

## **Projeto Jornalink: A Reinvenção da Prática Jornalística no Período da Pandemia[1]**

Nicolly D’Lorraine Rodrigues Nunes[3]

Jose Elivelton Oliveira da Silva[4]

José Augustiano Xavier dos Santos[5]

Centro Universitário Inta – Uninta, Sobral, CE

### **RESUMO**

O telejornalismo é a prática jornalística utilizada pela televisão, através dessa atividade, conteúdos dos mais variados tipos são produzidos e construídos de modo a atingir um público com níveis sociais distintos e podem ter alcance local ou nacional. No presente trabalho, buscaremos refletir por meio dos referenciais teóricos sobre o projeto Jornalink, o telejornalismo e a convergência midiática, desta forma examinaremos a remodelação da produção e da distribuição de conteúdo durante a pandemia. Para tanto, faremos uso da metodologia de análise bibliográfica, com natureza qualitativa, para ajudar a compreender esse processo de alteração na prática do telejornalismo. Nosso corpus de investigação são os processos vinculados à produção do Jornalink, ação desenvolvida pelo projeto WebTv do Centro Universitário Inta - Uninta, criado em função da pandemia, com a finalidade de ser um portal informativo, apresentando vídeos como pílulas de notícias, onde o repórter traz a pauta e o especialista apresenta uma reflexão aprofundada sobre o assunto. O novo desafio consistia em manter as pessoas conectadas e informadas sobre as mensagens transmitidas, então as estratégias se alinharam à criatividade e à linguagem do *Instagram*. Nossa intenção é avaliar como esses processos ligados ao Jornalink acompanham o atual momento vivenciado pela prática do telejornalismo, que tem apostado cada vez mais nas mídias sociais. O telejornalismo

[1] Trabalho apresentado na Intercom Júnior (IJ) – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação – Jornalismo: Projeto jornalink: A reinvenção da prática jornalística no período da pandemia – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022..

[2] Graduanda em Jornalismo pelo Centro Universitário Inta - Uninta, email: nicolly\_dlorraine@hotmail.com

[3] Graduando em Jornalismo pelo Centro Universitário Inta – Sobral-CE, email: veltooliveira@icloud.com.

[4] Orientador do trabalho, professor do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Inta - Uninta, email: augustiano.xavier@uninta.edu.br

no Brasil iniciou na década de 1950 e surge como uma virada na história da comunicação. A televisão é fundamentada no que é visual e na exibição de imagens, por possuir tal característica se tornou um meio de informação mais rápido do que os outros, tecnologicamente apta e com uma forte aceitação do público. No início, a linguagem do telejornal trazia muitos detalhes e as falas eram mais longas, os primeiros programas carregam a herança radiofônica e as temáticas possuíam grande influência dos patrocinadores. Com uma trajetória marcada por diversas transformações e evoluções tecnológicas, a sua importância como veículo de comunicação está além do fato de serem transmissões visuais, o telejornalismo faz parte da cultura de uma sociedade e atua na construção da realidade, os acontecimentos noticiados ocorrem em paralelo à intensa rotina da maioria da audiência, então o contato que eles terão com aquele acontecimento será por meio do relato da mídia. Gaye Tuchmann (1978) em A construção da notícia, identifica a notícia como um registro da realidade social e, em simultâneo, um produto dela. Quando encaramos a televisão como mídia construtora da realidade social, determinamos qual problema a sociedade deve discutir em cada momento. Dentro dessa perspectiva, é preciso notar o advento das novas tecnologias e o impacto causado por elas. O surgimento da *Internet*, criou um novo espaço para a comunicação humana, a virtualização informacional em rede, Cannito (2010, p.15), caracteriza o digital como uma revolução. O constante avanço da tecnologia modificou a televisão, gradualmente ela deixou de ser unidirecional. Desde os anos 90, a *Internet* começou a ter uso comercial no Brasil, mesmo momento em que a televisão começou a se expandir e possibilidades inovadoras surgiram. A partir disso, se iniciou o processo de convergência da TV para a *Internet*, rompendo paradigmas e impulsionando transformações radicais no processo comunicativo. No que compete ao “fazer jornalismo”, de acordo com Suzana Barbosa (2001), o mundo digital introduz uma nova era para o jornalismo. No livro *Neuromancer* idealizado por William Gibson, em 1984, o termo dessa nova rede seria o ciberespaço, ou seja, um espaço virtual composto por cada computador e usuário conectados em uma rede mundial. A tecnologia permite que conexões e relacionamentos existam, criando uma sociabilidade virtual. O sociólogo, Manuel Castells (1996), chama de sociedade em rede, pois esta gera alterações sócio-culturais, políticas, além do aceleração dos meios de informação. O jornalismo nas redes promove uma inversão no processo tradicional de produção de notícias, segundo a primeira edição da "Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira" a *internet* se torna o segundo meio de comunicação usado mais frequentemente pelos brasileiros. Dessa cultura digital também surge o termo convergência de mídias, na tese *Mídia digital: o Vigor das práticas jornalísticas em um novo espaço*, de Lima Júnior (2003), fala que essa aquisição midiática é inteligente e a convergência causa

modificações nos modos de se produzir, comercializar e consumir informação jornalística. Nesse cenário, o avanço das tecnologias no campo da comunicação resulta na transformação das mídias tradicionais, aproximando Televisão e *Internet*, gerando possibilidades inovadoras de interação social. A WebTV nada mais é do que a conversão do conteúdo da televisão para a *internet*. Os valores e a sociabilização se alteram e o usuário passa a consumir programas em formato televisivo, mas em seus dispositivos móveis. Pelo seu potencial interativo, desenvolve uma linguagem específica e amplia a atuação social, se tornando um meio de comunicação mais colaborativo do que nas emissoras. Nesse sentido, o presente trabalho apresenta a experiência adquirida pelos autores, em que relata sobre: A WebTv do Centro Universitário Uninta – Uninta e como ela foi usada para a metodologia de ensino aprendizagem e na construção da comunicação no período pandêmico. Criado em 2016 com o objetivo de ser um jornal acadêmico de cunho informativo, veiculado pelo YouTube com transmissões semanais, o projeto conta com matérias e entrevistas de interesse da comunidade acadêmica sendo produzido pelos acadêmicos do curso de jornalismo da instituição. Desde então, seguiram produzindo matérias atuando na prática jornalística em diferentes funções, como repórter, editor (vídeo e texto), âncora de jornal e produtor. As temáticas variam entre cultura, esporte, economia, moda, notícias locais, cobertura de eventos e serviços do Uninta. Em 2020, um momento pandêmico surgiu e com isolamento social os dilemas gerados pelo *home office*, sucedeu à necessidade de uma modificação na forma comunicacional das produções do programa e a sua forma de se relacionar com o público. Como já relatado, o Jornalink foi criado no momento de pandemia, com o objetivo de ser uma rede de comunicação, através de pautas relevantes expostas pelo repórter e sendo percorrida pelo especialista, de acordo com a linguagem do *Instagram*. Atualmente, as pessoas assistem a mais vídeos digitais, conforme os dados analíticos do *Instagram*, até 2021, os vídeos para celular seriam responsáveis por 78% do tráfego de dados móveis totais. Para que a adequação fosse possível, foi realizado um estudo sobre a plataforma, a primeira transformação está no formato, pois no *Instagram* os vídeos são em formato vertical e em tela cheia, outro ponto é que qualquer um pode ser um criador de vídeo e carregá-los no aplicativo ou na *web*. Apesar de ter a possibilidade de inserir vídeos maiores, a preferência na ferramenta é de conteúdos mais objetivos, chamativos e interativos. O comportamento funcional da equipe também precisou ser modificado, no início da semana as pautas eram acordadas, a partir disso, começava o processo de produção, feitas exclusivamente de suas casas. Diante desse cenário, a comunicação assumiu o protagonismo na busca pela informação precisa. A atuação no campo digital, apesar de já ser a base do programa, nesse contexto se consolidou ainda mais como um espaço de construção informativa e de forte alcance na conexão entre as pessoas. Ao analisarmos os conteúdos do Jornalink,

disponibilizados no perfil do *Instagram* da WebTv uninta (@webtv\_uninta), observa-se notoriamente esse novo modelo de telecomunicação, a publicação intitulada “A rotina dos pets durante a pandemia”, do dia 13 de abril de 2021, indica um formato definido, o ângulo e dimensão fotográfica do vídeo teve uma adequação, e quando se observa a linguagem e o tom utilizado pelos acadêmicos do curso, nota-se que foi empregue de maneira mais interativa, informal e cativante. Outros aspectos que caracterizam o contexto vivido é a utilização de um cenário que não contextualiza com o que vai ser noticiado, ou seja, mostram apenas um fundo neutro, sem causar ruído ou fazerem parte da composição cinematográfica. Nessa nova forma de produção, a interatividade é a peça-chave, então o horário de publicação influencia muito, a postagem em questão teve o alcance de 338 visualizações. Toda apuração da informação foi feita com o uso do dispositivo móvel, assim como a gravação, na perspectiva jornalística, esse fato foi um dos mais afetados, pois diferente da proposta de cooperação da equipe, todo o desenvolvimento da matéria era feito por um só discente. Diante das reflexões apontadas ao longo do trabalho, podemos dizer que a tecnologia contribui muito no desenvolvimento de uma sociedade mais informada e conectada, são projetos como a WebTv e programas como o Jornalink, que favorecem para o alargamento das fronteiras entre as pessoas. No campo da comunicação alteram o processo de transmissão de valores e de sociabilização, com a finalidade de que a informação aconteça de forma cada vez mais extensa, acessível e efetiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; comunicação; telejornalismo; webtv; *instagram*.

## **REFERÊNCIAS**

AQUINO, M. C. **Convergência entre televisão e web: proposta de categorização analítica**. Porto Alegre, 2012. Disponível em:  
<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/72495/000850849.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CÁDIMA, Francisco Rui. **O fenômeno televisivo**. Minho, Portugal: Editora do Minho, 1996.

Canitto, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência de negócios**. Summus São Paulo: editorial, 2010

Gibson, William. **Neuromancer**, 1984 Editora: Editora Aleph; 5ª edição, 19 agosto de 2016.

Lima J. **Mídia digital: o Vigor das práticas jornalísticas em um novo espaço**, 2003.

MACHADO, E. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>

Martins, S. T. **A Construção da Notícia: Sobre a Influência da TV – e do Telejornalismo – no Brasil**. Universidade Federal de Juiz de Fora.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA 2014 - **Hábitos De Consumo De Mídia Pela População Brasileira**. Brasília, fevereiro de 2014.

SILVA, E. M.; ALVES, Y. M. **Telejornalismo Expandido: A Apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo**. Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2503-1.pdf>

Stalder, Félix. Manuel Castells. **A Teoria da Sociedade em Rede**. Oxford, Polity Press, 2006.

TUCHMAN, Gay. **Making news: a study in the construction of reality**. New York: The Free Press, 1978. \_\_\_\_\_. A Objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja Editora, 1999.

Vesce, G. E. P.. **Ciberespaço**. Acesso em: <https://www.infoescola.com/internet/ciberespaco/>

Dados do *Instagram* disponível em: [https://business.instagram.com/a/igtv?locale=pt\\_BR](https://business.instagram.com/a/igtv?locale=pt_BR)

*Instagram* da WebTv Uninta disponível em: [https://www.instagram.com/webtv\\_uninta/](https://www.instagram.com/webtv_uninta/)