a morfogênese das imagens (SANTAELLA, 2006). Para isso, é importante considerar que as imagens são constituídas de códigos e gramáticas, portanto, para a compreensão do que nelas é exposto e do seu potencial como linguagem torna-se indispensável a sistematização do processo de leitura de imagens. Essa sistematização acontece inúmeras vezes por dia em nosso cérebro, porém de forma autonômica e subjetiva. O desafio para quem quer comunicar-se através de imagens é mais que isso, é a necessidade de um sistema de leitura que possibilite a compreensão objetiva da mensagem vinculada a qualquer imagem por qualquer indivíduo, ou pelo menos àquele que objetiva-se alcançar, comunicar, informar.

As imagens são formas visuais de comunicação, seja através de formas que expressem a existência de algo real ou simulem tal existência, a intenção é comunicar-se:

Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diferentes tipos de signos, equivale, como já dissemos, a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e comunicação. Seja ela expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nos mesmos (JOLY, 2012, p. 55).

Tal citação pode ser utilizada em defesa da importância das imagens na comunicação e sua eficiência como elemento de mensagem no telejornalismo e seus produtos, fundamentalmente, visuais de comunicação.

O poder da imagem parece só crescer. Cada vez mais esta ferramenta de comunicação está inserida em diferentes contextos. No caso do telejornalismo, ela torna-se peça fundamental quando o objetivo

é atrair os olhos de quem consome informações. Neste caso, as imagens provocam uma interação *sui generis* entre ela e quem a está vendo. Ao percebermos a visualidade das coisas, instantaneamente formamos em nosso cérebro uma série de imagens através de imaginação, de conhecimentos prévios que tornam-se representativos para nós (NEIVA JR., 1994) e nos auxiliam na compreensão ou não, das coisas que estamos enxergando.

Para compreendermos o poder das imagens para o jornalismo e como as inovações têm influenciado nessa relação, utilizemo-nos de um exemplo datado: Diego Weigelt e Brenda Parmeggiani (2014), em seu artigo *Os jovens e o rádio*, explicitam que com o avanço do uso de *streaming* (tecnologia que permite a distribuição de dados através de uma rede) e da banda larga, até mesmo o rádio, que é um veículo historicamente identificado pelo áudio, "tornou-se visual na Internet, com recursos como imagens de músicos e capas de discos, textos e fotos noticiosos, entre outros" (p. 03). Movimentações midiáticas como esta, além de confirmarem o poder da imagem, estão mudando o cenário da comunicação, sobretudo o cenário do jornalismo, cada vez mais ligado ao uso de elementos visuais em seus mais diversos produtos.

1.2 A imagem tem poder

Em 1885, o neurologista britânico, William Richard Gowers, fez o primeiro registro da epilepsia fotossensível. Trata-se de uma doença em que crises epiléticas são precipitadas pela estimulação luminosa (DOOSE et. al. 1962). Em 1975, esta doença já era diagnosticada em uma a cada 10.000 pessoas (JEAVONS, BISHOP, HARDING, 1986). As epilepsias fotogênicas, doenças que afetam o cérebro e causam crises de convulsão por estímulos visuais são passíveis de diagnóstico ainda na adolescência, segundo SALAS-PUIG, PARRA E FERNÁNDEZ-TORRE (2000). Os autores afirmam que “[...] estas convulsões tiveram grande impacto social, desde a difusão midiática quanto a possibilidade de sua ocorrência ao assistir televisão ou jogar videogames”¹ (p. 81). Ainda no mesmo artigo, os autores relembram um fato que ocorreu no Reino Unido em 1992, onde um comercial publicitário provocou diversos casos de crises epiléticas. “Desde então, no país existem padrões rigorosos em relação às características de luminosidade, contraste e cores

¹ Tradução própria. Texto original em inglês: “[...] these seizures have had great social impact, since media diffusion of the possibility of their appearance whilst watching television or playing video games”.

utilizadas nas imagens dos programas de televisão, que têm sido eficazes na prevenção de um grande número de crises epiléticas”² (idem, p. 83).

Perante este contexto, faz-se necessário o conhecimento do potencial da imagem quanto ferramenta de linguagem e as consequências do uso destes elementos visuais. Nesta pesquisa pretende-se tratar da imagem utilizada no telejornalismo com ênfase nas imagens em movimento e entendê-la como uma forma de conhecimento, levando em consideração que a imagem tem o poder de fazer compreender, de dar credibilidade, mas também, de gerar complicações neuropsíquicas quando exibidas sob determinadas circunstâncias.

A imagem nos dá infinitas possibilidades de entendimento sobre o que está representado por ela. Sua subjetividade permite um caminho para a compreensão na qual a linguagem escrita dificilmente alcançará, devido a sua forma limitada de expressão. “Entre a imagem e a linguagem verifica-se uma diferença básica: o número de elementos disponíveis para os atos linguísticos é finito. [...] desta forma, a imagem se transforma em linguagem adequada para as descobertas de um conhecimento igualmente 'sem limites'” (BRASIL, 2012, p. 37). Por este motivo, ao longo desta pesquisa, destaca-se a importância de um amplo conhecimento sob esta ferramenta visual, visto a abrangência do poder do jornalismo em formar opiniões e sua responsabilidade social. É primordial ao jornalista não somente utilizá-las, mas saber como e em qual situação usá-las, onde, com quais objetivos e para quem exibi-las.

Quando o pensador político e filósofo Confúcio traz ao mundo o seu valioso pensamento: “uma imagem vale mais que mil palavras”, ele o usa como forma de argumento para a utilização dos ideogramas. Os ideogramas (do grego "ἰδεω": ideia + "γράμμα": caracter, letra) são uma forma de linguagem através de símbolos que, quando unidos, representam conceitos em sua totalidade e complexidade. Este modelo de linguagem foi utilizado no antigo Egito, com os hieróglifos, pelos Maias e é comumente utilizado até hoje pelos chineses e japoneses através dos Hanzi. O objetivo de estabelecer limites mais definidos entre a objetividade e a subjetividade dos ideogramas, de certa forma, facilita a compreensão da mensagem, porém, simultaneamente reduzem as possibilidades de se transmitir uma mensagem mais rica em detalhes.

² Tradução própria. Texto original em espanhol: "Desde entonces, en este país, existen unas normas estrictas en cuanto a las características de luminosidad, contraste y colorido de las secuencias de los programas televisivos, normas que han demostrado su eficacia para evitar un gran número de crisis reflejas".

Prática que é comum entre as civilizações onde a origem da linguagem vem do latim, por exemplo.

Se a imagem pode realmente ter mais valia que mil palavras, o que será possível então se usarmos um grupo de imagens para expressarmos algo? Ou então, se formos ainda mais audaciosos e colocarmos estas imagens em sequência, qual seria o resultado? Mesmo sem ter total noção de quais são as consequências do uso de objetos visuais tão **subjetivos** como as imagens, o telejornalismo, assim como o cinema, utiliza desta ferramenta de linguagem para alcançar diferentes **objetivos** e precisa fazê-lo de maneira a não causar danos físicos, psíquicos e/ou psicológicos a quem as enxerga. Eis a complexidade encontrada pelos profissionais que diariamente precisam lidar com essa situação tão delicada, ainda que corriqueira.

Apesar desta subjetividade existente nas imagens, entende-se ser possível compartilhar conhecimentos através delas e utilizá-las, inclusive, como forma de linguagem. Talvez seja a única linguagem verdadeiramente universal, cognoscível a qualquer pessoa que possua a habilidade de enxergar. A imagem é uma ferramenta com grande e evidente potencial na forma de construir pensamentos e auxiliar na compreensão das coisas, transmitir e adquirir conhecimentos. Para Arlindo Machado, “sem ela provavelmente não teria sido possível o desenvolvimento de ciências como a Biologia, a geografia, a geometria, a astronomia e a medicina” (MACHADO, 2001, p.23).

É relevante salientar que, por vezes, estas áreas das ciências parecem ter uma sistemática de compreensão das imagens melhor do que o próprio campo da comunicação. Ao realizar um diagnóstico a partir de imagens, a medicina tem pouco espaço para a subjetividade, se há alguma anomalia no paciente examinado, logo a imagem indica com precisão. Situação parecida ocorre na área da geografia, onde os traços precisos indicam proporções igualmente precisas quando calculadas, independente de interpretação individual.

Já para a comunicação, em especial para o telejornalismo, há um enorme risco em não alcançar o objetivo da informação através das imagens. Isso se justifica pela complexa subjetividade que existe ao utilizarmos elementos visuais para informar um fato com começo, meio e fim e não apenas como referências técnicas. O jornalismo e principalmente o telejornalismo costuma escrever com imagens, constantemente constrói narrativas através ou com o auxílio delas e, por este motivo, está sujeito a interpretações profusas.

Em 1985, o crítico e teórico do cinema, André Bazin, já se referia a este momento da comunicação ao trazer a abstração de “escrever com

imagens em movimento" (BAZIN, 1985, p. 164). O que é apresentado pelo autor é a possibilidade de compreensão de um fato, uma história ou qualquer que seja a informação por meio apenas de elementos visuais colocados em sequência. Porém, para levarmos em consideração as palavras do autor e convergirmos tal ideia para o telejornalismo e suas práticas, é necessário saber ler as imagens e é fundamental que saibamos como escrever e o que escrever através delas.

Compartilhando este pensamento, Arlindo Machado, em sua obra "A ilusão Especular", compara os pixels de uma fotografia com os fonemas da linguagem verbal (MACHADO, 1984), sendo possível, então, que o usuário faça uma espécie de leitura da imagem, pixel a pixel, e conseqüentemente construa certa ideia sobre aquilo que vê. Neste contexto, o domínio das técnicas de captação, edição e exibição traz novas perspectivas ao telejornalismo que quase sempre vem carregado de textos mesclados ao uso de áudios e elementos visuais para dar sentido aos mais diversos momentos e interesses da sociedade.

Nos últimos anos, com a massiva utilização das tecnologias digitais para informar e comunicar, vivemos um importante período do campo audiovisual: a quebra deste uso coletivo das ferramentas de comunicação no jornalismo. É preciso saber utilizá-las individualmente com a mesma ou maior eficiência que utilizamos quando em conjunto.

1.3 Uma nova linguagem audiovisual

Esse momento do jornalismo onde as ferramentas, sobretudo as imagens, são utilizadas individualmente na comunicação sem que se perca o potencial e o sentido da mensagem, merece no mínimo um destaque em nossa linha do tempo. "Estamos diante de um novo paradigma da imagem, de uma nova linguagem audiovisual, com amplos desafios teóricos e práticos tanto para as Ciências da Comunicação quanto para o jornalismo" (BRASIL, 2012, p.31). Acreditamos que experimentações que tenham como objeto a linguagem audiovisual no jornalismo podem ser boas ferramentas para superar estes desafios e obter resultados significativos, inclusive para diversas outras áreas da ciência.

Em concordância com a posição de Brasil (idem) em relação ao posicionamento da imagem neste novo momento da comunicação, Mitchell Stephens alia que "estamos diante de uma visão mais complexa da informação" (STEPHENS, 1998, p.201). Segundo o autor, através das imagens em movimento nossas mentes constroem críticas diferentes das que construiríamos lendo ou ouvindo um texto, causando um tipo de imersão distinta das proporcionadas pela literatura ou através de áudios,

por exemplo. Por causa disso, o ensino e conseqüentemente, o aprendizado, estariam sendo contemplados pela potencialidade de análise e compreensão das coisas na qual a utilização superabundante das imagens tem franqueado. As possibilidades neste caso se estendem e tornam-se infinitas as interpretações, potencializando o conhecimento. A subjetividade encontrada em elementos visuais pode ser considerada, portanto, um potencializador da cognição humana em determinados casos.

Torna-se importante e necessário compartilhar deste pensamento quando se entende que a imagem não tem limites se utilizada como linguagem, é subjetiva, pode ser produzida e compartilhada ubiquamente, é reconhecida, mesmo que subjetivamente, por comunidades interpretativas transnacionais (ZELIZER, 2000; TRAQUINA, 2004) e possui efeitos cognitivos e psicológicos ainda não conhecidos em sua totalidade e é possível que estes efeitos nunca sejam conhecidos por total. Nem pela medicina, nem pela psicologia, quanto menos pelo jornalismo, devido a sua subjetividade e superabundância de ocorrências.

Barbie Zelizer, define o conceito de comunidade interpretativa aos jornalistas, possuidores de qualidades ligadas a interpretação e expressão de fatos e suas relações com outros jornalistas. Em seu texto, *Os jornalistas como comunidade interpretativa*, ela explica: “No momento em que se dão os acontecimentos, os jornalistas tendem a interpretá-los unidimensionamente porque veem a si mesmos coletivamente como conduzindo a comunidade em determinado sentido” (ZELIZER, 2000, p.42). Nelson Traquina define os jornalistas como uma tribo partilhando, em diferentes países, valores-notícias e uma cultura profissional. Eles, os jornalistas, “partilham, com variações de intensidade, um sistema de valores que fornece uma identidade clara do profissional, de tal modo que a tribo jornalística é transnacional” (TRAQUINA, 2004, p.184).

O fato é que não estamos mais no início, mas longe do fim de uma jornada de conhecimento pleno, de um objeto de pesquisa que se transforma a cada passo cadenciado das inovações, da criatividade da humanidade e acelerado pela tecnologia. Por isso, entendemos como fundamental para esta pesquisa, determinado conhecimento básico de como o corpo identifica a imagem e quais são as etapas neste processo biológico.

1.4 Identificando a imagem

Para que haja compreensão, ainda que de modo subjetivo, a imagem deve necessariamente ser reconhecida por alguém. Jaques Aumont (2012) traz no primeiro capítulo de seu livro, “A imagem”, uma frase que contrasta com outros autores ao dizer que “se existem imagens é porque temos olhos: é evidente”. Talvez não seja tão evidente como Aumont descreve. Segundo Cornoldi e Vecchi (2000), pessoas cegas que nunca enxergaram, conseguem criar imagens mentais, frutos da imaginação. Porém, essas imagens não são produzidas por acaso. Elas são o resultado de um trabalho de composição que faz uso de uma multiplicidade de fontes de informação, sejam elas sensoriais ou conceituais, de longo ou curto prazo.

Os autores garantem que, no caso de uma pessoa que nasceu impossibilitada de enxergar, as percepções através de experiências táteis são predominantes na composição de imagens que ela terá em sua mente e, ainda que estas tenham características específicas, os traços serão idênticos aos da imagem visual. Com menor potencialidade, o olfato e a audição também auxiliam na construção imaginária destas formas.

Nesta pesquisa, o interesse está nas imagens visuais em movimento exibidas através de qualquer tipo de aparelho de televisão possivelmente visível aos olhos de seres humano com total ou parcial capacidade de enxergar. O pesquisador Antônio Brasil descreve um esquema bastante simples, porém útil para a compreensão de como nosso corpo identifica as imagens neste caso:

- A luz espalha-se diferencialmente pelas superfícies a serem percebidas;
- A luz é transmitida para o olho;
- A luz constitui-se num foco, formando-se então a imagem. O mundo é uma imagem (BRASIL, 2012, p.40);

Entretanto, existem diferentes fatores que alteram a nossa percepção visual e, conseqüentemente, alteram também o conhecimento obtido através da visão e devem ser levados em consideração pelos jornalistas. Jaques Aumont (2012) explica que acontecem três diferentes transformações resultantes da visão:

a) Transformações ópticas

A partir de uma fonte de luz, raios atingem a superfície de um determinado objeto, este por sua vez, reflete a luz na qual está exposto. A retina, localizada na parte posterior do globo ocular, recebe os estímulos luminosos e os codifica. Como consequência deste processo, o olho humano transforma luminosidade em imagem cognoscível ao cérebro. É o princípio da convergência dos raios de luz que faz parte deste processo.

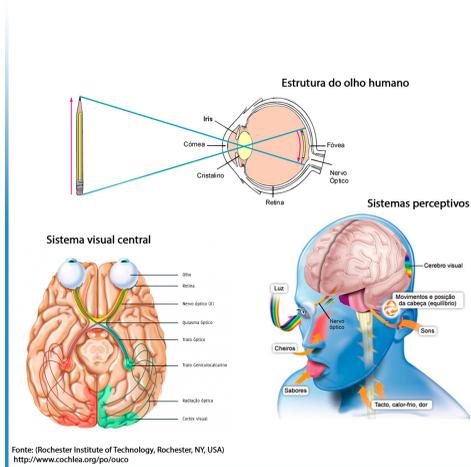
b) Transformações químicas

A imagem ainda de natureza óptica, projetada sobre o fundo do olho é tratada pelo sistema químico retiniano. Através dos receptores, chamados de *bastonetes* e *cones*, e uma seqüência de reações químicas através de uma substância chamada *rodopsina*, a imagem é transformada de óptica para uma natureza totalmente diferente e está prestes a ser transportada até o cérebro e reconhecida por ele.

c) Transformações nervosas

Nessa etapa, a imagem, que agora é uma substância química, é transportada através de inúmeras células que ligadas umas as outras, constituem o *nervo óptico*. O *nervo óptico* é responsável por fazer a ligação entre os olhos e a *articulação*, uma parte lateral do cérebro, de onde as conexões nervosas saem e para chegar até o *córtex estriado*, já na parte posterior cerebral. Essa é a terceira e última parte do sistema receptivo humano e também a mais recente a ser estudada, há pouco mais de trinta anos.

Figura 2 Apresentação das percepções humanas:



Ao observarmos a figura 1, pretendemos exemplificar visualmente o que Jacques Aumont compartilha ao exemplificar a complexidade deste processo:

“[...] se o olho se assemelha até certo ponto a uma máquina fotográfica, se a retina é comparável a uma espécie de chapa sensível, a essência da percepção visual realize-se depois, por meio de um processo de tratamento da informação que, como todos os processos cerebrais, está mais próximo de modelos informáticos ou cibernéticos do que de modelos mecânicos ou ópticos” (AUMONT, idem, p. 16).

Como podemos perceber, a imagem depende de diferentes fatores para ser reconhecida e principalmente, **como** será percebida pelo cérebro. Uma simples alteração na quantidade de luz pode causar a diminuição da pupila, alterando a percepção visual e conseqüentemente o conhecimento obtido a partir de determinada imagem. Modificando também a experiência estética, produzida a partir da visualização e proporcionando diferentes sensações físicas e psicológicas ao receptor.

Portanto, se dois corpos não ocupam um mesmo espaço ao mesmo tempo (teoria da impenetrabilidade - Isaac Newton), arriscamos

afirmar que torna-se impossível a objetividade de uma imagem. Pelo menos a objetividade simultânea. Ou seja: duas pessoas, ao mesmo tempo, nunca enxergarão a mesma imagem de maneira verossimilhante. Torna-se assim, um grande desafio conseguir certa objetividade no uso de elementos visuais em qualquer circunstância, sobretudo em movimento. Estamos sempre diante de uma situação de experimentação visual inédita (FABRIS, 1998).

Sobre a representação através da imagem, Antônio Brasil afirma que:

Para representar o mundo, é preciso um repertório de esquemas que elaborem e interpretem a realidade. Obrigatoriamente, um modelo organiza a experiência perceptiva. O esquema fixa a instabilidade flutuante que caracteriza o mundo. Só assim as coisas são reconhecidas. As coisas representadas não explicam a imagem, ela é aquilo que a invoca (BRASIL, *idem.*, p.39).

No esquema acima, temos uma reformulação da experiência visual.

Assim como na linguagem textual, a imagem também é "lida" e compreendida pelo cérebro. Ponto a ponto identificamos entre as formas, traços, texturas, cores e demais elementos visuais o que ali nos é apresentado em simultaneidade de maneira que criamos nossas próprias ideias, através de experiências passadas, sobre o que está sendo apresentado aos nossos olhos. "Após contemplar a síntese é possível explorá-la aos poucos; só então emerge novamente a totalidade da imagem" (NEIVA JR., 1994, p.05).

Levando em consideração as explicações acima, podemos indicar que o indivíduo com amplo conhecimento de técnicas fotográficas e cinematográficas, somadas ao domínio das técnicas textuais, possivelmente será um profissional com qualificações condizentes com as demandas futuras do telejornalismo, um setor multimidiático por essência, mas que exige, cada vez mais, multi conhecimentos dos jornalistas.

Armando Nogueira, ex-diretor de jornalismo da TV Globo, diria nesta discussão que "se a imagem mostra, só a palavra esclarece" (NOGUEIRA, 1997, apud REZENDE, 2000, p.50). Possivelmente ele ainda completaria dizendo: "uma boa imagem vale mais associada a uma boa palavra". Porém, na contramão destas opiniões, Aristóteles (1986) defendeu que "não pode haver uma palavra sem imagem"

(ARISTÓTELES, 1986, p.10). Arlindo Machado diz que as críticas às imagens se apóiam “em uma crença cega na palavra escrita como única fonte da verdade” (Machado, 2000, p12).

O autor problematiza esta discussão:

O problema é outro: ocorre que a palavra é o único signo que pode ser exteriorizado por qualquer indivíduo que tenha pulmões e cordas vocais, já que a produção dos demais sistemas de signos pressupõe a propriedade privada dos meios de produção (as tintas, o pincel, o instrumento musical, a câmera fotográfica, os aparelhos de gravação e toda a demais parafernália mecânico/eletrônica da ideologia industrializada) e a aquisição nem sempre democrática de *know-how* para operar instrumentos códigos (MACHADO, 1984, p.25).

Sem dúvidas, esse assunto ainda não alcançou a concordância plena dos autores que a ele dedicam seus estudos. O que todos concordam é que a imagem é provavelmente, a forma de linguagem mais presente e de maior potencial na comunicação. Do que seriam, inclusive, as letras, palavras e os textos jornalísticos se as imagens que os representam não existissem?

1.5 A imagem no telejornalismo

As imagens, desde o período Paleolítico Superior, há 40.000 a.C, onde pinturas rupestres figuravam nas paredes e tetos rochosos de cavernas, sonhos e cenas do cotidiano de quem por lá habitou, tinham objetivos em comum: registrar algo acontecido e/ou informar um fato. Da mesma forma, os cinejornais utilizavam elementos visuais com forte apelo estético como forma de informação, mas sobretudo, como forma de registro do mundo real. Neste período, os cinejornais utilizavam um modelo de telejornalismo bastante praticado na primeira metade do século XX, onde notícias de acontecimentos relevantes da época eram apresentadas através de imagens silenciosas, acompanhadas por um fundo musical ou por narração em off e exibidas em salas de cinema, geralmente antes do início dos filmes.

Para mostrar que algo aconteceu em determinado lugar e fazer uma ligação entre o público e aquela realidade, cineastas buscavam por

assuntos que pudessem se transformar em notícias através de imagens, ainda que na maior parte dos casos, estas imagens não possuíam muitas semelhanças estilísticas com as apresentadas em filmes cinematográficos, “pois eram fontes de recursos para pretensos cineastas, na realidade, empresários de cinema que pouco estavam preocupados com a elaboração dos cinejornais, o que interessava era o maior lucro possível” (MAIA, 2009, p. 2). A imagem, portanto, desde sua origem, é elemento de comunicação, seu uso está intrinsecamente ligado a credibilidade da informação, fazendo uma ligação entre o público e o fato real, mas também é fonte de recursos, onde a audiência é quase uma garantia de lucratividade econômica para seus produtores.

A foto abaixo representa a força dos cinejornais na década de 30 e como eles se tornaram grande ferramenta política. Antes de uma viagem onde realizaria uma caçada, o então senador do Texas, nos Estados Unidos, Tom Cannally, satisfez os cinegrafistas de diferentes cinejornais, chamados de “cinegrafistas de notícias”, testando uma de suas espingardas disparando um tiro em frente ao Capitólio, prédio que serve como centro legislativo do país e até hoje é utilizado como local para realização de reuniões do Congresso norte americano.

Figura 3 Cinejornal e os primeiros passos do telejornalismo



Fonte: Library of Congress. Disponível em <https://www.loc.gov/item/hec2009011417/> Acesso em junho de 2017.

Já o telejornalismo de TV, do modo imediato que conhecemos hoje, ganhou força com a popularização da televisão e o fim da II Guerra Mundial, evento que comumente era a principal notícia nas salas de cinejornais mais prestigiadas do mundo. Esse modelo televisivo de transmissão analógica de áudio e imagens, posteriormente substituído pelo sistema digital, surgiu da necessidade de ver e mostrar coisas que estavam longe, mas em especial, de provar que aquelas “coisas” eram verdade e estavam realmente acontecendo naquele exato momento em determinado lugar.

O imediatismo que a transmissão de televisão permitia, fez com que, gradativamente, os cinejornais fossem perdendo espaço até o ponto de sofrerem total extinção. É interessante pensar que as primeiras transmissões de televisão, por volta de 1929, através de ondas de emissão, foram realizadas ao vivo, uma prática que ainda hoje é corriqueira. Aliás, após passarmos anos desfrutando dos benefícios de produção oportunizados pelo videoteipe, agora, novamente vivemos em um período onde a instantaneidade é essencial para garantir a preferência do público, um grande volume de audiência e credibilidade. Uma das principais diferenças entre o início das transmissões de televisão e os dias de hoje está na qualidade das imagens, na praticidade e economia em que são processadas, pois sua importância para o jornalismo e para a sociedade, continua intacta.

Em 1929, as imagens transmitidas em tempo real eram quase sem forma, exibidas sem cores em monitores de cinco polegadas, captadas por imensas câmeras de vídeo, mas atingiam o objetivo: mostrar em tempo real, algo que estava acontecendo em outro lugar. Foi com a invenção da televisão que, para Douglas Kellner (2001), ficou estabelecido um novo paradigma na sociedade:

[...] os indivíduos são submetidos a um fluxo sem precedentes de imagens e sons dentro de sua própria casa, e um novo mundo virtual de entretenimento, informação, sexo e política está reordenando percepções de espaço e tempo, anulando distinções entre realidade e imagem, enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade (p.27).

Mas, apenas em 1952, é que os televisores começaram a virar um negócio rentável. A partir da fabricação industrial, os equipamentos foram produzidos em escala macro, recompondo na sociedade um novo modo de ver e perceber o mundo. As imagens em movimento transmitiam

muito mais do que imagens sem cor e formas pouco definidas, elas contavam histórias, potencializavam aprendizagens, transmitiam informação, comunicavam e informavam, davam a oportunidade de formar novas e diferentes opiniões.

As mais significativas mudanças em relação as imagens e o telejornalismo vieram a partir da criação do computador. Ainda que tenham sido criados para uso comercial na década de 60, é na década de 90 que se inicia a utilização massiva destes equipamentos em empresas. As imagens e o telejornalismo experimentam então uma nova fase, dando início a aceleradas mutações responsáveis por modernizar produtos, equipamentos e diferentes processos. O uso de cenários virtuais, vinhetas e grafismo dão nova forma ao jornalismo de televisão. Além disso, as inovações deixaram o ambiente da redação mais informatizado, dando maior agilidade, qualidade e precisão no tratamento da notícia. Nesta mesma época, o videoteipe começa aos poucos ser substituído por sistemas de discos-ópticos, ainda em experimentação em 1990. Com o estabelecimento definitivo do sistema de edição não-linear que permitiu considerável avanço técnico e econômico para as empresas, as inovações começam a ganhar acentuada e descompassada aceleração.

A economia de tempo gerada por este novo sistema de edição de imagens e as possibilidades quase infinitas de modificar o conteúdo capturado pelas câmeras, acarretou em uma série de criativas produções exibidas na televisão mundial. Estas produções com apelo estético cada vez mais intenso, fez com que o telejornalismo atingisse níveis extremos de qualidade técnica e oportunizasse ao telespectador, novas experiências audiovisuais. O telejornalismo ficou mais dinâmico, com maior volume de informações apresentadas por programa, tornando-se ainda mais popular.

Com a utilização cada vez mais intensa de computadores nas redações de TV e a chegada da internet, em 1991, jornalistas e profissionais do telejornalismo aos poucos foram se capacitando, com isso, as emissoras iam ganhando rapidamente mais audiência. Em 1996, já existiam mais de um bilhão de aparelhos televisores espalhados pelo mundo. Não demorou muito para os empresários perceberem a força econômica financeira da imagem e intensificarem os investimentos com a pretensão de exibir uma imagem ainda mais nítida. Foi então que em 1998 chega a primeira HDTV no mercado mundial. A nova tecnologia permitia a exibição de imagens em alta definição e em um novo formato: digital.

A partir do ano 2000, as empresas telejornalísticas ao perceberem o potencial estético da nova tecnologia, intensificam a produção e

exibição de programas de conteúdo turístico e programas com imagens da natureza. A justificativa é que as cores e as formas nítidas apresentadas por meio do novo sistema de captação, edição e exibição das imagens atraíam substancialmente os olhos dos consumidores e influenciavam diretamente na preferência da audiência. Acompanhando este raciocínio das empresas que produziam telejornalismo, as empresas de tecnologia que fabricavam aparelhos televisores, iniciam uma intensa e sucessiva onda de lançamentos de novos produtos cada vez mais voltados para a qualidade das imagens. Para darmos um exemplo claro, em 2002 no Brasil, durante o lançamento dos televisores de plasma, que prometiam uma experiência visual inédita, foram vendidos cerca de 1.500 aparelhos. Apenas dois anos depois, em 2004, mais de 72 mil televisores com esta tecnologia foram comercializados. Tais movimentações no telejornalismo, sobretudo com relação às imagens, faz-nos perceber a importância, não apenas de elementos visuais em produções televisivas, mas da qualidade na qual estes são captados, editados e principalmente exibidos.

No ano atual, 2018, temos à disposição tecnologias que possibilitam experiências em 360 graus por meio de realidade virtual, possibilitam a utilização de imagens em FullHD com resolução de 1920 x 1080 pixels e câmeras de vídeo que viabilizam a captura de imagens em ambientes submersos ou escuros, além de smartphones que possuem tecnologia superior ou equivalente a grande parte das câmeras de vídeo utilizadas em emissoras de TV. As inovações têm alterado a estrutura, os processos e os equipamentos no telejornalismo de maneira cada vez mais veloz. O mesmo acontece com o comportamento do consumidor telespectador que quanto mais obtém conhecimento das inovações ao longo dos anos, mais refina o gosto à qualidade das imagens ao modo que elas são apresentadas e às características técnicas nelas atribuídas.

2 A INOVAÇÃO

Os conceitos de inovação são inúmeros. Muitos pesquisadores e estudiosos se debruçam sobre o tema para encontrar uma definição precisa e cabível a todas as áreas do conhecimento. Porém, as tentativas resultam em definições e conceitos particulares para cada área ou situação. Na opinião da 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. Paulo Cruz Correia, também doutor em economia, diz que inovação é “uma conquista

desejada pela sociedade por ser capaz de oferecer meios reais para a melhoria das condições humanas” (CORREIA, 2014, p.49-50). O cientista político Giovanni Dosi (1988) conceitua inovação como um conhecimento que precisa avançar de maneira evolutiva. Para ele, deste modo, a empresa aumenta a competitividade perante seus concorrentes.

Ao nos propormos a discutir inovação é indispensável que recorramos ao economista e científico político, Joseph Schumpeter, um dos primeiros autores a buscar uma definição para o termo. Sua teoria era que este conceito poderia ser utilizado na descrição de sucessivas novidades, com possibilidade de serem inseridas em um sistema de economia, alterando significativamente as relações existentes entre produtor e consumidor. A inovação, para SHUMPETER (1934), é parte indispensável no desenvolvimento da economia. Sua opinião reforça que este desenvolvimento refere-se ao crescimento substancial da produção em simultaneidade com as alterações de sua própria estrutura como consequência da manifestação de novas tecnologias e produtos.

Na área da comunicação, para uma melhor compreensão do tema, recorremos a definição de inovação utilizada por João Canavilhas e Ivan Satuf (2015), em *Jornalismo para dispositivos móveis*. Os autores explicam que inovação é “um processo que prevê atualizações sucessivas que possam assegurar o aperfeiçoamento crescente de um produto e dos modos de produção a eles associados, bem como o surgimento de novos procedimentos para conformar novos produtos, modos de distribuição, consumo e modelos de negócio” (CANAVILHAS, 2015, p.18). Para Canavilhas e Satuf, portanto, as inovações são constantes upgrades em sistemas ou produtos onde obtém-se determinado lucro econômico.

Carlos Alberto Moreira Tourinho (2009), avança neste problema e utiliza o conceito de inovação ligado aos processos produtivos da informação em consequência das novas tecnologias. Tourinho, propõe a existência de dois tipos de inovação: a inovação tecnológica e a não-tenológica. A inovação tecnológica está relacionada a produtos, equipamentos e objetos que, de algum modo, fazem parte da economia e da manutenção do telejornalismo. Já a inovação não-tecnológica é a definição para alterações, evoluções, constantes *upgrades* e em casos mais intensos, até a quebra de paradigmas de processos dentro do telejornalismo.

Para exemplificarmos a proposta do doutor em Ciências da Comunicação, pela Universidade do Minho, em Portugal, imaginemos que no telejornalismo, as câmeras, microfones e computadores estariam no grupo das inovações tecnológicas e as alterações de enquadramento de câmera, no tempo de exibição ou de apresentador, pertenceriam ao grupo

das inovações não-tecnológicas. Além disso, para o pesquisador, as inovações tecnológicas que tenham resultado passíveis de percepção visual são melhores percebidas pelos telespectadores.

Após a leitura de diferentes conceitos apresentados por inúmeros autores, definimos para uma melhor abordagem nesta pesquisa que a inovação está ligada a produtos e processos e que não deve ser confundida com invenção. Ela [a inovação] é um processo de transformação através de atualizações constantes e que, em último nível, pode romper paradigmas já existentes e estabelecer novos em determinado sistema. Além disso, a inovação está intrinsecamente ligada à cultura, contexto social, político e econômico do ambiente na qual seus elementos estão inseridos.

Para atingir precisão no que definimos como inovação, nesta pesquisa, levamos em consideração também a colaboração de Elias Machado ao estabelecer inovação no jornalismo como sendo:

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

Ao observarmos os movimentos antepositivos e as mutações sucedidas nos últimos anos, identificamos uma conduta de avanço por parte dos elementos constituintes do telejornalismo que podem ser classificados como inovações, segundo os conceitos apresentados anteriormente. Os desenvolvimentos verificados em equipamentos e processos que são comuns para o funcionamento do telejornalismo, nos serviram como base de pesquisa e servem de alerta para instituições que objetivem permanecerem proeminentes em um cenário de mutações. Por fim, entendemos que as inovações se apresentam em velocidade cada vez maior e em ocorrências e intensidades dispares e descoincidentes.

2.1 A inovação e o poder da transformação

Nos últimos anos, vivenciamos transformações tecnológicas que ocorrem de maneira ininterrupta e em velocidade acelerada, por vezes parecendo estar sob progressão geométrica³. As novidades vindas de

³ Uma sequência numérica constitui uma progressão geométrica quando, a partir do 2º termo, o quociente entre um elemento e seu antecessor for sempre igual.

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. O fato é que esta geração, que aqui está e faz uso das novas tecnologias, vive de novidades, de novos conceitos, novas formas, novos modelos e sistemas, novas tendências. 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 quânticos⁴”. O mundo parece ser novo e as tecnologias digitais estão aqui para afirmar isso.

Acreditamos, com base da revisão bibliográfica e o período de observação realizados, que a maior inovação que as inovações ligadas às tecnologias digitais desencadearam é o estabelecimento de novos paradigmas ligados ao fator tempo. O passado nunca esteve tão longe e tão perto ao mesmo tempo, assim como o futuro. Esta discussão nos remete a indagar sobre 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 possivelmente não esteja errado, que o telégrafo, um sistema criado nos Estados Unidos para realizar transmissão de mensagens de um ponto a outro do país em grandes distâncias e 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 até chegar ao destinatário. Muitas destas cartas eram extraviadas devido as mais variadas condições climáticas e de transporte. Por sorte, chegavam ao seu destino final em dois ou três meses após a data de seu envio. Esse processo de transporte se dava quando o destino era próximo, pois em outros casos, o transporte era realizado através de navios que poderiam levar dezenas de meses para realizar o trajeto completo.

Para uma reflexão mais ampla e direcionada ao tema proposto é necessário imaginar como esse *delay* existente entre o envio e o

⁴ Texto original: *New technical developments have taken place at all times; what is really new is the rapid succession of these quantum leaps.*

recebimento da mensagem contida nas cartas interferia em decisões políticas e econômicas da época. Mais do que um avanço na comunicação, o telégrafo foi um marco nessas esferas da sociedade, pois "através do telégrafo, as estradas da cultura e as estradas do comércio entrecruzaram-se. Por via dos processos que desencadeou nos domínios simbólico e econômico, a introdução do telégrafo articulou-se também com a emergência de novas estruturas sociais, culturais e políticas" (SUBTIL, 2014, p.29).

Patenteado em 1837 por Samuel Morse, um físico nova-iorquino que mantinha em seus momentos de lazer a prática da pintura, alterou através do telégrafo, diversos processos e a partir dele, diversas outras inovações foram realizadas. Sua criação estimulou novas leis, mudou a maneira de enviar mensagens entre os países durante a Primeira Guerra Mundial através do "código Morse", alterou algumas teorias da economia, instigou organizações políticas, gerou novas técnicas de gestão, estruturas organizacionais foram criadas e senso 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, no conhecimento comum e das "estruturas da consciência" (Idem, p.156). Não por acaso, ao relacionarmos o telégrafo com as atuais tecnologias da comunicação, podemos encontrar semelhanças em diversos aspectos, sobretudo na alteração e criação de novos processos.

O telégrafo rompeu o tempo, encurtou distâncias, quebrou e estabeleceu paradigmas, inovou. Entretanto, diversas outras inovações ocorrem todos os dias em todos os setores da sociedade e muitas vezes não são identificadas com a mesma facilidade. Para TOURINHO (2009), a inovação pode ser uma simples superação da "trava que prende à rotina" (p.37), mudança de hábitos comuns em nosso dia a dia. 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 inova sem a intenção de inovar.

Koulopolos (2011) afirma que é possível, inclusive, ensinar alguém a inovar através de regras básicas na qual ele mesmo apresenta em sua obra, mas afirma que tornar uma pessoa inovadora é tarefa impraticável. Para o autor, ser inovador é uma personalidade e inovar é uma ação exequível a todos. A diferença entre saber inovar e ser inovador

é um dos motivos na qual o Koulopoulos defende a criação de grupos de inovação, onde cada membro desempenha uma função específica durante o processo de desenvolvimento da ideia e, como resultado de um conjunto de ações, a inovação é potencializada.

A explicação é: algumas pessoas podem ter mais facilidade em angariar fundos de investimento, outras mais afinidade com a engenharia necessária do que propriamente com a obtenção de uma ideia inovadora. Porém, através de um trabalho em equipe é possível desenvolver novos processos, criar, produzir, tornar economicamente viável novos produtos e avançar. Nesse caso, as diferentes personalidades se completam na imaginação, produção e viabilização da inovação, a multidisciplinaridade apresenta-se como benfeitora nestas circunstâncias.

Outra inovação bastante substancial como exemplo é a criação de telefones com botões. Para quem não se recorda, a discagem nos telefones um dia foi por meio de um sistema que, através de um disco, enviava a informação do número solicitado em formato de pulsos elétricos à uma central telefônica. A partir da invenção do telefone com botões, tornou-se desnecessária a presença humana nas centrais telefônicas, pois o processo foi automatizado e consideravelmente acelerado com o novo equipamento. Essa inovação, assim como diversas outras inovações, além de estar ligada à tecnologia, tinha um cunho econômico-financeiro, no sentido de economizar dinheiro e tempo. Até então, quem utilizava o telefone, ou "telégrafo-falante", precisava girar uma manivela que gerava uma corrente de toque acionando um telefonista localizado em uma central. Este telefonista realizava manualmente a ligação de um usuário a outro por meio da comutação dos pontos. Dependendo da localização destes usuários, esse processo poderia levar longos minutos para ser completado.

A invenção de um sistema de comunicação que proporcionou a ligação entre pontos distintos por meio de botões nos aparelhos telefônicos, fez com que houvesse demissões em massa nas operadoras de telefonia, reduziu o custo das empresas que atuavam neste setor e, por outro lado, garantiu uma sensação maior de privacidade durante a comunicação entre usuários e a popularização do aparelho.

Acontecimentos como estes, reforçam a opinião de que por de trás de uma inovação ligada a produtos, sempre vai haver uma intenção com fins econômicos e “da necessidade de se estabelecer diferenciais que estimulem o consumo” (TOURINHO, 2009, p.37).

Figura 4 Central telefônica em 1919



Disponível em: <<http://hid0141.blogspot.com.br/2016/03/fotos-que-mostram-historia-dos.html>> Acesso em abril de 2018.

Do mesmo modo que o telefone com botões modificou uma macro estrutura social e econômica a partir da década de 60, a chegada da tecnologia mobile e junto, as múltiplas possibilidades de exibição de conteúdos audiovisuais, quebrou paradigmas em diferentes esferas da sociedade e afetou significativamente a noção de tempo e ubiquidade do ser humano.

2.2 O tempo e a inovação

Quando tratamos de inovações, faz-se necessário o contexto histórico, cultural, econômico e geográfico, na qual estas e os agentes participantes estão inseridos. Entendemos, assim como Vani Moeira Kensky, que uma das principais características de uma inovação não é a criação de instrumentos, equipamentos, produtos, recursos e ferramentas, mas o poder que ela tem em alterar comportamentos (KENSKY, 2007). Toda a inovação altera uma rotina na qual era praticada anteriormente por uma ou mais pessoas. Sobre as mudanças consequentes das inovações dos últimos vinte anos, Santaella (2003) diz que a novidade dos fenômenos

não são o que mais impressionam, mas “o ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e os consequentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais que elas provocam” (p.18).

As inovações não necessariamente extinguem certas atividades, rotinas, práticas, produções e comportamentos, e nem sempre quebram paradigmas, mas promovem sucessivas e muitas vezes sucintas, alterações no que até então era praticado. É possível que inovações, sobretudo no telejornalismo, possam 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 de televisão possui devido ao seu potencial no processo de comunicação de massa. Entendemos que o ápice de uma inovação pode ser marcado pelo estabelecimento de um novo paradigma, porém, compreendemos que não seja necessário alcançar tal nível para que determinada ação seja admitida com inovação. As inovações ocorrem todo o tempo e muitas vezes, de modo a não percebemos o seu estabelecimento.

Apesar das inovações tecnológicas e não tecnológicas estarem incessantemente alterando o setor produtivo do telejornalismo, através de novos métodos de trabalho, novos procedimentos, novos equipamentos e técnicas, consequentemente alterando a rotina profissional do jornalista, o objetivo principal do telejornalismo parece permanecer inalterado desde os primórdios da televisão: informar algo a alguém, através de um sequenciamento lógico de imagens. Dentre inúmeras diferenças preponderantes que destacamos nesta pesquisa, entre o princípio da atividade e o momento atual do telejornalismo são os fatores ligados ao tempo.

Hoje é possível produzir um material telejornalístico com qualidade técnica e visual superior aos produtos produzidos no passado, mas sobretudo em um espaço de tempo muito menor do que era exequível há alguns poucos anos atrás. Como consequência de inúmeras inovações, agora há a possibilidade de produzir maiores volumes de informação em menor período de tempo. Além disso, as novas tecnologias possibilitam que qualquer indivíduo com acesso a internet através de um smartphone, por exemplo, e o mínimo de conhecimento técnico realize uma transmissão direta de imagens em full HD, áudio com qualidade digital e textos de qualquer tamanho a milhares de pessoas ao redor do mundo em apenas “*clic*”, alterando a noção de tempo que havia há apenas 10 ou 15 anos atrás.

Através de softwares de edição é possível utilizar filtros que alteram a estética das imagens e provocar sensações de nostalgia ou bem-

estar a quem assiste, transições que falseiam a sequência verdadeira da captação, configurações de *frames* por segundo combinadas ao recurso de câmera lenta que nos fazem enxergar detalhes relevantes de acontecimentos, aos quais os olhos humanos não são capazes de ver apartados dessa combinação de tecnologias que resultaram em inovações para o telejornalismo. Todas estas possibilidades estão ligadas de certa forma ao fator tempo e indicam forte relação com as inovações.

Podemos afirmar que a alteração na noção de tempo é uma inovação não tecnológica e que influenciada por inúmeras inovações tecnológicas, corresponde a alterações significativas na produção telejornalística, que se tornou mais dinâmica, possibilitando inúmeras formas de captação, edição e exibição da informação, além da possibilidade de ubiquidade e uma maior sensação de factualidade e atualidade por parte de quem assiste. A noção de tempo no telejornalismo agora é diferente de como foi e amanhã, possivelmente será distinta do que é hoje.

Aristóteles na busca de compreender o que é tempo, relacionou-o a concepção de movimento: “o tempo é a medida do movimento segundo o antes e o depois” (ARISTÓTELES, 1931, IV, 17). O que ele quis dizer é que um movimento de um corpo se inicia no espaço, é passível de ser calculado e observado. E esse movimento, em determinado momento, cessa. Essa possibilidade de cotejar o movimento, para Aristóteles, é o **tempo**. Apesar de não contemplar a plena satisfação de alguns pesquisadores metafísicos, esse conceito pode ser utilizado para exemplificar o que apresentamos com destaque neste momento da pesquisa.

O movimento entre os dois períodos de estado estático do corpo, na qual Aristóteles define como tempo, entendemos neste trabalho que seja o ínterim onde as mudanças no jornalismo, em especial no telejornalismo, acontecem e estão ocorrendo de maneira cada vez mais aceleradas e descoincidentes. É, portanto, neste intervalo que torna-se praticável analisar as transformações decorrentes das inovações e aplicar um método de ensino que seja eficiente em meio a este processo.

Não é nosso objetivo distinguir a prática televisiva universitária e a comercial durante esta pesquisa. Ainda que tenhamos acompanhado as atividades do RIC Notícias, telejornal da RIC TV Afiliada da TV Record em Santa Catarina, por um período de 60 dias, é importante destacar que não pretende-se comparar a qualidade, nem mesmo a credibilidade ou o volume de materiais produzidos entre um telejornal universitário e um telejornal comercial. Durante a pesquisa ficou claro que tais parâmetros não são possíveis de serem assemelhados, visto as diferenças sociais,

econômicas e do propósito do telejornal da RIC TV e o TJUFSC. O que buscamos durante o período de observação realizado no RIC Notícias foi identificar possibilidades dentro da gama de ações, ou nos apropriando do conceito de Aristóteles, movimentos que sejam possíveis de serem executados por alunos graduandos em jornalismo através de um telejornal universitário e que possam servir como ferramenta para um ensino de melhor qualidade, sobretudo das técnicas necessárias para a produção de imagens em um telejornal. Da mesma forma, acredita-se que um telejornal universitário laboratório, possa ser instrumento eficaz para pesquisadores que através de experimentações, erros e acertos, indiquem novas perspectivas para o telejornalismo e para o ensino desta prática jornalística. Servindo inclusive de referência para empresas que anseiam por modelos testados e aprovados por especialistas, reduzindo desta maneira riscos e custos através de pesquisas aplicadas em parceria com as universidades e seus laboratórios.

2.3 Inovação no telejornalismo

São utilizados exemplos de inovação na área da comunicação e do jornalismo, pois é nesse campo que esta pesquisa percorre, com enfoque nas inovações ligadas à produção de imagens no telejornalismo para compreender as mudanças nos processos de produção da informação visual e avaliar a melhor possibilidade de oportunizar estas mesmas práticas, que estão em mutação, durante a formação de novos jornalistas. Durante a pesquisa, para uma melhor compreensão do tema, é utilizado o conceito de telejornal proposto por 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, 2010). Em contrapartida, mudanças na

formatação de um texto ou no tempo destinado às notícias de um telejornal não são constatadas com a mesma eficiência pelos usuários telespectadores. 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, 2008), as imagens são elementos que auxiliam na compreensão da informação que nos é apresentada e na maioria dos casos, é fundamental no processo de memorização. Além disso, levamos apenas 1/4 de segundo para que nosso cérebro processe e dê significado a um símbolo (THORPE, 1996) e rapidamente podemos identificar que algo mudou, que uma inovação ali ocorreu.

Tourinho (2009), para uma melhor análise do tema dentro do campo do telejornalismo, diferencia a inovação em dois tipos: **inovações tecnológicas** e **inovações não tecnológicas**. As inovações tecnológicas seriam as ligadas a equipamentos, como câmeras, satélites, computadores, microfones, etc. Já as inovações não tecnológicas correspondem à criatividade, inteligência, aos processos e organizações. As inovações, no entanto, 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.

Recorramos a uma inovação na área do telejornalismo que nos serve neste momento como exemplo: a câmera digital de vídeo. Antes de sua utilização no telejornalismo, empresas telejornalísticas tinham a necessidade de dispor de um grande espaço físico para a armazenagem de milhares de metros de fitas magnéticas onde as imagens de seus programas, suas entrevistas ou de arquivo ficavam guardadas. Além disso, esse armazenamento deveria ser feito sob cuidados rigorosos em relação a umidade e a temperatura, pois dependendo das condições em que eram guardadas, as fitas magnéticas poderiam ficar inutilizáveis por conta dos fungos e até mesmo da sua deterioração natural. Estas diligências requeriam um gasto econômico enorme para a manutenção destes ambientes. Outro fato em relação as câmeras analógicas de vídeo que podemos destacar é o tempo dispensado para procurar imagens em arquivo. Por se tratar de um espaço físico, era preciso organizar os rolos de fita assim como fazem os bibliotecários com os livros de uma biblioteca, em uma determinada ordem lógica, para facilitar no momento da busca por uma imagem em específico. Porém, ainda assim era necessário ter alto grau de organização do tempo para que essa tarefa fosse possível antes do horário estipulado para a exibição destas imagens.

Apresentamos aqui algumas particularidades da câmera analógica para podermos utilizar como referência na comparação com as câmeras de vídeo digitais. Por causa da tecnologia digital que transformou as imagens em informações dispostas em sistema binário, estes equipamentos não necessitam de extensos espaços físicos para o armazenamento das imagens que capturam. Em um pequeno cartão de memória é possível conservar mais imagens do que um galpão de um quilômetro quadrado, abarrotado com fitas magnéticas, poderia armazenar. Para realizar uma pesquisa sobre o conteúdo das imagens, basta visualizar na própria câmera o material e selecioná-lo com um cursor. O processo de produção de imagens tornou-se tão prático e veloz que são necessários poucos minutos após a captação, para que seja possível transmiti-las em cores diferentes das originais, sobrepostas por textos e/ou outras imagens, transmiti-las em seqüência diferente de como foi a sua captação, em velocidade maior ou menor e até mesmo em realidade virtual através da visualização em 360 graus. O que queremos apresentar com o auxílio deste exemplo é que ao criarmos um equipamento (inovação tecnológica), possivelmente estaremos alterando as possibilidades de se realizar um processo e isto é, segundo Tourinho (idem), inovação não tecnológica. A inovação não está apenas na criação de um novo equipamento, mas na ampliação das possibilidades que surgem a partir desta criação.

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. Essa realidade alerta para a necessidade de os jornalistas estarem cada vez mais capacitados a lidarem com as novas formas de trabalho, novos equipamentos, novos modos de produção e exposição de conteúdos visuais na transmissão de informações, novas possibilidades de captar, criar, produzir e apresentar imagens, além de novas formatações nas redações ou o fim delas.

No telejornalismo existem ainda inovações puramente não-tecnológicas. Em 1970 o Repórter Esso adotou o plano americano como enquadramento do repórter e foi uma inovação não tecnológica aplicada no telejornalismo brasileiro na época onde o plano médio era um paradigma instituído na composição das imagens. No dia 29 de agosto de 1988 o TJ Brasil, telejornal do Sistema Brasileiro de Televisão, fez

história ao apresentar pela primeira vez Boris Casoy na figura do âncora. Era a primeira vez que o Brasil assistia a um telejornal onde o apresentador comentava o que estava sendo noticiado, possibilitando análises amplas do telespectador e implicando certo posicionamento à notícia.

A história nos mostra que 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 o processo de produção de imagens em telejornal, atualmente. Assim como a maioria das inovações tecnológicas alteram processos, a digitalização das imagens também altera o modo de produzi-las e possibilita que estas alterações ocorram diariamente em pequena e média escala, confirmando a teoria que afirmamos neste trabalho: a inovação não é uma ruptura, nem apenas uma invenção, mas sucessivas atualizações, sejam em processos, produtos ou sistemas.

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 e interatividade. A televisão não é mais exclusividade do tradicional aparelho televisor, a televisão também está em quase tudo que tenha telas e acesso à internet e essa inovação altera por completo a realidade do telejornalismo e principalmente a rotina dos jornalistas que atuam nele. Mais do que em tempos passados, é preciso pensar para onde vão as imagens antes de produzi-las, onde será seu aproveitamento maior, onde estará a audiência que as consome em determinado horário, em qual resolução utilizar em cada dispositivo de televisão e qual o melhor enquadramento para cada um destes equipamentos.

As possibilidades, o tempo, o espaço, a memória, a qualidade, os formatos, foram otimizadas através da digitalização que é uma inovação que vem se mostrando uma realidade nas emissoras de TV em todo o Brasil. Na cidade de São Paulo e em outros 38 municípios da região metropolitana, à zero hora pelo horário de Brasília, do dia 30 de março de 2017, o sinal analógico de TV foi desligado por completo. A partir deste

dia, o maior mercado consumidor do país tornou-se exclusivamente digital. Outras duas cidades brasileiras já haviam desligado os sinais analógicos, é o caso de Rio Verde (GO) que desligou o sinal em março de 2016 e Brasília (DF) que se tornou digital em novembro de 2016. A previsão do Ministério das Comunicações é que todo o Brasil esteja com o sinal digital de TV até 2023.

2.4 A necessidade de um ensino prático

Todas essas alterações no telejornalismo, conseqüentes das inovações, têm alertado pesquisadores e docentes para a necessidade de uma renovação no ensino dos novos jornalistas e o avanço em pesquisas empíricas que busquem por resoluções de problemas contemporâneos. A velocidade com que ocorrem as alterações no processo de produção de imagens faz-nos defender que a prática é a melhor opção para um aprendizado que acompanhe as atividades executadas pelas empresas telejornalísticas e da mesma maneira, indique novos e eficientes modelos, produtos, técnicas, tecnologias e sistemas para a utilização no telejornalismo.

Muitos são os estudos que pretendem apontar criticamente como a televisão deveria ser ou como deve ser feita. Todavia, os estudos que buscam a compreensão do que ela realmente pode fazer ou faz, partindo das possibilidades e limitações produtivas são escassos e "merecem uma análise mais profunda e atualizada" (BRASIL, 2012. p. 2). A importância histórica, política, econômica e social que a televisão exerce é análoga à importância do telejornalismo, que lida diretamente com a formação da opinião pública através da comunicação de massa.

No caso das produções audiovisuais universitárias, os estudos são ainda menores e um dos motivos é a falta de espaço para a sua visibilidade. "O telejornalismo universitário tem um problema: onde exibir o que se produz" (PENNA, 2005) e apesar de ser datada esta afirmação, ainda encontramos este mesmo obstáculo em 2018. Porém, essa falta de espaço não exclui a necessidade desta modalidade de produção ser objeto de estudo de pesquisadores e servir de referência do que pode ou não ser produzido, praticado ou experimentado (BRASIL, 2012). Os telejornais universitários são alternativas que possibilitam a recriação atualizada e constante do ensino da prática jornalística (MELO, 2009) e também, a experimentação de processos, conteúdos, produtos, equipamentos, sistemas, linguagens e modelos de negócio que podem ser aplicados em diferentes campos da ciência.

Antônio Brasil (2012), alerta para a dificuldade de serem criados parâmetros de comparação entre as produções antigas e as mais recentes. O autor indica alguns fatores que estorvam tais objetivos: a dificuldade de acesso às produções — não existem acervos audiovisuais no Brasil onde se possa consultar com facilidade e extensão as produções já realizadas, nem mesmo através da internet; o engessamento de muitos modelos de análise; o momento de reconfiguração na qual o telejornalismo brasileiro movimenta-se. Porém, as tecnologias digitais e o advento da internet começaram lentamente a alterar o cenário e as produções universitárias ganharam novos espaços e possibilidades de serem apresentadas ao público, arquivadas e conseqüentemente, analisadas.

O período de revisão bibliográfica e observação realizados durante esta pesquisa nos fez compreender que devido a enorme quantidade de alterações e inovações realizadas no mercado de trabalho, as teorias não conseguem acompanhar a velocidade que as mudanças ocorrem, ainda que muitos pesquisadores dediquem seus esforços a tratar deste assunto e produzir novos conhecimentos teóricos cotidianamente e com tenacidade. A cada dia surge um novo método, uma nova proposta, um novo sistema, um novo equipamento, uma nova tecnologia e com isso novas possibilidades de se produzir telejornalismo e é justamente nesta questão que nossa posição se justifica.

O mesmo acontece com a prática, pois apesar de universidades investirem em centros de pesquisa empírica, poucos são os casos onde as experimentações realizadas em telejornais laboratórios são aplicadas em empresas telejornalísticas, quanto menos há parcerias consistentes entre academia e mercado. Na maioria das situações, as firmas desenvolvem inovações a partir da ideia de funcionários ou até mesmo reproduzindo ações já aplicadas por outras empresas do setor. Em questionário aplicado a alguns funcionários da RICTV Record, os resultados apontaram para a desinformação e desinteresse pelas produções acadêmicas por parte dos diretores e editores-chefes dos telejornais da emissora catarinense.

Esse contexto local faz manter-se a cultura de importação de inovações oriundas de grandes emissoras nacionais de TV, que por sua vez, importam experimentações realizadas, testadas e aprovadas em 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, mesmo que no final de tudo, o preço seja mais alto (KOULOPOULOS, 2011). Quanto maior o destaque das empresas no mercado e o sucesso que elas encontram, menor é a chance de a inovação acontecer, pois inovação está

intrinsecamente ligada à crise e correr riscos e isto é o que empresas estáveis e bem-sucedidas comercialmente e economicamente evitam a qualquer custo.

Para exemplificar a realidade local: Florianópolis possui mais de 900 empresas de tecnologia que juntas faturam cerca de 5,4 bilhões de reais por ano. A capital catarinense atualmente é o terceiro maior polo de inovação do Brasil se considerarmos o faturamento médio por empresa que chega a 4,7 milhões de reais por ano. Apesar de se inspirar no Vale do Silício, o mais famoso polo de tecnologia dos Estados Unidos, onde universidades estão em contato direto com as empresas, desenvolvendo programas e projetos experimentais constantemente e com fundos de investimento altíssimos na área da comunicação, Florianópolis não conta com nenhuma pesquisa de iniciativa privada na área do jornalismo, muito menos em telejornalismo. Também não há registro de parcerias em atividade entre universidades e empresas telejornalísticas com foco em pesquisas laboratoriais na capital catarinense. Perante esta realidade, torna-se improvável a viabilidade de iniciativas inovadoras no telejornalismo catarinense que possam ser repercutidas em emissoras de outros estados e países, tampouco com o potencial de aprimorar o ensino durante a formação de novos jornalistas.

2.5 Possibilidades de maior qualidade no ensino e no mercado

É em vista desta situação acima descrita que defendemos a necessidade de as universidades, através dos cursos de comunicação e jornalismo, tomarem a frente neste desafio de experimentações laboratoriais e possibilitar a mudança de sentido nesse processo. Ou seja, é possível criar, experimentar, mensurar resultados e exportar, ou pelo menos sugerir, inovações aos grandes mercados da comunicação e do jornalismo 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 de onde serão aplicados. Com ações desta natureza, estaremos não só contribuindo para um avanço econômico, mas educacional.

É através da prática, da vivência, por meio de imersão, mesmo que de modo laboratorial, e com auxílio das teorias que os estudantes de jornalismo e futuros jornalistas conseguem obter conhecimento amplo e prático sobre as novas maneiras de se fazer telejornalismo. Uma solução já apresentada (BRASIL, 2011) é criar parcerias entre universidade e empresas emissoras de TV, não apenas através de estágios onde alunos tem a possibilidade de trabalhar por tempo e funções limitados, mas

visando a realização de pesquisas e testes de novas tecnologias, modelos, processos e técnicas através dos estudos realizados por pesquisadores em universidades. 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). Acreditamos que agindo deste modo, teremos a possibilidade de bons resultados tanto para o ensino do telejornalismo quanto para as empresas, melhorando sobretudo a qualidade do produto oferecido à sociedade.

Uma segunda 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. Os processos produtivos do telejornalismo são ensinados aos participantes do projeto que realizam reuniões de pauta, saídas a 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 produtivos. Antônio Brasil (2011) diria que isto é uma “Guerrilha Tecnológica”, conceito que o autor criou com o seguinte argumento: “não esperamos as condições ideais. Fazemos com o que temos” (p. 04).

Porém, neste trabalho apresentamos um método de ensino que está sendo aplicado aos alunos de um projeto de extensão chamado TJUFSC e entendemos que este método possa ser um meio de obtenção de um nível de qualidade de ensino excelente dentre os estudantes de jornalismo, bem como aumentar significativamente o volume de produções científicas a partir de um mesmo objeto empírico.

A Universidade Federal de Santa Catarina 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 esforça-se para oportunizar 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 telejornal 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 principais empresas telejornalísticas que atuam no mercado. Essa prática busca oportunizar aos alunos não só a vivência telejornalística, nem tampouco o processo de produção de um telejornal, mas o conhecimento de novas tecnologias e equipamentos que eles irão se deparar ao entrarem no telejornalismo profissional, assim como formar profissionais preparados emocionalmente para lidar com diferentes situações, como grandes acontecimentos sociais, tragédias, gestão de pessoas, gestão financeira e demais situações oriundas da profissão de jornalista.

Este tipo de projeto, por si só, já é uma inovação (ser um telejornal diário, produzido predominantemente 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. O modelo apresentado pela UFSC pode ser adaptado a instituições com orçamentos mais modestos através de equipamentos mais simples, como câmeras fotográficas digitais encontradas facilmente no mercado ou *webcams* e microfones de qualidade e valor inferiores aos utilizados pelo telejornal universitário da UFSC e até mesmo por meio de *smarthphones*. O importante neste caso é oportunizar a prática telejornalística de maneira intensiva e imersiva, apresentando situações reais aos alunos. Desta forma prática e com auxílio teórico, possivelmente teremos profissionais melhores capacitados para exercerem funções no telejornalismo que o mercado de trabalho demanda cotidianamente, aumentando não só a qualidade das produções televisivas, como também a qualidade no ensino do telejornalismo.

Projetos de extensão que priorizem a prática telejornalística podem ser ferramentas de grande potencial para as empresas privadas através de parcerias estabelecidas com universidades, além de beneficiar

a sociedade, uma vez que o jornalismo e de igual forma o telejornalismo, têm como missão a prestação de serviços ao corpo social. Para BRASIL (2012), “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” (p. 4). Através das parcerias laboratoriais, 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. Igualmente, 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 do ensino e da prática telejornalística como profissão.

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 e apontar a direção das próximas mudanças deste cenário. Neste capítulo apresentamos algumas propostas de atividades que já estão em prática e que acreditamos ser boas possibilidades na ampliação da qualidade do ensino em telejornalismo e de inovar de dentro para fora. Ou seja, as universidades, por maiores que sejam suas limitações físicas e financeiras, podem e devem ser referências para empresas privadas no que tange a prática da profissão e dessa forma, aumentar a qualidade do telejornalismo e do ensino. Acreditamos que este seria o sentido correto das inovações, que deveriam ser criadas, experimentadas e validadas dentro dos centros de pesquisa universitários e posteriormente aplicadas em empresas inseridas no telejornalismo comercial.

3 A ESCOLHA DO CORPUS

Para auxiliar os estudos, nesta pesquisa foi estabelecido que a metodologia a ser utilizada seria a observação participante, pois “para se compreender a evolução do comportamento de pessoas e de grupos é necessário observá-los por um longo período e não num único momento” (WHYTE, 2005, p. 320). Porém, em alguns momentos realizamos algumas experimentações junto ao corpo discente, bem como a aplicação de questionários aos alunos e profissionais de telejornalismo para uma validação mais consistente dos resultados obtidos. Por este motivo,

entendemos que existe um caráter de pesquisa aplicada neste trabalho, pois as pesquisas aplicadas necessitam responder a necessidade expressa por “clientes, atores sociais ou instituições” (THIOLLENT, 2009, p.36).

Inicialmente, pretendíamos observar as atividades dentro do processo de produção de imagens de um telejornal comercial, para que fosse possível definir parâmetros de análise em relação às atividades realizadas em um telejornal universitário, levando em consideração a ocorrência de inovações. Para isso, primeiro escolheu-se o telejornal comercial que serviria como parâmetro, meio as transformações e mutações do telejornalismo por consequência das inovações cada vez mais constantes, aceleradas e dissemelhantes. O objetivo neste momento era confirmar a existência das três etapas de produção de imagens em um telejornal comercial — captação, edição e exibição — para que, a partir da confirmação e a constatação de como se dá este processo, fosse possível verificar se as mesmas etapas poderiam ser praticadas e ensinadas durante a formação de novos jornalistas.

Após quatro meses de negociação com diferentes empresas telejornalísticas, conseguiu-se autorização para realizar a pesquisa junto a redação do RIC Notícias, o telejornal da empresa RICTV Record, afiliada da Rede Record de televisão em Santa Catarina. O passo seguinte foi escolher qual telejornal universitário poderia servir como segundo objeto empírico neste processo de análise. Para isto, realizou-se contato com a Associação Brasileira de Televisão Universitária onde o objetivo foi encontrar um telejornal que contivesse o máximo de características semelhantes ao telejornal comercial observado.

Através de pesquisa no banco de dados da ABTU em busca de quais eram as universidades que possuíam TV Universitária no Brasil, chegou-se a um total de 31 universidades cadastradas no site como associadas. Depois, esse grupo foi filtrado e reduzido às universidades que possuíam um telejornal universitário ao vivo. A partir daí, separamos os telejornais produzidos 100% por alunos e por fim, identificamos quais telejornais produziam regularmente edições diárias. Nesta etapa de filtragem, a pesquisa apontou que o TJUFSC da Universidade Federal de Santa Catarina, em Florianópolis, e o Universo FAG, do Centro universitário da Fundação Assis Gurgacz, em Casavel no Paraná, eram os únicos telejornais universitários brasileiros que atendiam as necessidades da pesquisa.

Havia então duas últimas categorias para uma última discriminação: o conteúdo e o público alvo dos programas. Foi a partir desta filtragem que conseguimos identificar as diferenças entre o TJUFSC e o Universo FAG. Observamos que o conteúdo do telejornal

universitário catarinense é desligado da instituição, objetivando alcançar não apenas a comunidade acadêmica, mas a sociedade em geral, em especial os moradores da grande Florianópolis. Já o telejornal da instituição paranaense, se limita a oferecer matérias de interesse da instituição e seus estudantes. Portanto, a escolha de nosso objeto a ser observado foi feita com a justificativa de que o TJUFSC é o único telejornal universitário brasileiro, com edições diárias, produzido 100% por alunos, transmitido ao vivo e para um público-alvo mais abrangente, visto que não produz apenas matérias institucionais, nem tampouco restringe-se ao universo acadêmico.

Assim como o RIC Notícias, o TJUFSC é um telejornal produzido e exibido diariamente, através de transmissões ao vivo, realizado por um mesmo grupo de pessoas (neste caso estudantes de jornalismo), com temas variados e de interesse da sociedade, descaracterizando-se da institucionalidade dos assuntos. Outra característica que entendemos ser importante e que foi levada em consideração inicialmente durante a seleção do corpus da pesquisa é a questão dos equipamentos utilizados. O TJUFSC produz seus materiais com o auxílio de tecnologia digital, salvas as limitações financeiras e a dissemelhança entre as marcas, são equipamentos da mesma categoria que os utilizados no telejornal RIC Notícias.

As movimentações iniciais das atividades que originaram esta pesquisa partiram da hipótese na qual entendia-se que sob a perspectiva das inovações, não seria corriqueiro encontrar ações inovadoras em um telejornal produzido durante uma disciplina obrigatória, que geralmente tem data para terminar as atividades e está fixado a um plano de ensino e uma ementa engessada. Afim de validar tal raciocínio, durante estágio obrigatório para a obtenção do título de mestre, o pesquisador escolheu lecionar e participar de aulas na disciplina "Laboratório de vídeo e telejornalismo I", no quarto período do curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Além de proporcionar enorme aprendizado em relação a docência, a experiência serviu para constatar que é possível realizar ações inovadoras em um telejornal produzido durante uma disciplina, mas que são apenas práticas isoladas e que sem continuidade e regularidade, devido ao prazo máximo estipulado para a conclusão da disciplina, não é possível validar as experimentações previstas nesta dissertação com suficiente argumentação.

Verificou-se portanto, a partir de tais experiências, que para a realização de uma análise consistente, somente um telejornal laboratório, resultado de um projeto de extensão, expressando determinada

regularidade, com exibição ao vivo e produções diárias, desenvolvido por um mesmo grupo de pessoas (neste caso, alunos) e com assuntos variados sobre acontecimentos factuais na sociedade serviria como elemento de análise nesta pesquisa. Entendemos que as atividades desenvolvidas por meio de um telejornal laboratório universitário com tais características, mais se aproximam das ações praticadas no telejornalismo profissional e possibilitaria maior consistência de resultados, ainda que entendamos que seja inviável levantar qualquer comparação entre um telejornal comercial e um telejornal universitário.

Após os primeiros quatro meses de observação em ambos os telejornais analisados, percebeu-se que as inovações acontecem em velocidade, volume, quantidade e tipos diferentes entre os processos de produção de imagens realizadas pelo RIC Notícias e o TUFSC. Porém, diferente do que suspeitávamos no início da pesquisa, foi no telejornal universitário da UFSC que as inovações puderam ser constatadas com mais frequência e variedade. Além disso, neste mesmo período, percebeu-se que o modelo de ensino aplicado pelos professores coordenadores do projeto, resultava em um avanço expressivo no aprendizado dos alunos, em especial nas questões técnicas de captação e transmissão ao vivo de imagens. Paralelamente a estas descobertas, possibilitadas através da análise dos primeiros resultados apanhados, identificamos no TUFSC grande volume de características exclusivas ou pouco vistas em telejornais universitários.

Foi a partir deste conjunto de evidências que observamos a possível eficiência de tal método de ensino e decidimos realizar diferentes experimentações, afim de validar os resultados encontrados. Após analisar tais resultados, observamos indícios de que o modelo didático aplicado aos alunos participantes do TJUFSC deve ser destacado em posição de referência para outras instituições de ensino, inclusive serve como objeto de estudo para diferentes interesses da ciência e instituições com fins comerciais. Com base nestes acontecimentos, estabelecemos definitivamente o objeto empírico na qual iríamos analisar e readaptamos o objetivo da pesquisa: mapear o modelo de ensino praticado dentro do esquema didático proposto aos participantes do Telejornal Universitário da Universidade Federal de Santa Catarina, observando as etapas de captação, edição e exibição de imagens, dentro do processo de produção de imagens do TJUFSC, em busca de características que possibilitem sua validação como método de ensino eficiente e inovador em tempos de mudanças constantes no telejornalismo.

3.1 O Telejornal Universitário da Universidade Federal de Santa Catarina

Utilizamos como objeto de análise um modelo de ensino que entendemos ser inovador e está em operação desde o mês de abril de 2012 ininterruptamente através de um projeto de extensão permanente do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC) da Universidade Federal de Santa Catarina. Acreditamos na possibilidade deste modelo ser replicado por outras instituições que tenham o objetivo de oportunizar aos alunos a prática diária da produção ao vivo em telejornalismo e formá-los profissionais com espírito crítico e criativo, porém com responsabilidade e ética, além de habilidades cognitivas avançadas para atuar em uma área em constante mutação. Dar espaço a experimentações, além de produzir conteúdos de interesse à comunidade universitária, garantindo acessibilidade, a promoção de novas linguagens audiovisuais e promover a integração com outros centros de ensino é objetivo deste projeto. Trata-se de um telejornal laboratório universitário.

(...) o jornal-laboratório é um veículo que deve ser feito a partir de um conjunto de técnicas específicas para um público também específico, com base em pesquisas sistemáticas em todos os âmbitos, o que inclui a experimentação **constante** [grifo nosso] de novas formas de linguagem, conteúdo e apresentação [...] Eventualmente, seu público pode ser interno, desde que não tenha caráter institucional. (LOPES, 1989, p.50).

O Telejornal da Universidade Federal de Santa Catarina, TJUFSC, é um programa diário, apresentado ao vivo, 100% produzido por alunos de graduação em jornalismo e veiculado via *streaming* através do Youtube. Na segunda metade de 2017, as produções passaram a ser exibidas também em canal aberto para todo o estado, através da TV UFSC. Sem ligação com empresas privadas, sem imposições e restrições institucionais e desligado de disciplinas, este modelo *sui generis* de telejornal universitário tem como objetivo potencializar a formação de profissionais, sobretudo às habilidades técnicas e cognitivas.

Esta iniciativa é oriunda de outro projeto com as mesmas características, o TJUERJ da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, na época coordenado por um dos professores que atualmente coordena o TJUFSC, Antônio Brasil. Em 2001, o telejornal universitário da

Universidade do Estado do Rio de Janeiro foi quem deu os primeiros passos em direção à prática imersiva em telejornalismo universitário transmitido via web no Brasil, sendo o primeiro webjornal audiovisual universitário brasileiro. Não se tratava apenas de um telejornal produzido por alunos, mas uma pesquisa aplicada em busca de respostas para problemas contemporâneos.

Outras instituições brasileiras também investiram nesta metodologia de ensino que prioriza a prática diária. Alguns exemplos são: o Universo FAG, telejornal universitário diário do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz, em Cascavel, no Paraná e o Estácio no Ar, telejornal produzido pelos alunos da Estácio de Sá, do Rio de Janeiro. Na maioria dos casos, profissionais técnicos executam serviços de cinegrafia, edição e exibição das imagens durante a apresentação do telejornal. Há casos, como o Universo FAG, em que o telejornal ao vivo é diário, produzido e operado por alunos, porém, os assuntos exibidos são de interesse institucional.

Portando, esta foi a categoria de seleção decisiva para maior consistência das análises contidas nesta pesquisa. A principal diferença entre estes telejornais e o TJUFSC está na liberdade de escolha dos temas que serão abordados nas matérias produzidas. Ainda que os professores coordenadores do projeto acompanhem o processo de produção das notícias, os alunos não têm a obrigação de produzir apenas matérias com assuntos institucionais. Aos alunos, dá-se a liberdade e aponta-se a responsabilidade de produzir, editar e exibir matérias de quaisquer assuntos. Durante todo o período de atividade do telejornal universitário da UFSC, não há registro de nenhuma matéria vetada pelos professores ou até mesmo pela reitoria da universidade. Além disso, os alunos têm a liberdade de utilizar os equipamentos fora do câmpus e esta decisão, mantida pelos professores coordenadores, é fundamental para o bom andamento do projeto e sua sobrevivência.

3.1.1 Cinco anos de edições diárias

A primeira edição do TJUFSC, produzida por duas alunas bolsistas e outros seis alunos voluntários, foi realizada no dia 19 de abril de 2012 e desde então o telejornal é veiculado diariamente, de segunda à sexta-feira, a partir das 18 horas, durante os períodos letivos da UFSC. De cunho laboratorial e sob a orientação dos professores doutores Cárilda Emerim e Antônio Brasil, este projeto tem como meta oportunizar o aprendizado de técnicas de produção audiovisual, pauta, reportagem, entrevista, edição e transmissão de sons e imagens na mesma velocidade

que as novas tecnologias e inovações do mercado de trabalho avançam. Trata-se de um telejornal universitário que propõe reproduzir as mesmas condições e situações encontradas no dia a dia do jornalista, com assuntos verídicos. Porém, produzido prioritariamente por alunos. Tudo com o auxílio de equipamentos digitais.

Hoje, ultrapassando a marca de 800 edições, o projeto não conta mais com o auxílio de bolsas de incentivo, mas é possível observar que ainda assim, os estudantes valorizam a proposta e enxergam no TJUFSC uma oportunidade maior de aprendizado e a possibilidade de praticar telejornalismo antes mesmo de entrar no mercado de trabalho. Tal análise pode ser realizada a partir da observação da quantidade de alunos que participam voluntariamente do projeto. São mais de 30 alunos que atualmente fazem parte da equipe do TJUFSC, dedicando, pelo menos, três horas diárias às atividades do projeto. Dentre elas: a apuração de pautas, captação e edição das informações e a exibição do programa. Apesar das disciplinas que abordam a prática e a teoria do Telejornalismo serem oferecidas apenas na segunda fase do curso e posteriormente como disciplina optativa, existem 17 graduandos calouros participando do projeto e atuando como apresentadores, repórteres, editores, operadores de câmera, áudio e teleprompter.

A possibilidade oferecida aos alunos da primeira fase, de se produzir um telejornal entendemos ser fundamental, não apenas na formação de profissionais com alta qualidade técnica para atuarem no mercado de trabalho, mas para uma melhor compreensão dos conteúdos apresentados nas disciplinas oferecidas no decorrer do curso. Através do estágio em docência foi possível analisar que os alunos que participam das práticas do projeto apresentaram melhor desempenho na compreensão das teorias em sala e desenvolveram com maior habilidade as técnicas cinematográficas, como: operação de câmera, enquadramento, composição, iluminação e técnicas de apresentação e reportagem para televisão. Percebemos que esta característica permite que os professores imponham um maior aprofundamento de determinados temas durante as aulas e conseqüentemente, aumentar consideravelmente o nível de conhecimento dos alunos e a qualidade do ensino da praticado pela instituição.

Para se aprender a produzir um telejornal é necessário que os alunos já tenham exercitado os fundamentos (off, passagem, stand-up, apresentação, edição, pauta/produção/execução, escrever corretamente para o telejornalismo, etc.) e

possam, com a tecnologia básica, compreender as rotinas produtivas e chegar mais perto da execução desta prática. Apenas com a teoria sem a prática, não se consegue aprender, de fato, a produzir telejornalismo.(EMERIM, Cárlica. BRASIL, Antonio, 2011).

É exatamente neste ponto que enxergamos o TJUFSC como uma proposta inovadora para o ensino de telejornalismo. É um modelo que proporciona ao aluno a prática do que ele irá explorar na teoria dentro da sala de aula. De maneira intensiva e imersiva, os alunos aprendem a lidar com as dificuldades, os obstáculos e o imprevisível, além de situações comumente encontradas na rotina produtiva de um telejornal diário. Esta característica do projeto se mostrou potencializadora no desenvolvimento das habilidades cognitivas dos alunos, tais como: oratória, empatia, autoconfiança e autocontrole. Ao observar a apresentação de cada aluno ao iniciar a disciplina de "Laboratório de vídeo e telejornalismo I" e as suas atividades dentro do TJUFSC no decorrer do tempo foi possível constatar a evolução destas habilidades em cada aluno.

As visitas técnicas a RICTV Record nos permitem apontar que o processo de produção do telejornal universitário da Universidade Federal de Santa Catarina, é até determinado ponto, semelhante ao processo de produção dos telejornais que atuam no mercado da comunicação na região Sul do Brasil. Tal constatação pode ser utilizada como argumento ao afirmarmos que o TJUFSC não é apenas um telejornal universitário laboratório, mas um concorrente dos demais telejornais de Santa Catarina, ainda que modestamente e sem a pretensão de disputar a liderança de audiência.

Durante a história do TJUFSC, inúmeras matérias de abrangência local, regional, nacional e internacional já foram produzidas. Exemplos recentes são a cobertura da Copa do Mundo de Futebol em 2014 e das Olimpíadas realizadas no Rio de Janeiro em 2016. Temas polêmicos, como a invasão da Polícia Federal ao Bosque da UFSC⁵, com quase 19 mil visualizações e a ocupação dos estudantes a escolas e universidades que ocorreu em todo o país⁶, podem ser destacados e são exemplos de como a prática imersiva contribui para que os alunos aprendam a produzir

⁵ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=2PS9xqOEW7Q>> (último acesso: 13 de abril de 2017).

⁶ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KkYWNksqxs4>> (último acesso: 13 de abril de 2017).

material audiovisual de qualidade e agir com postura profissional mesmo em situações extremas de conflito.

Matérias de entretenimento também são produzidas pelo TJUFSC, como as elaboradas no festival internacional de música, Rock in Rio e a entrevista excêntrica com um dos servidores da universidade, que viralizou nas redes sociais com mais de meio milhão de acessos⁷. Processos políticos importantes também foram acompanhados pela equipe de alunos. Durante a greve dos professores e servidores federais que ocorreu durante longos meses no ano de 2012 o TJUFSC ofereceu uma cobertura completa sobre a situação em todo o país que totalizou 19 edições⁸ que traziam este tema como assunto. Além disso, durante as eleições estaduais de 2016 os alunos realizaram boletins⁹ ao vivo de diversos pontos da cidade de Florianópolis apresentando um panorama geral dos locais de votação, movimentação dos candidatos e eleitores e entrevistas com especialistas em ciência política.

Uma das situações mais delicadas que o projeto precisou enfrentar foi a cobertura da morte do reitor da UFSC¹⁰, Luiz Carlos Concellier de Olivo, em outubro de 2017 e que se estendeu durante duas semanas na programação do telejornal. O caso necessitou de postura ética e sensibilidade durante as transmissões, não apenas pelo fato de se tratar do reitor de uma das principais Universidades do país, na qual o TJUFSC fazia parte, mas pela causa morte atestada e contexto político-judicial na qual Concellier estava incluído. Durante todo este período, por muitas vezes o TJUFSC serviu como única fonte para os jornalistas das emissoras de televisão que atuam em Santa Catarina. Tal fato merece ser destacado pois, demonstra como os jornalistas e suas equipes manifestam confiança nos alunos e nas atividades do telejornal universitário da UFSC.

Os registros audiovisuais analisados no canal [youtube.com/TJUFSC](https://www.youtube.com/TJUFSC) permitiram arrolar que durante os cinco anos do projeto, o TJUFSC firmou parcerias com outras instituições de ensino,

⁷ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=O-aFkCyYkVU>> (último acesso: 13 de abril de 2017).

⁸ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Ta4MsvVBcPs>> (último acesso: 13 de abril de 2017).

⁹ Disponível em

<https://www.youtube.com/watch?v=5TeD45u3SNA&list=PLJglk8dHWQbLw_f8L8G2ZE1sYCcfY1xPrG> (último acesso: 13 de abril de 2017).

¹⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=IYTQ-fXExwg>> (último acesso: 23 de outubro de 2017).

possibilitando a veiculação compartilhada de diversas matérias¹¹ em outras regiões do país. Essa iniciativa inovadora promoveu em 2013 a criação do primeiro telejornal nacional universitário do Brasil e possibilitou que em apenas uma edição, notícias de seis cidades em cinco diferentes estados brasileiros pudessem ser exibidas. Através de parcerias, as matérias produzidas pelos alunos do TJUFSC eram disponibilizadas aos telejornais da Universidade Federal do Pampa (Pampa News), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, da Universidade Positivo, do Instituto Educacional Luterano de Santa Catarina, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (TJUERJ) e da Universidade de Brasília (Telejornal Campus). Da mesma forma, estas instituições enviavam periodicamente materiais prontos para serem veiculados no TJUFSC. Temos a confiança que esta expansão de conteúdo e alcance de transmissão proporciona aos alunos a capacidade de análise crítica dos temas a serem abordados e a prática da função de *gatekeeper*¹², na qual o jornalista tem o direito de estabelecer se uma notícia irá ser transmitida ou retransmitida e de qual maneira isso acontecerá (McQuail, 1972 *apud* GOMIS, 1991, p. 81).

3.1.2 Os processos produtivos do TJUFSC

Todas as ações propostas e posteriormente realizadas pelos alunos acontecem sob supervisão dos professores coordenadores do projeto que procuram treinar e ensinar os alunos a criarem a linha editorial do telejornal de forma responsável, coerente e ética. Ainda que a independência seja intensivamente estimulada, a responsabilidade por tomar decisões não deixa de existir. Acreditamos que tal posicionamento educacional dos professores torna este projeto, mais uma vez, inovador e de grande importância para o ensino, pois a valorização de princípios éticos e morais praticados na sociedade, sobretudo no jornalismo, promove um aumento na qualidade e credibilidade da informação, produto intrinsecamente ligado à prática telejornalística, segundo Sebastião Squirra.

¹¹ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=uSzyBneWhRk>> (último acesso: 13 de abril de 2017)

¹² “A teoria do *gatekeeper* surgiu nos anos 50, aplicada por David Manning White em um artigo publicado na revista *Journalism Quarterly* - a mais antiga revista acadêmica sobre estudos jornalísticos”. (WEBER, 2010. p.6).

A mensagem telejornalística requer uma abordagem precisa e cuidadosa. No ensino de telejornalismo acredito que estes são os conhecimentos e valores que só se adquirem produzindo, avaliando, redirecionando, mudando posturas, voltando a produzir, numa infundável espiral que evidencia que a escola deve vivenciar o espírito que rege a vida prática das redações e centros de produção audiovisual. Os grandes exemplos nos mostram que a reflexão e a experimentação contínua moldam excelentes produtos. (SQUIRRA, 2000)

Durante a realização da reunião de pauta e após as sugestões de assuntos a serem abordados é discutido a viabilidade e logística da produção, os equipamentos necessários, qual a equipe será designada e em qual edição a matéria a ser produzida será veiculada. Essas decisões são tomadas entre os dois editores-chefes do telejornal em conjunto com os demais alunos participantes, sob coordenação dos professores. Neste ponto é importante destacar que no início de cada ano letivo os editores-chefes indicam os seus sucessores e a decisão de aprovar ou não a escolha cabe aos professores que coordenam o projeto.

Em relação a esta constatação, entendemos que tal fato deve ser levado em consideração: em cinco anos, todas as sugestões indicadas pelos antigos editores-chefes foram acatadas pelos professores. Tal situação, demonstra que os alunos, durante a experiência de “comandar um telejornal”, desenvolvem a capacidade de identificar na equipe pessoas com perfis de liderança, qualidades técnicas e com níveis de comprometimento com o projeto. Profissionais com a capacidade de gerenciar pessoas é uma necessidade que o autor desta pesquisa, durante suas experiências profissionais, detectou no mercado de trabalho. Estas demandas podem ser supridas através de iniciativas de mesma natureza que as praticadas no TJUFSC.

Figura 5 - Reunião de pauta do TJUFSC



Fonte: O autor (2016).

Durante a pesquisa, pôde-se notar que os alunos escolhidos para assumir a função de editores-chefes ficam encarregados pela realização diária do telejornal, assim como pelas atividades que o projeto demanda. A criação do espelho do telejornal, a escala de apresentação e a redação dos textos dos apresentadores, o acompanhamento das edições das imagens e o relacionamento com os professores que coordenam o projeto, são atividades frequentemente desempenhadas pelos editores-chefes. Percebemos que tais responsabilidades estimulam o aprendizado de habilidades cognitivas do aluno e potencializam a formação de profissionais com espírito de liderança e comprometimento profissional.

Se levarmos em consideração a colocação de TOURINHO (2009) ao afirmar que “as inovações [no telejornalismo] nascem de decisões individuais ou de pequenos grupos, uma vez que não há critérios protocolares que digam o que e quando devem mudar” (p. 196), podemos concluir que esta prática do TJUFSC potencializa o surgimento de inovações não-tecnológicas, ou seja, a germinação de novos e diferentes processos dentro deste sistema. Além disso, comumente durante a apresentação do telejornal, os editores-chefes assumem a função de diretor de imagem e diretor do programa. Observamos que atividades desta natureza proporcionam aos alunos a capacidade de gerenciar crises, gerenciar pessoas e amplia o conhecimento técnico dos mesmos,

promovendo a formação de profissionais aptos a atuarem em qualquer função dentro de um telejornal e a lidarem com as mais diversas situações de estresse decorrentes da profissão.

Figura 6 - Sala de controle de estúdio do TJUFSC



Fonte: O autor (2017).

Com as pautas definidas para a semana seguinte e as equipes previamente escolhidas para a produção, os alunos fazem a solicitação dos equipamentos necessários à equipe técnica da universidade. Após o pedido ser aprovado, eles saem a campo conforme suas disponibilidades pessoais e fora do horário de aula, para a realização das matérias. Geralmente, as equipes são compostas por um aluno cinegrafista, responsável em fazer a captação das imagens e áudio da matéria, um aluno repórter, com a responsabilidade de apurar os fatos, realizar as entrevistas e escrever o texto que será utilizado na produção e, em alguns casos, um terceiro aluno. Este faz o papel do produtor e auxilia tanto nas questões técnicas durante a captação das imagens, como no transporte de materiais, encontrar locais para gravação, na busca por novas fontes e na indicação/sugestão de novas perspectivas para o assunto.

Observamos que há casos onde a equipe vai a campo apenas com um cinegrafista e um repórter, assim como existem casos em que ela é formada por mais de um cinegrafista, repórter ou produtor. Há também a

prática de videojornalismo, onde o aluno produz toda a matéria individualmente, operando câmera, atuando como repórter, como produtor e por fim, realizando a edição do material captado. Esta prática possibilita que o aluno desenvolva um olhar mais amplo das possibilidades de se registrar um fato e torná-lo notícia. Tudo é decidido entre os discentes em concordância com os editores-chefes e sob coordenação dos professores.

Verificamos que esta proposta multifuncional aplicada ao TJUFSC, beneficia a aprendizagem de funções técnicas, comumente não corriqueiras para jornalistas, mas que através de uma visão mais ampla sobre o conceito de televisão, é de extrema importância na aplicação em mídias que utilizam recursos visuais através de imagens em movimento. Entende-se que esta postura oportuniza a formação de profissionais capacitados para atuar tanto no telejornalismo tradicional quanto nas possíveis inusuais características que o telejornalismo pode apresentar no futuro. A demanda de pessoal com postura e qualificação prática em multifunções já é realidade em produções para internet e em produtoras de conteúdo audiovisual e este dado serve de múnica para as instituições de ensino que pretendam oportunizar um ensino de qualidade e condizente com as transformações contemporâneas do telejornalismo.

Figura 7 - Equipe durante a etapa de captação de imagens



Fonte: acervo do TJUFSC.

Após a captação das imagens e áudio, da realização das entrevistas, da apuração dos fatos e da redação final, os alunos voltam ao estúdio que fica localizado no Centro de Comunicação e Expressão da UFSC, em Florianópolis, onde eles tem à disposição uma sala exclusiva para a produção do TJUFSC. Esta sala conta com dois computadores ligados à internet e equipados com softwares de edição e tratamento de imagens (Adobe Premiere Pro CC; Adobe Photoshop CC; Adobe InDesign CC) que possibilitam a produção do produto final com qualidade profissional. As edições são realizadas pelos próprios alunos e contam com o apoio de um profissional técnico disponibilizado pela universidade em cada período, além de um aluno monitor de turma que auxilia os colegas conforme suas dificuldades. É importante ressaltar que esta rotina é contínua e regular, todos os dias os estudantes realizam a produção e edição de matérias, assim como a exibição do telejornal.

Figura 8 - Sala exclusiva do TJUFSC



Fonte: O autor (2017).

Por volta das 17 horas, com a reunião de pauta realizada, os assuntos definidos e com as matérias prontas e entregues pelas equipes, os editores-chefes montam a edição do dia. Com base nos acontecimentos locais, regionais, nacionais e internacionais de maior relevância, eles escolhem qual assunto irá abrir o programa naquela edição e qual será a sequência de matérias que dará forma ao telejornal. A equipe técnica

responsável pela transmissão do telejornal é composta exclusivamente por alunos. Um aluno atua como operador de teleprompter, um aluno opera a mesa de áudio, um aluno exerce a função de diretor de imagem e outro aluno de diretor geral.

Minutos antes do início da transmissão, são checadas as baterias dos receptores (M720 - SONY) dos microfones lapela, as configurações da mesa de áudio, o posicionamento dos iluminadores e a temperatura das cores que produzem a iluminação do estúdio, o enquadramento, o foco e a temperatura de cores das duas câmeras (PMW200 - SONY - HD422), as configurações do texto que será apresentado no teleprompter aos apresentadores e as configurações da mesa de corte (Tricaster 860 Cs).

O TJUFSC iniciou com cenário físico, onde o apresentador realizava a apresentação com o auxílio de uma tela de TV ao fundo, mas desde de 2014 o telejornal vem utilizando a tecnologia digital em seu cenário que hoje é todo reproduzido através de tecnologia holográfica que incorpora ambientes em três dimensões. Essa técnica possibilita diversos recursos visuais, como por exemplo colocar o apresentador “dentro da notícia”, porém toda tecnologia exige um domínio técnico extenso e, por muitas vezes, por optar pela utilização de hologramas em seu cenário, os alunos precisam resolver problemas técnicos que surgem antes e durante a apresentação do programa. Muitas vezes o programa vai ao ar com fundo completamente azul, pois os problemas técnicos não são resolvidos a tempo do telejornal iniciar.

Figura 9 - Problemas técnicos



Fonte: O autor (2017).

3.1.3 No ar, o TJUFSC

Durante a apresentação do telejornal, um número variável de discentes costumam assistir aos colegas apresentadores da sala de controle, sob o olhar dos professores orientadores do projeto, que fazem questão de acompanhar este momento sugerindo alterações, para que a capacidade de inovação dos alunos possa ser estimulada. Para Koulopoulos (2011, p.17), “novos comportamentos abrem a porta para novas oportunidades de negócio, e é exatamente aí que começa a inovação radical”. Esse momento é de nervosismo e tensão a todos que estão inseridos na produção do TJUSFC, podendo ser facilmente comparado com a tensão que ocorre durante a apresentação de todos os telejornais ao vivo transmitidos pelas grandes emissoras de televisão. Todos querem ouvir ao final do programa a habitual frase utilizada pelo coordenador do projeto: “o avião decolou mais uma vez com sucesso!”.

Após cada programa os editores-chefes, junto aos professores, assistem novamente o telejornal com olhar crítico em busca de erros que possam ser corrigidos na parte técnica, textual, visual e de conteúdo, novas possibilidades técnicas e de produção. Nesse momento, quando é praticado um *feedback*, é mais uma oportunidade eficaz de aprendizado que os alunos possuem neste projeto. Dessa maneira, eles aprendem a avaliar suas produções e desempenhos individuais, desenvolvem a capacidade de produzir, exibir e analisar criticamente todo o material.

Figura 10 - Equipe durante a etapa de exibição



Fonte: O autor (2017).

3.2 O modelo de ensino inovador e eficiente do TJUFSC

As inovações auxiliam em novas práticas, novos processos, na criação e utilização de novos produtos e tecnologias, porém, esse volume de mudanças deixa em alerta o ensino de telejornalismo, que precisa apresentar-se atualizado e consentâneo com as novas práticas profissionais. Muitas vezes, as tentativas são travadas por grandes investimentos financeiros, tradicionalmente conhecidos por quem pretende excelsar a teoria e exibir um telejornal regularmente durante a formação de jornalistas.

Para alcançar resultados satisfatórios dentro de um esquema ensino-aprendizagem, instituições e professores têm recorrido a diferentes métodos de ensino, desde os mais tradicionais e gerais até modelos mais específicos. Na maioria dos casos observados, os docentes ministram as aulas e desenvolvem atividades objetivando a criação de um telejornal apresentado e/ou produzido por alunos ao final de cada semestre. Esta prática oportuniza grande aprendizado, mas está distante da regularidade apresentada pelo mercado e tem diferentes propostas bloqueadas por um plano de ensino engessado, minimizando o potencial didático e experimental dos docentes.

Algumas instituições se esforçam para ir além e desenvolver as praxes do telejornalismo através da elaboração de um telejornal universitário semanal e raros são os casos onde os alunos desenvolvem

atividades diárias de produção. Ainda mais inusuais são as produções universitárias ao vivo. Em todos estes casos, normalmente os alunos são auxiliados por professores, técnicos de laboratório e jornalistas contratados para realizar serviços de cinegrafia, edição de áudio e vídeo, operação de equipamentos de transmissão e gerenciamento do projeto. Deste modo, sobram poucas funções e, principalmente, responsabilidades aos alunos, limitando o aprendizado e o desenvolvimento de habilidades dos discentes.

Que há grandes dificuldades em relação a manutenção de um projeto de extensão, sobretudo inserido em uma instituição federal brasileira, dadas suas limitações físicas, financeiras e de pessoal, não se pode desacreditar. Mas, tratando-se especificamente do TJUFSC, essas dificuldades estão dilatadas, pois este é um projeto que depende de constante participação voluntária dos alunos do curso de graduação em jornalismo da UFSC, visto a inexistência de incentivos financeiros através de bolsas de estudo ou qualquer tipo de parceria com empresas privadas. Assim sendo, há grande importância da postura motivacional incorporada pelos coordenadores do projeto para o bom andamento das atividades e, sobretudo, das pesquisas.

O TJUFSC, possibilita aos alunos o ganho de experiências antes mesmo de entrarem no mercado de trabalho e aos pesquisadores, ele oferece uma multiplicidade de objetos de estudo e pesquisa para diferentes áreas da ciência, como a Comunicação, as Engenharias, as Tecnologias da Informação e até áreas como a Biologia e a Psicologia. Por meio da criação do telejornal universitário ao vivo, diário e produzido 100% por alunos, é possível realizar experimentações de novas técnicas, novos processos, novas funções, novos equipamentos e produtos, novos métodos de ensino e teorias que podem ser discutidas com maior contribuição empirista dos problemas em diferentes áreas da ciência.

De cunho laboratorial, o telejornal pesquisado, através de um método de ensino com evidentes características da Teoria do Reforço apresentada pelo psicólogo norte-americano, Burrhus Frederic Skinner (1971), desperta o interesse de alunos de diferentes semestres, inclusive os iniciais. O tempo de permanência dos discentes no projeto também apresenta números positivos. Além disso, os professores ao manterem uma conduta de observação e motivação, ampliam o poder de decisão dos discentes e potencializam o aprendizado de condutas profissionais e sociais. Tais características ao serem observadas, foram determinantes para a definição do objeto empírico.

Observamos que o TJUFSC oportuniza o aprendizado de técnicas de produção audiovisual, reportagem, edição e transmissão de áudio e imagens, na mesma velocidade que as novas tecnologias e inovações do mercado de trabalho avançam, pois trata-se de um telejornal regular, com assuntos variados e produzido por alunos com o auxílio de equipamentos digitais modernos. Ou seja, salva as limitações financeiras, as tecnologias manuseadas são da mesma categoria que os equipamentos utilizados pelas principais empresas telejornalísticas que atuam no mercado, assim como os problemas que estas tecnologias possam vir a apresentar.

Percebemos que esta prática proporciona aos alunos não apenas a vivência telejornalística, nem tampouco a rotina de produção imitante à profissional, mas o conhecimento de novas tecnologias e equipamentos que eles irão se deparar ao entrarem no mercado de trabalho. Além disso, este projeto se mostrou capaz de potencializar o desenvolvimento de habilidades cognitivas, como: gestão de pessoas, gerenciamento de crises, empatia, autoconfiança, autocontrole, oratória e criatividade.

Durante o período de observação do processo de produção de imagens deste telejornal universitário e laboratório, observou-se dentre as análises realizadas que a psicologia motivacional comportamental aplicada aos alunos, pelos professores coordenadores, é fundamental para a manutenção e a existência do projeto. Tal característica foi destacada, pois trata-se de uma prática que neste caso, potencializa o esquema ensino-aprendizagem e aumenta o interesse e o tempo de permanência dos alunos nas atividades propostas.

3.3 A psicologia motivacional e a potencialização do ensino

Para compreender as práticas docentes aplicadas ao TJUFSC como um método de ensino e poder alvitar sua eficiência ou não no processo de aprendizagem, aplicou-se um questionário com os alunos, na qual exercitamos o conceito de feedback autogerenciado – “quando o funcionário é capaz de monitorar o próprio progresso” – segundo Stephens Robbins (2009, p. 141). Além disso, por meio deste questionário objetivou-se resultados com relação à satisfação dos alunos em relação as práticas docentes, o tempo de permanência no projeto, a idade dos participantes, quais seus objetivos em participar do projeto, dentre outras questões que serão exibidas neste trabalho. O questionário completo encontra-se anexado a este documento.

Destacamos aqui, um dos dados obtidos através do questionário aplicado: os dados mostram que 88,9% dos alunos, quando necessitam

solicitar ajuda para resolverem determinados problemas, procuram auxílio junto aos técnicos de laboratório. Os professores, neste caso, são procurados por apenas 10% dos alunos que precisam de alguma ajuda com relação à produção do telejornal. Tal fato é compreensível quando sabe-se que o gerenciamento do projeto funciona da seguinte maneira: ao precisar de ajuda, recomenda-se que o aluno procure primeiro por um colega, caso o colega não tenha conhecimento para ajudar, o técnico de laboratório deve ser acionado e em últimos casos, o professor auxilia na resolução. Pesquisadores, doutorandos e mestrandos também são acionados com certa frequência em determinadas situações.

O que nos chamou atenção neste quadro é que durante os 10 meses de acompanhamento das atividades, não foi possível identificar nenhum estímulo negativo aos alunos ou reprovação por parte dos professores. Pelo contrário, ao final de cada atividade, cada edição do telejornal, cada ação dos alunos, os docentes sempre utilizaram palavras de incentivo, recompensando-os positivamente, ainda que os resultados das atividades não fossem os esperados. Dentre as frases mais repetidas pelos professores, destacamos: “Estava muito bom, vamos fazer de novo?”.

Posicionamentos com tais características faz-nos defender que esta postura docente possa ser classificada como um comportamento-motivacional, pois trata-se “de engajar a pessoa em comportamentos positivos que se esperam ou a evitar comportamentos considerados negativos”, segundo Karen Priscila Del Rio Szpupszinski (SZUPSZYNSKI & OLIVEIRA, p.165).

Ao destacarmos esta situação observada das demais análises e na ânsia de compreender os benefícios desta didática, recorreremos a Teoria do Reforço, apresentada pelo psicólogo norte-americano, Burrhus Frederic Skinner (1971). Para exemplificar sua teoria, o pesquisador realizou inúmeros testes com ratos e pombos, onde duas situações foram criadas e observadas: foi colocado à disposição dos animais farta alimentação em dois recipientes diferentes. No primeiro, para que a comida fosse liberada, era preciso tocar ou bicar um determinado dispositivo. No segundo recipiente, havia o mesmo sistema, porém, ao tocarem o dispositivo os animais recebiam uma pequena descarga elétrica antes da ração ser liberada. Skinner, a partir daí, percebeu que os animais que tocavam o dispositivo e tinham sua alimentação liberada sem o choque elétrico passaram a repetir a ação. De modo contrário, os animais que sofriam descarga elétrica ao acessarem o outro dispositivo, não mais repetiram aquela atitude.

O pesquisador, a partir destes experimentos, sugeriu a criação do termo **Reforço**. A expressão “reforço” refere-se à recompensa, podendo

o reforço ser positivo ou um reforço negativo. A recompensa (reforço) positiva no caso dos camundongos e pombos seria a oferta do alimento imediatamente após determinada ação que conseqüentemente aumentou a frequência de repetições. Analogamente, o reforço negativo, é uma espécie de castigo ou punição após determinada ação, reduzindo tal comportamento ao ponto de extingui-lo absolutamente. O choque, no caso dos animais analisados por Skinner, foi utilizado como um reforço negativo e resultou na obliteração do ato de bicar ou apertar o botão que liberava o alimento.

Skinner explica que assim como com os animais estudados, os seres humanos também são propensos a ter seus comportamentos e personalidades construídos a partir de um sistema previamente estabelecido. Este sistema, no entanto, deve ser planejado, obtendo-se previamente quais motivos incitam as pessoas a agirem para prever com mais precisão o seu conseqüente comportamento.

A teoria apresentada pelo autor afirma que pessoas podem ter seus comportamentos influenciados e até mesmo controlados mediante recompensas por atitudes desejadas e desprezando as ações indesejadas. Em relação ao reforço negativo, Skinner alerta que repreensões de caráter cético por comportamentos não desejados contribuem para a evolução de sentimentos como a vergonha, o constrangimento e, em alguns casos, podem desencadear a revolta do indivíduo. Atitudes advertidas de forma negativa produzem um bloqueio psicológico que elimina determinados comportamentos. Por outro lado, as pessoas sentem prazer ao sofrerem ações positivas e desta forma tendem a repetir as práticas no futuro.

Os reforços são portanto, componentes extremamente eficazes dentro do processo de organização e eliminação de comportamentos. A motivação, por sua vez, está presente na ligação estímulo-resposta, atuando como variável no estímulo e determinante na resposta.

As críticas sobre essa teoria têm relação aos eventos cognitivos internos e explicam que nenhuma pessoa é igual a outra. Portanto, as reações podem ser equitativamente diferentes de um ser humano para outro. LOCKE (1976), por exemplo, diferencia os comportamentos humanos em necessidades (fisiológicas) e valores (um conjunto de características determinantes de comportamentos e interações). Os valores ligados intrinsecamente ao comportamento através das relações com o mundo e com outros indivíduos, para Locke, são variáveis e mutáveis, logo, não necessariamente serão replicados semelhantemente entre diferentes pessoas, ainda que estas pessoas sofram estímulos motivacionais de comportamento idênticos.

Ainda sobre motivação, Stephen Robbins (2009), concorda que diferentes pessoas têm seus comportamentos igualmente diferentes, mesmo estimuladas de maneira semelhante e acrescenta dizendo que além destas dissimilaridades entre indivíduos, a motivação pode ocorrer de maneira diversificada em um mesmo sujeito, sob situações distintas, não sendo possível obter permanentemente resultados idênticos.

Outra contribuição do autor que nos serve nesta pesquisa, tem relação aos objetivos. Segundo Robbins, ao determinarmos objetivos específicos aos alunos, o desempenho é potencializado e se estes objetivos tiverem um grau de dificuldade avançado, o desempenho é ainda melhor do que em metas simples. Para o autor, as pessoas tendem a permanecerem em seus propósitos quando tal tarefa apresenta altos níveis de complexidade.

Além disso, o feedback, ou a avaliação de determinadas ações, também proporcionam bons desempenhos e, se esse feedback for autogerenciado – “quando o funcionário é capaz de monitorar o próprio progresso” (Idem, p. 141) – para o Robbins, é um motivador ainda mais poderoso do que o feedback externo. A motivação para Stephens Robbins tem forte ligação com a persistência e, por isso, “os indivíduos motivados se mantêm na realização da tarefa até que seus objetivos sejam atingidos” (Idem, p. 132).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com o resultado das análises realizadas, podemos afirmar que as teorias acima citadas têm, cada uma delas, certa coerência com a ocorrência de comportamentos observados entre os alunos que produzem o TJUFSC, ainda que entendamos que em alguns casos particulares tais propostas não possam ser empregadas.

Observamos que o modelo de gestão aplicado ao Telejornal Universitário da Universidade Federal de Santa Catarina é diferenciado, pois oportuniza aos alunos a aprendizagem por meio do gerenciamento e produção do programa. Ainda que recebam todo o suporte técnico e teórico necessário para a realização das atividades. Aos alunos é dada a oportunidade de conduzir o telejornal e definir suas características. O gerenciamento das equipes, as decisões editoriais e as produções técnicas são prioritariamente realizadas diariamente por alunos, com o objetivo de apresentar ao vivo um telejornal com assuntos de interesses variados e desligado de interesses institucionais.

Analisamos os resultados obtidos durante a pesquisa em relação a observação dos métodos docentes aplicados no TJUFSC e os processos

de produção do telejornal e comparamos com os dados obtidos através de um questionário aplicado aos discentes e percebemos que o modelo de motivação é eficiente. Este modelo tem forte relação com a permanência dos discentes no projeto, como também, com a chegada de novos e cada vez mais jovens alunos com o desejo de participarem das produções televisivas e atividades do projeto.

Por meio da ferramenta Google Forms, um questionário foi aplicado à 19 integrantes, dos 32 atualmente ativos, do telejornal universitário da UFSC. Os dados mostram que 36,9% deles participam do projeto há mais de cinco semestres e que os alunos que estão nas fases iniciais do curso (primeiro e segundo semestre) correspondem a 26,3% do grupo que produz diariamente o TJUFSC. Os números exibem que além do índice de permanência ser alto entre os participantes e haver um considerável interesse em relação à profissão de “jornalista de televisão” por parte dos novos alunos, há também uma quantidade significativa de alunos jovens, pois 47,3% dos discentes têm idades entre 17 e 19 anos. Tal apontamento serve como sinal para as futuras movimentações do telejornalismo, seja no ensino ou na atividade profissional.

Em relação à nota que cada aluno dá referente à satisfação dos alunos com o modelo de ensino aplicado no projeto, o questionário mostrou que 79% deles optou por notas acima de oito e 63,2% do total de participantes diz ter aprendido bastante com os professores coordenadores, o que representa grande satisfação por parte dos discentes. Este é mais um resultado que evidencia a eficiência do modelo de ensino aplicado com base na teoria do reforço, sobretudo a prática do reforço positivo e como este modelo tem relação com a permanência e a satisfação dos alunos.

O questionário também permitiu registrar que 36,8% dos alunos, ao ingressarem no TJUFSC, estavam em dúvida quanto a trabalhar com televisão após formados. Esse número se repetiu em relação aos alunos que já pretendiam trabalhar com televisão quando entraram no projeto.

Um dado significativo pode ser observado e entendemos que deva ser destacado: 26,3% dos alunos que atualmente participam das produções do telejornal universitário da UFSC não pretendiam trabalhar com televisão ao ingressarem no projeto. Tal resultado é destacável, pois quando questionamos sobre o interesse atual em trabalhar em produções televisivas após formado, 89,5% afirmaram ter esse desejo e apenas 10,5% possui dúvidas. Nenhum aluno apresentou desinteresse atual em trabalhar em televisão após formado.

Ao constatarmos que este modelo de ensino oportuniza o aprendizado das técnicas telejornalísticas e a vivência imitante de modo

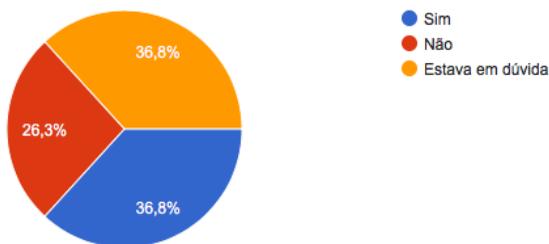
intensivo e imersivo da prática profissional desta área, observamos a importância dos projetos laboratoriais na consistência do ensino e para o futuro do telejornalismo. Ainda que uma pequena parte dos alunos descubra seu desinteresse em trabalhar em televisão ao participar do projeto, tal resultado é positivo, pois quanto antes o aluno souber qual tipo de serviço lhe apraz, menor será a chance de formação de profissionais desestimulados, desinteressados e, conseqüentemente, capazes de desqualificar os produtos telejornalísticos.

Entendemos, portanto, que projetos laboratoriais dentro do esquema didático, tais como telejornais universitários, rádio e webjornais, ou quaisquer que seja a proposta prática de objetivo imitante às atividades profissionais, servem não apenas como potencializadoras da aprendizagem, mas como ferramenta de demonstração para os alunos, na qual a partir dos seus conhecimentos em relação a tais serviços, ele [o aluno] poderá ter fundamentação para realizar suas escolhas profissionais.

Gráfico 1 - **Dados sobre o anterior interesse profissional dos alunos.**

Você pretendia trabalhar com TV, antes de ingressar no TJUFSC?

19 respostas

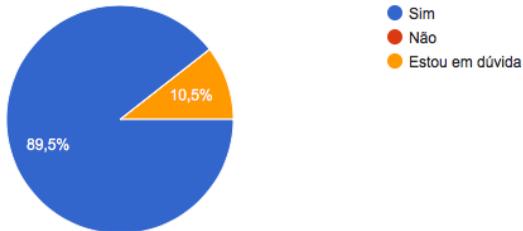


Fonte: O autor (2017).

Gráfico 2 - Dados sobre o interesse profissional atual dos alunos.

Agora que você está no TJUFSC, você pretende trabalhar em TV após formado?

19 respostas



Fonte: O autor (2017).

4.1 Os avanços na aprendizagem

Exercitando o conceito de feedback por autogerenciamento, proposto por Stephen Robbins (2009), o mesmo questionário teve como objetivo a autoavaliação por parte dos estudantes em relação aos seus avanços na aprendizagem das técnicas de captação, edição e exibição de imagens. Para definirmos o conceito do termo aprendizagem, contamos com a colaboração de MORGAN (1977), na qual o autor define como sendo “qualquer mudança relativamente permanente no comportamento, e que resulta de experiência ou prática” (p.90).

Deste modo, considerando 0 para nenhum e 10 para total domínio, os alunos foram convidados a responderem às seguintes questões: a) “Qual era sua habilidade de manuseio de câmeras, antes de ingressar no TJUFSC?”, b) “Qual sua habilidade de manuseio de câmeras atualmente?”, c) “Qual era seu grau de conhecimento em edição de vídeos, antes de ingressar no TJUFSC?”, d) “Qual seu grau de conhecimento em edição de vídeos atualmente?”, e) “Qual era seu grau de conhecimento em técnicas de transmissão ao vivo de imagens, antes de ingressar no TJUFSC?” e f) “Qual seu grau de conhecimento em técnicas de transmissão ao vivo de imagens atualmente?”.

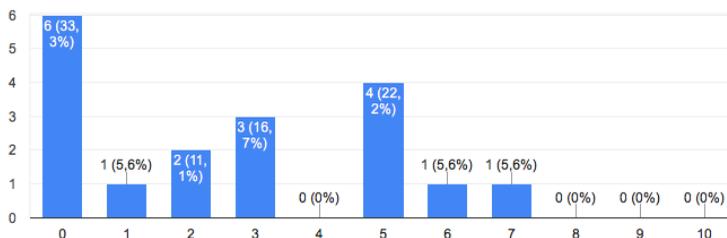
O resultado do questionário está representado nos gráficos a seguir:

a)

Gráfico 3 - Dados sobre o anterior conhecimento técnico dos alunos.

Qual era sua habilidade de manuseio de câmeras, ANTES de ingressar no TJUFSC? (0 para nenhum e 10 para total domínio)

18 respostas



Fonte: O autor (2017).

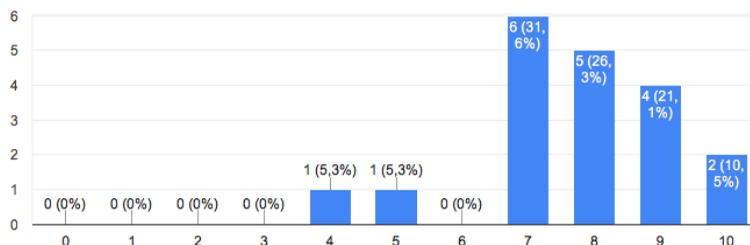
Todos os alunos que participaram da pesquisa optaram por notas abaixo de 7, sendo que 33,3% afirmaram que não possuíam conhecimento algum e utilizaram a opção 0 para indicar seu grau de instrução anterior em manuseio de câmeras, 5,6% optaram pela opção 1 e 11,1% dos alunos optaram pela opção 2. Dos alunos entrevistados, 16,7% assinalaram a opção 3, outros 22,2% utilizaram a opção 5 e 5,6% dos alunos assinalaram a opção 6, mesmo número de alunos que indicou a opção 7. Realizando a análise destes resultados é possível afirmar que no total, os 19 alunos possuíam razoável ou nenhum conhecimento sobre as técnicas de captação de imagens antes de participarem do projeto.

b)

Gráfico 4 - Dados sobre o atual conhecimento técnico dos alunos.

Qual sua habilidade de manuseio de câmeras ATUALMENTE? (0 para nenhum e 10 para total domínio)

19 respostas



Fonte: O autor (2017).

Em relação a esta questão, os alunos se autoavaliaram positivamente e 100% deles indicaram avanços na aprendizagem. Sendo assim, 5,3% optaram pela opção de nota 4, a mesma porcentagem assinalou a opção 5, a opção de nota 7 foi a mais escolhida pelos alunos, totalizando 31,6% das escolhas, 26,3% assinalaram a opção 8, 21,1% escolheram a opção 9 e 10,5% optaram pela nota 10 para indicar o seu atual conhecimento no manuseio de câmeras.

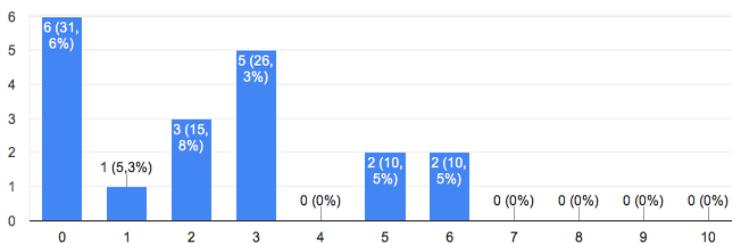
Entendemos que compreender o potencial das imagens, ter domínio da técnica, possuir conhecimento e domínio sob suas consequências quando exibidas, é fundamental na formação de novos jornalistas, uma vez que estes precisam ser objetivos através do uso de ferramentas subjetivas, como as já citadas imagens.

c)

Gráfico 5 - Dados sobre o anterior conhecimento técnico dos alunos.

Qual era seu grau de conhecimento em edição de vídeos, ANTES de ingressar no TJUFSC? (0 para nenhum e 10 para total domínio)

19 respostas



Fonte: O autor (2017).

Ainda que vivamos em tempos de facilitação no acesso às tecnologias, sobretudo as tecnologias ligadas às imagens, com um alto índice de alunos (31,6%), que afirmaram não ter nenhum conhecimento sobre edição de imagens ao ingressarem no projeto, optando pela nota zero. 5,3% dos alunos indicaram a opção 1, 15,8% escolheram a opção 2, 26,3% se autoavaliaram utilizando a nota 3, 10,5% disseram que seus conhecimentos equivalem a nota 5 e a mesma porcentagem (10,5%) assinalou a opção 6.

A falta de conhecimento e sobretudo de prática, em relação a etapa de edição das imagens, não impede que os alunos produzam matérias telejornalísticas de modo independente. Na maioria dos casos observados, os discentes recorrem a modelos de edições mais simples em suas primeiras experiências no TJUFSC. Conforme o avanço do conhecimento de técnicas tradicionais se dá por meio da prática intensiva, os alunos demonstram maior propensão a experimentar ferramentas, processos e produtos diferentes nesta etapa.

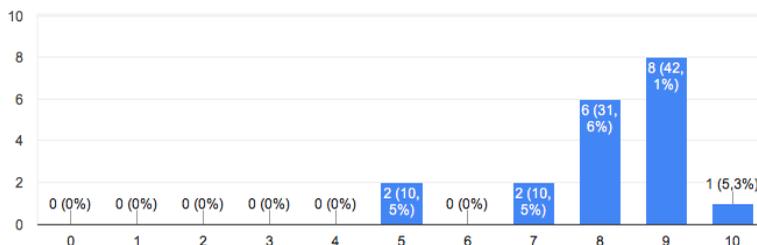
Foi possível identificar avanços significativos na aprendizagem a partir do quarto material produzido por cada aluno. O aperfeiçoamento das técnicas e do uso das ferramentas digitais foi percebido com maior eficiência na criação de artes digitais, cartelas e gráficos a serem usados como elemento facilitadores da compreensão do usuário em relação a conteúdos mais densos.

d)

Gráfico 6 - Dados sobre o atual conhecimento técnico dos alunos.

Qual seu grau de conhecimento em edição de vídeo ATUALMENTE? (0 para nenhum e 10 para total domínio)

19 respostas



Fonte: O autor (2017).

Consideráveis avanços na aprendizagem, ainda que se trate de uma autoavaliação, podem ser observados através destas respostas, onde 10,5% dos alunos disseram que seus conhecimentos atuais em técnicas de edição de vídeo merecem nota 5. Estudantes que se autoavaliaram com a nota 7 também representam 10,5% do total. 31,6% dos alunos assinalou a opção de nota 8. Um número bastante considerável (42,1%) afirmou que seus conhecimentos equivalem a nota 8, nesta escala proposta e apenas 5,3% utilizou a nota 10 para representar sua instrução em edição de imagens.

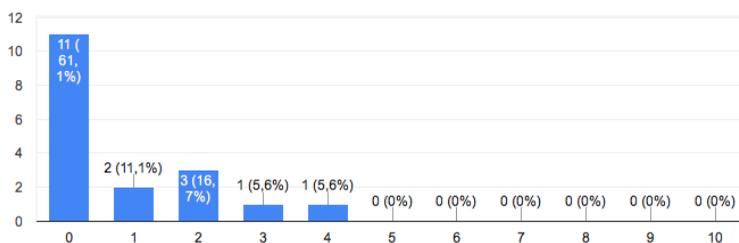
Acreditamos que tais avanços sejam consequências de uma metodologia adotada pelos coordenadores do projeto, onde os alunos editam suas próprias matérias com o auxílio dos colegas, dos técnicos de laboratório e em última instância, com a ajuda dos próprios professores. Porém, o desafio de “fazer você mesmo” é proposto aos alunos e observamos que esta postura faz com que o aprendizado seja potencializado constantemente através da prática intensiva.

e)

Gráfico 7 - Dados sobre o anterior conhecimento técnico dos alunos.

Qual era seu grau de conhecimento em técnicas de transmissão ao vivo, ANTES de ingressar no TJUFSC? (0 para nenhum e 10 para total domínio)

18 respostas



Fonte: O autor (2017).

É na etapa de exibição das imagens onde os números das autoavaliações mais impressionam e indicam maiores avanços. Dos 19 alunos que participaram desta pesquisa, 61,1% afirmaram que não tinham conhecimento algum em técnicas de transmissão ao vivo de imagens, 11,1% utilizaram a opção de nota 1, 16,7% se autoavaliaram com nota 2, 5,6%, disseram que sua nota é 3 e 5,6% utilizaram a opção de nota 4.

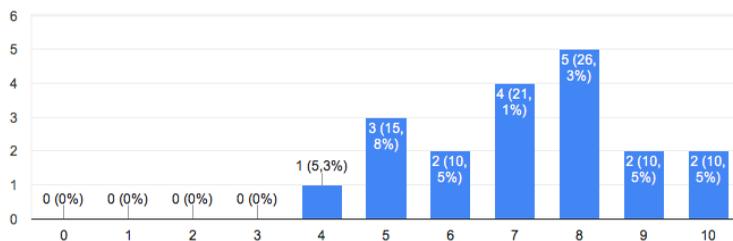
Tais apontamentos devem ser enxergados com normalidade, pois ainda que tenhamos facilidade de acesso a determinadas tecnologias e as redes sociais caminhando a passos mais firmes na direção da popularização e praticidade desta técnica, a transmissão ao vivo de imagens ainda não é utilizada por muitas pessoas e muito menos necessária para elas. Entendemos que esta é uma prática bastante específica e quase exclusiva dos profissionais da comunicação, seja em televisão ou via internet.

f)

Gráfico 8 - Dados sobre o atual conhecimento técnico dos alunos.

Qual seu grau de conhecimento em técnicas de transmissão ao vivo ATUALMENTE? (0 para nenhum e 10 para total domínio)

19 respostas



Fonte: O autor (2017).

A autoavaliação dos alunos mostrou que 5,4% dos alunos optou pela opção 4, 15,8% deles definiu nota 5 para tais conhecimentos, 10,5% optou pela nota 6, 21,1% assinalou a nota 7, 26,3% se autoavaliou optando pela nota 8, 10,5% assinalou a nota 9 e 10,5% avaliou seus conhecimentos com nota 10.

Estes números são significativos tendo em vista que o TJUFSC é transmitido através de três sistemas diferentes, sendo via streaming através de um canal no *Youtube.com*, por meio de *Live*, ferramenta oferecida pela rede social *Facebook* e através de transmissão digital por sinal aberto, por meio de exibição ao vivo no canal da TV UFSC.

4.2 A aplicação de experimentações

Visto as transformações decorrentes do grande volume de inovações no telejornalismo, cremos que existe grande importância em formar jornalistas capazes de lidar com um estado permanente de mudanças no campo do telejornalismo. Para tanto, foram realizadas experimentações aplicadas aos alunos que participam do TJUFSC afim de analisar a capacidade de adequação a novos produtos, técnicas, métodos e processos dentro da produção de imagens de um telejornal. As experimentações e seus respectivos resultados foram:

a) Sugestão de pauta sobre o dialeto típico dos nativos de Florianópolis com enquadramento em primeiro plano, composição com poucos elementos, movimentos de câmera e apresentação do repórter menos informal, com posturas físicas diferenciadas (sentado na grama, por exemplo), takes curtos e cortes de câmera entre frases, simulando utilização de mais de uma câmera.

Resultado: A partir da reunião de pauta na qual foi sugerido tal material, os alunos levaram oito dias para realizar a produção da matéria. Uma dupla de alunos ficou responsável pelo material, sendo um aluno atuando como câmera e o segundo, atuando como repórter e editor. Algumas dificuldades apareceram na etapa de captação das imagens, quanto ao enquadramento e composição, devido ao dia ensolarado e a gravação ter sido em horário de almoço, o que aumentou a dificuldade de iluminação correta, porém tais desafios foram superados. Já na etapa de edição, percebeu-se que o volume do material captado era grande, foi preciso tempo estendido para realizar a decupagem do material a ser utilizado. A exibição das imagens não apresentou nenhuma alteração sujeita a comentário. A matéria¹³ que foi utilizada na edição do dia 21/03/2017 em comemoração a semana de aniversário de Florianópolis foi re-exibida em uma página do Facebook que trata de assuntos de Florianópolis com tom de humor, na qual alcançou mais de 12 mil visualizações¹⁴.

b) Utilização de painel temático digital para cada matéria. O objetivo era avaliar a receptividade de novas ferramentas, a utilização delas e a execução técnica durante a exibição. Além disso, a intenção também foi analisar se haveria certa regularidade quanto ao uso do recurso visual. A arte digital foi produzida pelo pesquisador e entregue em formato JPG, com qualidade e resolução compatíveis com o sistema utilizado pelo grupo.

Resultado: A receptividade dos alunos em relação ao material sugerido foi positiva. Durante pouco mais de dois meses, as artes que traziam imagens sobrepostas e palavras em destaque (cultura, esporte e política) foram utilizadas sem dificuldades técnicas. Após este prazo, os alunos substituíram o material por novas artes, produzidas por um dos

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2JnIXBKy9iY>

¹⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/FloripaMilGrau/videos/1331935666888916/>

alunos participantes do projeto e mantiveram a utilização regularmente e sem problemas técnicos durante a execução.



Disponível em <http://youtube.com/tjufsc>. Último acesso em outubro de 2017.

c) Foi sugerido aos alunos que durante um link ao vivo entre apresentador e um repórter, fosse utilizada a tela de fundo para que a interação ocorresse de modo a dar a impressão que ambos estivessem conversando através da mesma. Neste caso é importante informar que o TJUFSC utiliza cenário virtual e, portanto, a “tela” utilizada no cenário não é real e invisível ao apresentador.

Resultado: Problemas técnicos impossibilitaram realizar a interação via tela. Apesar do processo da mesa de imagens ter sido testado minutos antes do início do programa, ao iniciar o telejornal o equipamento não funcionou e precisou ser abortada a tentativa. Tal problema não foi resolvido pelo técnico de laboratório que não tinha certeza do que poderia ser o causador da falha técnica. Ainda assim, houve a interação entre apresentador e repórter, porém, não por meio da tela virtual.

Objetivo pretendido



Resultado alcançado



Disponível em <<http://youtube.com/tjufsc>>. Último acesso em outubro de 2017.

Acreditamos que os problemas técnicos enfrentados ocasionalmente pelos alunos também influenciem no aprendizado e na realização de práticas inovadoras. Por se tratar de um telejornal universitário e laboratório, as crises decorrentes da tecnologia servem muitas vezes para estimular a inovação. Autores que recentemente apresentaram estudos sobre o tema, afirmam que as inovações estão diretamente ligadas à momentos de mudança (MACHADO, 2010), à "capacidade de absorver as perdas e os riscos inerentes às experiências" (KOULOPOULOS, 2011. p.6), crises ou rupturas de paradigmas (TOURINHO, 2009) e que as inovações, mais do que a criação de novos produtos, tratam da criação ou alteração de processos.

Compartilhando a mesma opinião, João Canavilhas afirma que a inovação pode ser vista através de sucessivas “ondas de mudanças e upgrades” (CANAVILHAS, 2015. p. 14), funcionando de forma contínua e gradual em desenvolvimento de um produto ou na metodologia dos processos. Observando o TJUFSC através da afirmação destes autores, podemos comprovar que o projeto possui diversas características que

possibilitam inovações e estas possibilidades são, muitas vezes, aproveitadas e desenvolvidas pelos alunos.

Por vezes, durante a realização desta pesquisa, o conceito definitivo de inovação não-tecnológica pareceu ser mais amplo e menos concreto que o conceito de inovação tecnológica, tornando-o difícil de ser identificado. Para tanto, foi necessária uma análise mais cautelosa para que processos inovadores não passassem despercebidos e fossem identificados durante o período de observações.

Percebemos durante esta pesquisa que na maioria das inovações relacionadas ao telejornalismo, é possível verificar mudanças no fator tempo e temporalidade. Hoje, os jornalistas possuem mais tempo disponível para executar as etapas de captação, edição e exibição das imagens, dentro do processo de produção de imagens para um telejornal e esta possibilidade altera por completo a rotina de produção de um telejornal. Isso porque as novas tecnologias possibilitam, dentre outras coisas, a captura de imagens em qualidade HD e a transposição das imagens da câmera para um computador em segundos. Esta inovação otimizou o tempo de produção e deu mais prazo para a etapa de edição e exibição, possibilitando a utilização de mais recursos visuais, ampliando o prazo dos repórteres e editores, agilizando todo o processo dentro do sistema. Além disso, através de sistemas inteligentes que permitem regulagens sensíveis de iluminação e cor, mesmo em ambientes escuros ou com diversidade de sombras e tons, as câmeras permitem uma captação mais segura das imagens, sem a necessidade de repetição das cenas, acelerando também o tempo de captação.

O jornalismo sempre teve uma relação bastante próxima com o tempo e a temporalidade e as inovações que estão ocorrendo, sobretudo no telejornalismo, estão alterando a noção de tempo previamente estabelecida. Philip Schlesinger acentua essa relação profissional que existe entre os jornalistas e a temporalidade. Para o autor, essa conexão tem a ver com a cronamentalidade dos profissionais e a organização jornalística: “não é descabido falar-se de uma organização jornalística como um tipo de máquina do tempo” (SCHLESINGER, 1999, p.180).

4.3 A relação entre inovação e tempo no processo de produção de imagens

Tecnologias que permitem a gravação de imagens em enquadramento e composição estilo *selfie* e tripés com cabeças robóticas estão possibilitando inúmeras alternativas de execução durante a etapa de captação das imagens, possibilitando que o repórter seja o seu próprio

cinematográfico sem que se perca a qualidade do conteúdo da informação e das imagens, por exemplo. Estes são apenas exemplos de transformações em que o telejornalismo vem sofrendo em consequência das inovações, sobretudo na etapa de captação, a primeira etapa do processo de produção de imagens.

Entendemos que estas possibilidades que estão sendo alargadas pelas inovações devem ser aproveitadas tanto pelos jornalistas quanto por pesquisadores que dedicam os estudos a novas possibilidades, novos processos e novos sistemas dentro do telejornalismo. As inovações, sejam elas tecnológicas ou não-tecnológicas, têm alterado a noção de tempo e temporalidade de todos que estão envolvidos no processo de produção das imagens.

Uma das percepções que obtivemos durante o período de acompanhamento das atividades no TJUFSC nos faz afirmar que os alunos não utilizam esta otimização do tempo de produção para fazer mais matérias e aumentar o volume de conteúdo das edições do telejornal. Os discentes aproveitam o “alargamento” do tempo proporcionado pelas tecnologias para produzir melhor, com mais qualidade, dando atenção aos detalhes técnicos que poderiam passar despercebidos quando há prazos curtos.

Afim de compreender como ocorrem as inovações aplicadas ao TJUFSC e quais são os tipos de inovação que acontecem, realizamos algumas anotações em relação às características do telejornal universitário da UFSC e do telejornal da RICTV Record. O período de observação das atividades do RIC Notícias serviu para que tenhamos um parâmetro de referência de como o telejornalismo profissional está atuando no presente, para que possamos indicar a existência ou não de ações inovadoras no TJUFSC.

Exemplificamos a situação a partir de duas tabelas que realçam a participação de jornalistas e estudantes em cada etapa do processo de produção de imagens nos telejornais analisados e quais os equipamentos utilizados em cada uma destas etapas para entendermos como funciona o processo de produção de imagens e quantas pessoas participam em cada etapa. Com base nas constatações foi possível identificar diferentes ações inovadoras praticadas no TJUFSC:

Tabela 1 - Participantes por etapa

	CAPTAÇÃO	EDIÇÃO	EXIBIÇÃO
TJUFSC	Todos os alunos do projeto participam desta etapa	Alunos que apresentam habilidades técnicas de edição de vídeo	Cinco alunos *Há revezamento de funções 1 operador de TP; 1 operador de áudio; 1 operador da mesa de corte de imagens; 1 apresentador; 1 colunista;
RIC NOTÍCIAS	Todos os alunos do projeto participam desta etapa	4 editores de imagem 2 editores de texto 1 editor-chefe 1 editor-executivo	1 apresentador 1 diretor geral 2 repórteres ao vivo 1 operador de áudio 1 operador de TP 1 operador de VT 1 operador de GC 3 técnicos de transmissão 1 técnico geral

Fonte: O autor (2017).

Tabela 2 - Tecnologias e equipamentos por etapa

	CAPTAÇÃO	EDIÇÃO	EXIBIÇÃO
TJUFSC	1 câmera digital 1 microfone de mão 1 iluminador 1 tripé 1 câmera de ação 1 câmera de captação em 360 graus	2 computadores exclusivos equipados com: - Adobe Premiere Pro CC; - Adobe Photoshop CC; - Adobe Illustrator;	TRANSMISSÃO VIA INTERNET e DIGITAL ABERTA Ao vivo, via streaming através do Youtube e Facebook simultaneamente e ao por canal aberto. Equipamentos: 1 mesa de áudio analógica 1 computador para operação do TP 1 mesa de corte de imagens digital multifuncional (corte de imagens, solta VT, solta SOM e operação de caracteres)
RIC NOTÍCIAS	1 câmera digital 1 microfone de mão 1 iluminador 1 tripé 1 estabilizador eletrônico de imagens	4 computadores compartilhados e equipados com: - Adobe Premiere Pro CC; - Adobe Photoshop Pro; - Final Cut Pro;	TRANSMISSÃO DIGITAL ABERTA E VIA INTERNET 1 mesa digital de áudio 1 computador para soltar trilhas e vinhetas sonoras 1 mesa digital de imagens 1 computador para soltar VT 1 computador para GC 1 computador para TP

Fonte: O autor (2017).

A criação destas tabelas nos auxiliou na compreensão de como se dá o processo de produção dos telejornais, quais são os elementos que participam deste processo e onde as inovações ocorrem. A partir das análises dos resultados, podemos afirmar que existem maiores possibilidades de ocorrer diferentes tipos de inovação dentro do sistema de produção de um telejornal profissional, visto a amplitude de sua estrutura financeira, física e de pessoal. Porém, foi no telejornal universitário onde encontramos um número maior de inovação, em especial as inovações não-tecnológicas.

A revisão bibliográfica realizada durante esta pesquisa e a experiência obtida através do trabalho de campo realizado, nos leva a afirmar que a **velocidade do movimento em busca de inovação é relativamente contrária ao tamanho da instituição**, ou seja, movimentos mais lentos ocorrem em instituições maiores, por outro lado, entidades menores tendem a realizar movimentos mais acelerados ao se tratar de inovação. Em relação às atividades telejornalísticas, também é possível afirmar que quanto mais próximo da liderança de audiência que o telejornal se encontra, menores serão as tentativas de inovar, em especial a busca por inovações não-tecnológicas.

Isto posto, apresentamos a seguir a influência das inovações em cada etapa de produção de imagens do TJUFSC e como o fator tempo se destaca em cada uma destas etapas como sendo resultante das inovações em diferentes casos.

4.3.1 Etapa de captação

Em relação as novas tecnologias utilizadas para auxiliar na questão operacional, otimizando o tempo de produção do telejornal universitário da UFSC, pode-se afirmar que elas são melhores exploradas pelos alunos do que pelos profissionais do telejornal comercial observado, apesar de serem tecnologias similares. Inferimos que tal circunstância se justifica por inúmeros fatores, dentre eles: a maior quantidade de tempo disponível, a ausência de regularidade quanto ao volume e o tempo das produções, a inexistência de um compromisso de caráter trabalhista, o caráter voluntário das produções, o descompromisso com a audiência, a ausência de fins lucrativos e a inexistência de uma pressão por parte de anunciantes. Porém, aqui iremos nos deter aos fatores ligados ao tempo.

Assim como alguns autores (PIGNATARI, 1984; SCHUMPETER, 1934; TOURINHO, 2010; KOULOPOULOS, 2011; CANAVILHAS, 2015; TETLOCK, 2016) também acreditamos que para

inovar é preciso ter tempo disponível para planejar, experimentar, realizar ajustes e implementar ideias.

O tempo disponível para realizar a captação de imagens e informações que compõem os materiais audiovisuais que serão apresentados ao público é diferente entre os jornalistas de um telejornal profissional e os alunos do TJUFSC. No RIC Notícias por exemplo, diariamente cada repórter necessita obrigatoriamente, produzir uma matéria telejornalística para estruturar a edição do telejornal que é transmitido diariamente a partir das 19 horas, horário local.

No caso do TJUFSC, por conta do caráter voluntário das atividades e principalmente pela extensa carga horária de estudos imposta, os alunos não têm necessariamente a obrigação de produzir um número preciso de matérias a cada dia. Muitas vezes, ou na maioria dos casos, as matérias são produzidas ao longo de uma semana, possibilitando assim que haja tempo suficiente para que métodos, técnicas e ideias sejam experimentados, fazendo com que a inovação aconteça com maior frequência. E neste caso, quando há alteração de processos e técnicas, é possível conceituar tal ação como uma inovação não-tecnológica, conforme a divisão proposta por Carlos Tourinho (2009), citada anteriormente.

Além disso, a logística de trabalho proposta aos alunos que produzem o TJUFSC é bastante interessante e eficiente: cabe a eles durante a etapa de captação das imagens, desempenhar alternadamente a função de repórter e repórter cinematográfico. Ou seja, em espírito de companheirismo e corresponsabilidade, o aluno que na matéria anterior atuou como repórter, na próxima matéria se disponibiliza a atuar como repórter cinematográfico e vice-versa. Ademais, o tempo de captação das informações é otimizado em apenas uma saída a campo. Desta maneira, também há uma formação mais completa do aluno em relação as funções e técnicas no telejornalismo e estimula-se o espírito de companheirismo e cumplicidade entre repórter e repórter cinematográfico. Através da experiência profissional do pesquisador é possível afirmar que a boa comunicação e convivência entre estes dois profissionais [cinegrafista e repórter] melhora significativamente a qualidade do material produzido, assim como da informação a ser oferecida ao público e o ambiente profissional dentro das empresas.

4.3.2 Etapa de edição

A segunda etapa, que corresponde a etapa de edição das imagens, é possível notar em ambos os telejornais que há uma influência grande das inovações **tecnológicas**, que possibilitam muitas alternativas de técnicas e alterações de processos relacionadas ao tempo. Notamos que neste estágio, os alunos participantes do TJUFSC utilizam com maior frequência e liberdade as inovações tecnológicas, identificadas nos computadores e softwares de edição, para reduzir ou aumentar o tempo das imagens captadas, cortar e recortar trechos distintos, sobrepô-los ou reordená-los. Agindo deste modo, observamos que os alunos conseguem dar novas percepções de temporalidade à notícia, criar novas imagens a partir de ferramentas digitais, além da experimentação de inúmeros recursos tecnológicos que são criados e disponibilizados gratuitamente por diferentes empresas todos os dias. A utilização destes meios possibilita as mais variadas ações relacionadas a temporalidade da notícia e a duração da etapa de edição. Além disso, notamos que as movimentações que ocorrem nesta etapa, dentro do processo de edição de imagens do TJUFSC, aceleram substancialmente os ciclos de inovação.

Estas possibilidades ofertadas pelas inovações, fazem com que processos sejam alterados e inovações **não-tecnológicas**, tais como o repórter editar a sua própria matéria, por exemplo, são possibilitadas. A edição pode ser feita, inclusive, em diferentes aparelhos eletrônicos, como computadores de mesa, notebooks, smartphones e tablets e em compartilhamento com a redação através de sistemas digitais em tempo real. Este processo há tempos vêm sofrendo transformações dentro do telejornalismo profissional.

A partir das inovações concebidas, é possível enviar vídeos inteiros via internet ao outro lado da cidade ou do mundo em questão de segundos, a logística de transporte das equipes de reportagem e dos materiais mudou, juntamente com o formato da redação, que hoje é composta por jornalistas com habilidades técnicas, dentre outras, em edição e tratamento de imagens, inclusive. Notamos que todas estas alterações e mutações que estão incessantemente acontecendo de modo acelerado, dentro da etapa de edição das imagens no telejornalismo, vem sendo acompanhadas regularmente com relativa facilidade pelos alunos que participam do TJUFSC.

Presumimos que este acompanhamento regular e descomplicado é resultado positivo do método de ensino intensivo e imersivo aplicado aos alunos. Ao estarem em contato cotidianamente com tais atividades e equipamentos inovadores, os alunos não sentem grandes impactos ao

utilizar novas tecnologias ou realizar novos processos a partir das inovações impostas. Entendemos que a prática intensiva, de ao vivo possibilitar que o aluno desenvolva habilidades de adaptação a novos métodos, técnicas e equipamentos com extrema facilidade e rapidez, seja satisfatória e eficaz.

No telejornal comercial observado, pouco se encontrou iniciativas inovadoras durante esta etapa em que quatro editores de imagem e dois editores de texto atuam exclusivamente na produção do telejornal. Aos editores de imagem cabe a função de decupar as imagens que serão utilizadas nas matérias telejornalísticas, recortar as melhores cenas e colocá-las em uma ordem lógica e sequencial, de forma a apresentar o melhor conteúdo visual para a informação da notícia. Já aos editores de texto, se incumbe o dever de selecionar os melhores trechos das entrevistas (sonoras), da fala do repórter em off ou nas passagens.

Ainda em relação a função dos editores de texto do RIC Notícias, é corriqueira a atividade de diminuir o tempo das matérias que, segundo o editor-chefe, ficaram grandes demais para determinada edição do telejornal. Pôde-se observar que para alcançar tal objetivo, elimina-se do produto final trechos onde o texto não interfere na essência da informação, não altera o seu significado e não prejudica o entendimento da notícia. Ambos os profissionais trabalham em conjunto durante a tarefa de editar o material audiovisual, cabendo ao editor de imagens a técnica e ao editor de texto a orientação das ações.

O TJUFSC executa a etapa de edição de maneira diferente e costuma arriscar-se com maior frequência por meio de experimentações. No telejornal universitário da UFSC, o aluno que atuou como repórter fica encarregado de realizar a edição dos textos e das imagens do material audiovisual, salvas as exceções onde o discente ainda não possui habilidade técnica suficiente para executar a edição do material. Neste caso, o aluno conta com o auxílio de colegas, dos técnicos de laboratório ou, em último caso, do professor coordenador do projeto.

Dá-se ao aluno, diferentemente da realidade encontrada no telejornalismo profissional, a oportunidade e a liberdade de arriscar, atrever-se e experimentar novas técnicas de edição, novos modos de uso de elementos digitais e até mesmo, a liberdade para quebrar determinados paradigmas dentro desta etapa de produção. Carlos Alberto Moreira Tourinho levanta uma questão relativa a isso ao dizer que “são com testes, protótipos permanentes e a atividade regular da pesquisa que se enfrenta ambientes incertos e competitivos. Fazem-se pequenos progressos e, com isso, constrói-se a história da inovação” (TOURINHO, 2010, p.26).

4.3.3 Etapa de exibição

É na etapa de exibição das imagens onde a velocidade das mudanças, tanto de equipamentos quanto de processos, pôde ser identificada com maior facilidade. Observamos que é durante a exibição das imagens que o volume e a aceleração das inovações ocorrem com mais intensidade e conseqüentemente, as transformações acontecem com maior frequência.

Os equipamentos que há poucos anos eram o topo da alta tecnologia, hoje não passam de ferros velhos para as empresas emissoras de TV, devido a constante e acelerada velocidade das mudanças nesta área. Para realizar upgrades cada vez mais frequentes e necessários para o funcionamento dos sistemas digitais, necessitam realizar até mesmo doações dos aparelhos de transmissão que um dia chegaram a custar mais de um milhão e meio de dólares em investimentos. Com a chegada do sistema de transmissão digital, as possibilidades de exibição das imagens que hoje é realidade, não seriam compreensíveis para os telespectadores de 1950, quando a televisão chegou ao Brasil. O sistema atual é todo automatizado, reduzindo a quase zero o risco de algum tipo de falha na transmissão, possibilitando inclusive que o conjunto de elementos interligados seja operado manualmente em caso de alguma pane no sistema de automação do equipamento.

A velocidade do sinal digital é superior a velocidade do sinal analógico e além disso, a qualidade do sinal e conseqüentemente das imagens, é maior. A transmissão de televisão através de um sistema digital, proporciona custos de armazenamento reduzidos, assim como o tempo de processamento, que diminui consideravelmente. Em meio a tantas inovações, quase que periódicas, o tempo parece correr mais rápido nesta terceira etapa do processo de produção de imagens para um telejornal. No caso das imagens exibidas em matérias durante o programa, elas podem vir de qualquer parte do mundo através de transmissão direta e sem ruídos ou fantasmas. O sistema digital possibilita diferentes tipos de interatividade entre o usuário, a emissora e o conteúdo. Por isso, propicia uma sensação de atualidade, de factualidade, que estão ligadas ao fator tempo, e de transparência, que está relacionada a credibilidade da informação.

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores / utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção,

intervenção e participação nos conteúdos do meio. Insere-se nessas zonas de contacto entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado. (CANAVILHAS, 2015, p. 53);

Alterações de processos simples, porém relevantes, também podem ser identificadas na etapa de exibição das imagens. A tecnologia digital permite, por exemplo, que os cabos de áudio, imagem e de dados tenham suas funções convertidas a apenas um cabo. Através de um cabo HDMI, é possível realizar uma comunicação entre qualquer fonte de áudio e/ou vídeo e dispositivos de som ou vídeo digital, como monitores de computador e aparelhos digitais de televisão. Por causa desta tecnologia, empresas dissiparam centenas de metros de cabos que já não eram compatíveis com o sistema e servidores técnicos necessitam realizar manutenções com menor frequência.

As novas tecnologias, sobretudo ligadas à internet e imagem, transformaram a noção de atualidade e imediatismo no telejornalismo. Para DEMENECK, em 2005 já era possível notar que “o tempo real exacerbou o conceito de atualidade e a busca pelo imediato na cultura jornalística atingiu níveis extremados”. (DEMENECK, 2005, p. 15). Em contraponto, as tecnologias digitais, em especial a internet, viabilizam o registro permanente de material audiovisual e dessa forma, possibilitam o acesso simultâneo ao acervo, a qualquer hora e em qualquer lugar do planeta.

Ao observarmos as atividades desempenhadas pelos integrantes do TJUFSC durante a etapa de exibição das imagens, é possível identificar inúmeras diferenças em relação à prática profissional. Dentre as três etapas de produção de imagens observadas, é possível afirmar que é na etapa de exibição das mesmas, onde encontramos menor semelhança dentre a atividade profissional e a acadêmica laboratorial.

No RIC Notícias, por exemplo, os jornalistas desempenham poucas funções durante esta etapa: a editora-executiva desempenha o papel de diretora do programa, uma editora de texto é quem opera o equipamento de teleprompter, o editor-chefe apresenta o telejornal e, alternadamente, dois repórteres executam transmissões ao vivo de informações de diferentes pontos da cidade ou do estado, conforme a relevância dos temas abordados. Todo o restante da equipe — uma diretora de imagens, um operador de caracteres, um operador de áudio, dois cinegrafistas de estúdio, dois cinegrafistas de externa e cinco técnicos de transmissão — não possuem graduação em jornalismo e “nem precisam” segundo a direção do telejornal.

No caso do TJUFSC, as funções de diretor de imagens, operador de áudio, operador de caracteres, operador de teleprompter e apresentador, são desempenhadas de maneira alternada pelos alunos sob a supervisão dos professores coordenadores do projeto e do técnico de laboratório. Um dos objetivos do projeto é que todos os alunos tenham a experiência de desempenhar todas as funções básicas dentro da produção de um telejornal, inclusive as funções técnicas durante a exibição do programa. Dessa maneira, potencializa-se o aprendizado não apenas das técnicas, mas de habilidades cognitivas como: gestão de crises, a gestão de pessoas, a gestão de informações e a organização do tempo. Por se tratar de uma transmissão ao vivo, esta atividade coloca em evidência aos alunos, as probabilidades do inesperado, do imprevisível, do acidental e auxilia na formação de um profissional preparado para o imprevisto e capacitado para lidar com os erros de maneira menos temerosa.

Silva e Oliveira (2013) afirmam que quanto mais experiências de informações processadas nosso cérebro for induzido a arquivar, superiores serão as habilidades no decorrer da comunicação, seja ela oral, escrita e até mesmo corporal. Em concordância com este argumento, Carneiro (2000) relata que o cérebro necessita de estímulos em diferentes áreas para que possa auxiliar os neurônios a realizarem novas conexões e ampliar os campos de interesse ao buscar um superior autoconhecimento. Dessa maneira, o ser humano estaria capacitado a agir com precisão mais exata e acertada em futuras experiências a serem vividas.

Há outra discrepância entre o TJUFSC e a prática profissional de telejornalismo que pôde ser observada em relação a pontualidade e a extensão dos programas. Enquanto a grande maioria dos telejornais tradicionais brasileiros é produzida para ser exibida em aparelhos de televisão impreterivelmente em horário predeterminado e exato para iniciar e terminar, o TJUFSC é produzido para, e transmitido através da, internet via streaming por meio de um canal do Youtube e uma página no Facebook com horários mais flexíveis para iniciar e finalizar a exibição, ainda que diariamente de segunda a sexta-feira. Essa divergência entre os meios e os períodos de exibição entre ambos é responsável por influenciar uma série de ações que diferem a atividade, inclusive interferindo no processo de produção e execução das etapas anteriores, dando maior margem para a captação e a edição do material audiovisual que comporão o programa.

Torna-se importante retomar um fato interessante do TJUFSC durante a etapa de exibição das imagens. Talvez este seja o único telejornal na história do telejornalismo que apresentou e exibiu o mesmo

conteúdo duas vezes e através de diferentes meios regularmente. Isso ocorre porque até 2016, o telejornal era apresentado ao vivo através do Youtube e o link gerado pela plataforma era disponibilizado na página do Facebook logo após o encerramento do programa. Ao perceberem que as imagens perdiam qualidade quando este procedimento era realizado, os alunos decidiram alterar o processo: entre maio e outubro de 2017, ao final de cada transmissão ao vivo via streaming pelo Youtube, os alunos reapresentavam as mesmas notícias, seguindo o mesmo espelho do programa, porém desta vez a apresentação era gravada. Após ser finalizado e exportado em Full HD, o vídeo era postado através de envio na página do Facebook, garantindo assim a qualidade das imagens e do áudio durante todo o programa.

Após um período de experimentações, foi possível realizar transmissão ao vivo simultânea através do Youtube e Facebook e a iniciativa de apresentar um mesmo telejornal duas vezes e em meios diferentes, não foi mais praticada. Porém, tal prática pode ser considerada uma inovação não-tecnológica que foi forçada por uma insatisfação, confirmando a teoria de Joseph Shumpeter (1934), Carlos Tourinho (2009) e Thomas Koulopoulos (2011) de que a inovação está intrinsecamente ligada a insatisfações ou crises.

Além disso, essa atitude dos alunos demonstra uma certa evolução na sensibilidade técnica de percepção visual e na busca por postura de caráter profissional com que exercem suas funções dentro do projeto. Muitos destes resultados são consequentes da formação profissional dos professores que coordenam o projeto, pois ambos possuem ampla experiência profissional em cinegrafia e estes conhecimentos cinematográficos são passados aos alunos de maneira intensiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No telejornalismo, a imagem muitas vezes é citada como uma representação do real, principalmente nos manuais de jornalismo (Bacellar e Bistane 2005; Barbero 1998; Paternostro 1987). Uma definição bastante rasa para a complexidade que esse elemento traz em sua essência. A imagem para o telejornalismo é o mundo enquadrado e composto através de um indivíduo produtor, é o resultado da decisão arbitrária do que deve ou não ser visto, é um conjunto de fragmentos de informação, é subjetividade, é linguagem para uma mensagem objetiva, é elemento cognitivo de conhecimento e estrategista de credibilidade e tudo isso deve ser de conhecimento do profissional que a produz e a coloca em exibição para ser visualizada por alguém.

Levando-se em consideração a pesquisa bibliográfica realizada, entende-se que imagem é uma forma visual subjetiva de comunicação, caracterizada por transmitir uma mensagem em formato visual a alguém ou a si mesmo de maneira objetiva, mesmo que inconscientemente. Sua compreensão dependerá do enquadramento produzido pelo seu produtor e identificado por seu receptor, além de seu espaço no tempo e da posição na qual seu receptor está inserido fisicamente, culturalmente e historicamente.

Perante este conceito, recomenda-se o amplo conhecimento das técnicas de captura, produção e exibição de imagens por parte dos jornalistas. Deste modo, acreditamos ser possível a prática do jornalismo em qualidade excelente e com certo controle das consequências geradas através do uso de elementos visuais. Pois, como já explicitamos anteriormente, as imagens são ferramentas carregadas de subjetividade, porém são comumente utilizadas no jornalismo com fins objetivos. Além disso, o mau uso de imagens pode causar danos à saúde física e psicológica de quem a assiste. Essa prática, ainda que corriqueira no telejornalismo, estabelece riscos que devem e podem ser minimizados através de amplo conhecimento sobre o conceito e as técnicas de captura, edição e exibição de imagens.

Uma imagem pode fazer entender ou confundir, gerar paz ou guerra, atrair ou afastar, proporcionar regozijo ou angústia. Por isso, o preparo científico consistente por parte dos jornalistas possibilita usos eficientes e responsáveis de imagens em transmissões de conhecimentos. É de grande valia que durante a formação de novos jornalistas os ensinamentos sobre as técnicas de captação, edição e exibição de imagens ultrapassem a teoria e alcancem a prática. As academias, ao oportunizarem modelos práticos de aprendizagem, estarão ampliando a

chance de conhecimento dos estudantes e os capacitando para os desafios iminentes da profissão. Entendemos que os laboratórios de telejornalismo são opções eficientes neste caso, podendo de certa forma, proporcionar alto nível de experimentação, erros, acertos, o contato com equipamentos e principalmente com a realidade da profissão telejornalística que encontra-se em permanente e acelerada, mas descompassada, frente às mutação por consequência das inovações.

Todas essas mudanças apresentadas, relacionadas às inovações, demonstram certa imprevisibilidade no campo do jornalismo, em especial no telejornalismo, movido por mutações constantes, porém não congêneres. A pergunta que motivou esta pesquisa é: é possível ensinar as mesmas práticas do processo de produção de imagens de um telejornal comercial a alunos de jornalismo, mesmo sob influência das inovações que alteram produtos e processos constantemente e de maneira descompassada? Por isso, observamos as etapas de captação, edição e exibição, dentro do processo de produção de imagens do Telejornal Universitário da Universidade Federal de Santa Catarina, em busca de características que possibilitem sua validação como método de ensino eficiente e inovador em tempos de mutações constantes no telejornalismo.

O resultado apresentado neste estudo demonstra que o modelo de ensino aplicado às atividades do TJUFSC é eficiente em tempos de mutações no telejornalismo. Além disso, o modelo possui características suficientes para afirmarmos que se trata de um método inovador de ensino e que possui particularidades possíveis de serem aplicadas a outros grupos de alunos e em diferentes instituições de ensino, inclusive como auxílio a empresas telejornalísticas e seus telejornais.

Entendemos que as atividades propostas e aplicadas ao grupo de alunos observado, atingem um alto grau de satisfação por conta dos discentes e que a psicologia motivacional adotada potencializa o aprendizado, bem como é responsável por números positivos com relação a permanência dos alunos no projeto. Tal comportamento docente é fundamental para a manutenção das atividades.

Com relação a aprendizagem, observamos grandes avanços a partir do segundo mês de participação dos alunos. É após este período, que é possível notar com maior frequência os avanços técnicos dos mesmos, em especial, nas etapas de captação das imagens. Há também uma considerável evolução no desenvolvimento de habilidades cognitivas dos discentes, tais como a oratória, autoconfiança e autocontrole.

Ao longo desta pesquisa, formamos a opinião de que as etapas do processo de produção de imagens de um telejornal comercial podem ser praticadas por estudantes de jornalismo durante o período de graduação,

sem dificuldades de aprendizagem de técnicas e métodos. Porém, entendemos que não no mesmo **volume**, **pontualidade** e **qualidade** que os jornalistas executam durante um mesmo período de tempo, ainda que sejam criadas realidades que simulem às encontradas no telejornalismo profissional.

A falta de pontualidade e a regularidade podem gerar grandes perdas de audiência e fidelidade dos telespectadores, mas se tratando de ensino, esta realidade pode vir a afetar a formação dos alunos em relação a prazos e regularidade; fatores encontrados originalmente na essência da profissão jornalística, sobretudo em programas televisivos. Observamos que o não cumprimento de horários preestabelecidos para início e final de cada edição do telejornal pode interferir de maneira expressiva nas rotinas de produção de um programa telejornalístico. Entende-se que é neste ponto onde ocorre significativa ruptura na semelhança entre ambos os telejornais, mas que esta diferença não tem expressividade suficiente para influenciar a qualidade da aprendizagem dos discentes em relação a técnicas, métodos e processos.

Com base nas revisões bibliográficas, nas análises dos períodos de observação realizados em diferentes telejornais e nas entrevistas com múltiplos jornalistas e professores, entende-se que no telejornalismo de referência a construção da atualidade, a maior ou menor pressão dos prazos, o aprofundamento das notícias, defendidas por DEMENECK (2005) como ações fortemente relacionadas à regularidade, são diferentes no telejornalismo universitário em algumas esferas durante o processo de produção de imagens de um telejornal. Quer dizer, o conjunto de movimentos, utilizando-se aqui da especificação de movimento anteriormente proposta por Aristóteles (1931), é realizado de maneira dissemelhante no mercado de trabalho e na academia durante as práticas necessárias em um processo de produção de imagens para um telejornal. Ainda que estas práticas possam ser replicadas com certa semelhança pelos estudantes de modo isolado.

Notamos que há uma hermética em tentar reproduzir a rotina hodierna de uma redação de telejornal. Não por falta de competência dos sistemas de ensino presentes no mundo, mas porque as realidades sociais, culturais, econômicas, financeiras, jurídicas, trabalhistas, políticas e inúmeras outras, são diferentes entre um jornalista e um estudante de jornalismo. O mercado de trabalho e a academia também possuem diferenças relevantes, assim como um telejornal comercial e um telejornal universitário e essas diferenças alteram a noção de tempo e regularidade em determinadas esferas durante a produção de imagem. Ainda assim, reafirmamos ser possível replicar as mesmas etapas deste processo.

Entendemos que por meio do modelo de ensino desenvolvido durante as atividades do Telejornal Universitário da Universidade Federal de Santa Catarina, é possível a prática de cada etapa desta produção, de modo a ocorrer isoladamente sem afetar a aprendizagem.

Através de uma visão mais romancista e inovadora, arriscamos indicar grandes probabilidades de que o telejornalismo de televisão na qual conhecemos, produzido para ser exibido através de pares tradicionais de televisão, será superado nos próximos anos pelo telejornalismo de internet. Por isso, esta situação, em relação a flexibilização dos horários de início e final da exibição de cada edição, não necessariamente deve ser vista como um problema. Verificamos que esta oportunidade que a internet oferece foi **identificada e aproveitada** pelos alunos que produzem o TJUFSC e pode ser arremedada por empresas telejornalísticas, inclusive. Deste modo, a tradicional tensão pré-exibição e pré-encerramento, encontrada em quase todos os telejornais apresentados ao vivo, através do aparelho de televisão, é cerceada pela possibilidade que a internet oferece em tornar menos rígidos os horários, bem como o tamanho ou volume de informações a serem exibidas durante cada edição do programa. Com mais flexibilidade nos horários de exibição, existe a possibilidade de se reduzir os riscos de falhas e erros de produção do programa. Da mesma forma, torna-se viável variar o volume de conteúdo e aumentar a qualidade do produto a ser exibido, reduzindo as possibilidades de transmissão de conteúdos errôneos, inclusive.

Para que haja a possibilidade de uma aproximação ainda maior entre o que é praticado no telejornalismo de referência e o que é ensinado nas universidades, propomos uma possível alternativa eficaz, porém ainda não experimentada: a intensificação de pesquisas acadêmicas interdisciplinares aplicadas com base em previsões. A proposta aqui apresentada é que, baseados no conceito de superprevisão, de TETLOCK (2016), professores propiciem atividades com base nas informações coletadas e interpretadas por grupos interdisciplinares de pesquisadores objetivados a coletar e analisar informações sobre o passado e o presente e, a partir dos resultados, indicar possibilidades para o futuro do telejornalismo. Dessa forma entendemos ser possível que os estudantes concluam o curso com maior conhecimento técnico, teórico e consoante com o contexto histórico, social, tecnológico, cultural, econômico, acadêmico e tantos outros, na qual encontrarão ao serem inseridos no telejornalismo profissional. Entendemos que essa realidade possibilitaria não apenas que a academia estivesse alguns passos à frente do mercado de trabalho, tornando-se referência para este, mas também, que empresas

pudessem utilizar dos resultados das pesquisas e aplicá-los em suas atividades para aumentar a qualidade do jornalismo, sobretudo do telejornalismo produzido a serviço da sociedade. A partir da interpretação das análises realizadas por este grupo, acreditamos ser possível a criação, a aplicação e a experimentação de inúmeros equipamentos, processos, produtos, técnicas e métodos que beneficiem tanto o telejornalismo profissional quanto o ensino da profissão.

Atualmente a realidade das pesquisas voltadas ao telejornalismo se limita a casos onde os estudos são feitos a partir de produtos já existentes ou processos já executados por jornalistas. Empresas telejornalísticas não têm o costume de buscar modelos, técnicas, produtos e equipamentos experimentados e/ou avaliados por centros de pesquisas universitários. Porém, através de um estudo sobre o conceito de superprevisão de Philip E. Tetlock e Dan Gardner, é possível indicar que existem outras possibilidades mais eficientes e economicamente viáveis, nas quais, pesquisadores de diferentes campos da ciência poderiam dedicar seus estudos a produtos ou processos que possivelmente serão necessários para a produção de conteúdos telejornalísticos no futuro e assim auxiliar para a melhoria da qualidade do telejornalismo e do ensino de suas práticas. Estaríamos portanto, alterando o sentido na qual se busca a referência para inovar. Ao invés de as universidades aplicarem conhecimentos a partir de análises de produtos já produzidos por empresas telejornalísticas, estariam produzindo, experimentando e avaliando conhecimentos que pudessem servir como referência para as empresas.

Para Tetlock e Gardner (*idem*), a capacidade de fazer previsões é, de modo sintetizado, a habilidade de identificar características em acontecimentos do passado e do presente que possam apontar tendências para o futuro, é "estimar a probabilidade de algo acontecer" (p. 59). Segundo os autores, a superprevisão, que seria a atividade regular de prever o futuro, de fato "exige níveis mínimos de inteligência, proficiência com números e conhecimento do mundo [...] exige um modo de pensar que envolva mente aberta, cuidado, curiosidade e — acima de tudo — autocrítica" (*idem*, p. 26). Portanto, mais que arte, prever o futuro é uma ciência a ser explorada por especialistas capazes de transformar os mais variados acontecimentos em objetos de análise na busca por resultados que possibilitem a estimativa da probabilidade de algo acontecer no futuro.

A partir das experiências adquiridas durante atuação profissional, somadas às leituras realizadas sobre os temas propostos neste trabalho e as análises contempladas durante a pesquisa resultante do mestrado, é factível sustentar que por meio destes exercícios de previsão, é possível

proporcionar uma considerável melhoria na qualidade do ensino durante a formação de novos jornalistas, assim como tornar as atividades laboratoriais acadêmicas em referências para empresas que buscam por modelos, técnicas, produtos e equipamentos já experimentados e aprovados para aplicação. Desse modo seria possível reduzir os riscos financeiros, riscos de demissões em massa e riscos de fechamento de empresas por falência.

Além disso, defendemos que a produção de imagens de modo desenfreado e sem responsabilidade por parte da mídia, coloca àqueles que as visualizam em iminente perigo, ao acreditarmos que as imagens são elementos altamente subjetivos e que vêm sendo usadas pelo telejornalismo a cada ano e com maior frequência, com fins objetivos, mesmo sem saber as reais consequências possíveis a partir de sua visualização. Por isso, indicamos a aplicação do modelo de ensino desenvolvido pelos professores coordenadores do TJUFSC em diferentes grupos de alunos e instituições, sejam elas brasileiras ou não.

Referências

ARISTÓTELES. **Physique**. Paris: Belles Lettres, 1931.

ARISTÓTELES. **Elencos Sofísticos**. Tradução de Pinharanda Gomes. Lisboa: Guimarães Editores, 1986. Disponível em: <
<https://marcosfabionuva.files.wordpress.com/2011/08/organon-vi-trad-pinharanda-gomes.pdf>>. acessado em 8 de novembro de 2016.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Trad. Estela dos Santos Abreu, Cláudio C. Santoro; Ed. 16. Campinas: Papirus, 2012.

BACHELARD, Gaston. **O Ar e os Sonhos**. Trad. Por Antônio de Pádua Danesi. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BAZIN, André. **O cinema: ensaios**. São Paulo: Brasiliense, 1985. 326 p.

DEMENECK, Ben-Hur. **Sobre Jornalismo e Temporalidade: atualidade, regularidade e prazos jornalísticos**. 2005. Monografia (Especialização em Estudos em Jornalismo). Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC

BISTANE, L., BACELLAR, L. **Jornalismo de tv**. São Paulo: Contexto, 2005

BRASIL, Antônio. O ENSINO DE TELEJORALISMO NO BRASIL: ENTRE A TEORIA E A PRÁTICA. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 40-46, jan./jun. 2001.

_____, Antônio. **A revolução das imagens: Uma nova Proposta para o Telejornalismo na Era Digital**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda., 2005. 161 p.

_____, Antonio. Por uma história do telejornalismo na internet: dez anos da TV UERJ online. **Anais do VIII Encontro Nacional de História da Mídia**, Guarapuava, 2011.

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

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

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. **Jornalismo para dispositivos móveis**: produção, distribuição e produto. Covilhã: Livros LabCom, 2015. 487 p.

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

CARNEIRO, Celeste. **A arte e o cérebro no processo de aprendizagem**. Disponível em: <http://www.cerebromente.org.br/n12/opiniaio/criatividade2.html>, acessado em 22 de junho de 2017.

COHEN, Jeremy et al. Symposium: Journalism and Mass Communication Education at the Crossroads. **Journalism and Mass Communication Educator** 56/3, Autumn 2001.

CORNOLDI, C.; VECCHI, T.. Cécité precoce et images mentales spaciales. In HATWELL, Arthur. Streri & E. Gentaz, (Eds.), **Toucher pour connaître** (pp. 175-189). Paris: PUF, 2000.

CORREIA, Paulo Cruz. Inovação como ponto de referência para a atual empresa competitiva. RACRE - **Revista de Administração**, Esp. Sto. do Pinhal- SP, v.14, n. 18, jan./dez, 2014.

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.

DOOSE H, et. al.. Genetics of photosensitive epilepsy. **Neuropaed**, 1962.

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

FABRIS, Annateresa. **Revista Brasileira de História**, vol.18, n35, São Paulo, 1998.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del Periodismo**: Cómo se forma el presente. Paidós: Barcelona, 1a Ed, 1991.

HYERLE, D.. Thinking Maps: Visual Tools for Activating Habits of Mind. In COSTA, Arthur. L. & KALLICK, Bena.(Eds) **Learning and Leading with Habits of Mind: 16 Essential Characteristics for Success**. Alexandria: Association for Supervision and Curriculum Development, 2008. Disponível em:
<http://www.thinkingschoolsinternational.com/site/wp-content/uploads/2016/05/Habits-of-Mind-and-Thinking-Maps-chapter-copy-2.pdf>

JEAVONS, P.M., BISHOP, A. HARDING, G.F.A.. The prognosis of photobensitivity. vol. 27, n. 5, **Epilepsia**, 1986.

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

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papyrus, 2012.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós moderno; Tradução de Ivone Castilhos Benedetti. – Bauru – SP: EDUSC, 2001.

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias**: o novo ritmo da informação. Campinas: Papyrus, 2007.

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 (ed.) **Ars Electronica: Facing the future**. A survey os two decades. Cambridge. Mit Press. 1999, p.67-68.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**: Uma teoria da fotografia. 1 ed. São Paulo: Brasiliense, 1984. 162 p.

_____, Arlindo. **O quarto iconoclasmo**: e outros ensaios hereges. 1 ed. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2001.

MACHADO, Elias. Creatividad e innovación en el periodismo digital. Anais do **Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0**, 2, 2010, Bilbao. Bilbao: Universidad del País Basco, 2010. p. 64-72.

MAIA, Paulo. A historiografia do cinejornalismo no Brasil. Anais do 3o. **Seminário Nacional de História da Historiografia**: aprender com a história? Ouro Preto: Edufop, 2009.

MEDITSCH, Eduardo. Novas e velhas tendências: os dilemas do ensino de jornalismo na sociedade da informação. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v.1, n.1, p.41-62, abr./jul. 2007. Disponível em: <http://www.fnpij.org.br/rebej/ojs/viewissue.php?id=6>

NEIVA, JR. **A imagem**. 2 ed. São Paulo: Ática, 1994.

NÖTH, Winfried; SANTAELLA, Lúcia. **Imagem**: Cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.

PATERNOSTRO, V. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. São Paulo: Brasiliense, 1987

PIGNATARI, Décio. **Signagem da televisão**. São Paulo: Editora Brasiliense S.A, 1984. 190 p.

PENNA, Fabio. **Relato de experiência TV UERJ**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2005.

REZENDE, Guilherme J. **Telejornalismo no brasil**: um perfil editorial. 1 ed. São Paulo: Summus, 2000.

RUBIN, Jeff. **The Jeff Rubin Jeff Rubin Show**: USA Memory Champion Nelson Dellis. 2013. [Audio podcast]. Disponível em: <http://splitsider.com/2013/07/the-jeff-rubin-jeff-rubin-show-usa-memory-champion-nelson-dellis>

SALAS-PUIG, J; PARRA, J; FERNÁNDEZ-TORRE, J.L.. Photogenic epilepsy. Oviedo: **Revista de Neurologia**, Jun. 2000. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/12414410_Photogenic_epilepsy>. Acessado em 20 out. 2017.

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

_____, Lucia. Por uma epistemologia das imagens tecnológicas: seus modos de apresentar, indicar e representar a realidade. In: Araújo, D. C (Org.). **Imagem (ir)realidade**: Comunicação e Cibernética. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. Ed. Trad. Luís Manuel Dionísio. Lisboa, Portugal: Veja, 1999. *Coleção Comunicação e Linguagens*. P. 177-190.

SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico (1 ed., 1934). Tradução de Maria Sílvia Possas. Coleção Os Economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SILVA, Edna Lúcia da. **Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, Ellen; OLIVEIRA, Lícia. O funcionamento do cérebro no processo de aprendizagem. In: **Anais da VI Jornada de Pós-Graduação da Faculdade Integrada Brasil Amazônia**, Belém do Pará. 2013. p. 230 - 240.

SQUIRRA, Sebastião. **O Ensino de Telejornalismo no Brasil, ou a hegemonia da instrução bidimensional estática num mundo tridimensional, cinética**. In: ANAIS do IV Seminário Internacional de Telejornalismo; em áudio. Rio de Janeiro, 2000.

STEPHENS, MITCHELL. **The rise of the image the fall of the world**. New York: Oxford University Press, 1998. 272 p.

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.

TETLOCK, Philip. GARDNER, Dan. **Suprerprevisões**: a arte e a ciência de antecipar o futuro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2016.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2008.

THORPE, S., FIZE, D. & MARLOT, C.. **Speed of processing in the human visual system**, Nature, Vol 381. 1996.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo**: o que você vai ver a seguir. Vitória: Espaço Livros, 2009.

_____, Carlos. Em busca de um novo paradigma. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 19-29, jan./jun. 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Uma comunidade interpretativa transnacional: A tribo jornalística. Media & Jornalismo. N.2, Florianópolis: Insular, 2004.

ZELIZER, Barbie. Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa. Traquina, N. (org.) **Jornalismo 2000. Revista de Comunicação & Linguagens**. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, n.27, fevereiro de 2000, p.50-65.

WEIGELT, Diego; PARMEGGIANI, Brenda. Os jovens e o Rádio: Usos e modos de ouvir na Era da Comunicação Móvel e Digital. **Intercom**, Foz do Iguaçu, setembro. 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0686-1.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2017.

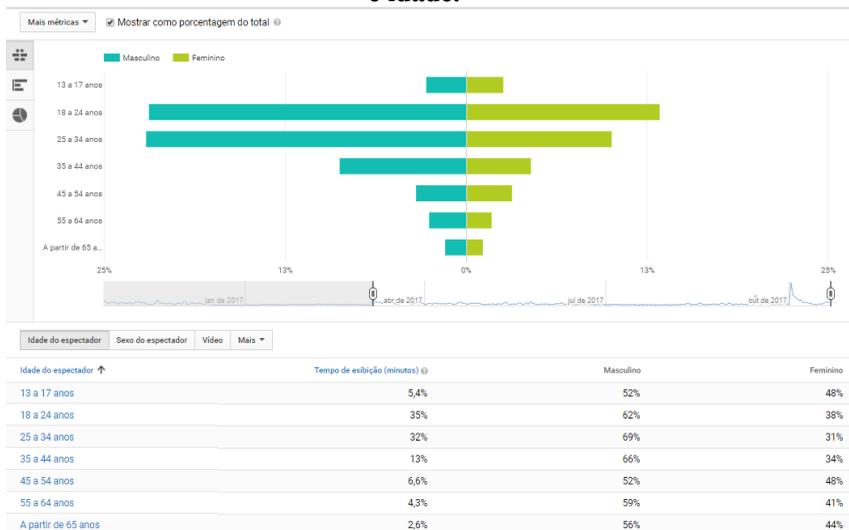
WHYTE, William. **Sociedade de esquina**: a estrutura social de uma área urbana pobre e degradada. Tradução de Maria Lucia de Oliveira. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005. 390 páginas.

APÊNDICE 1 – Questionário aplicado aos alunos

Item	Nível de concordância										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. O curso é interessante para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
2. O curso é útil para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
3. O curso é necessário para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
4. O curso é importante para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
5. O curso é relevante para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
6. O curso é essencial para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
7. O curso é fundamental para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
8. O curso é indispensável para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
9. O curso é imprescindível para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
10. O curso é indispensável para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
11. O curso é fundamental para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
12. O curso é essencial para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
13. O curso é relevante para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
14. O curso é importante para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
15. O curso é necessário para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
16. O curso é útil para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
17. O curso é interessante para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
18. O curso é agradável para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
19. O curso é divertido para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
20. O curso é desafiador para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
21. O curso é estimulante para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
22. O curso é motivador para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
23. O curso é inspirador para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
24. O curso é enriquecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
25. O curso é educativo para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
26. O curso é informativo para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
27. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
28. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
29. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
30. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
31. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
32. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
33. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
34. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
35. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
36. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
37. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
38. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
39. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
40. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
41. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
42. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
43. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
44. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
45. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
46. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
47. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
48. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
49. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
50. O curso é esclarecedor para quem quer trabalhar em uma empresa.	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5

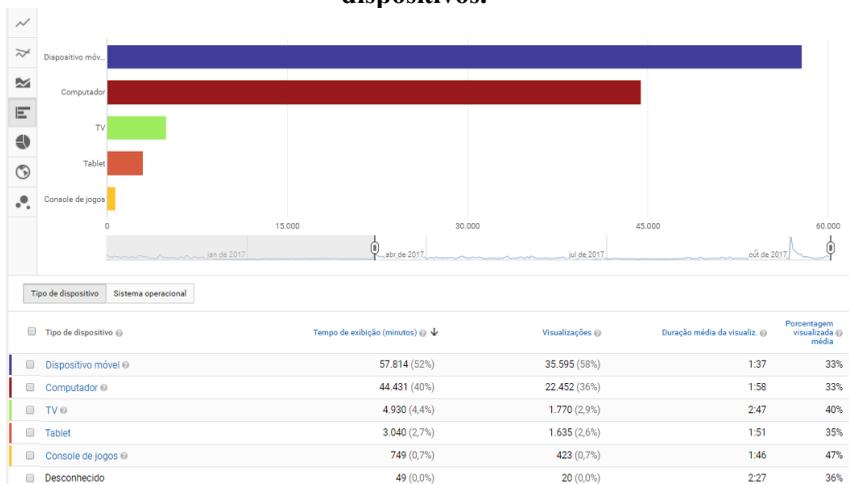
Fonte: O autor (2017).

ANEXO 1 – Gráfico sobre audiência do canal TJUFSC, por gênero e idade.



Fonte: Youtube.com. Última visualização em: 23 de outubro de 2017.

ANEXO 2 – Gráfico sobre a audiência do canal TJUFSC, por dispositivos.



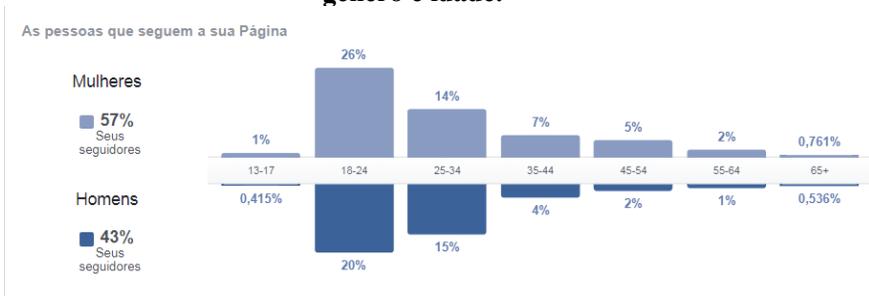
Fonte: Youtube.com. Última visualização em: 23 de outubro de 2017.

ANEXO 3 – Dados sobre visualizações do canal TJUFSC, por país.

País	Tempo de exibição (minutos) Ⓣ ↓	Visualizações Ⓣ	Duração média da visualiz. Ⓣ	Porcentagem visualizada Ⓣ média
Brasil	21.947 (96%)	11.452 (97%)	1:54	37%
Portugal	218 (1,0%)	126 (1,1%)	1:43	32%
Estados Unidos	127 (0,6%)	55 (0,5%)	2:19	30%
Alemanha	72 (0,3%)	18 (0,2%)	3:59	66%
Bélgica	56 (0,2%)	15 (0,1%)	3:45	76%
Espanha	45 (0,2%)	17 (0,1%)	2:37	35%
Uruguai	43 (0,2%)	13 (0,1%)	3:18	52%
França	27 (0,1%)	20 (0,2%)	1:21	47%
Austrália	22 (0,1%)	9 (0,1%)	2:26	54%
Chile	21 (0,1%)	4 (0,0%)	5:13	55%

Fonte: Youtube.com. Última visualização em: 23 de outubro de 2017.

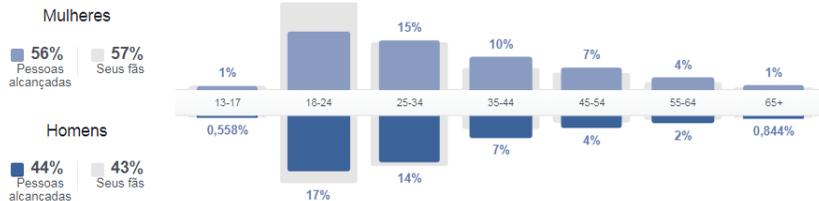
ANEXO 4 - Gráfico sobre seguidores na fanpage do TJUFSC, por gênero e idade.



Fonte: Facebook.com. Última visualização em: 23 de outubro de 2017.

ANEXO 5 - Gráfico sobre visualizações na fanpage do TJUFSC, por gênero, idade, país, cidade e idioma.

O número de pessoas que viram qualquer conteúdo associado à sua Página por faixa etária e grupo de gênero.



Pais	Pessoas alcançadas	Cidade	Pessoas alcançadas	Idioma	Pessoas alcançadas
Brasil	50.191	Florianópolis, SC	16.151	Português (Brasil)	48.362
Estados Unidos da Am...	442	São José (Santa Catari...	2.699	Inglês (EUA)	1.972
Argentina	234	Palhoça, SC	1.443	Português (Portugal)	619
Alemanha	171	São Paulo, SP	1.357	Espanhol	495
França	161	Curitiba, PR	1.294	Inglês (Reino Unido)	433
Portugal	143	Joinville, SC	1.200	Francês (França)	226
Reino Unido	119	Alfredo Wagner, SC	1.094	Alemão	146

Fonte: Facebook.com. Última visualização em: 23 de outubro de 2017.

ANEXO 6 – Lista de inovações na televisão, no telejornal brasileiro e nas tecnologias relacionadas.

ANO	TELEVISÃO	TELEJORNAL NO BRASIL	TECNOLOGIA
1923	Vladimir Zworykin registra a patente do tubo iconoscópico para câmaras de televisão, o que tornou possível a televisão eletrônica.		Tubo de raios catódicos usado em televisão e que converte imagens em sequências de sinais elétricos.
1926	O primeiro sistema semimecânico de televisor analógico foi demonstrado por John Logie Baird em 26 de Janeiro de 1926 em Londres.		Os ruídos provocados pelo aparelho dificultavam a emissão sonora, mas mesmo assim foi o primeiro aparelho a reproduzir imagens em movimento com 32 linhas de resolução.
1928	A emissora WGY transmitiu simultaneamente em rádio e TV (WGY, 2XAF e 2XAD) o senhor Al Smith, pré-candidato à presidência pelo Partido Democrata, aceitando a		Era utilizada uma tecnologia de disco giratório mecânico para exibir imagens em sua tela de três polegadas.

	<p>indicação oficial. Foi o primeiro sinal ao vivo (em directo) e o primeiro evento de notícias.</p>		
1950	<p>Assis Chateaubriand importa 200 aparelhos televisores ao Brasil</p> <p>Os anos 50 são considerados como a Era de Ouro da Televisão</p>	<p>Entra ao ar <i>Imagens do Dia</i>, o primeiro telejornal do país apresentado pelo radialista Ribeiro Filho, das 18 às 23 horas.</p>	<p>A TV precisava esquentar durante 30 segundos, até aparecer a imagem em tons de cinza.</p>
1954	<ul style="list-style-type: none"> A televisão em cores surgiu na rede norte-americana NBC. 	<p>Dois anos antes (1952) entrava na TV "O seu repórter Esso". Na TV Tupi do Rio, o noticiário foi comandado inicialmente por Luís Jatobá; Gontijo Teodoro assumiu a bancada em seguida, apresentando o telejornal por 18 anos, até 1970.</p>	<p>Emissão combinada de três imagens monocromáticas, uma em cada banda de vermelho, verde e azul (RGB). Quando em rápida sucessão, estas cores misturam-se para produzir uma cor tal como apreciado pelo sentido da visão das pessoas.</p>
1956			<p>Brasil registra 1,5 milhão de telespectadores no mesmo ano em que é criado o controle remoto que dispensa fios.</p>

1960	SONY introduziu no mercado os televisores com transistores. O satélite Telstar transmitia os sinais através do Oceano Atlântico.	Entra no ar a TV Excelsior São Paulo afiliada à Rede Excelsior Aumento da qualidade e quantidade de notícias.	Chegada do videoteipe no Brasil. O vídeo tape mudou toda a lógica da TV e de seus profissionais.
1963	Primeiro experimento da Televisão em cores no Brasil.	Um ano antes (1962) foi ao ar o “Jornal de Vanguarda”, idealizado por Fernando Barbosa Lima, que se constitui em outro marco significativo na história do telejornalismo brasileiro. Ele foi inovador por ter instituído a participação de jornalistas.	Em 1962 a Nasa lança ao espaço o primeiro satélite de comunicações. O satélite Telstar I, permitiu a primeira transmissão ao vivo de imagens de televisão entre os Estados Unidos e a Europa. Do ponto de vista da qualidade, as imagens eram extremamente primitivas para os parâmetros atuais.
1965		Inauguração da TV Globo	
1967 - 1972		Surgimento das redes nacionais de televisão.	Rede nacional de micro-ondas.
1970	É feita a primeira transmissão oficial em cores no País. A responsável pela façanha foi a TV Difusora de Porto Alegre, em março. Era a	Um ano antes (1969) o Jornal Nacional , da Rede Globo de Televisão, criado por Armando Nogueira, estreou em 1º de Setembro de 1969, tornando-se líder de audiência	Chega ao Brasil o gravador de videocassete. VIDEOTEIPE: fitas magnéticas de 1/2, 1 ou 2 polegadas de largura acondicionadas em carretéis (ou rolos).

	<p>inauguração da Festa da Uva, em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul.</p> <p>25% dos lares brasileiros já tinham TV. A Copa do Mundo é transmitida ao vivo, via satélite.</p>	<p>e referência da imprensa nacional. Foi o primeiro a apresentar reportagens em cores, o primeiro a apresentar reportagens internacionais via satélite no instante em que os fatos ocorriam.</p> <p>Em 31 de dezembro de 1970 na TV Tupi e na TV Record, o Repórter Esso acabou, durante uma transmissão da televisão, anunciaram quem não ocorreria mais aquele programa. Uma perda na história do telejornalismo brasileiro.</p>	<p>O primeiro videocassete com sucesso comercial foi o U-matic da Sony, introduzido no mercado em 1971.</p>
1975			<p>A Sony criou um formato dirigido especificamente para o consumo de massa amador, conhecido como Betamax, lançado no mercado dos EUA em Novembro de 1975.</p>

1976			<p>Surgiu um formato lançado pela JVC conhecido como <i>Video Home System</i>, o VHS, também com fitas de 1/2 polegada que logo foi franqueado para outras empresas como a Matsushita (Panasonic), Sharp, Zenith, RCA, o que acelerou sua difusão pelo mundo. O VHS possuía um tempo de gravação de duas horas.</p>
1977		<p>A Globo incorporou novas tecnologias: foi a primeiro a usar a UPJ (Unidade Portátil de Jornalismo) com repórteres entrando ao vivo de vários pontos da cidade, transmitindo informações de serviço como tempo, trânsito, movimentação da cidade, aeroporto etc.</p>	
1980	<p>Iniciam-se os testes para implantação da Tv à cabo através do sinal UHF.</p>		<p>UHF significa Frequência Ultra-Alta. É uma frequência comum para propagações de sinais de televisão e de canais em HDTV,</p>

			rádio, transceptores, bluetooth e redes wireless.
1981	Um ano antes (1980) chegam ao mercado as televisões portáteis	Um ano antes (1980) chega ao fim a TV Tupi. Em 1981 é inaugurada a SBT. Em 1982 é inaugurada a Manchete.	Lançamento das câmeras-gravadoras (camcorders) do formato VHS para videocassete. Qualquer um poderia gravar a partir desta data. O uso ainda era pequeno no mercado amador. Chega ao mercado a televisão com controle remoto sem fio.
1987	Surgem os modelos de TV estéreo.	A Rede Manchete fez a primeira transmissão experimental da tecnologia.	Trendset 20 Stéreo Espacial - o novo modelo de 20 polegadas da Philips, desenvolvido para aplicações com som estéreo -, que foram instalados em Shopping Centers de São Paulo e em gabinetes de autoridades locais. Pré-lançamento do Compact Disc (CD)
1989	Craição da TV Plus. Primeira Tv por assinatura no Brasil.		

1990		<p>Informatização das redações. Agilidade, qualidade e precisão no trato da notícia.</p> <p>Cenários virtuais, vinhetas e grafismo. Uso de helicópteros e <i>motokinks</i>.</p>	<p>No início de 1990 discos-ópticos de alta capacidade estavam em desenvolvimento: um era o MultiMedia Compact Disc (MMCD).</p> <p>Ele tinha a proposta de unir os dois sistemas, evitando a repetição dos problemas da década de 1980, com os videocassetes dos formatos VHS e Betamax.</p>
1991			<p>Chegam ao mercado os jogos de realidade virtual.</p> <p>Chega a internet ao mundo.</p>
1992	Primeira tela de plasma full color é apresentada ao mundo.	A disputa pela audiência entre as grandes redes de televisão acirrou-se a partir de 1990. Mesmo mantendo a maior parte da audiência durante boa parte da década, a Globo enfrentou a concorrência da Rede Manchete e do SBT.	A Fujitsu introduziu o primeiro televisor de plasma 42 polegadas no varejo. Com resolução de 852x480 (EDTV), varredura progressiva e custava US\$ 14.999 à sua estréia. ^[2]
1996	O mundo chega a marca de 1	Criação da Globonews, o	

	bilhão de aparelhos televisivos.	primeiro canal de notícias brasileiro 24h.	
1997			Os primeiros <i>DVD Players</i> (leitores de DVD) e discos estavam disponíveis em Novembro de 1997 no Japão.
1998	Chegada da TV em alta definição (HDTV) ao mercado.	TV Record é pioneira e inicia testes com produção digital (captação, edição e transmissão), transmitindo uma festa no Memorial da América Latina, em São Paulo. Um dia depois, Globo faz transmissão digital ao vivo em circuito aberto, transmitindo um repórter direto de Paris.	O sinal digital transmite a informação para vídeo e som na forma de uns e zeros ao invés do formato de onda. Sistema binário.
2001		Band cria TV Banda News, em São Paulo. Totalmente digital.	
2002	Chegada da Tv de Plasma no Brasil	Aproveitamento da qualidade das imagens e prioridade para materiais audiovisuais ligados a estética. Aumento de novos quadros no telejornal	Foram vendidos cerca de 1500 aparelhos. Em 2004 foram vendidos cerca de 72 mil. Além de reduzir a profundidade da

		enfocando as novidades do turismo nacional.	TV para poucos centímetros, a nova tecnologia ainda aumentou a resolução da imagem em quase sete vezes. Outras vantagens são a tela plana, que evita distorções, e as imagens com mais cores e brilho, além de menos problemas de reflexo.
2003	Brasil lança a primeira Smart Tv do mercado.		A Smart TV Phlco NeTVision foi desenvolvida pela itautec-Philco. O DVD começa a ganhar força no Brasil.
2004	Chegada da TV Led ao mercado.	Jornal Nacional alcança 63% da audiência no país. Cortes de comentaristas e matérias mais enxutas transformam os telejornais.	Sistema de Led usa vários diodos emissores de luz (LEDs) por trás de um painel LCD. Proporciona melhor contraste de imagem que a LCD com iluminação traseira do por Eletroluminescência (comuns). Criação do Blu-ray Disc e HD-DVD, os DVDs de alta definição.

2007	Chegada da Tv digital no Brasil (HDTV), inaugurada em São Paulo.	Interação do telejornalismo com as mídias sociais tradicionais além de internet, celular etc. Possibilidades de segunda tela. Record é pioneira e cria a Record News em TV aberta.	Salto na qualidade da imagem e som. Sistema binário. Transmissão de TV via internet.
2008		Convergência de mídias. SBT investe em jornalismo, contratando profissionais de outras emissoras e mudando cenários.	
2009	Chegada da TV Led ao Brasil.		
2010	Chegam ao mercado e o Brasil importa os primeiros televisores com imagens em três dimensões (3D).		
2016	TV com painel OLED 4K		O modelo 901F, de 55 polegadas, tem resolução Ultra HD (4K), tecnologia HDR A tecnologia aprimora os níveis de preto exibidos na tela, além de ter como destaques o

			contraste, as cores e a reprodução de movimento em relação às telas LED/LCD.
--	--	--	--

Fonte: O autor (2017).