

O ensino de telejornalismo no Brasil: práticas, perspectivas e transformações tecnológicas com o uso das redes sociais digitais¹

Rafael Pereira da SILVA²
Pedro Andrade BRINGEL³
José Jullian Gomes de SOUZA⁴
Paulo Eduardo CAJAZEIRA⁵
Universidade Federal do Cariri, CE

Resumo

A presente pesquisa tem como objetivo realizar um estudo de caso acerca das possibilidades de interatividade – mais especificamente a cooperação, competição, e conflito e memória alavancadas através da atuação das Redes Sociais *Facebook* e *Youtube* no armazenamento e circulação da produção audiovisual da disciplina de Telejornalismo, no curso de Comunicação - Social da Universidade Federal do Cariri. Compreender de que forma tais espaços virtuais colaboram para a difusão e o armazenamento das produções feitas pelos estudantes, bem como potencializam e facilitam a comunicação entre docentes e discentes por tratarem-se de ambientes essencialmente interativos.

Palavras-Chave: ensino do jornalismo; redes sociais; cooperação; memória; conexões

Introdução

A percepção sobre o atual estágio do ensino de telejornalismo no Brasil e seus novos desdobramentos, diante das novas tecnologias, nos remonta ao contexto do surgimento dos primeiros estudos, pesquisas e implantação dos cursos de Jornalismo no país. Esse processo nos possibilita analisar de forma exploratória e qualitativa, as transformações que ocorreram ao longo desses anos. Uma reflexão teórica e prática desse surgimento se fazem necessária para que seja possível um diálogo sobre o cenário em que se encontra o ensino da disciplina nas faculdades brasileiras.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Comunicação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduando em Comunicação Social/Jornalismo (UFCA/Brasil). Membro do Centro de Estudo de Pesquisa em Jornalismo (UFCA/CNPq/Brasil). Bolsista PID/UFCA/Brasil, email: rafaelpereira704@yahoo.com.br.

³ Graduando em Comunicação Social/Jornalismo (UFCA/Brasil). Membro do Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (UFCA/CNPq/Brasil). Bolsista PID/UFCA/Brasil, email: or.dep111@hotmail.com

⁴ Graduando em Comunicação Social/Jornalismo (UFCA/Brasil). Membro do Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (UFCA/CNPq/Brasil). Bolsista PID/UFCA/Brasil, email: jullianjose64@gmail.com

⁵ Professor de Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Cariri e do Programa em Desenvolvimento Regional Sustentável (UFCA/Brasil), Membro do Centro de Estudos em Pesquisa em Jornalismo (UFCA/CNPq/Brasil). Jornalista e Ceará (UFCA/Brasil) Pós-doutor em Ciências da Comunicação (UBI/Portugal). Doutor em Comunicação e Semiótica (PUCSP/Brasil), email: pcajazeira@cariri.ufc.br

O professor José Marques de Melo (2003) nos atenta, de acordo com sua análise sobre os estudos no campo da comunicação, que a ampliação de novos segmentos ocorre apenas na década de 1960. Rememorando os passos que a introdução do jornalismo na sociedade brasileira obteve, podemos destacar a figura de José Higino Duarte Pereira, que ainda no século XIX, realizou estudos sobre a imprensa. Para muitos autores, esse seria o ponta pé inicial de uma série de estudos que desencadearia a criação dos cursos de jornalismo no Brasil e as reflexões sobre o ensino na área.

A implantação dos cursos de jornalismo deu-se na etapa que Melo (2003) destaca como fortalecimento dos estudos do campo das Ciências da Comunicação e que segundo Kneipp (2014) deu-se a partir da frustrante tentativa de implantação de um curso na Universidade do Distrito Federal, que permeia os anos de 1947 a 1963. Ressalta-se a fundação da Escola de Jornalismo Cásper Líbero (1947) em parceria com a Pontifícia Universidade Católica, em São Paulo e do curso de jornalismo da Universidade do Brasil (1948) no Rio de Janeiro. Mas foi com a criação da ECA (Escola de Comunicação e Artes) da USP (Universidade de São Paulo) que o ensino de jornalismo ganhou força. Na USP consolidou-se um dos primeiros corpos docentes fixos e programas de pós-graduação.

A pesquisadora Valquíria Kneipp (2014) explica que a dificuldade na implantação de um curso de jornalismo no Brasil se devia, em grande parte, a falta de regulamentação do Ministério da Educação. Nos anos de 1960, eram 20 cursos de jornalismo que estavam em funcionamento no país, e na década seguinte esse número aumentou para 46, a partir da regulamentação da profissão em 1969. Sendo assim, visamos compreender como a produção, o ensino e a formação do profissional em telejornalismo, tendo como parâmetro, as produções dos estudantes da Universidade Federal do Cariri (UFCA), se encontra neste cenário contemporâneo. E, propiciado pelas possibilidades do meio de comunicação digital (com o computador e a Internet), convergência de multiplataformas, redes sociais digitais, interatividade, fragmentação do conteúdo e formatos elaborados para a Web. Uma vez que o jornalista na sociedade contemporânea necessita conhecer em seu período acadêmico, para atender especificidades da profissão diante das novas tecnologias.

O ensino de telejornalismo e as novas tecnologias

“O telejornalismo é uma área extremamente dinâmica e em constante evolução, tanto no seu formato tecnológico quanto no seu conteúdo e na sua linguagem

informativa” (BRASIL, 2001, p. 2). Ao longo desses anos a evolução tecnológica sofreu enormes transformações. Hoje, nos referimos a essas inovações com uma velocidade quase incalculável. À proporção que a Internet possui e acarreta, atualmente, vem transformando o modelo convencional do fazer jornalístico – principalmente do jornalismo televisivo – e isso influencia diretamente no modo de ensino das faculdades de jornalismo no Brasil.

As instituições de ensino de jornalismo estão se deparando com novos dilemas diante do grande potencial que é a mídia tecnológica. O que até então se tinha como “novidade” (do jornalismo impresso para o radiojornalismo, e desse para o jornalismo televisivo), ao longo da história da profissão, perpassa por uma série de profundas transformações na contemporaneidade. E, requer a utilização de novas estratégias e métodos para que o estudante de jornalismo esteja apto para compreender a profissão a partir do diálogo entre os velhos e os novos meios de informação.

O ensino de jornalismo precisa agir em parceria com os alunos na busca por alternativas que permitam acompanhar as mudanças que estão ocorrendo nos processos de produção e distribuição da notícia, mesmo que as alterações curriculares não sejam flexíveis o suficiente para dar conta das freqüentes mudanças (MARINHO; TÁRCIA, 2008, p. 31).

Marinho e Tárzia (2008) compreendem que o ensino, na fase atual, necessita buscar mudanças em conjunto com os estudantes, para essas alterações que estamos acompanhando na sociedade. Em especial o telejornalismo tem vivenciado profundas transformações em sua estrutura, e esse processo se inicia na segunda fase caracterizada por Kneipp (2014) quando o curso de Comunicação Social, onde o jornalismo estava amparado, se depara com a influência americana e inicia a sua fase científico-técnico. A partir desse momento as disciplinas de jornalismo, as de telejornalismo, começam a adquirir professores específicos do ensino na área. Destaque para Walter Sampaio que criou o primeiro manual de telejornalismo, nos anos 1970.

Desde o surgimento da disciplina, que podemos observar até o momento, e sua chegada na fase atual às mudanças que ocorreram, demonstram que a formação acadêmica do estudante em jornalismo necessita de uma nova roupagem para uma melhor preparação diante das novas tendências e tecnologias. E as universidades e faculdades, em conjunto com o corpo docente, devem estar prontas para atender a essa demanda, não apenas do mercado, mas da reconfiguração desse jornalismo multimídia.

Ao tratar do surgimento da TV no século XX e, do estímulo que trouxe em reunir as pessoas ao seu redor, Miceli (2005) traz o conceito de mito da lareira. Uma relação baseada

na antiga estrutura de agrupamentos das pessoas em volta da fogueira para ouvir histórias e trocar informações do dia-a-dia, mas aqui caracterizado pela televisão. Porém, o conceito de Miceli, em parte, está sendo dissolvido pela introdução do ambiente digital e sua constante e fragmentada individualização.

Atualmente, com as relações de comunicação e interação social, cada vez mais pautadas dentro da lógica da internet, há uma remodelação das estratégias de produção na televisão, e mais especificamente, nos telejornais. Com um público extremamente vinculado e familiarizado com os espaços virtuais, o jornalismo passou por um processo de hibridação ao lançar na web extensões de seus produtos na TV, denominadas por cibermeios. Desta forma, sites, *fanpages* no *Facebook*, perfis no *Twitter* e *Instagram* e até mesmo aplicativos para sistemas Android e IOS levaram ao público as informações do telejornal exibido na televisão através de múltiplos formatos e múltiplas telas.

Neste processo de convergência midiática, a relação emissor-receptor e a apreciação da informação são reconfiguradas. O público do telejornal não se trata mais do sujeito passivo, que assiste à programação em sua residência diariamente no mesmo horário, ou seja, com tempo e espaço de apreciação definidos. Nem tampouco é o indivíduo que têm na possibilidade de mudar de canal em um dos únicos meios de interagir com a TV. O consumidor de notícias do século XXI está em constante mobilidade, assumindo um olhar de versatilidade a partir de um sistema de notificações que lhe proporciona conteúdo informativo em tempo real, em qualquer lugar e através das mais diversas interfaces. Além disso, tal sujeito pode, através dos mecanismos e da própria estrutura das extensões do telejornal na internet, interagir com a redação através da manifestação de opiniões e até mesmo da ocupação do lugar de produtor de notícia, com a possibilidade do envio de imagem, texto e áudio para dar suporte a alguma matéria.

Desta forma, além de uma potenciação das possibilidades de comunicação, há também uma ressignificação de toda a ordem de funcionamento da circulação de informações. Os conteúdos disponibilizados na web não têm limite de armazenamento e muito menos tempo de visualização. São permanentes, ficando para a posteridade em um âmbito virtual de espaço ilimitado e podendo ser acessados a qualquer momento por apenas um *click* ou um *touch*⁶ como conceituam os professores Marcos Palacios e Rodrigo Cunha (2012, p. 669). Tal fenômeno constitui a chamada “memória” da internet, e surge como

⁶Na tradução para o português “*touch*”, que significa “tocar” é aquilo que pode ser sentido por meio do tato, como tateabilidade, tatibilidade e tatilidade.

elemento fundamental para a compreensão da magnitude do fluxo e da oferta de conteúdos na contemporaneidade.

O jornalismo é a instituição que mais alimenta a memória da web e ao mesmo tempo, coloca-a em evidência. Os telejornais disponibilizam suas produções em sites e redes sociais, e quando necessário, recorrem novamente a estas para dar suporte e credibilidade a um novo conteúdo insurgente. Assim, a memória no ciberespaço não é estática nem remete ao passado, mas sim, funciona constantemente dentro de uma lógica do presente, por ser a cada momento acessada e modelada, realizando um parâmetro incessante entre o “antes, o agora e o depois”.

Neste sentido, com a ambiente digital realizou-se uma nova experiência na relação entre jornalistas, conteúdos e público, impactando nas faculdades de jornalismo (ou pelo menos deveria impactar): a possibilidade de interatividade entre o conteúdo disposto na Web e o usuário. Essa interatividade é ressaltada no atual momento, com o surgimento da televisão digital e com a proposta de um maior nível de interação e recursos para que o espectador possa participar ativamente da grade de programação. E não apenas com o uso do telefone em votações, quando é requisitado ou para opinar sobre algum assunto.

Há uma grande discussão entre o processo de interação e interatividade. O conceito de interatividade é considerado por muitos autores como um fenômeno recente, atual. Alex Primo (2007) percebe a interação como uma ação entre os participantes do processo. Sheizaf Rafaelli (1988) advertia que o termo interatividade estava cada vez mais popular, devido ao ambiente informático. Problematizando esse termo Machado (1997) se preocupa com o conceito na tentativa de abarcar uma gama de fins e fenômenos. É fundamental essa discussão para nos situarmos o lugar exato em que o telejornalismo e o seu ensino se defrontam com a interatividade.

Independente de uma classificação é notável que interatividade pertença ao cotidiano da sociedade, principalmente através da Internet e do uso das redes sociais digitais. Estas, por sua vez, estão redefinindo o modo de participação do público com o telejornalismo. A rede social para Raquel Recuero (2010) é modificada com o seu tempo, pois não sendo estática ela possui uma independência das interações da rede, além de influenciar sua estrutura e sua construção coletivamente. Apropriadas pelo jornalismo, as redes sociais estão adquirindo uma enorme e freqüente capacidade de interatividade com o conteúdo noticioso e seu público (os usuários). E a que nos fazemos é como o ensino de

telejornalismo nas universidades está se adaptando ao entendimento dessa nova plataforma, como construto para o desenvolvimento das habilidades desse novo profissional?

É certo que a perspectiva que se tinha no passado na relação tempo-espaço da sala de aula está sendo substituída pelas possibilidades de extensão do ensino dentro das redes sociais em um processo de ressignificação do ensino. Hoje os professores não se limitam a ofertar aos seus alunos o conhecimento apenas através de sua aula presencial e da indicação de livros. Com o surgimento de espaços na web destinados a representar uma turma ou um curso acadêmico os professores podem disponibilizar links com mais material didático, que pode ser acessado instantaneamente, por qualquer aluno conectado, representando assim uma acessibilidade muito maior.

Os “sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais da Internet” (RECUERO, 2010, p. 102). A partir dessa conceituação, as redes sociais digitais, como o *Facebook* e o *Twitter*, colaboram para o desenvolvimento e ampliação do diálogo virtual entre as empresas de comunicação e o seu público, convertendo-se para uma audiência na mídia digital. Os estudantes de jornalismo devem estar prontos para analisar este fenômeno do ponto de vista acadêmico e profissional, uma vez que o “hipertexto, multimídia, hipermídia passam a fazer parte da rotina da grande maioria dos profissionais e exigem que as escolas ajustem suas formas de ensinar e aprender” (MARINHO; TÁRCIA, 2008, p. 31).

As principais empresas de comunicação do mundo e do Brasil já perceberam esse novo status em que o jornalismo e o jornalista se encontram no campo digital. Com isso é possível verificar um ajustamento de sua produção noticiosa para esse público. Exemplos dessa transposição são os telejornais da Rede Globo, Record, SBT, RedeTV que encontraram nas páginas das redes sociais, principalmente o *Facebook*, com a utilização da *fanpage*, um canal de redistribuição do conteúdo, mas de forma fragmentada e disposta na Internet, a partir dessa nova televisão digital e interativa.

“O profissional do telejornalismo passará até o final da implantação da tevê digital no país (2017) – uma mudança circunstancial no seu perfil e no seu modo de trabalho” (KNEIPP, 2014, p. 296). Não apenas com a TV digital, mas substancialmente em diálogo com a tecnologia do meio de comunicação digital. O profissional em telejornalismo trabalha com uma série de especificidades. Seus equipamentos foram sendo evoluídos ao longo dos anos, trazendo mais agilidade e praticidade para a construção da notícia. A

modernização desses equipamentos requer uma modernização no âmbito acadêmico, como forma de junção entre teoria e prática.

Fundamentalmente, a prática desses novos meios tecnológicos que buscam uma melhoria e ampliação como explica Kneipp (2008) ao falar sobre o avanço da tecnologia e do jeito de produzir televisão na passagem do analógico para o digital, e que repercute no ponto de vista da preocupação com o conteúdo como desafio de produção. Essa reflexão também deve permear o espaço acadêmico, como um caminho a ser percebido de ampliação e desenvolvimento das habilidades do profissional em telejornalismo no ambiente da convergência.

A pesquisa exploratória e qualitativa como metodologia de análise

Para analisar os fenômenos relacionados ao surgimento das novas possibilidades na formação e no trabalho do jornalista, assim como as mudanças de percepção em relação ao ensino do jornalismo, e mais especificamente no telejornalismo, nas universidades brasileiras, nos deteremos ao estudo de caso exploratório e qualitativo sobre a produção acadêmica audiovisual dos estudantes de comunicação social da Universidade Federal do Cariri (UFCA). A análise a partir da percepção significativa da elaboração do conteúdo audiovisual no ambiente universitário e da sua dispersão no canal no *You Tube* denominado “Cariri TV” e na *fanpage* da disciplina na página do *Facebook* “Telejornalismo (UFCA)”.

A pesquisa exploratória nos permite uma maior familiaridade entre o pesquisador e o tema pesquisado, visto que este ainda é pouco explorado. Nesse sentido, se o problema proposto não apresenta aspectos que permitam a visualização dos procedimentos a serem adotados, se faz necessário que o pesquisador inicie um processo de sondagem, para o aprimoramento das ideias, das intuições e, posteriormente, na construção das hipóteses. Por ser uma pesquisa muito específica, pode-se afirmar que ela assume a forma de um estudo de caso, em consonância com outras fontes que darão base a temática abordada como, por exemplo, a veiculação do conteúdo noticioso das produções acadêmicas dos estudantes de jornalismo da UFCA nas redes sociais. Assim sendo, de modo a concretizar seu objetivo, o pesquisador terá de aprofundar suas especulações e encontrar as reais causas da ocorrência de tal fenômeno.

A partir dessa inicial pesquisa exploratória será possível a percepção a itens específicos que perpassam o ambiente de produção telejornalística, e que através da

plataforma digital tem sua visibilidade aumentada, a partir, de como esclarece Cajazeira (2014) da redistribuição do conteúdo informacional que é colaborada nos espaços de multiplataformas. E isso se deve, principalmente, devido ao aumento do número de compartilhamento de vídeos nas redes sociais.

O usuário adere à participação dos formatos televisivos que se encontram nesse novo espaço midiático e participa dessa nova discussão, o que permite um retorno mais rápido sobre essa produção televisiva. A essa participação no ambiente digital é de extrema importância para se refletir no meio acadêmico, uma vez que as tecnologias estão avançando e que estamos inseridos nessa conjuntura. Sendo assim, em conjunto com a metodologia exploratória, utilizaremos a método qualitativo no estudo de caso, um tipo que se refere a esse tipo de metodologia mais específica.

“A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas sim como o aprofundamento da compreensão de um grupo social” (GERHARD; SILVEIRA, 2009, p. 31). Esse grupo social, aplicado a nossa pesquisa se encontra no grupo pertencente à rede social digital. Na busca por compreender, explicar e descrever esse tipo de análise, o estudo de caso por ser caráter singular, particular permite-nos desenvolver um maior aprofundamento em nosso objeto de estudo, como por exemplo: a interpretação em contexto, a retratação de uma realidade de forma mais completa e a variedade de informações.

A análise exploratória e qualitativa do ensino de telejornalismo aplicado nos conteúdos produzidos, que estão em circulação na Web, nos possibilitará a percepção do diálogo existente entre a universidade e os estudos da disciplina de telejornalismo, destes com a produção noticiosa diante essas novas ferramentas midiáticas, e do conteúdo disperso na Internet que elimina as barreiras e por sua fragmentação facilita a interatividade com o usuário a partir desse novo meio digital. Na disciplina de Telejornalismo, do curso de Comunicação – Social da Universidade Federal do Cariri (UFCA), faz-se o uso de perfis no *Facebook* e no *You Tube* para armazenar e divulgar os trabalhos realizados no decorrer dos semestres e para que estes espaços possam ser elementos de interação entre estudantes e o professor, além de constituírem o âmbito para onde convergem todas as temáticas comuns aos envolvidos na disciplina.

Desta forma, ocorre uma reconfiguração de sentido das práticas de ensino na disciplina de Telejornalismo. A lógica da sala de aula como espaço exclusivo para a troca de conhecimento é suplantada quando muitas vezes são compartilhados na *fanpage* links

para textos, áudios e vídeos, pontos de vista dos estudantes acerca de algum tema específico e até mesmo quando ocorrem extensões de debates iniciados na universidade que se propagam na rede social assumindo maiores dimensões. Assim sendo, os cibermeios são um local onde a interatividade entre alunos, professor e até mesmo indivíduos não pertencentes ao meio acadêmico assume uma importante perspectiva.

Redes sociais: expansão dos produtos para além do ambiente acadêmico

De acordo com Recuero, (2009, p.81) “a interação social é compreendida como geradora de processos sociais a partir de seus padrões na rede, classificados em cooperação, competição e conflito”. São exatamente essas relações que são potencializadas com a migração das trocas de conhecimentos que ocorrem no espaço físico da universidade para o espaço virtual das redes sociais. Na possibilidade de compartilhamento dos conteúdos relacionados à disciplina de telejornalismo e da própria troca de conhecimentos entre alunos e professor na *fanpage* do Facebook ou na página do *You Tube* há um processo de cooperação entre cada um dos atores sociais que agem em prol da comunidade virtual. Na *fanpage* muitas vezes o professor ou algum estudante disponibiliza um link que redireciona para um conteúdo extra e tornar-se meio de conhecimento para outros atores sociais externos à universidade. Neste sentido, as redes sociais servem para expandir as tradicionais relações de ensino.



Foto 1: *Fanpage* da disciplina de Telejornalismo do curso de Comunicação – Social da UFCA

Além das relações de cooperação, ocorrem nas redes sociais da disciplina de Telejornalismo processos de competição e conflito.

A cooperação, a competição e o conflito não são, necessariamente, processos distintos e não relacionados. São, sim, fenômenos naturais emergentes das redes sociais. O conflito, por exemplo, pode haver cooperação, pois há necessidade de reconhecimento dos antagonistas como adversários. Esse reconhecimento implica cooperação. Do mesmo modo, o conflito entre grupos pode gerar cooperação entre os mesmos. (RECUERO, 2009, p.82)

Nesta perspectiva, acontecem também na *fanpage* do *Facebook* e no perfil do *YouTube* relações conflituosas geradas através de debates e das diferenças acerca de compreensões, que em última instância representam também a essência da convivência e da troca de informações dentro de um espaço virtual, que congrega diversos atores sociais de diferentes perfis através de um elo único, no caso a disciplina de Telejornalismo. De qualquer forma, tais processos muitas vezes cooperam para o posterior fortalecimento da rede, através da maturação e da resolução dos problemas feitos em grupo.



Foto 2: VT do telejornal Cariri TV na *fanpage* da disciplina de telejornalismo

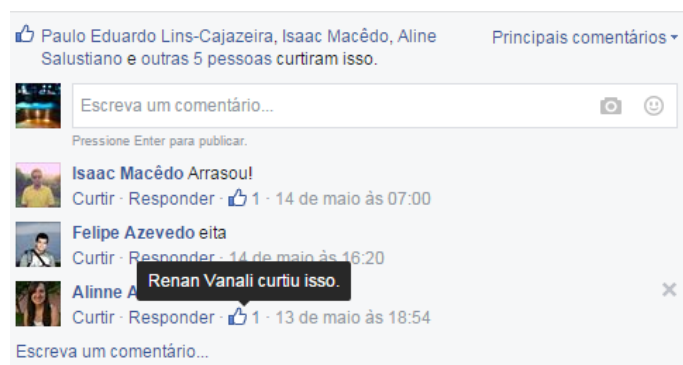


Foto 3: Publicação da *fanpage* de Telejornalismo

As duas imagens acima retratam um processo de interação por cooperação, ocorrido no dia 13 de maio de 2015. Na ocasião, a publicação da *fanpage* iniciou-se com um compartilhamento de uma produção da disciplina de telejornalismo, seguidas por comentários e curtidas dos alunos.

Além de servir como espaço para potenciação da interatividade entre os atores sociais que integram a comunidade, as redes sociais da disciplina de Telejornalismo servem como instrumento de armazenamento e divulgação dos produtos feitos durante as tarefas. Um telejornal produzido pelos estudantes não limita-se a ser exibido em sala de aula durante um dia específico, mas sim pode ser divulgado para milhares de pessoas através do perfil do *You Tube* que a disciplina possui, além de ter o apoio de divulgação na *fanpage* do *Facebook*, que disponibiliza os vídeos migrados da primeira rede social. Desta forma, o que se é produzido na disciplina pode ser consumido não só pelos alunos, mas também pela comunidade externa à universidade.

Ainda neste sentido, as produções são valorizadas na medida em que são armazenadas e mantidas para a posteridade dentro do ciberespaço. Não há o perigo de que um trabalho dos alunos de Telejornalismo seja perdido, já que ele é resguardado na memória da web.

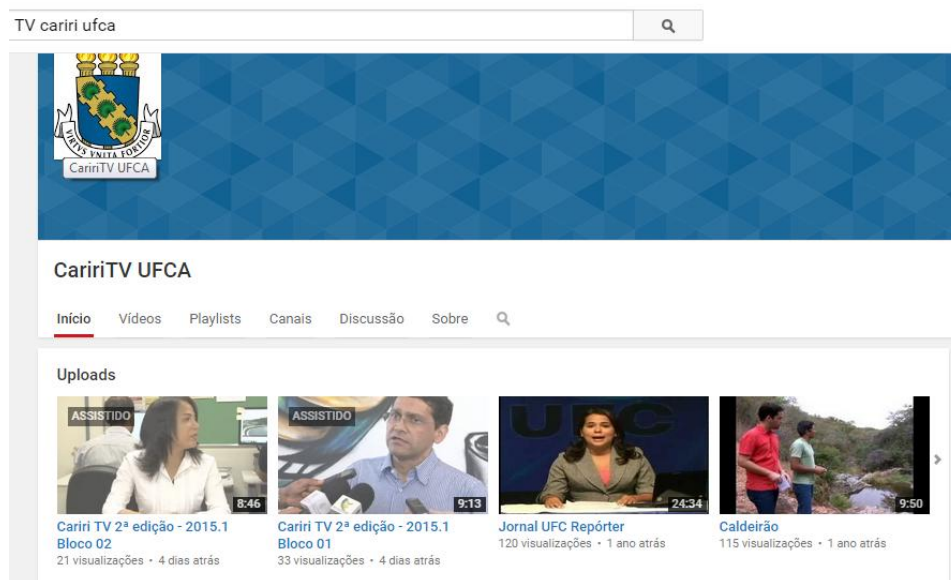


Foto 4: Página inicial do perfil no *You Tube* da disciplina de Telejornalismo



Foto 5: Telejornal da disciplina publicado no *You Tube*

A memória do curso de jornalismo da UFCA, e mais especificamente da disciplina de telejornalismo está intimamente ligada ao seu perfil *no You Tube*. Quase todas as produções dos alunos, desde que o curso passou a operar em 2010, estão salvas neste âmbito virtual, possibilitando um acesso de fácil e rápido a qualquer indivíduo.

Ainda neste sentido, o *You Tube* possibilita uma conexão entre a disciplina de Telejornalismo da UFCA e outros cursos de Jornalismo espalhados pelo país. Qualquer estudante de comunicação social pode acessar as produções disponíveis na web e valer-se delas para seu aprendizado, tornando a utilidade dos trabalhos ainda maior.



Foto 6: Número de visualizações de uma publicação no perfil do *You Tube* da disciplina de Telejornalismo

Enfim, as redes sociais ocupam inegavelmente um papel de destaque na comunicação da disciplina de Telejornalismo. São espaços extra-oficiais que por seu caráter prático e acessível acabam tornando-se a primeira opção para se comunicar algo. O *You Tube* se apresenta como possibilidade de armazenamento das produções audiovisuais feitas pelos estudantes e o *Facebook* como espaço principal dos processos comunicativos do curso, não por ser oficial, mas por na prática apresentar o maior fluxo de interações na web, além de ser a rede social mais acessível para alunos e professores. Enfim, as duas redes sociais se mostram como avanços na comunicação acadêmica, mas que de fato têm potencial para serem ainda mais eficazes e úteis para a circulação de informações, interações e construção imagética do curso.

A contemporaneidade tem sido a era da relativização. Com o desenvolvimento do âmbito virtual, as noções de tempo, espaço e comunicação são transformadas. As possibilidades de criação e de interação são ampliadas através do surgimento de extensões das capacidades humanas. A realidade virtual gera em última instância a transgressão dos limites naturais impostos aos homens, pois

[...] é um ambiente simulado que permite interações, onde os usuários recebem estímulos corporais. O corpo real migra para um mundo de pura informação. Assim, as tecnologias da RV nos permitem não só olhar uma paisagem, por exemplo, mas experimentar uma interação tátil, como se estivéssemos dentro de um novo mundo. (LEMOS, 2010, p.155)

Considerações finais

A velocidade das ações humanas é factualmente expressa na forma como a realidade virtual ou o ciberespaço transformam-se em trajetos alternativos para todos os tipos de relações. E dentro destes trajetos estão as redes sociais que fomentam espaços de interação a partir de uma lógica de agrupamento dos atores sociais em sub-comunidades, através das relações de pertencimento criadas com os laços sociais.

A *fanpage* no *Facebook* e o perfil no *You Tube* representam o deslocamento de um espaço de comunicação do campus até a internet. Relativizam o local de existência do curso de Jornalismo, e mais especificamente da disciplina de Telejornalismo, podendo coexistir no ciberespaço através dos âmbitos de comunicação. Até mesmo a sala de aula, com seus caracteres oficiais e intocáveis muitas vezes migram para a realidade virtual,

através de um debate sobre um tema discutido na Universidade e que pode ser explanado com maior envolvimento dos atores no ciberespaço.

Portanto, a questão não é compreender a superação do real pelo virtual, mas sim, o redimensionamento da realidade. A construção de novas perspectivas acerca da forma de se posicionar enquanto ser comunicador. As mídias sociais da disciplina de Telejornalismo são apenas um pequeno exemplo dentre outros tantos da potencialidade do ciberespaço para possibilitar mais agilidade e flexibilidade nas relações entre empresas e homens.

Referências bibliográficas

BRASIL, A.C. **O ensino de telejornalismo no Brasil, um desafio acadêmico entre a cultura teórica e o mundo da prática profissional.** Anais dos 24. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001 [cd-rom]. São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A audiência convergida do telejornal nas Redes Sociais.** 97 f. Tese (Pós-doutorado em Ciências da Comunicação) – Laboratório de Comunicação Online do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Portugal, 2014.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. **Formação do telejornalismo brasileiro: trajetória, desafios e perspectivas profissionais na era transmídia.** In. COUTINHO, Iluska; MELLO, Edna; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo. (Org.) **Telejornalismo em questão.** Coleção Jornalismo Audiovisual. Vol. 3. Florianópolis: Insular, 2014.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas.** Campinas: Papirus, 1997.

MARINHO, Simão Pedro P.; TÁRCIA, Lorena. **Desafios e novas formas de ensino do jornalismo em tempos de convergência das mídias.** Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, Brazilian Journalism Research (Versão em português) - Volume 1 - Number 1 - Semester 2- 2008.

MELO, José Marques de. **História do pensamento comunicacional.** São Paulo, Paulus. 2003.

MICELI, Sergio. **A noite da madrinha e outros ensaios sobre o éter nacional**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

PALACIOS, Marcos Silva; CUNHA, Rodrigo. **A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias**. Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura, 2012, 10.3: 668-685.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RAFAELLI, Sheizaf. **Interactivity: from new media to communication**. In: **Sage annual review of communication research: advancing communication science**. Bervely Hills: Sage, 1988.

RECUERO, Raquel. **As redes sociais na internet**. Porte Alegre: Sulina, 2009.