

Readequações das práticas sociais no telejornalismo pós-digitalização: um estudo do Jornal da Cultura em tempo da pandemia do novo coronavírus¹

Valquíria Aparecida Passos KNEIPP²
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Este artigo é parte da pesquisa de pós-doutoramento realizada em 2020/21 sobre as mudanças na televisão aberta na era digital e as novas configurações do modo de produção e exibição no telejornalismo brasileiro. Como objeto empírico recortou-se nesta etapa o Jornal da Cultura, devido as suas características inovadoras, em relação aos demais telejornais brasileiros, como o comentário e a participação do telespectador. As bases conceituais calcaram-se em midiatização Hjarvard (2012 e 2014), Willians (2016) sobre a televisão, e Moloney (2011), Porto e Renó (2012) sobre o jornalismo transmídia. A metodologia utilizou a pesquisa bibliográfica e observação e entrevista virtual, em função da pandemia em curso no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; Jornal da Cultura; Comentário; Participação; coronavírus

O contexto contemporâneo de isolamento social

O ano de 2020 foi marcado pela pandemia da COVID-19, que transmite uma doença respiratória aguda causada pelo coronavírus (SARS-CoV-2). Em 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde declarou que, “que o surto da doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19) constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional – o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional”.³ No dia 11 de março, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia. A doença foi identificada pela primeira vez em Wuhan, na província de Hubei, na República Popular da China, no dia primeiro de dezembro de 2019, com o primeiro caso no dia 31 de dezembro do mesmo ano. No Brasil,

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-doutoranda em Comunicação na Unesp – Bauru, e-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br

³

https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875

de acordo com o Ministério da Saúde, o primeiro caso foi registrado no dia 26 de fevereiro⁴. A declaração de pandemia aconteceu no dia 11 de março, com a implementação de trabalho remoto, isolamento social, suspensão de aulas presenciais, e se manteve apenas os serviços considerados essenciais, nos quais se inclui as atividades de comunicação social, como o telejornalismo.

Diante desta cenário, a pesquisa iniciada em fevereiro com o título “As mudanças na televisão aberta na era digital e as novas configurações do modo de produção e exibição no telejornalismo brasileiro (transmídia, crossmedia e TV Social)” teve que ser reorganizada, em função da necessidade de isolamento social e a impossibilidade de realizar observação e entrevistas nas redações, que compuseram o *corpus* do estudo.

Este artigo apresenta uma parte do projeto de pós-doutoramento, que investiga as mudanças ocorridas na televisão aberta brasileira, desde o processo de digitalização, que começou em 2007 e tem previsão de encerramento em 2023, fato que culminou em alterações do modo de produção e de difusão da TV. Dentre as mudanças, a digitalização trouxe a possibilidade de convergência entre mídias, que para Jenkins (2009) se refere a uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem. No contexto geral da televisão, devido à sua amplitude e ao extenso universo de possibilidades, esta pesquisa se propôs a fazer um recorte focado no telejornalismo, para poder investigar as mudanças ocorridas na forma de produção e difusão dele, a partir das mudanças ocasionadas pela digitalização. A hipótese inicial é que com a digitalização da TV aberta no Brasil, e do avançado processo de midiaticização da sociedade, o telejornalismo vem se reinventando para manter a audiência, visto que existe uma queda acentuada de espectadores, nos últimos vinte anos, e uma perda da hegemonia daquela que manteve durante muito tempo. Mesmo assim o telejornalismo continua sendo um espaço de referência para o telespectador. Por isso, a pesquisa nesta etapa selecionou-se a TV Cultura (Jornal da Cultura) – como amostra para análise virtual (devido ao contexto de quarentena em curso), uma semana do respectivo telejornal. Além da análise e observação virtual, realizou-se entrevistas remotas (via *Google Meet*) com a coordenadora de Jornalismo Marília Assef, com o comentarista Marcelo Tas e com o diretor de Multimídia Danilo Rocha.

⁴ <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/47215-primeiro-caso-de-covid-19-no-brasil-permanece-sendo-o-de-26-de-fevereiro>

Com o objetivo de analisar no contexto do telejornalismo brasileiro, e identificar as novas configurações no modo de produção e exibição de conteúdo digital. A pesquisa, tendo o telejornalismo como objeto empírico, aponta relevância social, tanto para a pesquisa em Comunicação, como também para a sociedade midiaticizada, visto que o telejornalismo brasileiro é de referência, e apresenta, mesmo em tempos de convergência e midiaticização, bons níveis de credibilidade. As novas formas de produzir e consumir o telejornal são importantes porque alteram o cenário hegemônico – onde existia apenas a possibilidade de um emissor falar para a massa (receptor), e traz novas possibilidades a serem exploradas no campo prático, como a participação mais efetiva e direta do telespectador, podendo mesmo que controladamente interferir e alterar o processo de produção. É certo que sempre houve a participação do público em geral em qualquer forma de jornalismo, desde os primórdios por meio de cartas, telefone etc. O que mudou foi o modo e a velocidade como esta participação pode ocorrer – digital, online, no momento da exibição ou produção.

As novas formas e possibilidades de telejornalismo apresentam um campo em expansão, que precisa ser compreendido e explicado conceitual e teoricamente, pois além da apropriação tecnológica estão surgindo novas possibilidades como as estratégias de transmidiação. Além das novas possibilidades apontadas pelo jornalismo transmídia, e o telejornalismo contemporâneo também são temáticas que vêm permeando o processo de investigação científica, com frequência, buscando compreender e acompanhar o cenário de mudanças constantes.

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, o instrumental metodológico conta com uma série de procedimentos e técnicas, a começar e se manter ao longo de todo o percurso do trabalho, com base na pesquisa bibliográfica. O recorte e armazenagem de todo o material videográfico que compõe a amostra, de 04 até 09 de maio de 2020, do Jornal da Cultura. A observação que caracteriza a pesquisa, foi adaptada ao modelo virtual, apesar da dificuldade de enquadrar em um único estilo, se identifica com o que Gajardo (1984, p. 16 Apud PERUZZO, 2005, p.132) esclarece “não existe uma única maneira de definir”. Mas é preciso considerar a observação como um tipo de pesquisa baseada na interação ativa entre pesquisador e grupo pesquisado, “e, principalmente, na conjunção da investigação com processos mais amplos de ação social e de apropriação coletiva do conhecimento” (Peruzzo, 2005, p. 132). Nesta etapa houve um diário de anotações, no qual a pesquisadora seguiu um roteiro de tópicos a serem observados em todas as edições,

como tempo de produção do telejornal, formatos de informação, participação do telespectador, atuação dos comentaristas e desdobramentos nas redes sociais digitais. Em uma terceira etapa foram realizadas entrevistas com três integrantes da equipe. A entrevista do tipo em profundidade (Duarte, 2005), com perguntas abertas e fechadas. “por meio da entrevista em profundidade, é possível, por exemplo, entender como produtos de comunicação estão sendo percebidos por funcionários, explicar a produção da notícia em um veículo de comunicação.” (DUARTE, 2005, p. 63). De acordo com o modelo de tipologias para a realização de entrevistas, em pesquisas acadêmicas, propostas por Duarte (2005), apresentam-se formas quantitativas e qualitativas, com questões não estruturadas, semiestruturadas e estruturadas. Ainda de acordo com o autor, a entrevista pode ser aberta, semiaberta e fechada, com a utilização de uma questão central, um roteiro ou um questionário, e utilizar dois tipos de abordagens – em profundidade e linear. No caso desta pesquisa, optou-se pelo modelo apresentado no quadro 1, a partir das propostas de Duarte (2005).

Quadro 1 – Modelo de tipologia adotado para a pesquisa

Pesquisa	Questões	Entrevista	Modelo	Abordagem
Qualitativa	Semiestruturadas	Semiaberta	Roteiro	Em profundidade

(elaborado pela autora, a partir de Duarte, 2005)

A seleção dos entrevistados, de acordo com Duarte (2005) por conveniência (também conhecida como acidental) porque foi baseada na viabilidade, desde que os entrevistados sejam jornalistas ou façam parte da equipe do telejornal. A conveniência, “ocorre quando as fontes são selecionadas por proximidade ou disponibilidade” (DUARTE, 2005, p. 69). Esta pesquisa, de caráter exploratório, pretendeu estudar, a partir de um complexo metodológico que compreende, basicamente, investigação bibliográfica, pesquisa etnográfica virtual, observação virtual e o método quase-experimental, os efeitos e as mudanças dos paradigmas no campo do telejornalismo contemporâneo, que divide com o audiovisual e o textual não somente o olhar e o processo comunicacional, mas também a sua própria existência.

Transmídia e Mídiação no telejornalismo

Analisar a televisão para Williams (2016), como uma tecnologia cultural específica, compreendeu examinar o seu desenvolvimento, suas instituições, suas formas e seus efeitos em uma dimensão crítica. O autor iniciou sua pesquisa por meio de três

aspectos, “(a) versões de causa e efeito na tecnologia e na sociedade, (b) história social da televisão como tecnologia; (c) a história social dos usos da tecnologia” (WILLIAMS, 2017, p.24). Ao se referir às versões de causa e efeito na tecnologia na sociedade, o autor inicia seus estudos afirmando que a televisão alterou o mundo, e para justificar elencou nove sentidos que comprovam isso. Dentre todos os nove sentidos apontados por ele destacamos que: A televisão tornou-se disponível como resultado de pesquisas científicas e técnicas e em seu caráter e seu uso explorou e enfatizou elementos de uma passividade e de uma inadequação cultural e psicológica, que sempre foram latentes nas pessoas, mas que a televisão agora organizou e passou a representar (WILLIAMS, 2016, p. 25). Sobre os sentidos indicados por Williams (2016), eles podem ser distinguidos em duas grandes classes de opiniões, sendo que na primeira a tecnologia é acidental e conhecida como “determinismo tecnológico”. É uma visão muito incisiva e agora amplamente ortodoxa da natureza da mudança social. De acordo com ele, as novas tecnologias são descobertas por um processo essencialmente interno de pesquisa e desenvolvimento, que define as condições para a mudança social e o progresso (WILLIAMS, 2016, p. 26). Na segunda classe de opiniões, denominada de visão “tecnologia sintomática”, o autor apresenta como menos determinista. “A televisão como qualquer outra tecnologia, torna-se disponível como um elemento ou um meio em um processo de mudança que já está ocorrendo ou está prestes a ocorrer” (WILLIAMS, 2016, p. 26). Onde são consideradas determinadas tecnologias ou um complexo de tecnologias como sintomas da mudança de outro tipo, “pressupõe-se que a pesquisa e o desenvolvimento são autogerados, mas de maneira mais periférica. O que é descoberto à margem é, então, apropriado e utilizado” (WILLIAMS, 2016, p. 27).

O segundo aspecto apresentado por Williams (2016), que trata a história social da televisão como uma tecnologia, mostra que invenção da televisão não foi um evento isolado nem uma série de eventos, e sim dependeu de uma série de invenções para outros fins e de desenvolvimento em eletricidade, telegrafia, fotografia, cinema e rádio, o invento se destacou como um objetivo tecnológico específico entre 1875 e 1890 e, em seguida após um intervalo, desenvolveu-se, a partir de 1920, como um empreendimento tecnológico específico até os primeiros sistemas de televisão pública na década de 1930 (WILLIAMS, 2016, p. 28).

O terceiro e último aspecto relacionado por Williams (2016), que trata da história social dos usos da tecnologia televisiva, começa com a constatação de que não é

verdadeiro que nas sociedades modernas, quando uma necessidade social é revelada, a tecnologia apropriada para supri-la é encontrada. O autor prossegue questionando quais foram as necessidades que levaram ao desenvolvimento de uma nova tecnologia de comunicação social? Ele responde exemplificando o desenvolvimento da imprensa, como resposta para o desenvolvimento de um sistema social e político expandido em resposta à crise do sistema. “Novas relações entre homens e entre homens e coisas estavam sendo experimentadas de modo intenso e, nessa área, particularmente as instituições tradicionais da igreja e da escola, ou da comunidade estável e da família renitente, tinham bem pouco a dizer” (WILLIAMS, 2016, p. 34). No caso específico da televisão, o autor ressalta os investimentos que foram necessários para a distribuição do sinal, “foram sistemas concebidos principalmente para transmissão e recepção como processos abstratos, com pouca ou nenhuma definição anterior de conteúdo” (WILLIAMS, 2016, p. 37). Ao avançar para a contemporaneidade, é possível observar que a televisão está imersa em um novo cenário, que a coloca em convergência, com outras mídias, como propõe Jenkins (2009), onde múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente. “Convergência é entendida aqui como um processo contínuo de interstícios entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa.” (JENKINS, 2009, p. 377). Para o autor a convergência passa por diversas vertentes, como a convergência alternativa quando: “fluxo informal e às vezes não autorizado de conteúdos de mídia quando se torna fácil aos consumidores arquivar, comentar os conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los de volta em circulação” (JENKINS, 2009, p. 377), como a convergência corporativa quando: “fluxo comercialmente direcionado de conteúdos de mídia”. A convergência também se assume cultural por: “mudança na lógica pela qual a cultura opera, com ênfase no fluxo de conteúdos pelos canais de mídia. Ou tecnológica a partir da “combinação de funções dentro do mesmo aparelho tecnológico” (JENKINS, 2009, p. 377). Este cenário de convergência midiática propõe uma cultura participativa, onde fãs e outros consumidores podem participar da criação e circulação de novos conteúdos. E neste contexto que inicialmente se desenvolve no entretenimento e na ficção, mas que aos poucos vai se aproximando do telejornalismo, por meio de estratégias transmídia, que podem caracterizar o Jornalismo Transmídia, e no caso desta pesquisa um Telejornalismo Transmídia.

Em sua tese de doutorado, Moloney (2011) examina como os métodos de contar histórias transmídia emergem da indústria do entretenimento, mas pode ser usada em um

contexto de jornalismo. De acordo com o autor, o Jornalismo vem enfrentando muitas crises como a perda de audiência e de relevância, por parte do público. Em sua pesquisa ele questiona se com expansão da mídia em diversas plataformas, com a possibilidade de interagir torna mais difícil atrair o público para uma questão socialmente relevante ou para uma história? “Diante de problemas semelhantes, a indústria de entretenimento desenvolveu um meio de envolver os fãs de uma forma que os atraia através de múltiplas plataformas de mídia, captura sua imaginação e envolvê-los pessoalmente na história que está sendo contada” (MOLONEY, 2011, p.5). Alguns especialistas descrevem a metodologia *transmedia storytelling* como “a arte da construção do mundo” (MOLONEY, 2011, p.5). Em sua pesquisa, o autor mostra que os jornalistas podem envolver melhor seus públicos adaptando os métodos de narrativa transmídia para o jornalismo. Comparando entretenimento, teoria e técnica de narrativa transmídia com exemplos de jornalismo, que ilustram uma ou mais dessas técnicas, Moloney (2011) explora se os jornalistas podem alcançar mais indivíduos, conseguir um melhor envolvimento e participação de seus públicos e comunicar mais completamente a complexidade e o contexto de qualquer história. O Jornalismo Transmídia é apresentado por Renó e Flores (2012) como uma perspectiva em curso dentro do jornalismo contemporâneo, onde vem a ser uma linguagem que contempla ao mesmo tempo, diversos meios, com várias linguagens (ou formatos) e narrativas diferenciadas, que se complementam, para atrair uma infinidade de usuários. Esta perspectiva está diretamente relacionada com os fenômenos que se pretende investigar durante esta pesquisa, para contribuir com a reflexão conceitual, teórica e prática do objeto empírico – telejornalismo. Para fechar este cenário social, cultural e tecnológico e emaranhado onde o telejornalismo está presente é necessário situar também o processo de midiatização no qual a sociedade está inserida, que Hjarvard (2012), na busca por um conceito apresenta como: “um processo de dupla face no qual a mídia se transformou em uma instituição semi-independente na sociedade à qual outras instituições tem que se adaptar” (HJARVARD, 2012, p. 53). E para formular uma teoria da midiatização, o autor questiona como a mídia altera tanto o funcionamento interno de outras entidades sociais quanto suas relações mútuas? Depois de identificar os vários campos da sociedade contemporânea, onde é possível observar os efeitos da midiatização Hjarvard (2012) estabelece conexões e comparações com algumas teorias da comunicação, como a teoria da modernidade de Thompson, porque vê a midiatização como parte integral do desenvolvimento da

sociedade moderna. A invenção da imprensa em meados do século XV presenciou o nascimento de uma tecnologia que tornou possível a circulação de informação na sociedade de um modo sem precedentes (HJARVARD, 2012, p.58). Com livros, jornais, revistas, entre outras possibilidades impressas acelerou-se o processo de modernização. Depois com o rádio, a TV e a Internet, e como consequências culturais está o surgimento de grandes organizações em nível nacional e global. De acordo com o autor (Apud SCHUZ, 2004), os meios alteram a comunicação e interação humanas, por meio de quatro processos que: 1-) estendem as possibilidades de comunicação humana tanto no tempo quanto no espaço; 2-) substituem atividades sociais que anteriormente ocorriam face a face (como ir ao banco); 3-) uma fusão de atividades; comunicação pessoal se combina com a mediada e os meios de comunicação; e 4-) acomodar – adaptar o comportamento (*sound bites*). Neste caso a midiatização pode ser um metaprocesso em paridade com a individualização e a globalização, “como um processo contínuo em que os meios alteram as relações e o comportamento humanos e, assim, alteram a sociedade e a cultura” (HJARVARD, 2012, p. 57 apud KROTZ, 2007, p. 59).

Outra teoria que Hjarvard (2012, p. 60) apresenta em consonância com teoria da midiatização é a teoria do meio ou ecologia dos meios de comunicação, “no que diz respeito à observação das diferentes formatações de cada meio de comunicação e dos seus impactos sobre as relações interpessoais às quais dá origem”. A midiatização na teoria pós-moderna é observada com restrições pelo autor, que a partir da hiper-realidade proposta por Baudrillard, que apresenta o simulacro – mundo simbólico dos meios de comunicação substitui o mundo real, tendo como exemplo a Guerra do Golfo (1990-1991), “que não aconteceu, mas foi mais uma invenção dos simulacros dos meios de comunicação” (HJARVARD, 2012, p. 61).

Análise, comentário e participação no Jornal da Cultura

A partir do recorte de uma semana do Jornal da Cultura, no período de 04 a 09 de maio de 2020, com a observação, análise virtual do conteúdo, e também de entrevistas remotas, realizadas por meio da plataforma *Google Meet*, adaptou-se a pesquisa de campo para a forma online, devido a impossibilidade de estar na redação e realizar as atividades de forma presencial. Os profissionais do Jornal da Cultura entrevistados foram a coordenadora de Jornalismo Marília Assef (no dia 13 de julho de 2020), o diretor de

multimídia, Danilo Rocha (no dia 23 de julho de 2020) e o comentarista Marcelo Tas (no dia 06 de agosto de 2020).

Durante a observação virtual do conteúdo do Jornal da Cultura foi possível identificar algumas adaptações devido ao curso de uma pandemia, que exigiu medidas de distanciamento social e higienização dos equipamentos e espaços. De acordo com a coordenadora de Jornalismo, alguns comentaristas, por estarem no grupo de risco não estão participando presencialmente do telejornal, mas pelo *Skype*. “É muito diferente na bancada no estúdio, e no *Skype* você perde um pouco o controle do tempo do jornal. Normalmente as pessoas pelo *Skype* acabam falando um pouco mais” (ASSEF, 2020, informação verbal).

Boa parte das reportagens do Jornal da Cultura estão sendo elaboradas de forma remota, com raras exceções, quando se tem a necessidade de imagens da rua, a emissora de teve que se adaptar devido a qualidade técnica, e desenvolveu uma sala própria para a elaboração do trabalho remoto, com a possibilidade de usar aplicativo como:

Skype ou *WhatsApp* quase todas, a pessoa grava e manda para a gente. [...] preocupada com a qualidade, acabei criando aqui na TV uma sala, salinha de *Skype*. É uma sala já ligada no *switcher*, com mais qualidade, com câmera remota, sem câmera man. A gente consegue então dar mais qualidade para as entrevistas. Qualidade técnica. (Assef, 2020, informação verbal).

Assef revela que também foi para home office por um tempo, com escalas em que ia à emissora três vezes por semana, e nos outros dois dias ficava em casa, porque com 68 anos também está enquadrada no grupo de risco. “Com a tecnologia, eu fazia tudo, o espelho do jornal, acompanhava o telejornal. Fazia tudo de casa. É horrível porque você trabalha o triplo de tempo” (ASSEF, 2020, informação verbal).

Além da obrigatoriedade do uso de máscara em todos os ambientes da emissora, e de todo o processo de desinfecção de equipamentos e uso frequente de álcool gel, as novas práticas sociais adotadas, com o uso da entrevista e da reportagem remotas se mostraram tão eficientes quanto as atividades presenciais,

quando você descobre que a tecnologia pode ser usada a seu favor, porque isso não diminuiu a qualidade das matérias. Só mudou o jeito de fazer. Mas as entrevistas são iguais, como que presencial, porque você está conversando de fato com o entrevistado. Eu acho que além de facilitar a matéria, tem também a possibilidade de se conversar com o mundo. Eu acho que isso veio para ficar. (Assef, 2020, informação verbal).

Algumas características da entrevista e da reportagem remotas devem ser levadas em consideração, como a possibilidade de uma entrevista se tornar um depoimento, sem o controle do entrevistador, pois em alguns momentos se percebe que o entrevistado enviou uma fala sobre o assunto, e no caso da reportagem, a fonte envia vídeos sobre o assunto da matéria, que não tem como ser checado no local. Trata-se de mais um risco, que o jornalismo corre e que depende da idoneidade da fonte e do entrevistado, para não exibir uma *fake News*. Além do conteúdo a questão da qualidade estética é outro diferencial, onde os entrevistados olham diretamente para câmera, com um ponto de vista diferente do padrão que se efetivou na tradição do telejornalismo, proporcionando um certo desconforto visual, mas que diante do contexto da pandemia e do conteúdo relevante acaba sendo incorporado ao telejornal de maneira geral.

O Jornal da Cultura promove o espalhamento do conteúdo do telejornal também nas redes sociais, com perfil no *Facebook*⁵, *Instagram*⁶, *YouTube*⁷ e no *LinkedIn*⁸, numa estratégia transmídia, de acordo com o diretor de multimídia faz parte de uma estratégia de aproximação com telespectador. “Nós sempre transmitimos vários programas, tanto no *YouTube* quanto no *Facebook*. Isso é praticamente todos os programas, que nós produzimos está lá sendo transmitido” (ROCHA, 2020, informação verbal). Quanto ao uso do *LinkedIn*, que é uma plataforma de profissionais e trata de emprego, ele explica as mudanças que ocorrem nos ambientes virtuais da rede: “a própria plataforma mudou o seu foco. Então eles estão incentivando muito a produção de conteúdo, dentro da plataforma. Só que não um conteúdo qualquer, cada rede social tem o seu segmento” (ROCHA, 2020, informação verbal). Dentre as estratégias de transmídia adotadas pelo Jornal da Cultura estão a transmissão ao vivo do telejornal pelo *YouTube* e *Facebook*, simultaneamente, depois o conteúdo do telejornal fica disponível na íntegra, para quem não assistiu no momento da transmissão e também, por meio de resumos onde as matérias são publicadas individualmente, nas redes sociais e também no site da emissora (por meio de uma publicação com foto e texto resumo diferente da matéria exibida no telejornal), como uma forma de aproveitar ao máximo o conteúdo produzido, revelou Rocha (2020). Outra estratégia adotada pela emissora é uma parceria com o portal de notícias Uol. De acordo com o diretor de multimídia trata-se de uma parceria, em termos de plataforma.

⁵ <https://www.facebook.com/jornalismotvcultura/>

⁶ <https://www.instagram.com/explore/tags/jornaldacultura/?hl=pt-br>

⁷ https://www.youtube.com/playlist?list=PLdnZUpbQ9PfiMr3ea3PR3aOMDXO_fBudm

⁸ <https://www.linkedin.com/company/tv-cultura/>

“O conteúdo que está naquele endereço do Uol da TV Cultura é da TV Cultura” (ROCHA, 2020, informação verbal). Sendo que o Uol tem dentro do seu endereço um conteúdo relevante, com credibilidade da TV Cultura. A parceria também inclui a comercialização de publicidade em conjunto, e a cessão de ferramentas tecnológicas para a TV Cultura,

são vários benefícios para poder ter as duas marcas associadas. O Uol tem vários parceiros, todos eles são unidades independentes, mas que aí formam esse grande portal. Estar dentro do endereço do Uol permite que se a primeira página deles acha interessante algum conteúdo faça uma chamada (Rocha, 2020, informação verbal).

O Jornal da Cultura apresenta um diferencial em relação aos demais telejornais brasileiros, mantém na bancada, em todas as edições, dois comentaristas, que tem a função de explicar as notícias ao telespectador. Desde o início da pandemia do novo coronavírus, devido ao afastamento de alguns comentaristas e pela necessidade de aprofundar as informações sobre a doença, um médico, de preferência infectologista, participa do telejornal. “Agora no COVID, por exemplo, todo dia tem uma pessoa da área médica. Por mais que tenha gente que conhece bem do assunto, procuramos traduzir aquilo numa linguagem acessível ao telespectador comum de telejornal. Então o papel é esse – dar contexto, que é algo crucial hoje na era acelerada que a gente vive” (TAS, 2020, informação verbal).

Durante os seis dias de observação virtual do telejornal, a partir da análise, realizou-se um levantamento, em termos de tempo e porcentagem, a partir da divisão dos assuntos exibidos em três categorias propostas por Kneipp e Moraes (2020) temos: 1-) assuntos Coronavírus⁹, 2-) assuntos Outros¹⁰ - não relacionados com coronavírus, e 3-) assuntos Transversais ao coronavírus¹¹. No quadro 2 abaixo apresenta-se a subdivisão das

⁹ Como editoria Coronavírus foram consideradas as matérias relacionadas a números locais e nacionais da pandemia, notícias sobre restrições de aglomerações, auxílio financeiro instituído pela União, atividades de desinfecção de locais públicos, suspensão de aulas, dicas de prevenção, entrevistas com especialistas e ou personagens diretamente ligados à doença (Kneipp e Moraes, 2020).

¹⁰ Na editoria Outros assuntos, as matérias relacionadas à segurança pública, problemas urbanos, trânsito, acidentes, previsão do tempo e esporte, estas últimas desde que não relacionadas diretamente à pandemia (Kneipp e Moraes, 2020).

¹¹ Na pauta assuntos Transversais, foram contabilizadas as matérias relacionadas às consequências econômicas e sociais do isolamento, suspensão de atividades esportivas e culturais e, ainda, mudanças de costumes e estratégias de relacionamento com o público de setores não diretamente envolvidos com o combate à pandemia, bem como as medidas de saúde auxiliares no combate à doença, mas que já faziam parte da rotina da população, tais como campanhas de vacinação (Kneipp e Moraes, 2020).

temáticas e seus respectivos tempos no telejornal, divididos nas três categorias de assuntos identificados pela pesquisa.

Quadro 2- Categorização do conteúdo do Jornal da Cultura

Data	Coronavírus	Transversais	Outros	TOTAL
04/05/2020	44,12%	0,00%	55,88%	100,00%
05/05/2020	47,73%	27,27%	25,00%	100,00%
06/05/2020	44,83%	36,21%	18,97%	100,00%
07/05/2020	44,07%	50,85%	5,08%	100,00%
08/05/2020	61,54%	25,00%	13,46%	100,00%
09/05/2020	44,64%	37,50%	17,86%	100,00%

Elaborado pela autora com base na amostra do Jornal da Cultura

O quadro 2 com a categorização do conteúdo do Jornal da Cultura, no período da observação e análise revelou que os conteúdos específicos da categoria coronavírus ocupam de 44% até mais 60% da produção do telejornal, perfazendo uma média de 47,82% do conteúdo do telejornal. Os assuntos transversais variam de 25% até 50%, perfazendo uma média de 29,47%. E os assuntos categorizados como outros tem uma variação entre 55,88% e 5,08%, com uma média de 22,70%. Desta forma é possível observar, que em função da pandemia em curso, se somarmos as médias das categorias coronavírus e transversais podemos identificar a tendência de uma telejornal monotemático, com uma média de mais de 70% ou seja, com o foco da maior parte das matérias e comentários direta e indiretamente ligada ao novo coronavírus.

A participação do telespectador no Jornal da Cultura tem sido um espaço de destaque, logo na abertura do telejornal a apresentadora convoca para a participação, por meio de rede social digital “lembrando que você fazer comentário pelo *Twitter* na *hashtag* #jornal da cultura”¹². Os comentários são inseridos em uma tarja na borda inferior da tela, com a identificação do perfil do telespectador que enviou, durante todo o telejornal. A coordenadora de jornalismo realiza o processo de seleção dos comentários que vão para o ar,

O selecionar é assim, eu seleciono quase tudo. Algumas coisas evidentemente têm muito palavrão. Uma coisa que me incomoda muito mais eu coloco no ar é erro de português, direto. Esse eu ainda acabo colocando no ar. Mais assim, o que não vai pro ar são coisas desrespeitosas. Tanto para os comentaristas que estão na bancada, como as vezes até para o próprio jornalismo (Assef, 2020, informação verbal).

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=6bTiXY60M50>

O comentarista Marcelo Tas revela a importância do comentário no telejornal. “A participação é o que eu mais gosto, mesmo quando eu levo bordoadas, porque a comunicação atual deve ser um diálogo, e a comunicação antiga da TV era monólogo” (TAS, 2020, informação verbal). Ele continua a crítica a televisão reconhecendo as características da televisão antes da digitalização e da convergência midiática e alerta para o futuro:

que a televisão sempre foi um veículo que não ouvia o seu público. Ela só falava, ao contrário do rádio, por exemplo, que sempre inclui o ouvinte ou até de jornais que tem uma seção de cartas. A televisão já nasceu surda, então ou ela acorda agora para essa realidade do diálogo, ou ela vai desaparecer como de fato está diminuindo bastante, a relevância da televisão para as novas gerações, porque ela não pratica o que é crucial na era digital que é o diálogo (Tas, 2020, informação verbal).

De acordo com o diretor de multimídia da TV Cultura, com a participação do telespectador, a equipe do telejornal consegue ter um feedback do telespectador e ajuda na tomada de decisão. “a gente consegue até tirar pautas dos próprios comentários [...] a gente tem essa temperatura pelos comentários” (ROCHA, 2020, informação verbal).

Além de todas as características diferenciais enumeradas até o momento pela pesquisa, o Jornal da Cultura também é o único telejornal brasileiro que faz a transcrição em Libras, no final de 2019 a emissora inaugurou três estúdios para a gravação de vídeo em Libras, e também cabines de locução de audiodescrição e de digitação de closed caption com transmissão ao vivo, para “fomentar a transmissão de conteúdo mais acessível a deficientes”¹³. De acordo com o diretor de programação da TV Cultura, Del Rangel, com isso, a emissora de maneira geral tem como objetivo ter uma grade de programação 100% acessível. Segundo ele, a emissora já cumpre 24 horas de closed caption, 20 horas semanais de conteúdo de Libras e 18 horas de audiodescrição, “

A questão da acessibilidade da programação e o núcleo de funcionários dedicado a ela já existe há algum tempo. A novidade agora é criar um espaço totalmente dedicado a essa questão. Assim como os estúdios de gravação, teremos em breve estúdios capazes de realizar todas as etapas necessárias para tornar a programação acessível, não sendo mais necessário qualquer recurso externo ou terceirizado¹⁴

¹³ <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/12/03/tv-cultura-cria-estudios-para-conteudo-acessivel.html>

¹⁴ <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/12/03/tv-cultura-cria-estudios-para-conteudo-acessivel.html>

As características identificadas, observadas e analisadas no Jornal da Cultura contribuem para justificar a inclusão do mesmo na pesquisa global com os telejornais de maior audiência, como sendo um telejornal com diferenciais e com características únicas, como as que foram apresentadas que tratam da inclusão, da participação e da explicação das notícias para o telespectador.

Considerações Finais

A pesquisa que inicialmente tinha como objetivo de analisar no contexto do telejornalismo brasileiro, e identificar as novas configurações no modo de produção e exibição de conteúdo digital, do Jornal da Cultura, teve que passar por uma série de adaptações para se manter em curso. Todas as atividades presenciais foram realizadas de forma remota, levando em conta também o contexto de pandemia do novo coronavírus.

A partir da hipótese inicial sobre a digitalização da TV aberta no Brasil, e do avançado processo de midiaticização da sociedade, pode-se considerar, que o Jornal da Cultura vem se reinventando, por meio de estratégias transmídia, como propõe Jenkins (2009) através de redes sociais digitais, site da emissora e parceria com portal de informação. Como uma forma de enfrentamento a perda da audiência e da relevância, que contou com a contribuição da pandemia do novo coronavírus – devido a necessidade de informação – proporcionada pelo contexto.

As propostas conceituais de jornalismo transmídia apresentadas por Moloney (2011) e por Renó e Flores (2012) são configuradas na forma e no conteúdo do Jornal da Cultura, que foi observado e analisado durante a pesquisa. Identificando que as possibilidades de transmídia implementadas primeiro no entretenimento já estão em configuração no telejornalismo, o que pode caracterizar um telejornalismo transmídia, ou seja, um telejornal que transborda por diversas plataformas (redes sociais digitais, sites e etc.), além da transmissão ao vivo, com a possibilidade de recuperação do conteúdo na íntegra (redes sociais), ou de forma fatiada, e também por meio de resumos e desdobramentos (site da emissora), e em outro portal de informação (Uol).

Neste cenário identificado de telejornalismo transmídia se configura devido ao avançado processo de midiaticização, que a sociedade contemporânea se encontra, onde as reflexões Hjarvard (2012, p. 64) asseveram que a midiaticização é utilizada como conceito central em uma teoria sobre a importância intensificada e mutante da mídia dentro da

cultura e da sociedade. “Por midiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica”. Além disso, a midiatização não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades. “é, essencialmente, uma tendência que se acelerou particularmente nos últimos anos do século XX em sociedades modernas, altamente industrializadas e principalmente ocidentais, ou seja, Europa, EUA, Japão, Austrália e assim por diante”. (HJARVARD, 2012, p. 65). Neste contexto pode-se considerar que no Brasil este processo de midiatização encontra-se em desenvolvimento, conforme confirma a Pesquisa Brasileira de Mídia¹⁵ ao revelar que cerca de 97% dos entrevistados assistem televisão e que a internet vem crescendo com o uso de 47%, como indicativo da efetivação do processo de convergência, que contribui para a efetivação do telejornalismo transmídia.

Referências

ASSEF, Marília. **Entrevista** realizada via *Google Meet*, no dia 13 de julho de 2020, pela pesquisadora Valquíria Kneipp.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão** – seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro, Zahar, 1997.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2014** : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014. Disponível: file:///C:/Users/55849/Downloads/Livro%20Pesquisa%20Brasileira%20de%20Midia_INTERNET.pdf. Acesso em 08 de setembro de 2020.

CULTURA, Jornal. Edição do dia 04 de maio de 2020. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=6bTiXY60M50>. Acesso em 05 de maio de 2020.

CULTURA, Jornal. Edição do dia 05 de maio de 2020. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=m46Ofy0PcE8>. Acesso em 06 de maio de 2020.

CULTURA, Jornal. Edição do dia 06 de maio de 2020. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=tjqNAW-jG88>. Acesso em 06 de maio de 2020.

CULTURA, Jornal. Edição do dia 07 de maio de 2020. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=CI4Ox0nC45Q>. Acesso em 08 de maio de 2020.

¹⁵ Disponível:

file:///C:/Users/55849/Downloads/Livro%20Pesquisa%20Brasileira%20de%20Midia_INTERNET.pdf

CULTURA, Jornal. Edição do dia 08 de maio de 2020. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=EuRo2mVhmds>. Acesso em 09 de maio de 2020.

CULTURA, Jornal. Edição do dia 09 de maio de 2020. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=X9FWFx8ymwc>. Acesso em 10 de maio de 2020.

CULTURA, Jornal. *Facebook*. Disponível: <https://www.facebook.com/jornalismotvcultura/>. Acesso em 08 de setembro de 2020.

CULTURA, Jornal. *Instagram*. Disponível: <https://www.instagram.com/explore/tags/jornaldacultura/?hl=pt-br>. Acesso em 08 de setembro de 2020.

CULTURA, Jornal. *YouTube*. Disponível: https://www.youtube.com/playlist?list=PLdnZUpbQ9PflMr3ea3PR3aOMDXO_fBudm. Acesso em 08 de setembro de 2020.

CULTURA, Jornal. *LinkedIn*. Disponível: <https://www.linkedin.com/company/tv-cultura/>. Acesso em 08 de setembro de 2020.

DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio (organizadores). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

HJARVARD, Stig. **Midiatização**: conceituando a mudança cultural e social. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/82929/85963>. Acesso em 20 de maio de 2019.

HJARVARD, Stig. **Midiatização**: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38327/41182>. Acesso em 25 de maio de 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. **A transposição do rio São Francisco em duas versões** – telejornalismo tradicional e telejornalismo via Internet. Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. **O processo de Gatekeeping no telejornalismo** - um estudo do uso do *Twitter* no Jornal Nacional. Seminário Internacional de Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos. Salvador: 2011. Disponível em: https://analisedetelejornalismo.files.wordpress.com/2011/08/kneipp_valquc3adria.pdf. Acesso em 25 de fevereiro de 2019.

MÍDIA, Pesquisa Brasileira de. Disponível em: <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>. Acesso em 25 de fevereiro de 2019.

MOLONEY, Kevin T. **Porting Transmedia Storytelling to Journalism**. Tese de doutorado; University of Denver, 2011. Disponível em: <https://digitalcommons.du.edu/etd/440/>. Acesso em 13 de maio de 2019.

PERUZZO, Círcia Maria Kroling. **Observação participante e pesquisa** – ação. In: DUARTE, Jorge e Barros, Antonio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

RENÓ, Denis e FLORES, Jesus. **Peridismo Transmedia** – Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde de los laboratórios de médios interactivos. Madri; Fragua, 2012.

WILLIAMS, Raymond. **TELEVISÃO** (tecnologia e forma cultural). São Paulo: Boitempo, Belo Horizonte: PUC Minas, 2016.

ROCHA, Danilo. **Entrevista** realizada via *Google Meet*, no dia 23 de julho de 2020, pela pesquisadora Valquíria Kneipp.

TAS, Marcelo. **Entrevista** realizada via *Google Meet*, no dia 06 de agosto de 2020, pela pesquisadora Valquíria Kneipp.