

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”- UNESP
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO- FAAC
PROGRAMA DE PÓS - GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA DO
MESTRADO PROFISSIONAL EM MÍDIA E TECNOLOGIA- PPGMiT**

WANEISSA MEDEIROS ALVES

**NARRATIVA TRANSMÍDIA NO TELEJORNALISMO: POSSIBILIDADES E
DESAFIOS NA DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO E PRODUÇÃO DE
CONHECIMENTO NA TV UNIVERSITÁRIA**

Bauru
2018

Wanessa Medeiros Alves

**NARRATIVA TRANSMÍDIA NO TELEJORNALISMO: POSSIBILIDADES E
DESAFIOS NA DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO E PRODUÇÃO DE
CONHECIMENTO NA TV UNIVERSITÁRIA**

Trabalho de Conclusão de Mestrado
apresentado ao Programa de Pós-
Graduação em Mídia e Tecnologia, da
Faculdade de Artes, Arquitetura e
Comunicação – FAAC, da Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
- UNESP, para obtenção do título de
Mestre em Mídia e Tecnologia sob a
orientação do Prof. Dr. Francisco Machado
Filho.

Bauru
2018

Medeiros Alves, Wanessa.

Narrativa Transmídia no Telejornalismo:
possibilidades e desafios na democratização da
informação e produção de conhecimento na TV
Universitária/ Wanessa Medeiros Alves, 2018.
115 f.

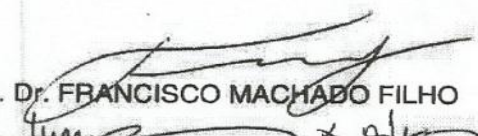
Orientador: Francisco Machado Filho

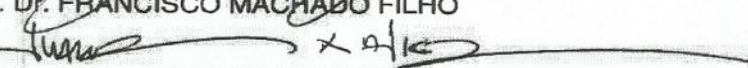
Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual
Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, Bauru, 2018.

1. Telejornalismo no Brasil. 2. Sociedade em rede.
3. Linguagem Transmídia: processos, interação e
automação. 4. TV Universitária. I. Universidade
Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE WANESSA MEDEIROS ALVES, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 09 dias do mês de março do ano de 2018, às 14:30 horas, no(a) Sala de Reuniões da Seção Técnica de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. FRANCISCO MACHADO FILHO - Orientador(a) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. JUAREZ TADEU DE PAULA XAVIER do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. FERNANDO CARLOS MOURA do(a) Jornalismo / Universidade Anhembi Morumbi / PUC Campinas, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de WANESSA MEDEIROS ALVES, intitulada **NARRATIVA TRANSMÍDIA NO TELEJORNALISMO: POSSIBILIDADES E DESAFIOS NA DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO E PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO NA TV UNIVERSITÁRIA**. Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: _ _ _ _ APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.


Prof. Dr. FRANCISCO MACHADO FILHO


Prof. Dr. JUAREZ TADEU DE PAULA XAVIER


Prof. Dr. FERNANDO CARLOS MOURA

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meio pai – pardo, descendente de negros, índios e espanhóis, nascido e criado na periferia de São Paulo - que me possibilitou ter a maior riqueza desse mundo: a educação. Sou grata a ele por ter me mostrado que a chave para a libertação está no conhecimento.

Agradeço a todos e todas que conheci nestes sete anos de Unesp e que me possibilitaram de alguma forma evoluir.

*“Que nada nos limite, que nada nos defina,
que nada nos sujeite. Que a liberdade seja
nossa própria substância, já que viver é ser
livre”.(Simone de Beauvoir)*

ALVES, W.M. **Narrativa transmídia no telejornalismo: possibilidades e desafios na democratização da informação e produção de conhecimento na TV Universitária**, 2018, 115 f. Trabalho de Conclusão (Mestrado Mídia e Tecnologia)-FAAC-UNESP, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco Machado Filho, Bauru, 2018.

RESUMO

A partir das constantes mudanças estruturais inerentes ao contexto de globalização e inovações tecnológicas, surgem diferentes estratégias e formatos para o jornalismo. Neste âmbito, o uso da linguagem transmídia no telejornalismo brasileiro quando busca promover interatividade e participação do público na rotina produtiva em uma TV Universitária, pelo uso de mídias sociais e participação, a fim de ampliar os processos de democratização da informação; apresenta algumas possibilidades e desafios que vão de limitações tecnológicas às limitações políticas e econômicas. A partir disso, por meio da pesquisa participativa na TV Unesp, apresenta-se resultados que identificam as possibilidades do uso da linguagem transmídia no telejornalismo e sua relação com os processos de democratização da informação e produção de conhecimento essenciais dentro da estrutura de uma TV Universitária.

Palavras-chave: Transmídia; Telejornalismo; TV Universitária; Cultura participativa.

ALVES, W.M. **Narrativa transmídia no telejornalismo: possibilidades e desafios na democratização da informação e produção de conhecimento na TV Universitária**, 2018, 115 f. Trabalho de Conclusão (Mestrado Mídia e Tecnologia)-FAAC-UNESP, sob a orientação do Prof. Dr. Francisco Machado Filho, Bauru, 2018.

ABSTRACT

From the constant structural changes inherent to the context of globalization and technological innovations, different strategies and formats comes out for journalism. In this context, the use of the transmedia language in Brazilian television journalism when it seeks to promote interactivity and participation of the public, in the productive routine in a University TV, through the use of social media and participation, in order to broaden the processes of democratization of information; presents some possibilities and challenges from technological, political and economic limitations. From this, through the participative research in Unesp TV, results are presented that identify the possibilities of the use of the transmedia language in the journalism TV and its relation with the processes of democratization of the information and production of knowledge within the structure of a University TV.

Keywords: Transmedia; Journalism TV; University TV; Participant culture.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Objeto de pesquisa	12
1.2	Justificativa	14
1.3	Objetivos	15
1.4	Estrutura da dissertação	15
2	TELEJORNALISMO NO BRASIL	17
2.1	Modelos e referenciais	22
2.2	TV Universitária no Brasil	27
3	SOCIEDADE EM REDE	30
3.1	Ecologia dos meios e convergência midiática	30
3.2	Novos novos meios	35
3.3	Mídia cidadã e mobilidade social	39
4	LINGUAGEM TRANSMÍDIA: NARRATIVA, INTERATIVIDADE E AUTOMAÇÃO	45
4.1	Hipertexto e a construção da narrativa	45
4.2	Hipermídia e os processos de automação	48
4.3	Jornalismo transmídia e interatividade	50
5	METODOLOGIA DO TRABALHO	55
5.1	Conceitos e técnicas	55
5.2	Etapas de pesquisa	58
5.3	Instrumento de coleta de dados	58
5.4	Análise de dados	62
5.5	Contribuições para a pesquisa	65
6	RESULTADOS E ANÁLISE DE DADOS	67
6.1	Observação do lócus da pesquisa	67
6.2	Identificação dos sujeitos da pesquisa	73
6.3	Plano de ação e o Programa “Bauru em debate”	91
6.4	Reflexões da pesquisa	93
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
	REFERÊNCIAS	102
	APÊNDICES	107
	ANEXOS	108

1 INTRODUÇÃO

A ideia de “maravilhamento” do mundo, usada pelo filósofo Álvaro Vieira Pinto, enfatiza a relação “homem e máquina”, a partir da filosofia de Aristóteles; em que o surgimento do pensamento racional constrói-se diante do espanto ou da possibilidade que o homem tem de maravilhar-se diante do espetáculo da natureza. (PINTO, 2005, p.31). Esse pensamento se faz presente em tempos em que as inovações tecnológicas parecem determinar o período histórico da evolução dos seres humanos. A solução definitiva para os problemas sociais encontrados - para alguns entusiastas- parecem estar cada vez mais próximos da evolução das máquinas e conseqüentemente do empoderamento que as inovações tecnológicas podem oferecer no âmbito político, social e cultural. Pois, o maravilhamento do mundo passa a ser em relação à tecnologia:

Outrora, na pobreza de uma civilização tecnicamente ‘atrasada’, o homem só podia, com efeito, maravilhar-se com aquilo que encontrava feito; agora, na época da ‘civilização tecnológica’, extasia-se diante do que faz. (PINTO, 2005, p.35)

Porém, neste processo de inovações técnicas, não há ruptura qualitativa necessária e esperada do processo de desenvolvimento histórico; na verdade, o encantamento diante dos diversos avanços das técnicas ajuda a sustentar o mesmo modelo social. Ou seja, novos discursos são criados baseados na evolução natural e transformadora das técnicas para sustentar velhos paradigmas das desigualdades sociais. Naturaliza-se a tecnologia como parte essencial da vida cotidiana e naturalizam-se, também, os efeitos devastadores que o discurso tecnicista pode gerar. A sociedade torna-se apática diante de tantas inovações e silencia-se diante das injustiças sociais sob o prisma de que tudo é volátil. Pois,

A volatilidade das identidades, por assim dizer, encara os habitantes da modernidade líquida. E assim também faz a escolha que se segue logicamente: aprender a difícil arte de viver com a diferença ou produzir condições tais que façam desnecessário esse aprendizado. (BAUMANN, 2001, p.205)

E são exatamente essas condições criadas que facilitam os processos de “maravilhamento” do mundo em que as expectativas de construção de novos cenários sociais são depositadas no aperfeiçoamento das máquinas; enquanto o “endeusamento” da tecnologia encobre o propósito de fortalecimento ideológico dos

interesses de quem a criou, a fim de conservar a posição hegemônica estabelecida (PINTO, 2005), criando mais uma forma de violência simbólica. A técnica não é o motor do processo histórico, e a recusa em pensar que há outros fatores que explicam a ascensão do discurso técnico e econômico “reforçam a ideologia tecnológica atual, a qual considera que uma revolução nas técnicas é a condição para uma revolução nas relações humanas e sociais” (WOLTON, 2003, p.35).

A partir da ideia do autor, estabelece-se a impressão de ocultação do caráter político e a validação das relações técnicas para manter relações de poder desiguais. E neste cenário, a opressão se estabelece, uma vez que, as estruturas sociais construídas por grupos com poder hegemônico, de ordem histórica, política e econômica, favorece as desigualdades, marginalização e do impedimento da produção da existência do outro, com base na alteridade, negando-lhe a autonomia e a produção de si¹ (FREIRE, 1987). Parafraseando a importante pensadora do século XX, Simone de Beauvoir, a existência do “outro”² é a objetificação da necessidade inata ao ser humano de legitimar sua própria existência a partir da marginalização. Assim, ao se pensar nos processos de produção de relações sociais e novas formas de convivência, a produção de tecnologias é uma produção de existências em que legitima ordens sociais já favorecidas enquanto subjuga ordens sociais já marginalizadas, assegurando assim sua legitimidade nos espaços de poder criado. E é por meio da exclusão digital que os processos de segregação já existentes são amplificados. Pois,

Ao deixar extensas regiões sem conexão ou sem assegurar o direito dos segmentos pauperizados ao uso da comunicação em redes digitais, o Estado e seus grupos hegemônicos deixam milhares e até milhões de pessoas sem a possibilidade de obter mais poder a partir do desenvolvimento da capacidade de criar redes, articulações e interações com vistas à defesa ou a ampliação de seus interesses. (SILVEIRA, 2011, p.53)

Desta forma, a opressão da tecnologia deve ser superada, assim como o misticismo de que os processos de transformação social advêm da evolução de aparatos tecnológicos; é preciso entender a relação estabelecida entre técnica e

¹ Paulo Freire usa essa ideia para explicar a noção de opressão o qual se estabelece a partir de estruturas construídas historicamente por grupos que se beneficiam de desigualdades e marginalização.

² Simone de Beauvoir usa essa ideia para elucidar como o machismo foi construído e como ainda se sustenta na sociedade contemporânea. Esse pensamento pode ser encontrado em sua obra “O Segundo Sexo” publicado em 1949.

poder, pois:

De um lado, elas [as máquinas] resultam e de outro estimulam o desenvolvimento da ciência e da tecnologia, que, por sua vez, são criações humanas. [...] Para mim, a questão que se coloca é: a serviço de quem as máquinas e a tecnologia avançada estão? Quero saber a favor de quem, ou contra quem as máquinas estão postas em uso. [...] Não é a informática que pode responder. Uma pergunta política, que envolve uma direção ideológica, tem de ser respondida politicamente. (FREIRE, 1984, p.6).

A partir da ideia de que é necessário um direcionamento mais substancial para o entendimento dos desdobramentos da tecnologia enquanto instrumento de poder, esta pesquisa buscou estudar a influência da tecnologia enquanto ideologia no campo comunicacional, mais precisamente nos meios de comunicação de massa. Para isso, estabeleceu-se a determinação da TV Universitária como campo de estudo e o campo do jornalismo para ser analisado. Essas escolhas foram determinantes para a averiguação de questões fundamentais para esta pesquisa; a saber: a relação dos processos democráticos e as inovações tecnológicas, bem como as possibilidades e desafios no processo de construção de novos conhecimentos a partir da implementação de novas linguagens, formatos e estratégias no telejornalismo. Assim, por meio de uma pesquisa participativa na TV Unesp, pôde-se observar que os processos de democratização e diversidade da informação não são limitados apenas pelos aparatos tecnológicos, mas por fatores de ordem institucional, político e econômico que foram determinantes para a averiguação das hipóteses de pesquisas que se baseiam nas possibilidades e desafios do uso da narrativa transmídia no telejornalismo como mecanismo de democratização da informação e produção de conhecimento.

A partir disso, o início da investigação ocorreu com a criação do referencial teórico sobre as temáticas relacionadas com os objetos de pesquisa a fim de entender seus aspectos conceituais e históricos. Mediante isso, as etapas metodológicas estabelecidas posteriormente promoveram mudanças no percurso da pesquisa, assim como promoveu rupturas epistemológicas ao longo do processo. A própria concepção sobre o objeto mudou diversas vezes durante a pesquisa e foi direcionado para outros caminhos reflexivos o que ocasionou na busca por estratégias mais interdisciplinares para sua interpretação.

1.1 Objeto de pesquisa

Os objetos desta pesquisa - a narrativa transmídia e o telejornalismo - foram estabelecidos a fim de verificar as possibilidades e desafios do uso dessa linguagem para o telejornalismo; investigar quais as relações que podem ser estabelecidas entre um mecanismo transmídia e os processos de democratização e produção de conhecimentos inerentes à atividade social do jornalismo.

Não há dados que indiquem que o uso do jornalismo transmídia seja uma realidade nas redações do Brasil, mas é objeto de estudo e experimentação no campo comunicacional digital. O interesse nesse tipo de narrativa é a possibilidade da mobilidade e interatividade presentes no processo e a difusão mais expansiva de conteúdos midiáticos. Dessa forma, o jornalismo transmídia além de ser uma alternativa para suprir demandas tecnológicas nos meios da comunicação, também seria uma forma de transformar informações múltiplas em conhecimento, por meio da diversidade de percepções dos internautas sobre os fatos e o compartilhamento de conteúdos. Além dos pontos mencionados acima, outros aspectos são fundamentais para que a narrativa transmídia não seja apenas uma estrutura multimídia de conteúdo, mas, também, uma narrativa que promova mudanças nas formas de comunicação entre os meios e as pessoas. A importância do usuário no processo é aquém da recepção. Ele é parte essencial na produção, edição e veiculação. Ademais, a linguagem multimídia, a diversidade de canais, a interatividade e o processo comunicacional de muitos para muitos, em aspectos mais gerais, são essenciais para a narrativa transmídia no Jornalismo (RENÓ; FLORES, 2012).

A linguagem transmídia dentro de uma narrativa transmidiática é um dos novos formatos que têm sido estudados e que se estabelece como estratégia para diversas indústrias do entretenimento no campo audiovisual. Porém, alguns aspectos desta linguagem devem ser analisados por um viés mais crítico quando se relaciona com o jornalismo e a possibilidade de construção de uma mídia mais democrática e participativa. Para o pesquisador Milton Santos (2001), é preciso buscar os pontos favoráveis destes processos em andamento, a fim de se planejar e ajustar uma narrativa que seja condizente com as revoluções tecnológicas, mas que também, e principalmente, atenda às demandas sociais.

A partir deste ponto, a pergunta inicial da pesquisa evidenciou a seguinte questão: é possível a utilização de recursos conceituais e tecnológicos oferecidos pelo campo conceitual transmídia na produção de informação jornalística no telejornalismo de uma TV Universitária? Uma das hipóteses levantadas por esta pesquisa a partir desta questão é a de que o uso desse tipo de linguagem no campo conceitual do jornalismo seria uma forma de transformá-lo em produto de entretenimento e o afastaria de sua função social de informar, ampliar o discurso e amparar os processos democráticos, ou seja, na verdade, a linguagem transmídia poderia ser usada mais como estratégia do que uma linguagem com seus formatos e signos específicos.

As inovações tecnológicas estabelecem novas formas de consumo, mas não criaram ainda mecanismos eficientes para que direitos básicos sejam assegurados. Pois,

A tecnologia industrial moderna amplia nossa capacidade de produzir, mas também amplia nosso desejo de consumir. Em um planeta com recursos finitos, o último poderia ser nossa ruína. E a história sugere que mesmo a "tecnologia" política da democracia é toda facilmente subvertido na ausência de uma cidadania educada e autoconfiante, disposta e capaz de implementar verificações e contrapesos contra o abuso de poder. (TOYAMA, 2010, p.9, tradução nossa)³

A partir do abuso de poder mencionado por Toyama, ao utilizar o telejornalismo como objeto de estudo nesta pesquisa, é inevitável que a televisão esteja presente nas investigações. Além disso, enquanto meio de comunicação de massa, a televisão acrescenta outros pilares para a manutenção deste poder. Visto que:

A televisão reproduz a exclusão social e o preconceito de classe à medida que a integra. Ao mostrar o Brasil, ela falsifica o Brasil e, portanto, esconde o Brasil. É a regra do jogo. A representação da nacionalidade integrada é inevitavelmente uma redução idealizada, que redundando numa espécie de banalização da imagem das elites. [...] Os miseráveis, os opositores, os feios, e mesmo os negros mais fiéis às próprias origens: todos são excluídos do cardápio visual oferecido ao grande público. E quando aparecem, vêm para saciar o escárnio do preconceito. (BUCCI, 2000. p. 32)

Portanto, este estudo não se limitou a estudar apenas as possibilidades

³ Modern industrial technology magnifies our ability to produce, but it also magnifies our desire to consume. On a planet with finite resources, the latter could be our ruin. And history suggests that even the political "technology" of democracy is all-too easily subverted in the absence of an educated, self-confident citizenry, willing and able to implement checks and balances against the abuse of power.

técnicas do uso da linguagem transmídia no telejornalismo, mas buscou investigar mais minuciosamente outros fenômenos que contribuem para a construção da realidade observada, como o lócus⁴ de estudo (a TV Universitária), os sujeitos da ação (os jornalistas da TV Unesp) e as possíveis limitações de ordem institucional (Unesp). Como resultado, esta pesquisa foi construída a partir de diversas rupturas epistêmicas no seu processo e criou diferentes formas interpretativas com o auxílio de referenciais teóricos da área de comunicação, educação e tecnologia a fim de entender as relações estabelecidas entre tecnologia e desenvolvimento; comunicação e novas linguagens; telejornalismo e TV Universitária; e democratização e conhecimento.

1.2 Justificativa

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de investigar o crescimento de novos estudos e tentativas no campo comunicacional de criar novas linguagens para o jornalismo no qual constitui a interatividade, multiplataformas e participação como pontos fundamentais. Além disso, busca entender como que a possibilidade do uso da linguagem transmídia pode impactar a produção do jornalismo dentro de uma TV Universitária em que o interesse público é questão essencial e que deve contribuir para a formação da cidadania, da educação, da cultura e da democratização e diversidade da informação na sociedade.

O desenvolvimento desta pesquisa também possibilitará o surgimento de novas perguntas investigativas que, por sua vez, promoverão outras investigações. Além de estabelecer uma reflexão teórica sobre a linguagem transmídia e sua importância no contexto das telecomunicações, este estudo busca confrontar teorias divergentes sobre o tema para que a investigação seja construída a partir de um parâmetro original criado pela pesquisadora. Embora o objeto de pesquisa seja o telejornalismo e a linguagem transmídia, este estudo tentou criar pistas para investigações futuras sobre as inferências sociais e econômicas que essa narrativa pode gerar. Pois, é preciso amplificar a discussão sobre as possibilidades participativas dentro de uma estrutura transmídia e se a mesma possibilita o desenvolvimento social; ou seja, se as interações sociais são amplificadas e democratizadas dentro deste contexto.

⁴ Palavra do latim, que significa literalmente lugar, posição ou local.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Esta pesquisa tem como objetivo geral a verificação da possibilidade da linguagem transmídia no telejornalismo. O objetivo é investigar a partir de um repertório teórico, a implicação deste uso de linguagem no telejornalismo e sua rotina produtiva. Além disso, o objetivo é verificar a partir da participação da pesquisadora no lócus de pesquisa, as possibilidades de produção deste tipo de linguagem no meio de comunicação selecionado.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar processos de produção do telejornalismo em uma TV Universitária;
- Identificar o uso de recursos multimídia e interatividade no processo de construção da notícia;
- Identificar o espaço de participação da sociedade na TV Universitária;

1.4 Estrutura da dissertação

A dissertação está organizada em mais 6 capítulos, além do capítulo 1 que foi apresentado anteriormente. A seguir, apresenta-se uma breve introdução do conteúdo escrito nos demais capítulos:

No capítulo 2, detalham-se os aspectos histórico-conceituais sobre um dos objetos de pesquisa, o telejornalismo no Brasil, e os diferentes modelos referenciais teóricos acerca do modelo comercial e do modelo universitário e educativo.

No capítulo 3, estabelece-se a contextualização de fenômenos importantes para a pesquisa, tais como convergência das mídias, ecologia dos meios, meios sociais e mídia cidadã.

No capítulo 4, apresentam-se conceitos sobre a linguagem transmídia – um dos objetos desta pesquisa- tais como automação, interatividade e narrativa.

No capítulo 5, apresentam-se os procedimentos metodológicos que nortearam a busca e análise de resultados desta pesquisa, assim como as etapas e as técnicas utilizadas no método de pesquisa participante e bibliográfica.

No capítulo 6, inicialmente, demonstra-se os resultados obtidos pela pesquisa a partir das etapas de pesquisa delimitadas no capítulo anterior. As etapas são apresentadas em três categorias: observação do lócus de pesquisa, identificação dos sujeitos da pesquisa e o plano de ação para o programa “Bauru em debate”.

No capítulo 7 apresenta-se as considerações finais evidenciando as experiências obtidas com a pesquisa realizada, reflexões sobre a hipótese levantada durante a pesquisa e possibilidades de investigações futuras sobre o tema.

2 TELEJORNALISMO NO BRASIL

O repórter de televisão diferencia-se dos demais pela maneira singular a qual produz notícia; seja pelas imposições de tempo ou pelo formato do meio o qual está inserido. Sendo assim, neste capítulo, apresentam-se aspectos da conjuntura social, econômica e política que contribuem substancialmente para as formas de organização da televisão no Brasil e que determinam as diretrizes editoriais e formatos do telejornalismo brasileiro.

“No Brasil, a televisão nasceu preocupada em garantir audiência” (BACELLAR; BISTANE, 2014, p.106). O meio de comunicação chegou ao país em 1950, quando Assis Chateaubriand mandou trazer dos EUA duzentos aparelhos, contrabandeado, que consagrou a TV Tupi como primeira televisão brasileira. Com a estreia da TV Tupi, foi ao ar o primeiro telejornal: *Imagens do Dia* (naquela época, patrocinadores batizavam os programas). Em 1952, a TV Tupi apresentou o telejornal *Panair* e, no mesmo ano, surgiu o Repórter *Esso* que marcou época no horário nobre. O nome do famoso telejornal deve-se à empresa de petróleo norte-americana, *Esso*, a qual bancou o modelo de programa em vários países. Além disso, a versão brasileira era abastecida com material de agências de notícias também, americanas (BACELLAR; BISTANE, 2014, p.106). O formato da programação da televisão a priori era fundamentalmente uma transposição do que era feito pelo rádio, usando referências de formato, estrutura; inclusive os mesmos profissionais para atuação.

Nos anos 60, a ditadura estabeleceu o controle da informação. Inicialmente, o regime militar assumiu uma política de desenvolvimento entre regiões e cidades que culminou na construção de um “espírito nacional baseado na preservação das crenças, culturas e valores brasileiros” (MATOS, 2009, p.35). Com a concessão de rádio e televisão, realizadas pelo governo, nasceu, também, a censura e repressão à liberdade de expressão do jornalismo brasileiro. Com a imprensa controlada, o governo encaminhou o projeto de telecomunicações ao desenvolvimento e modernização de sua infraestrutura interligada ao plano de desenvolvimento nacional visando disseminar a propaganda governamental. Para alcançar tais objetivos, os meios de comunicação de massa tornaram-se essenciais para legitimar e assegurar os princípios do regime autoritário e instaurou um canal o qual o regime poderia manipular e ampliar sua influência; neste contexto, a televisão, pelo seu

potencial de mobilização, foi utilizada amplamente pelo regime e tornou-se uma das principais ferramentas de divulgação e difusão do *status quo* da sociedade brasileira (MATOS, 2009). E neste espaço, os telejornais de rede foram instalados, com a estreia do Jornal Nacional, da TV Globo, em 1969.

Com o fortalecimento da televisão em um período em que a política nacional autoritária tinha como preceitos “a segurança e desenvolvimento” e a repressão contra a liberdade de expressão, é possível identificar que a grade de programação televisiva ainda, hoje, promove formatos propostos durante o regime militar, ou seja, o controle e a censura fazem parte do nascimento e da natureza da televisão no Brasil. O Ato Institucional nº 5 é a concretização desse controle exercido sobre diversos setores da sociedade civil, em especial aos meios de comunicação que nasceram e cresceram em meio a censura e ao domínio militar imposto às emissoras de rádio e televisão. Assim, pode-se dizer que:

No Brasil, a curto e longo termo, as ações do regime militar para manter a ordem e a segurança e promover o progresso e modernização contribuíram direta e indiretamente para o desenvolvimento da televisão [...]. O governo esteve envolvido com o desenvolvimento tecnológico e também com o conteúdo e a qualidade da programação televisiva, tendo criado as condições e as facilidades necessárias para que a televisão se desenvolvesse, sem deixar de interferir através de recomendações e sugestões oficiais, além de financiamentos específicos para a modernização dos veículos de comunicação. (MATOS, 2009, p.36)

Ainda para o autor, durante o “milagre econômico” (1969-1974), a concessão de radiodifusão foi impulsionada e o crescimento na venda de televisores apresentou a maior taxa registrada na década, chegando à casa de mais brasileiros. Esse expressivo crescimento da televisão está ligada direta e indiretamente com o desenvolvimento econômico do país (aumento do PIB per capita), com o intenso processo de urbanização e com a modernização das cidades brasileiras que apresentam aspectos fundamentais para a construção da televisão enquanto instrumento social, político, econômico e cultural.

Nos anos 70, as redes se expandiram com várias afiliadas no eixo Rio- São Paulo, que acabou por enfraquecer as produções locais. A abertura “lenta, gradual e irrestrita” ocorreu durante o governo do general Ernesto Geisel e o AI-5 foi revogado somente no ano de 1978.

Além das movimentações econômicas e a transformações estruturais os quais a televisão convive, a publicidade desempenha um papel fundamental para se

entender o contexto social e cultural que modificam este meio. A publicidade modifica substancialmente a televisão a partir do momento que estes meios priorizam a veiculação de produtos e serviços em vez de informação e educação. Isso é sustentado a partir do modelo de negócio o qual a TV foi pensado em que a maior parte da verba provém de investidores comerciais. Além disso, a publicidade é capaz de influenciar diretamente a programação da TV para reforçar e estimular a venda, construindo, assim, uma massa consumidora (MATOS, 2009).

Ademais, a publicidade, a televisão e o período de desenvolvimento econômico (décadas de 60 e 70) são indissociáveis quando se estabelece a construção inicial do modelo de negócio em televisão; pois seu nascimento reflete desde os primórdios a importância enquanto meio de comunicação de massa para o controle social e para a nutrição da hegemonia de uma estrutura social, política, econômica e cultural pré- estabelecidos, já que:

Desde o início, a televisão brasileira se caracterizou como veículo publicitário, seguindo o modelo comercial norte-americano. [...] As agências de publicidade estrangeiras, instaladas no Brasil, e que já possuíam experiência com esse veículo em seus países de origem, logo começaram a utilizar a televisão brasileira como veículo publicitário, passando a decidir, também, o conteúdo dos programas. Os patrocinadores determinavam os programas que deveriam ser produzidos e veiculados, além de contratar diretamente os artistas e produtores. (MATOS, 2009, p.70).

Nesta estrutura, o jornalismo veiculado pela televisão seguiu a mesma lógica comercial, nomeando suas edições com os codinomes das marcas dos patrocinadores, como, por exemplo, o Repórter Esso, transmitido pela extinta TV Tupi na década de 50.

A publicidade neste âmbito influencia diretamente a programação e a seleção das notícias. Pois, a televisão não anuncia bens de consumo apenas nos espaços de propaganda reservados durante a programação; a televisão configura sua programação a fim de sustentar as ideias de quem a sustenta. Nos telejornais, por exemplo, fica evidente essa troca simbólica com anunciantes por meio da construção das notícias, escolha de fontes e ênfase dada a cada reportagem. Fica claro, portanto, que a informação torna-se o bem de consumo mais importante a ser negociada.

As fases iniciais do processo pelo qual a informação se tornou o bem econômico básicas da era elétrica foram obscurecidas pelos modos com que a publicidade e o entretenimento desencaminharam o público. Os anunciantes pagam tempo e espaço nos jornais, nas revistas, no rádio e na

TV, comprando, assim, um pedaço do leitor, do ouvinte e do telespectador, como se tivessem alugado nossas casas para um encontro público. (MCLUHAN, 1964, p. 234)

Na década de 80, novos programas foram inseridos na programação da TV e outros sistemas de comunicação surgiram como o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e a extinta TV Manchete.

Nos anos 90, o telejornalismo apresentou mudanças em seu formato com a prática de comentários e análises sobre os fatos noticiados. E em 1998, “a TV Globo, iniciou o projeto de jornalismo comunitário. Lideranças de bairros e autoridades debatiam, ao vivo, problemas da cidade. O projeto serviu de modelo para os jornais locais da emissora.” (BACELLAR; BISTANE, 2014, p.110)

No fim da década de 90, a chegada da TV por assinatura apresentou novos formatos de consumo da informação. Enquanto a TV aberta ficava à revelia dos patrocinadores, a TV por assinatura segmentava o público e vendia conteúdo.

Além disso, o fim do século XX foi marcado por fusões e pela formação de gigantes de mídia como Disney (ABC), Aol-Time Warner (CNN), Vivendi/Universal/Canal Plus, General Eletric (NBC). Impérios que comercializavam filmes, conteúdos de sites, programas de televisão, revistas e jornais. Um mercado que mistura entretenimento e jornalismo, tendo por ferramentas novas tecnologias possibilitadas pela globalização. (BACELLAR; BISTANE, 2014, p.112)

Outro acontecimento marcaria a mudança da TV no Brasil: a Lei n. 8.977, a Lei do Cabo. Por meio desta lei, as TVs por assinatura tiveram que abrir espaço na programação para serem transmitidos canais legislativos, educativos e universitários. Esta lei, de certa forma, ampliou as possibilidades de produção de conteúdo jornalístico e embora os canais de TV por assinatura conseguissem “promover debates mais aprofundados, exibir programas em que os convidados têm mais tempo para discutir temas relevantes e expor ideias, o conteúdo ainda é acessível apenas a uma pequena parcela da população” (BACELLAR; BISTANE, 2014, p. 114).

Com a Lei da TV a Cabo, de 1995, é dado às universidades brasileiras o direito de utilização gratuita de um canal para uso compartilhado. A primeira referência à televisão educativa na legislação brasileira é de 1967. O Decreto Lei 236, de 28/02/1967 regulamenta aspectos do Código Brasileiro de Telecomunicações e cria a Televisão Educativa, para uso de Universidades e órgãos

da cultura. No ano seguinte, seria fundada a primeira TV Educativa brasileira, que já nasceu Universitária: a TV Universitária de Recife, ligada à Universidade Federal de Pernambuco (Documento Unesco, 2004).

O campo da TV pública brasileira é complexo e apresenta diferentes abordagens, pois apresentam diferentes finalidades, estrutura e regulamentações. O setor é formado pelas TVs educativas, regulamentadas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações e os chamados “canais básicos de utilização gratuita”, que são os canais comunitários, legislativos, executivos, judiciários, educativos e universitários.

Ademais, vale lembrar que a TV Universitária não é necessariamente pública, pois muitas são provenientes de instituições de ensino privado. Para ser considerada TV Universitária pública, esta deve estar vinculada a uma universidade pública e atender aos preceitos de aperfeiçoar os processos de democratização da informação e suprir as “carências de conteúdo local” (OLIVEIRA, 2017), segmento este analisado nesta pesquisa. Estas singularidades já delimitam como estudar a TV Universitária pública perpassa por diferentes aspectos legislativos, administrativos e estruturais fundamentais para o entendimento da dinâmica de produção tanto do telejornalismo quanto dos demais programas.

Com o advento do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVc), instituído pelo Decreto 4.901 (Brasil, 2003), as TVs Universitárias puderam alcançar mais telespectadores devido às melhorias das tecnologias de transmissão digital e oferecer diferentes funcionalidades ao público, entre as quais estão: “a inclusão social e digital, a interatividade dos telespectadores e uma qualidade de som e imagem nunca vista na TV analógica” (OLIVEIRA, 2017, p. 17). Mas na prática, esse processo torna-se vago, uma vez que essa migração ocorre concomitante a profundas mudanças políticas e econômicas no cenário brasileiro que influenciam as políticas públicas adotadas na gestão das TVUs públicas e no financiamento e produção de conteúdo da mesma, além dos processos de instrumentalização da comunicação com o advento das novas TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) e as inúmeras transformações no modelo de negócio da televisão que vão desde a interatividade à inserção nos meios sociais. E neste contexto, o telejornalismo, enquanto consequência do modelo criado é submetido à “regra do jogo” vigente.

Com a chegada da internet e possibilidades de conexão por meio de dispositivos móveis, a produção midiática ampliou seus recursos e ganhou agilidade.

Os formatos, a qualidade de imagem e som e a velocidade de transmissão foram aprimorados e conectados em rede, mas a forma de se fazer jornalismo ainda continua a seguir modelos e padrões dos anos 70, 80 e 90. O uso de novos recursos ainda é usado de forma superficial para promover interatividade entre meio e público, limitando as possibilidades participativas e sem promover alterações significativas nas estruturas dos meios de comunicação.

A partir de um breve panorama histórico, é possível perceber que o telejornalismo brasileiro ainda segue preceitos autoritários em sua produção em que as novas narrativas construídas por novos meios não são usadas de forma eficaz na construção de um jornalismo plural e democrático.

Neste ponto é preciso verificar onde há possíveis bloqueios para a reformulação na forma de se fazer jornalismo na TV a partir das questões político-institucionais e também dos próprios profissionais de comunicação, recursos, linguagem e formas de interatividade e participação. E se estes recursos serão utilizados para promover a inclusão social e política na TV pública - a fim de empoderar comunidades locais - ou será mais uma forma de estímulo ao consumo por meio do entretenimento e propaganda institucional. Pois, é preciso superar o mito da tecnocracia e criar novos modelos e referenciais para a atividade jornalística em que novos recursos não sejam utilizados para reforçar velhos hábitos.

2.1 Modelos e referenciais

No telejornalismo, a notícia não é só veiculada pela narração do repórter ou pelas imagens transmitidas pela câmera de vídeo; a mensagem está em tudo: a escolha de fontes, os ângulos escolhidos e demais técnicas utilizadas. Estes elementos dão pistas da forma como determinado assunto é interpretado tanto pelo jornalista que produz o conteúdo quanto o veículo de comunicação do qual faz parte.

A concentração e observação do jornalista estão voltadas para o tempo de duração da matéria noticiada e essa forma de olhar os fatos cotidianos com um roteiro pré-definido pode dificultar a percepção de algo mais amplo, como as impressões e ações dos entrevistados; sujeitando-os às simulações e reproduções dos acontecimentos e condicionado a um discurso cronometrado. Ou seja, a produção da notícia é uma grande negociação. Vale lembrar que:

O repórter de televisão deverá escutar atentamente o que o entrevistado declara na entrevista para poder complementar, com novas perguntas, o que inicialmente tinha programado realizar. É comum presenciar situação na qual o repórter não consegue prestar atenção no que o entrevistado diz e realizar pergunta totalmente diferente do que deveria. Muitos entrevistados têm o hábito de “dar uma pista” para o repórter, que, preocupado com a memorização da próxima pergunta, não percebe o jogo de inteligência proposto pelo entrevistado e acaba fazendo perguntas sem sabor lógico. (SQUIRRA, 2004, p.89)

“O fazer jornalismo” na televisão está sujeito a diferentes particularidades; em que as regulamentações e linha editorial conduzem, muitas vezes, a prática jornalística aos interesses políticos e econômicos da emissora. Dessa forma, não cabe julgar somente a negligência do jornalista ou sua vulnerabilidade aos fatos, mas é preciso entender a importância dos modelos de negócio em televisão assim como sua regulamentação, e, como isso afeta o telejornalismo brasileiro. Além disso, é preciso, também, criar caminhos alternativos à produção da notícia e adequá-los aos novos formatos de busca de informação que estão cada vez mais ligados com o desenvolvimento da tecnologia e as narrativas criadas pelos meios sociais. E os jornalistas, por sua vez, devem se integrar às novas formas de investigação em que passa a ser mediador dos fatos, sujeitos e narrativa, não mais de maneira autoritária e unidirecional, mas de forma colaborativa e participativa.

Para se entender o telejornalismo brasileiro, o afastamento de uma visão funcionalista do jornalismo - enquanto no papel de função social a fim de legitimar a doutrina burguesa - deve ser evitada. Ainda que, essa visão explique algumas singularidades do exercício e seja responsável pelo processo de tecnicismo da profissão, a atividade jornalística está inserida na trama de significados e formatos inerentes à formação da sociedade e sua relação dialógica⁵ com o cotidiano a sujeita às subjetividades e contradições que podem contribuir para a identificação de padrões e crenças que condicionam a profissão. A busca por pauta, os processos de edição e divulgação da notícia não atendem às perspectivas subjetivas somente dos próprios profissionais, estão condicionadas à manutenção de uma sociedade a partir da preservação de um sistema social e a expansão da divulgação de informações em escala. Ou seja, as diretrizes que condicionam o jornalismo são:

⁵ Para o pensador Paulo Freire, a relação dialógica- dialética na educação se dá com a coparticipação entre alunos e professores no processo de construção do conhecimento em que ambos aprendem juntos. O termo foi utilizado neste contexto para elucidar a ideia da necessidade do diálogo entre jornalismo e sociedade para construção de novos conhecimentos em um espaço democrático.

De um lado, ele é visto apenas como instrumento particular da dominação burguesa, como linguagem do engodo, da manipulação e da consciência alienada. Ou simplesmente como correia de transmissão dos "aparelhos ideológicos de Estado", como mediação servil e anódina do poder de uma classe, sem qualquer potencial para uma autêntica apropriação simbólica da realidade. De outro lado, estão as visões meramente descritivas ou mesmo apologéticas - tipicamente funcionalistas - em geral, suavemente coloridas com as tintas do liberalismo: a atividade jornalística como "crítica responsável" baseada na simples divulgação objetiva dos fatos, uma "função social" voltada para "o aperfeiçoamento das instituições democráticas". (GENRO,1996, p.18)

Esta visão funcionalista a qual o autor se refere remete à ideia de como a profissão é inserida no contexto social a fim de evidenciar as "anormalidades" sociais e mediar as trocas comunicativas para que elas estejam em harmonia com a condição sustentável e "normal" da sociedade do sistema econômico e político vigente neoliberal. Contribuindo, dessa forma, para a manutenção do senso comum criado pela classe dominante e criando uma aparência da realidade que é tomada como verdade pelo jornalismo; sustentando e amplificando o processo de despolitização a partir de um pseudoconhecimento (CHAUI, 2006).

O jornalismo está situado em um paradoxo atípico entre a relação objetiva e subjetiva dos fatos sociais assim como as atribuições referidas entre objeto e sujeito que o conduzem a um ambiente singular capaz de trazer às tramas sociais novas impressões. E quando o jornalismo é analisado dentro de um meio específico, como a televisão, por exemplo, estas relações se estruturam a partir de aspectos políticos, mercadológicos e culturais específicos e inerentes ao meio. Para elucidar esta questão, o modelo de televisão que vingou no Brasil, por exemplo, "soube unificar o país no plano do imaginário por cima de um alicerce (o plano do real) marcado por desencontros, rupturas, abismos sociais"; em que, "a linguagem audiovisual da TV, perpassando os domínios diversos do debate público, monopolizou-o. O jeito próprio que a televisão inventou de ver o mundo, ou melhor, de ver o país, contaminou o modo de ver dos cidadãos" (BUCCI, 2000, p. 13-14).

O autor ao trazer esta perspectiva de que a televisão é capaz de influenciar a concepção de espaço público brasileiro, expande esta ideia ao jornalismo praticado neste meio que, de certa forma, representa o resultado desta influência. A própria contradição na qual a televisão surgiu elucida possíveis caminhos para o entendimento de como mesmo com a inserção de novas tecnologias - tanto na televisão quanto em outros canais de comunicação - o telejornalismo ainda segue

parâmetros autoritários, e como a (des) regulamentação deste meio influencia diretamente a relação entre jornalismo e espaço público. Pois,

A excelência tecnológica e o refinamento plástico com competitividade internacional surgiram como a contrapartida de uma sociedade atrasada, iletrada, que dependia das possibilidades técnicas desse meio para a sua própria integração política. [...] O vigor e o gigantismo da televisão brasileira, ainda que aparentemente tenham sido gerados pelo sonho de grandeza, são na verdade, um produto do atraso. Foi a ausência da crítica e do debate (a ausência das liberdades democráticas) que proporcionou a exuberância da TV brasileira. (BUCCI, 2000, p. 24)

E é neste âmbito que esta pesquisa aborda o telejornalismo não como uma transposição da linguagem jornalística a um meio específico, mas como uma trama de significados que está condicionado aos formatos e limites do modelo de negócio em televisão. Pois, o telejornalismo apresenta singularidades que coloca em evidência duas posições antagônicas difíceis de serem solucionadas: alinhar suas possibilidades disruptivas dentro de um conglomerado de mídia condicionado ao lucro, e ao mesmo tempo, se colocar como caminho para a democratização da informação a partir da sociedade e para a sociedade e, que legitime, sua condição de concessão pública.

Para Bucci, o telejornalismo brasileiro apresenta um viés melodramático que o sustenta como entretenimento. A imagem, o movimento e o próprio apresentador do telejornal fazem parte de um espetáculo criado a fim de emocionar e personalizar a mensagem ao telespectador. Ou seja, por mais que novos formatos e linguagens sejam experimentados na forma de se fazer telejornalismo, o melodrama e o entretenimento ainda são categorias constantes ao meio; pois até hoje, “em que várias modificações movimentam a cena dos telejornais, o sentimentalismo com que são apresentadas as notícias continua inabalável. Essencialmente, o vínculo afetivo do telejornalismo com o público permanece o mesmo” (BUCCI, 2000, p.31).

Neste âmbito, é possível pensar que novas tecnologias adicionadas ao modo de fazer telejornalismo podem ser bem sucedidas, já que se acrescenta mais um ingrediente fundamental pela busca da audiência por meio da espetacularização da notícia e interatividade. Ou seja, novos elementos advindos da chamada Web 2.0 como novas plataformas, interatividade e mobilidade reconfiguram a forma de fazer telejornalismo em sua superficialidade, reconstruindo seu formato, mas não a sua essência. Isso enaltece a ideia de como o telejornalismo está condicionado a um

modelo de negócio baseado na publicidade em que a estratégia é preponderante à linguagem e à crítica.

Ao observar o trabalho apresentado no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, em que o pesquisador analisa e mapeia as formas de interatividade proporcionada entre a relação do telejornalismo em TV aberta e as redes sociais; é possível inferir que as possibilidades transmidiáticas entre a televisão, redes sociais e novas linguagens, apresentam-se mais como estratégia de propagação a fim de retroalimentar os canais de comunicação do que uma narrativa. Pois, como o autor exemplifica:

Em poucos momentos os apresentadores e outras vozes do telejornal fazem referência às mídias sociais e, quando o fazem, o mesmo se dá de forma breve e difusa, indicando os serviços como formas para que o telespectador acompanhe matérias com mais detalhes. Raros são aqueles que pedem a participação dos telespectadores por meio da internet, trazendo como referência quase que sempre os portais das emissoras, em detrimento das plataformas de redes sociais [...] Estas análises permitem considerar que em lugar de propor uma ampliação ou complementação da narrativa ou da experiência do telejornal, as relações estabelecidas entre os conteúdos televisivos e aqueles compartilhados em redes sociais digitais cumprem um papel mais estratégico de buscar ampliar a audiência da exibição dos noticiários, a partir de conteúdos de antecipação, assim como espalhar a informação da mídia principal, utilizando as redes como formas de recuperação dos conteúdos. (ARAGÃO, 2017, p.7)

Essas tentativas de retroalimentação do próprio conteúdo jornalístico são recorrentes e podem apresentar pistas da proximidade entre a atividade jornalística e a publicidade, transformando o telejornalismo em mais um produto de entretenimento a ser consumido pelo telespectador e desqualificando, assim, a atividade jornalística em si. Mas, e quando o telejornalismo é analisado em um modelo de TV Universitária, como essas relações se configuram já que a publicidade não é a fonte de renda utilizada, uma vez que é proibido qualquer tipo de publicidade comercial nos canais de utilização gratuita (Norma do Cabo)⁶? Para responder a esta questão é preciso analisar diferentes aspectos, antes de tudo institucionais, que encaminham a reflexão para outras esferas aquém do modelo de negócio; reflexão esta que poderá ser acompanhada na parte de “Resultados e Interpretação” desta pesquisa.

No caso desta pesquisa, ao analisar uma televisão universitária de uma universidade pública, os limites institucionais que se perpetuam até as crises no

⁶ Decreto Lei nº 8.977 de seis de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo.

modelo educacional de ensino da profissão, delineiam possibilidades interessantes quando se adiciona a questão da tecnologia. Pois, as contradições são despidas e, neste processo, a pesquisa é conduzida a uma imersão mais profunda para se tentar entender as contrariedades que perpassam a política, a instituição, o telejornalismo, as novas tecnologias e linguagens, e acima de tudo, o capital que movimenta todo este sistema.

2.2 TV Universitária no Brasil

A televisão universitária surgiu no Brasil em 1967 e configura, juntamente com as emissoras educativas, legislativas e comunitárias, o modelo de TV Pública em que “colocam como seu objetivo o interesse público, que deve se refletir em uma programação voltada para a formação da cidadania, a educação, a democratização e a diversidade da informação, e a valorização da cultura, contemplando tanto a identidade nacional quanto os seus aspectos mais regionais ou locais” (MAGALHÃES, 2013). Sua expansão possibilitada pela Lei do Cabo possibilitou reformulações em sua estrutura assim como em suas diretrizes, dentre das quais os três pilares da universidade de ensino, pesquisa e extensão devem ser valorizados.

Ou seja, a TV Universitária antes de tudo deve promover um espaço para construção de relações entre comunidade e universidade, em que seja envolvida a divulgação e apoio ao conhecimento gerado tanto na universidade quanto gerado nas comunidades locais. Esse mecanismo deve fortalecer os processos de politização da sociedade e democratização da informação, reforçando valores de convivência democrática, inclusão e participação social.

Se por um lado, a legislação cobra certas diretrizes educativas e democráticas da TV Universitária; por outro, aspectos institucionais são preponderantes para a manutenção e sustento da mesma. Isso mostra como a singularidade de cada gestão política influencia direta e indiretamente o modo de se fazer televisão. E neste âmbito, o telejornalismo é mais um formato dentro da estrutura que deve seguir algumas categorias pré-estabelecidas pela direção da TV para a sua construção. Pois, um dos desafios da televisão universitária é superar as segmentações existentes na universidade e produzir conteúdo a partir das trocas interdisciplinares entre os departamentos e se mostrar como alternativa democrática a um sistema de televisão comercial. Em entrevista ao blog TV UFAM (2016), o Prof.

Fernando Moreira, presidente da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), e diretor da TV Univap afirma que um dos maiores desafios da TV Universitária é suprir uma grade de televisão local ineficiente ao divulgar ciência e educação. Pois, para o professor: “um desafio constante é a TV Universitária se mostrar uma peça importante dentro de todo o contexto universitário. Ou seja, ela não pode ser um apêndice, não pode ser uma TV ligada a um só departamento. Ela pode ser um apoio à área de comunicação da universidade, mas, principalmente, ser aquele espaço que faz dela uma TV diferente das outras. Uma TV que vai mostrar ciência, tecnologia e educação de uma maneira diferente e, principalmente, mostrar a universidade para a comunidade. Só mostrando a sua importância é que ela sobrevive”, comenta.

A partir das perspectivas do presidente da ABTU, a TV Universitária ainda apresenta um déficit ao tentar construir relações de troca de conhecimento com a comunidade. É preciso expandir a grade de programação e os formatos do telejornalismo para que a educação divulgada não seja apenas unidirecional (universidade para comunidade), mas que seja uma troca sinérgica, fluída, em que o conhecimento produzido pelas comunidades locais também cheguem até às universidades e, dessa forma, modifiquem não somente a forma de assistir televisão, mas, também, as formas de ensino, pesquisa e extensão.

Ou seja, a inserção de novas tecnologias e formatos neste processo, deve ser um coadjuvante e não matriz de inovação e produção de conhecimento que dependem apenas de recursos de conexão e interatividade. É preciso superar o processo de instrumentalização da comunicação e a ideia de que a tecnologia é capaz de amplificar processos democráticos. Pois, “a tecnologia, não importa o quão bem projetada, é apenas um ampliador das capacidades e intenções humanas. Não é um substituto”. E mais, “computadores, armas, fábricas e democracia são poderosas ferramentas, mas as forças que determinam como elas são usadas são humanas” (TOYAMA, 2010, tradução nossa)⁷.

Ao traçar um paralelo com a ideia de supervalorização de recursos e estruturas de linguagem em vez de desenvolvimentos de mecanismos mais eficientes para mudanças estruturais na sociedade a partir da comunicação, o “mito

⁷ Technology—no matter how well designed—is only a magnifier of human intent and capacity. It is not a substitute”. “Computers, guns, factories, and democracy are powerful tools, but the forces that determine how they’re used ultimately are human.

da escala” , ao qual Toyama se refere, transforma-se no “mito dos recursos” quando inserido no contexto da produção jornalística. Esse mito dos recursos refere-se aos processos de inovação aos quais conglomerados de mídia têm investido para melhorias de estrutura de transmissão e formato de conteúdo; ou seja, altos investimentos em equipes especializadas e multidisciplinar (jornalistas, publicitários, programadores etc.) e em dispositivos (celulares, computadores, câmera etc.) que alteram apenas a forma de entretenimento na divulgação da informação e não os processos democráticos os quais a profissão deveria estar inserida. E é neste ponto que a TV Universitária tem espaço e oportunidade para experimentar um uso diferente das tecnologias o qual possa ampliar os processos de democratização da informação e produção de conhecimento.

A partir disso, para esta pesquisa, o lócus escolhido é a TV Universitária Unesp a qual entrou no ar no dia 4 de novembro de 2011 e surgiu “com a direção de Antonio Carlos de Jesus, ex-professor da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação Social (FAAC), [...] e teve como característica principal o fato de ser implantada já dentro das normas do padrão de digitalização do sistema brasileiro de televisão terrestre⁸”. A partir disso, a TV Unesp foi criada a fim de ser um espaço dentro da universidade para experimentação de novas tecnologias e novas possibilidades de se fazer televisão no Brasil. Pois, paralelamente ao surgimento da TV, foram criados programas de pós-graduação em televisão digital com “o intuito de desenvolver linhas de pesquisa voltadas para a educação, gestão e desenvolvimento de tecnologias para televisão” (SET, 2016). Além disso, “como emissora pública ligada a uma universidade, a TV Unesp tem compromisso com a promoção da cidadania e do desenvolvimento social [...] desempenhando um importante papel nas atividades de ensino, pesquisa e extensão realizadas pela Universidade Estadual Paulista⁹”.

Dessa forma, a fim de se investigar as possibilidades de implementação de novas tecnologias, como a narrativa transmídia, e a relação com o processo de produção de conhecimento, a TV Unesp mostra-se como um local apropriado para a pesquisa já que desde sua origem foi criada para ser um espaço de experimentações e promoção de desenvolvimento social que evidenciem a importância da cidadania, participação social e diversidade.

⁸ Informações obtidas do site da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão (SET)

⁹ Informações obtidas do site institucional da TV Unesp: <https://tv.unesp.br/institucional>

3 SOCIEDADE EM REDE

Na sociedade moderna, o advento de novas tecnologias cria entre os teóricos mais otimistas o mito da democratização da informação - a qual seria possibilitada pelos sistemas de computadores- como se o acesso à rede permitisse aos usuários um acesso quase unânime à cidadania e à liberdade de expressão. Porém, quando a tecnologia torna-se instrumento hegemônico, uma vez que falseia um processo democrático, o meio digital por mais que amplie o espaço para debates, construção de novos paradigmas e conhecimentos; ainda é uma rede controlada por interesses.

Este capítulo apresenta a conceituação sobre as esferas que compõe a sociedade em rede, tais como, a ecologia dos meios, os novos meios digitais e a cultura participativa.

3.1 Nova ecologia dos meios e convergência midiática

A nova ecologia dos meios refere-se à relação do uso da tecnologia (mais precisamente da comunicação) com as novas formas de relacionamento, recursos e transformações sociais de forma orgânica. Para Scolari (2015), “a interpretação da metáfora ecológica poderia definir-se como a dimensão ambiental da ecologia midiática. Nesta interpretação, os meios criam um ambiente que rodeia o sujeito e modela sua percepção e cognição” (tradução nossa)¹⁰. Neste ambiente criado, a internet, globalização, meios sociais, tecnologia e mobilidade são peças que se configuram em redes a partir de uma nova organização histórica, espacial e temporal.

Para Postman (2015), “um meio é uma tecnologia dentro da qual cresce uma cultura; isto é, molda a política dessa cultura, sua organização social e suas formas habituais de pensar” (tradução nossa)¹¹. E neste âmbito, a comunicação é um dos pilares que sustenta uma nova forma de organizar ideias e interesses do público, criando novas redes de conhecimento e interatividade; tudo está interligado no contexto da globalização que permite que meios, pessoas, informação e dispositivos

¹⁰ Esta interpretación de la metáfora ecológica podría definirse como la dimensión ambiental de la ecología mediática. En esta interpretación los medios crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición.

¹¹ Um médio es una tecnología dentro de la cual crece una cultura; es decir, molde a la política de esa cultura, su organización social y sus formas de pensar habituales.

estejam conectados como extensões do desenvolvimento tecnológico.

O filósofo, Marshall McLuhan, cria o conceito de aldeia global na década de 1960 para identificar essas extensões a partir do desenvolvimento tecnológico e explicar os efeitos da comunicação de massa sobre a sociedade contemporânea.

Essa ideia pode ser estendida ao processo de segmentação possibilitado pelas redes dos novos meios sociais a partir do advento da internet. De acordo com o autor, a abolição das distâncias do tempo, a modernização e o crescimento tecnológico expandiriam os processos de comunicação em escala global e a partir dessa facilidade em difundir informações, o processo de globalização começaria a triunfar.

Esse processo nos levaria a um processo de “retribalização” em que barreiras culturais, étnicas, geográficas entre outras, seriam relativizadas e nos levaria a composição de uma “sociedade mundial” em que haveria uma homogeneização sociocultural em que as nações seriam guiadas por ideais comuns. Embora essa teoria tenha sido desenvolvida para explicar a massificação causada pela televisão, ela anteciparia os processos de comunicação que anos mais tardes seriam recriados com o surgimento da internet. Pois:

Hoje, quando, pela tecnologia, prolongamos todos os nossos sentidos e todas as partes de nosso corpo, sentimos a ânsia da necessidade de um consenso externo entre a tecnologia e a experiência que eleva a nossa vida comunal ao nível de um consenso mundial. Uma vez atingida uma fragmentação mundial, não deixa de ser natural pensar numa integração mundial. (MCLUHAN, 1964, p.128)

Ao inserir os meios de comunicação na trama de construção de significados, o autor relaciona o desenvolvimento da tecnologia com as transformações na divulgação da informação e as formas de entretenimento e consumo. Os meios interagem entre si. A imprensa, o rádio e a televisão não se estruturam a partir apenas de suas existências, eles se movimentam, influenciam e reconstroem suas relações a partir de uma ecologia dos meios em que todos interagem, se sustentam e criam relações simbólicas. (MCLUHAN, 1964)

Para McLuhan, com o surgimento da televisão, outro modo de consciência coletiva foi construído; as mensagens exigem um entendimento subjetivo da realidade por parte do indivíduo e não de forma objetiva como é a leitura, por exemplo. Para ele, “o meio é a mensagem” e todas as referências criadas na aldeia global eram feitas a partir de um entendimento coletivo da realidade e moldadas com

base nos mecanismos de controle dos meios de comunicação.

Levinson (2012) analisa este fenômeno global de forma mais contemporânea e crítica. Para ele, a extensão do homem não se limita apenas aos aparelhos eletrônicos como parte ou substituição de sentidos humanos, mas uma extensão de processos e isso constitui o poder simbólico da mídia. Ao estender nossa voz pelo telefone, por exemplo, a mensagem é muito mais do que um discurso verbal, é um discurso carregado de subjetividades e sentidos.

Os elementos benéficos da tomada de consciência dos processos midiáticos, para Levinson, é a criação de dispositivos que permitem o aceleração e a portabilidade de processos, além da instantaneidade na obtenção e divulgação de informações. E são essas transformações estruturais ocasionadas pela inserção de novas tecnologias da informação e comunicação (TICs), que se restabeleceram novas interações e relações nesta estrutura abstrata de ecologia dos meios, criando, o que alguns autores nomeiam de “nova ecologia dos meios”. Nesta nova concepção,

Não nos interessam apenas a mídia, mas também, as formas de interação entre as mídias e os seres humanos que dão a uma cultura seu caráter que, pode-se dizer, ajudam a preservar um equilíbrio simbólico. Se quisermos conectar o significado antigo com o moderno, digamos que a palavra nos obriga a manter nossa reflexão organizada. (POSTMAN, 2015, p.70, tradução nossa)¹²

Essa nova organização a qual o autor se refere insere em sua estrutura outras questões de ordem social, política e econômica importantes para seu entendimento. A convergência dos meios, por exemplo, é primordial para sustentar essa nova ecologia, pois mais do que aproximar linguagens, a convergência aproxima experiências. Para Jenkins (2009):

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. (JENKINS, 2009, p.30)

¹² No sólo nos interesan los medios, sino también las formas de interacción entre los medios y los seres humanos que le dan a una cultura su carácter y que, podría decirse, la ayudan a preservar un equilibrio simbólico. si queremos conectar el antiguo significado com el moderno, digamos que la palabra nos compele a mantener nuestro hogar planetario ordenado.

Além da convergência dos meios, o autor insere nessa transformação social dois componentes: a cultura participativa e a inteligência coletiva. A primeira refere-se ao afrouxamento das barreiras entre produção e consumo; agora, estes interagem de forma sinérgica a partir de uma nova ecologia que mais tarde seria denominada de “prossumidores” pelo teórico Alvin Toffler (1980). Já a Inteligência coletiva é o processo no qual o “consumo tornou-se um processo coletivo” em que “nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa, e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades”. Ou seja, “a inteligência coletiva pode ser vista como uma alternativa de poder midiático” (JENKINS, 2009, p.31).

A ideia de que o conhecimento é fragmentado, sustenta as novas conceituações de marketing digital que se apropria dessa ideia de que o consumo é coletivo, para criar estratégias mais assertivas, a fim de não somente vender produtos, mas também, vender valores da marca, criando uma estratégia de consumo cada vez mais eficiente.

Neste contexto, há o surgimento do Marketing 3.0 que é uma nova configuração da comunicação baseada na sinergia entre participação, convergência midiática, novas linguagens e bancos de dados em que as estratégias são híbridas, tornando produtos e consumidores em um único alvo. (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2012). Portanto, quando o autor aproxima a ideia de “inteligência coletiva” como alternativa ao poder midiático, a ideia de informação, cidadania e democratização tornam-se produtos de consumo em vez de possibilidades de transformação social; não há delimitações entre as diferenças entre o que é marketing e jornalismo. Ou seja, a atividade jornalística de certa forma torna-se mais uma forma de comunicação voltada para o entretenimento e consumo.

Essa visão é ingênua quando conceitua a ideia de que a partir de uma cultura da convergência possibilitada pelo advento das novas TICs, as diferenças sociais seriam amenizadas e um novo processo de transformação nas ordens estruturais da sociedade moderna surgiria. Ao contrário, observa-se que o processo de convergência é capaz de evidenciar cada vez mais as diferenças locais enquanto busca hipersegmentar os grupos sociais a fim de homogeneizá-los ao consumo em que a diversidade é evitada a qualquer custo (SANTOS, 2001).

A internet, globalização e convergência como objetos de estudo no debate sobre a construção de uma sociedade digital são indissociáveis, já que esses

elementos trazem ao debate questões contraditórias em seu âmago, que ao mesmo tempo se configuram como objetos de alienação e manipulação; e como instrumento de educação e reconstrução de significados.

Nesta esfera, o autor Milton Santos (2001), compreende a realidade de forma mais ampla e substancial, promovendo uma leitura crítica da globalização e convergência. A partir de aparatos tecnicistas que permitem que a comunicação entre os povos se auto regule e se crie um discurso diversificado em que seja compartilhado e compactuado entre todos, o que existe em meio a essas possibilidades são fabulações de uma máquina movida pelo capital que aproveita o “alargamento de contextos” para consagrar “um discurso único fundado na monetarização da vida social e da vida pessoal”. Ou seja, o mundo globalizado edifica como verdade certas percepções distorcidas da realidade que de tanto disseminadas, se apresentam como teorias sólidas. Ressalta-se que:

Fala-se, por exemplo, em aldeia global, para fazer crer que a difusão instantânea de notícias realmente informa as pessoas. A partir desse mito e do encurtamento das distâncias- para aqueles que realmente podem viajar- também se difunde a noção de tempo e espaço contraídos. É como se o mundo se houvesse tornado, para todos, ao alcance da mão. Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas. Há uma busca da uniformidade, ao serviço dos atores hegemônicos, mas o mundo se torna menos unido [...]. Enquanto isso, o culto ao consumo é estimulado. (SANTOS, 2001, p.19)

Ao se referir ao mito de aldeia global - retomando a conceituação de McLuhan-, o autor busca evidenciar que é necessário ser crítico em relação ao uso dos meios de comunicação e do uso destes pelas pessoas. Pois, o mercado globalizado capitalista usa essas ferramentas para igualar e alienar o consumidor para os problemas mundiais, fazendo- o acreditar que o mundo é livre de problemas e que vivemos todos em um mundo de fábulas que são irreais (SANTOS 2001). Por outro lado, também é possível evoluir por meio da globalização, se as bases técnicas forem usadas para ampliar a diversidade existente na sociedade.

Em meio a este contexto, reflexões do autor Pierre Bourdieu, mostram-se atuais quando tentam explicar o surgimento do senso comum e as ferramentas de manipulação utilizadas pela mídia para sustentar um poder hegemônico que é ampliado com os processos de convergência. Como identificado pelo autor em uma das teorias do pensador Durkheim, “as formas de classificação deixam de serem formas universais para se tornarem formas sociais, quer dizer, arbitrárias e

socialmente determinadas.” (BOURDIEU, 1989, p.8). Neste âmbito, as percepções subjetivas configuram-se em uma rede coletiva de análise, decodificação e divulgação dos elementos estruturais da sociedade baseados em bancos de dados construídos a partir de interesses políticos e econômicos, muitas vezes, sem vínculo com a realidade dos fatos ou uma leitura crítica de determinado acontecimento.

A construção do senso comum pelos meios de comunicação é um mecanismo aquém da construção de um discurso jornalístico unificado; são ferramentas de integração social e, por conseguinte, “tornam possível o consensus acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social” (BOURDIEU, 1989, p.10). E é neste campo, que ao se estabelecer as diretrizes de uma “nova ecologia dos meios”, essas forças simbólicas devem ser colocadas em evidência, a fim de promover novas formas de comunicação em vez de sustentar um velho sistema.

A reflexão não busca uma visão maniqueísta do mundo em que a cúpula dominante detém poder sublime, e os dominados são oprimidos sem resistência- mesmo porque a complexidade de compreensão de signos e seus significados são construções pessoais apoiados na experiência de vida e conhecimento de mundo de cada ser, não aceitando generalizações de arquétipos sociais. Porém, a discussão baseia-se em como construções sociais são forças simbólicas que regem a sociedade a partir de interesses privados de pequenos grupos, como seu efeito é colossal e como o surgimento das novas TICs impacta profundamente esse sistema, levando à ideia utópica de que a concepção de “novos novos meios” pode gerar uma profunda transformação social.

3.2 Novos novo meios

Paul Levinson usou o termo *New new media* para explicar a versatilidade e agilidade de uma nova forma de comunicação emergente: os meios sociais. As redes tornaram-se voláteis e o fluxo da informação estruturou-se a partir de inúmeras possibilidades de direcionamento. Para ele, emissor e produtor assumem um novo papel neste contexto, favorecendo e facilitando os processos de democratização da informação online:

Facebook ou Twitter, no Youtube ou no Google +, na Wikipedia ou no blog, qualquer um pode criar, o leitor e o editor são muitas vezes a mesma

peessoa - um consumidor / produtor que conhece centenas de milhões ao redor do mundo. É por isso que eu chamo esses meios de comunicação não apenas de "novos", mas "novos novos" meios de comunicação, para distinguir a falta de poder que as novas mídias como *Amazon* e *iTunes* e o *New York Times* on-line oferecem aos produtores contra o enorme poder que "novo novo Mídia", incluindo *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*, colocam a mão de todos. (LEVINSON, 2012, p.2, tradução nossa)¹³

O surgimento dos meios sociais introduziu uma nova forma de distribuição e conexão na era da convergência dos meios. O agrupamento de grupos sociais com interesses próximos e aspectos culturais semelhantes foi facilitado pelos espaços digitais e pela hipersegmentação das redes. Porém, essa facilidade de acesso à rede não significa que há um processo de democratização da informação vigente. Os algoritmos¹⁴ que delimitam as características dos meios sociais estão sendo criados para analisar, cada vez mais, os usuários presentes na rede e lhe entregar produtos que seja de seu interesse, facilitando assim as estratégias de marketing e publicidade.

Para o pesquisador Ronaldo Lemos (2016), não são apenas as indústrias culturais - como as de música, jornalismo e audiovisual - que estão tendo que se reinventar por causa da rede. A própria relação entre governos e cidadão deve mudar. Para ele, há “um grande número de causas sociais que está completamente divorciado de movimentos”, causas estas que são ineficientes ao tentarem promover uma mobilização social sem a organização em movimentos com diretrizes estabelecidas e exigências reconhecidas. Nesta esfera, a apropriação da tecnologia pelo terceiro setor torna-se essencial para a construção de um movimento sólido e que atenda a velocidade das mudanças do mundo atual.

¹³ Facebook or Twitter, on Youtube, or Google +, on Wikipedia or blog, which anyone can create, the reader and the publisher are often the same person- a consumer/producer who know numbers in the high hundreds of millions around the world. This is why I call these media not just “new” but “new new” media, to distinguish the lack of power that new media such as Amazon and iTunes and the New York Times online give to producers versus the enormous power that “new new media”, including Facebook, Twitter, and Youtube, put in everyone’s hand.

¹⁴ Algoritmo é uma sequência de passos ordenados de maneira lógica para execução de uma tarefa. Neste caso, esses algoritmos de controle são capazes de buscar informações na rede e a partir dos conceitos de Big Data, são capazes de escolher e destacar notícias, por exemplo. (RENÓ, 2015)

Nesse sentido, um dos novos e importantes papéis do terceiro setor é justamente o de fazer uma reaproximação entre as causas e os movimentos. Para isso, é essencial que as organizações da sociedade civil aprendam a se utilizar de novas ferramentas tecnológicas, imprimindo um novo tipo de presença na esfera pública. É preciso conhecer as metodologias de participação e mobilização cívicas que surgem com as mídias sociais. Mesmo organizações cujas causas não tenham qualquer relação direta com a internet precisam dominar essas ferramentas. (LEMOS, 2016, artigo publicado na Revista TRIP)

Portanto, a importância dos “novos novos meios” vai além da individualização dos recursos e produção flexível de informação; eles são necessários na composição de uma nova forma de organização social e uma alternativa a um sistema midiático mercadológico.

Para analisar o espaço construído pelos novos meios, é necessário ter como foco a relação estrutural e simbólica que se dá entre as indústrias culturais e os processos computacionais de automação de conteúdo. Ou seja, os meios sociais centralizam a ideia de que os diversos aparatos tecnológicos e ferramentas de edição e produção podem ressignificar os meios de consumo de bens culturais e produção autêntica de cultura, transformando, assim, os processos de participação da “aldeia global”.

A representação digital que utiliza os aparatos computacionais apresenta certas características que são compartilhadas. Para Manovich (2001), a representação digital, a variabilidade, a modularidade e a transcodificação- assuntos estes que serão retomados nos próximos capítulos- são algumas tendências do campo computacional que se manifestam cada vez mais nos novos meios. Por exemplo, a variabilidade está ligada a flexibilidade de conteúdos que personalizam sua moldura de acordo com cada usuário, ou seja, um mesmo conteúdo pode ser visto e divulgado de maneiras diferentes.

Os meios sociais, antes de tudo, são dados digitais que são controlados por softwares como qualquer outro dado em rede; dessa forma, a manipulação de conteúdos passa a ser por algoritmos o qual se estrutura a partir de “uma sequência de passos ordenados de maneira lógica para execução de uma tarefa finita ou infinita” (RENÓ, 2015) e que permitem automatizar muitas operações de mídia e gerar múltiplas versões do mesmo objeto. Essa facilitação apresenta certa vantagem na distribuição de bens e serviços em relação aos meios de distribuição analógicos.

Embora a expansão de automação de conteúdos seja um processo atual e acelerado, as formas de distribuição, criação, produção e disponibilidade ainda

coexistam com formas analógicas de todos os processos; o que mudou neste cenário drasticamente foram as formas de consumo.

Segundo Albornoz (2013), as redes digitais reconfiguram o modo de distribuição de consumo e produção de bens e serviços ao disponibilizar ao mesmo momento “conteúdos de consumo massivo” e de “conteúdos de nicho”. Ou seja, essa lógica de convergência desencadeia modificações em todos os processos de criação, produção e distribuição de bens de consumo, levando as pessoas a novas experiências de consumo seja com a música, com o cinema, com a literatura, ou qualquer outro produto da indústria cultural. Há um processo de transcendência da informação, na qual o indivíduo é capaz de abstrair dos meios e criar conexões com dispositivos da realidade que o cerca, estabelecendo interações com o mundo real e virtual em uma convergência de meios e momentos.

Daí entende-se como as novas estratégias de comunicação e linguagem transmídia estão presentes no marketing de grandes indústrias do entretenimento. Para atrair o grande público às telas de cinema, a *Marvel Entertainment*, por exemplo, promove diferentes experiências ao consumidor no campo virtual e real por meio de histórias que se entrelaçam e plataformas que se integram de forma independentes, mas complementares. Esses mecanismos de manejo dos meios sociais redefinem os espaços e muda a forma de consumo. Não se vende mais uma música ou um filme apenas; vende-se a experiência. E essa experiência oferecida pelos “novos novos meios” promove cada vez mais o agrupamento de grupos sociais complexos e correlatos e isso pode tornar-se um obstáculo ao processo de democratização, já que:

Em uma sociedade em que a informação e a comunicação são onipresentes, o desafio não diz respeito à aproximação dos indivíduos e das coletividades, mas, ao contrário, à administração de suas diferenças; não à celebração de suas semelhanças, mas aquela muito mais complexa, à de suas alteridades. (WOLTON, 2007, p.11)

O autor sustenta a ideia de que o processo comunicativo está sendo encarado de maneira reducionista, limitado às técnicas, ou seja, os “novos novos meios” são analisados mais pelo seu desempenho técnico do que sua capacidade comunicativa.

Os “novos novos meios” devem ser observados com distanciamento de uma ideologia tecnológica. É preciso que haja o questionamento sobre esse sistema técnico e se ele é capaz de promover uma “ruptura no modelo cultural e social da

comunicação” (WOLTON, 2007, p. 17). Pois, sem estarem aliados a processos de mobilização social e empoderamento de mídias alternativas cidadã, os “novos novos meios” apenas serão novas formas de sustentar o mesmo modelo cultural social e político da comunicação, sem acrescentar nada de inovador para a concepção de um novo modelo comunicacional.

3.3 Mídia cidadã e mobilidade social

Na visão da estudiosa, Clemencia Rodriguez, mídia cidadã é o espaço proporcionado pelos meios de comunicação de massa ou canais de internet “que abrem espaços de comunicação onde homens, mulheres, meninas e meninos aprendem a manipular suas próprias línguas, códigos, sinais e símbolos e adquirir o poder para nomear o mundo em seus próprios termos” (RODRIGUEZ, 2009, p. 19, tradução nossa)¹⁵. Ou seja, o maior acesso aos espaços sociais por parte da sociedade e a apropriação da tecnologia por parte dos segmentos historicamente marginalizados, regem os princípios da mídia cidadã. Pois:

A mídia cidadã ativa processos através dos quais indivíduos e comunidades recodificam seus contextos e sua própria identidade. [...] esses processos de mídia oferecem aos cidadãos a oportunidade de transformar suas identidades em subjetividades capacitadas fortemente ancorado em suas culturas locais e conduzido por utopias bem definidas. A mídia cidadã é o meio que os cidadãos usam para ativar processos de comunicação que ajudam a moldar suas comunidades locais. (RODRIGUEZ, 2009, p.19, tradução nossa)¹⁶.

Com a criação dos meios sociais, os processos comunicacionais se tornaram mais dinâmicos, convergentes e possibilitaram que um maior número de pessoas criassem suas próprias redes de interesses e se tornassem sujeitos ativos da notícia, como se fosse estabelecido um novo aporte para o desenvolvimento de uma mídia cidadã. Para os pesquisadores Renó e Ruiz:

¹⁵ que abren espacios de comunicación donde hombres, mujeres, niñas y niños aprenden a manipular sus propios lenguajes, códigos, signos y símbolos, y adquieren poder para nombrar el mundo en sus propios términos.

¹⁶ Los medios ciudadanos activan procesos a través de los cuales individuos y comunidades recodifican tanto sus contextos como su propia identidad. [...] estos procesos mediáticos brindan a los ciudadanos la oportunidad de transformar sus identidades en subjetividades empoderadas, fuertemente ancladas en sus culturas locales e impulsadas por utopías bien definidas. Los medios ciudadanos son los medios que usan los ciudadanos para activar procesos de comunicación que contribuyen a moldear sus comunidades locales.

Seguramente, a circulação da informação por parte do cidadão passou a ser uma realidade cada vez mais presente no cenário midiático, segundo Renó e Flores (2012), e da mesma forma, ocorreu com a regulamentação do que deve ser notícia, ao definir em vários casos, o conteúdo da agenda de informação de acordo com os interesses sociais. (RENÓ, RUIZ; 2014 p.53, tradução nossa)¹⁷.

Porém, até que ponto essa maior circulação de informações não se limita apenas ao caráter tecnicista quando tenta promover uma mídia mais cidadã? E mais, qual sua relação com o desenvolvimento tecnológico e a resolução de problemas de ordem social, política e econômica? Pois,

Quando a Rede desliga o Ser, o Ser, individual ou coletivo, constrói seu significado sem a referência instrumental global: o processo de desconexão torna-se recíproco após a recusa, pelos excluídos, da lógica unilateral de dominação estrutural e exclusão social (CASTELLS, 1999, p. 60).

Para trazer ao campo da reflexão, alguns autores trazem perspectivas interessantes sobre essas indagações e enxergam esta pré-disposição à democracia a partir da mobilidade e convergência na manutenção de um sistema que já existe no espaço presencial, sem que as diferenças sejam aplacadas. Ou melhor, as diferenças continuam sendo mantidas; ao mesmo tempo em que suas singularidades são preservadas e as desigualdades sociais são amplificadas. Para Silveira (2010), por exemplo,

A comunicação em redes digitais distribuídas coloca culturas muito distintas em contato cotidiano. As grandes diferenças do mundo presencial, as diversas perspectivas étnicas e os distintos olhares das classes sociais não desapareceram no ciberespaço. Apesar de as tecnologias da informação dar a impressão de homogeneizar os comportamentos, as atitudes e as finalidades, a comunicação em redes digitais não dissolveu nem aplacou as diferenças. (SILVEIRA, 2010, p.65)

A partir dessa ideia, é preciso delimitar as condições de produção e recursos aos quais os cidadãos têm à sua disposição e de que maneira estas forças estão submetidas a um sistema hegemônico ambivalente, que automatiza as diferenças sociais, conecta e segmenta os grupos privilegiados e facilita o acesso baseado em um poder imaterial. É preciso observar quais interesses sociais estão em jogo e a qual(s) classe(s) social(s) eles estão relacionados, delimitando, assim, as condições

¹⁷ Seguramente, la circulación de información por parte del ciudadano pasó a ser una realidad cada vez más presente en el escenario mediático, según Renó y Flores (2012), y, de la misma forma ocurrió con la regulación sobre lo que debe ser noticia, al definirse, en diversos casos, el contenido de la agenda informativa de acuerdo con los intereses sociales.

de expansão de uma forma de comunicação mais inclusiva.

O sistema midiático neste âmbito desempenha um papel fundamental na mediação desses interesses, pois o sistema “não somente legitima o ideário global, mas também o transforma em um discurso social hegemônico, propagando valores e modos de vida que transferem ao mercado a regulação das demandas coletivas” (MORAES, 2013, p.41, tradução nossa)¹⁸, ou seja, as reproduções no espaço real são, muitas vezes, repetidas no ciberespaço. Há um aumento da distância do conhecimento e capacitação das grandes e pequenas organizações - em uma perspectiva financeira - já que os processos são dominados por aqueles que são capazes de financia-lo. Isso gera competitividade desleal na comercialização de bens duráveis e materiais simbólicos, como valores, ideologias e cultura os quais são “serviços” de interesse da mídia. E ao salientar ainda mais essas diferenças sociais, a mobilização e a participação ativa dos cidadãos nos espaços de mídia são cada vez mais silenciadas.

A democratização da informação apresenta, assim, processos de hibridização na tentativa de assimilar valores, cultura e comportamentos locais como forma de validar os processos de homogeneização. A confluência de ideais dos oligopólios e das organizações é na verdade, uma maneira de incluir no fluxo globalizado da comunicação, o cerne das discussões das mídias digitais, pois houve uma mudança substancial dos públicos. Eles estão mais informados, comunicativos, conectados, colaborativos e participativos e assim estão no cerne das mudanças atuais. Porém, tal processo ainda supervaloriza alguns produtos e valores em detrimento de outros, ocasionando a desvalorização da pluralidade cultural, artística, educacional e organizacional das localidades (MORAES, 2013).

Ou seja, “a doxa neoliberal procura neutralizar o pensamento crítico, reduzir o espaço para ideias alternativas e contrárias, embora estas continuem se manifestando, resistindo se reinventando”, (MORAES, 2013, p. 41, tradução nossa)¹⁹. E são essas tentativas de resistência e reinvenção que a busca por uma mídia mais cidadã se torna uma alternativa possível ao poder midiático vigente; desde que o conhecimento compartilhado por estas redes não reproduzam as velhas

¹⁸ No solamente legitima el ideario global, sino que también lo transforma em el discurso social hegemónico, propagando valores y modos de vida que transfieren al mercado la regulación de las demandas colectivas.

¹⁹ La doxa neoliberal procura neutralizar el pensamiento crítico, reducir el espacio para ideas alternativas y contestatárias, aunque éstas continúen manifestándose, resistiendo y reinventándose.

desigualdades sociais por meio de uma nova exclusão digital.

Assim, diante deste panorama, existem duas atitudes possíveis: um caminho para a “hipocidadania” baseada na despolitização dos cidadãos por meio do controle social, monopolização de recursos, expansão da tecnologia de entretenimento e fomento de um desequilíbrio entre cidadãos e instituições; e um segundo caminho para a “hipercidadania” baseada na participação ativa popular, empoderamento e destronização (BUSTAMANTE, 2010, p.17). Ainda segundo Bustamante, o caminho para a hipercidadania que transformaria as redes sociais em um espaço para uma “cidadania digital”, deve levar em conta alguns elementos; os quais o pesquisador elenca no livro “Cidadanias e redes digitais”, organizado pelo pesquisador Sérgio Amadeu Silveira (2010). São eles:

- a apropriação social da tecnologia, o que supõe empregá-la para fins não só de excelência técnica, mas também de relevância social;
- a utilização consciente do impacto das TIC sobre a democracia, avançando desde suas atuais formas representativas até novas formas de democracia participativa;
- a expansão de uma *quarta geração* de direitos humanos, na qual se incluiria o acesso universal à informática, à difusão de ideias e crenças sem censura nem fronteiras e por meio das redes, o direito a ter voz no desenho de tecnologias que afetam nossas vidas, assim como acesso permanente ao ciberespaço por redes abertas e a um espectro aberto;
- a promoção de políticas de inclusão digital, entendendo como inclusão não o simples acesso e compra de produtos e serviços de informática, mas o processo de criação de uma inteligência coletiva que seja um recurso estratégico para inserir uma comunidade ou um país em um ambiente globalizado;
- o desenvolvimento criativo de serviços de governo eletrônico que aproximem a gestão dos assuntos públicos dos cidadãos;

- a defesa do conceito de *procomun* (*commons*, bens comuns), conservando espaços de desenvolvimento humano cuja gestão não está submetida às leis do mercado e ao arbítrio dos especuladores;
- a extensão da luta contra a exclusão digital e outras exclusões históricas de caráter cultural, econômico, territorial e étnico que ferem, na prática, o exercício de uma plena cidadania;
- a proteção frente às políticas de controle e às atividades das instituições de vigilância social. Em outras palavras, proteção frente ao exercício de um biopoder²⁰ potencializado por um uso institucional das TIC;
- a aposta no software livre, no conhecimento livre e no desenvolvimento de múltiplas formas de cultura popular, com o objetivo de consolidar uma esfera pública interconectada.

A partir dessa eleição de critérios, observa-se que os aparatos técnicos ainda não são suficientes para promover espaços e processos democráticos na sociedade. É preciso entender como as questões culturais, sociais, econômicas e políticas se estabelecem nos meios digitais para, a partir daí, pensar em uma estrutura para uma mídia mais cidadã e uma mobilidade social eficiente; comprometida com a ideologia que a sustenta baseada na democracia, diversidade e participação.

Além disso, é preciso que no campo legislativo estes direitos sejam assegurados por meio de uma regulamentação eficiente que não “busque limitar as práticas comunicacionais e as criações tecnológicas, uma vez que acreditam que as redes digitais distribuídas podem fulminar seus modelos de negócios baseados na aceitação da propriedade intelectual que estava consolidada no mundo industrial” (SILVEIRA, 2010 p.67), mas uma regulamentação que sustente a liberdade inerente ao ato de comunicar, pois “não há liberdade de comunicação sem regulamentação, isto é, sem proteção dessa liberdade” (WOLTON, 2003, p. 122).

Essa liberdade de comunicar da “sociedade em rede” é inerente ao processo

²⁰ O conceito de biopoder em Foucault, se expressa em dimensões múltiplas, das quais a política é apenas uma delas. É um poder que tem força metafórica, pois se constitui como modelo para entender tanto a práxis social e os processos macrosociais, como as relações de comunicação presentes em nível microsocial.

de produção de novos formatos e linguagens que estejam mais afinadas com as possibilidades tecnológicas. Porém, é imprescindível que essas novas possibilidades estejam alinhadas à busca por uma mídia mais cidadã; e, entende-se por mídia cidadã, uma alternativa ao sistema midiático vigente, capaz de incluir aos processos democráticos aqueles que são marginalizados pelo sistema hegemônico, ampliando o debate e valorizando as localidades culturais. Neste âmbito, esta pesquisa buscará validar as possibilidades e desafios do uso da linguagem transmídia no telejornalismo brasileiro no processo de democratização da informação e produção de conhecimento que será elucidado no capítulo de resultados e análise.

4 LINGUAGEM TRANSMÍDIA: PROCESSOS, INTERATIVIDADE E AUTOMAÇÃO

Para aprofundar os conhecimentos em um campo em desenvolvimento como é o jornalismo transmídia, um método de investigação importante é a produção, a reflexão e o experimento da proposta. Este capítulo busca apresentar uma reflexão sobre os elementos essenciais para a construção de um modelo narrativo transmídia.

4.1 Hipertexto e a construção da narrativa

A palavra *meta*, que significa “transcendência”, “mudanças” e “reflexão sobre si”²¹ resume o que a linguagem multimídia na narrativa transmídia significa, no qual o processo de mudanças de canais, reflexões sobre o conteúdo e transformação de linguagem ocorrem simultaneamente. Metatexto e Metalinguagem são algumas das características dessa forma de organização espacial do hipertexto, conceito criado por George Landow (2009). Essa linguagem se distancia de uma forma padronizada de roteiro de narrativa unidirecional ou fonte única de informação; é uma estrutura em rede, em que os textos se correlacionam e agregam diferentes informações a um roteiro textual (SCOLARI, 2008, p. 214-215). Ainda nessa rede de informações, há a presença da hipermídia que ao agregar informações audiovisuais, expande o conceito de hipertexto e submete a narrativa transmídia a um maior grau de interatividade e navegabilidade (RENÓ, 2015, p.193).

Essas redes informativas estão em movimento e se reconfiguram de forma fluída, construindo processos comunicacionais únicos no espaço e tempo virtual. Além disso, usando conceitos de Renó e Scolari, como partes essenciais destas redes estão três elementos preponderantes: convergência, conexão e participação os quais serão descritos ao longo deste capítulo.

A intertextualidade entre os meios e os conteúdos que integram a teia de informações em um espaço hipermidiático é essencial para a construção mais complexa e detalhada de um conteúdo onde as relações se dão de forma interligada e coerente. Por meio de diferentes impressões de produtores/consumidores que fazem parte da construção do hipertexto e expressões comunicacionais, a

²¹ De acordo com o Dicionário Priberan da Língua Portuguesa, a palavra *meta* do grego ‘metá’ exprime a noção de mudança, transcendência e reflexão sobre si.

informação construída por essa rede de textos, tecnologias e conhecimento, se torna uma construção coletiva. Por meio da relação entre tecnologia e interatividade, o hipertexto se apresenta como múltiplos textos e interpretações em espaços que podem ser diversificados (RENÓ, 2015, p.192- 194).

O hipertexto é um elemento essencial na narrativa transmídia, pois de forma orgânica e estruturada é a “porta de entrada” para as diferentes plataformas de linguagens e aparatos tecnológicos, ou seja, o termo hipertexto “refere-se à construção narrativa expansível, navegável, que conecta discursos textuais por nós neurais” (RENÓ, 2015, p.193). O texto mencionado não é apenas uma transcrição do modelo impresso para o digital; é mais que isso, é uma maneira de se estabelecer vínculos com segmentos posteriores da narrativa do conteúdo exposto ou ainda estabelecer relações com textos externos ao texto original. Dessa forma, as comparações de informações, a busca por conhecimento e a interpretação de elementos não verbais, são facilitados por essa estratégia.

Ademais, a linearidade dos textos impressos convencionais podem não se adequar às expectativas de uma geração de leitores que têm a necessidade de interagir com o conteúdo e de buscar informações por meio de *links*, *hiperlinks*, vídeos e outras ferramentas presentes no hipertexto que possibilitam um leque de informações sobre determinado tema. Pois, “o hipertexto elimina a linearidade da imprensa, liberando cada parágrafo de uma colocação em uma ordem sequencial e ameaçando transformar o texto em caos” (LANDOW apud SCOLARI, 2008, p.216, tradução nossa)²². O hipertexto passa a ser o “gerenciador de navegação” desses ciberleitores para uma busca de conteúdo multidirecional, ampla e coesa. Ou seja,

O hipertexto implica um leitor mais ativo, um leitor que não só escolhe seus caminhos de leitura, mas também tem a oportunidade de ler como se ele fosse um autor. Este processo é alimentado de volta com a aparência de novas formas de escrita participativa. (SCOLARI, 2008, p. 216, tradução nossa)²³.

Este tipo de estrutura permite adentrar em outro ponto da narrativa

²² el hipertexto elimina la linealidad de la imprenta, liberando a cada párrafo de una colocación dentro de un orden secuencial y amenazando con transformar al texto en un caos.

²³ El hipertexto implica un lector más activo, un lector que no sólo elige sus recorridos de lectura, sino que también tiene la oportunidad de leer como si fuera autor. Este proceso se realimenta con la aparición de nuevas formas de escritura participativa.

transmídia, a interatividade. Por meio da mediação dos hipertextos e da construção de um roteiro textual que apresente outros elementos de linguagem, a interatividade é criada também em espaços particulares, em que o contato ocorre em canais privados, canais de espaços públicos e pelas redes sociais.

Os processos interativos permitem que o usuário navegue por diferentes territórios digitais e que crie sua própria experiência por meio dos meandros hipertextuais, no qual é possível escolher entre seguir por diferentes caminhos narrativos e compartilhar com os demais de sua rede suas escolhas, impressões e ideias. A interatividade é fundamental no processo transmídia por apresentar diferentes caminhos e interpretações para uma história em que os potenciais de análise não se esgotam e não se perdem pela Word Wild Web; já que são inúmeras possibilidades de desdobramento de uma história e reconstruções de caminhos narrativos. Pois, “há interatividade nas relações de comunicação sujeito-sujeito, mas também, nas trocas entre sujeito e dispositivo tecnológico” (SCOLARI, 2008, p.94, tradução nossa)²⁴.

É necessário que nos processos interativos haja um resultado desse processo de forma individualizada, uma vez que a sensação e interpretação dado ao hipertexto por cada pessoa é diferente. Dessa forma, explorar as diversas formas de linguagem e estruturas narrativas é um possível caminho para se atingir a necessidade de interatividade na narrativa transmídia. Neste âmbito, a linguagem se apresenta como um dos elementos mais difíceis de conceituação, já que além da estrutura lexical, há a questão da convergência de meios, ou seja, os textos das diferentes plataformas seja audiovisual ou textual devem apresentar pontos convergentes em sua estrutura. Ademais, há ainda a preocupação com a concorrência da atenção do leitor com demais veículos de comunicação, já que a sociedade líquida (BAUMAN, 2000) interfere na forma de compreensão e atenção à realidade em torno do indivíduo. Por exemplo, os dispositivos móveis são telas que competem conteúdos dentro do mesmo canal de comunicação, há uma infinidade de possibilidades narrativas, no qual o usuário tem a escolha de navegar pelas diferentes plataformas de áudio, imagens, vídeos e games, ao mesmo tempo. Além disso, não são só as escolhas narrativas a qual o usuário está exposto que são importantes no processo de construção transmídia; as interpretações das

²⁴ Hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto pero también en los intercambios entre um sujeto y un dispositivo tecnológico.

informações adquiridas nos meandros das narrativas são essenciais para a construção de novas abordagens coletivas sobre as histórias.

4.2 Hipermídia e processos de automação

O desafio para a linguagem na narrativa transmídia consiste em conectar plataformas, meios e usuários de forma colaborativa, além de traduzir o conteúdo de forma simples e que possa ser utilizada em diferentes plataformas ao mesmo tempo, sem comprometer a qualidade da informação. Para esta finalidade, o uso de algoritmos se torna eficaz, uma vez que cada passo é simplificado em espécie de fluxograma, ordenando a navegação do usuário pela estrutura transmidiática. É necessário que previamente se pense na estrutura da história narrada; como direcionamento, uso de recursos gráficos, imagens, vídeos e outros elementos multimídias que agreguem sentidos e diferentes interpretações à narrativa. A construção de um hipertexto é o ponto de partida para a construção da logística da narrativa transmídia.

Para se analisar o espaço construído pelas novas mídias, é necessário distanciar-se da concepção de cibercultura, na qual o objeto de estudo são os fenômenos sociais e a relação com a internet. Já o objeto de estudo das novas mídias são a cultura e a computação (MANOVICH, 2001), ou seja, as novas mídias centralizam a ideia de que a rede e os diversos aparatos tecnológicos e ferramentas de edição e produção podem ressignificar a cultura e a comunicação da sociedade.

A representação digital que utiliza os aparatos computacionais apresentam certas características que são compartilhadas. Para Manovich (2001), a representação digital, a variabilidade, a modularidade e a transcodificação são algumas tendências do campo computacional que irão se manifestar cada vez mais nas novas mídias. A modularidade representa a independência dos elementos quando combinados em uma mesma rede, sendo que cada objeto pode ser modificado separadamente, sem ter que reestruturar por completo a matriz narrativa. Na transcodificação, os elementos reais conseguem ser “traduzidos” para a linguagem computacional, ou seja, o conteúdo adquire uma nova ambiência na esfera virtual (MANOVICH, 2001, p. 27-46).

Neste contexto, a variabilidade está ligada à flexibilidade de conteúdos que personalizam sua moldura de acordo com cada usuário, ou seja, um mesmo

conteúdo pode ser visto e divulgado de maneiras diferentes. As novas mídias são dados digitais que são controlados por softwares como qualquer outro dado em rede; dessa forma, a manipulação de conteúdos passa a ser por algoritmos que permitem automatizar muitas operações de mídia e gerar múltiplas versões do mesmo objeto. Portanto:

De modo mais geral, poderia dizer que as duas maneiras básicas pelas quais os computadores modelam a realidade- por meio de estruturas de dados e algoritmos- também podem ser aplicadas às mídias assim que são representadas digitalmente. Em outras palavras, uma vez que as novas mídias são dados digitais controlados pelo software “cultural” específico, faz sentido pensar em qualquer objeto de nova mídia em função de estruturas de dados específicas e/ou algoritmos específicos que ele incorpora. (MANOVICH, 2001 apud LEÃO, 2005, p. 29)

Os recursos tecnológicos impulsionaram o surgimento de novos formatos e relações nos meios. Neste âmbito, derivou-se o estilo digital de produção de conteúdos com características próprias de se fazer produtos midiáticos devido aos processos de produção que se modificaram a partir de outros elementos que foram adicionados a esse mecanismo, como a interatividade e a instantaneidade (BARTOLACCI, 2008). É possível delinear, neste cenário, possibilidades de acessos mais plurais que constituem a riqueza da diversidade de informações no qual o conhecimento é construído e aplicado. Porém, quando essa linguagem se torna uma possibilidade para o jornalismo, os processos democráticos devem ainda estar ligados aos atores sociais e não aos avanços tecnológicos. Pois,

Há uma riqueza que não deve ser desperdiçada, mas está longe de ser uma panacéia divulgando alguns apoiantes entusiastas da “democratização através da tecnologia”. O direito à comunicação é sempre uma conquista dos atores, o mesmo que interagem no local de produção e recepção, e nunca o resultado graciosa de desenvolvimentos tecnológicos. (BARTOLACCI, 2008, p.13, tradução nossa)²⁵

É necessário que a hipersegmentação proporcionada pelos algoritmos e automação das informações seja superada pela ampliação dos contextos sociais por meio da colaboração ativa da sociedade. Ou seja, é imprescindível que na nova forma de se fazer jornalismo transmídia, a participação seja ponto de partida para a

²⁵ Una riqueza que existe, que no debe ser desaprovechada, pero que está muy lejos de ser la panacea que pregonan algunos entusiastas defensores de la “democratización por vía tecnológica”. El derecho a la comunicación será siempre una conquista de parte de los actores, los mismos que interactúan en el lugar de la producción y de la recepción, y nunca la consecuencia graciosa del desarrollo tecnológico.

construção das narrativas. Pois a inovação tecnológica não é capaz de reconfigurar contextos sem a mediação essencial da participação e democracia.

Além disso, no processo colaborativo da informação é essencial que os dispositivos móveis estejam integrados neste procedimento, pois a mobilidade e facilidade de registro da realidade são um diferencial deste canal de comunicação que podem ilustrar os fatos sob a ótica dos sujeitos participantes. A emancipação promovida a este processo possibilita que tanto jornalistas quanto usuários utilizem essas ferramentas para comentar, participar e enviar conteúdos.

4.3 Jornalismo transmídia e interatividade

A narrativa transmídia, por princípio, deve transitar em diferentes plataformas, linguagens, interpretações e sensações. A interatividade e as diversas fontes de informações sobre o assunto abordado devem estar inseridas na construção da narrativa. O interlocutor, o qual também possui papel de produtor, nesse contexto é transformado em outro canal inserido no texto fonte o qual pode levar o leitor a outros canais de informação. Ou seja, não há autoridades sobre a produção de conteúdo. Este é construído de forma colaborativa e por múltiplos usuários e plataformas (RENÓ, FLORES, 2012).

A reportagem de origem escrita e planejada pelo jornalista é uma das infinitas possibilidades de abordagem e construção da temática, além de ser a fonte de um roteiro diversificado de outros roteiros, em um esquema de teia, no qual conteúdos, interações e usuários estão interligados.

Como parte fundamental da narrativa transmídia, a interatividade e colaboratividade são ferramentas essenciais para transmitir visões e interpretações diferentes de um mesmo assunto por formatos diferentes de linguagem e plataformas multimidiáticas diversas. E entende-se, interatividade e interação como processos diferentes. Para André Lemos (1997), o que se compreende por interatividade é que há uma nova forma de interação técnica, de característica *eletrônico-digital*, e que se diferencia da interação *analógica* que caracteriza a mídia tradicional. Sem se propor a discutir a interação social, o autor delimita o estudo da interatividade como uma ação correspondente entre homem e técnica. Para ele, a interação homem-técnica é uma atividade tecnosocial que esteve sempre presente na civilização humana. Por outro lado, pensa que o que se vê hoje com as

tecnologias digitais não é a criação da interatividade propriamente dita, mas sim de processos baseados em manipulações de informações advindas dos computadores por meio da determinação de motores de busca.

Porém, apesar da teoria se mostrar como uma alternativa eficaz e democrática para a função social do jornalismo, na prática; a participação dos interlocutores é superficial e não aproveitada substancialmente pelos meios de comunicação. Pois,

A ideia de que as características distintivas dos novos meios digitais revolucionam o jornalismo para sua função social, aberto e deliberativo têm sido descartado por vários pesquisadores de comunicação que descobriram que a mídia não tira proveito de todas as oportunidades ofertadas nas redes. Mesmo com o advento das redes sociais. (SOLER, 2016 apud ROST; BERGERO, 2016, p.12, tradução nossa)²⁶.

A interatividade dos usuários no percurso narrativo, muitas vezes, é confundida com participação social. A participação deve ir além de mera interação com a máquina; ela é capaz de modificar, negociar e influenciar a narrativa da mídia, transcendendo a técnica.

O interlocutor pode até interagir, compartilhar informações e apresentar novas formas cognitivas de construção do conhecimento, porém, isso não significa que participa ativamente de todo processo democrático comunicacional. Pois, agora, os interlocutores são um público com comportamentos (idade, sexo, classe social, disponibilidade de conexão etc.) que se transformam em dados na internet e isso corrobora para uma segmentação cada vez maior de grupos sociais. Pois esses dados são fontes de informação analíticas baseados nos comportamentos em rede dos internautas os quais podem ser identificados e controlados por algoritmos. O problema não são os dados, mas a utilização que lhes é atribuída. Pois, na maioria das vezes são convertidos em estratégias de entretenimento e consumo em detrimento de produção de conhecimento novo.

Esse processo de convergência de ideias e interesses, possibilitados pelo uso desses dados, é essencial para a manutenção da mídia tradicional, pois com base na alteridade, esta se mantém na supremacia do processo comunicacional de manipulação e controle da informação para uma grande massa.

²⁶ De este modo, la idea de que los rasgos propios de los nuevos medios digitales revolucionarían el periodismo por su carácter social, abierto y deliberativo, ha sido descartada por diversos investigadores de la comunicación quienes “han constatado que los medios no aprovechan todas las oportunidades que la red ofrece. Ni siquiera con la irrupción de las redes sociales.

Neste âmbito, os meios sociais possibilitam novas fases de interatividade e divulgação de conteúdo; mas, não reestrutura os meios de comunicação tradicionais, tampouco sua linha editorial. No Brasil, isso fica evidente nas programações do telejornalismo e da forma como se valem da participação do público de forma superficial e meramente estética. Os comentários, *hashtags*²⁷ e publicações realizadas pelos usuários nas principais mídias sociais viram meras ilustrações nos roteiros criados.

Embora o assunto discutido nas redes sociais embase pautas da *agenda setting*²⁸ no jornalismo, a forma de abordagem sobre o que se é discutido é limitado e segue a linha editorial do meio de comunicação. Ou seja, a interatividade dos usuários é limitada, não participativa, pois o processo de construção da notícia, assim como sua produção, ainda fica, muitas vezes, sob o domínio autoritário dos produtores de conteúdo.

A narrativa transmídia enquanto linguagem e estratégia busca apresentar novos caminhos às demandas comunicacionais das comunidades criadas nos diversos meios de comunicação e apresenta estratégias eficientes para o mercado. Portanto, quando inserida no jornalismo, essa narrativa busca atender aos interesses do público receptor de determinada empresa de mídia que é diferente de atender aos interesses públicos. Segundo os autores Rost e Berguero, para a delimitação de estratégias narrativas no jornalismo, devem-se levar em conta três fatores: expansão, adaptação e divulgação. Para eles:

- Expansão é quando cada mensagem adiciona entradas que estendem e enriquecem a história original através da informação, opinião ou ideias.
- Adaptação é quando se leva o mesmo conteúdo a outro meio ou plataforma, se adequa às possibilidades narrativas do novo suporte, mas sem adicionar fatos novos.
- Divulgação é quando se replica exatamente o mesmo conteúdo em outro meio ou plataforma, sem respeitar sua linguagem própria.

²⁷ Hashtags são palavras-chave ou termos associados a uma informação que servem como mecanismo de busca na internet.

²⁸ Segundo os pensadores Maxwell McCombs e Donald Shaw, agenda setting é um termo utilizado nas teorias de comunicação sobre jornalismo em que há a ideia de que os receptores das notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados com maior destaque pelos meios de comunicação.

Segundo o conceito de jornalismo transmídia usado por este estudo, a diferença fundamental em relação ao jornalismo crossmídia²⁹ é o tipo de interatividade que os usuários exercem sobre a narrativa. No jornalismo transmídia, a intervenção dos usuários para a expansão do conteúdo narrativo é essencial e a participação torna-se ingrediente preponderante para que a linguagem possa ser colocada em prática. Mas, essa participação que é uma forma de interatividade comunicativa de fato é confundida muitas vezes com interatividade seletiva. Sendo assim, os autores Rost e Bergero, pontuam as diferenças entre interatividade e categorizam a partir das possibilidades narrativas transmídia, multimídia e crossmídia:

Nem sempre fica claro se essa participação é a nível de possibilidades de controle do processo de recepção (o que chamamos de interatividade seletiva) ou se é a nível de possibilidades de expressão e comunicação para os usuários (o que denominamos de interatividade comunicativa). No primeiro caso, o usuário é somente um receptor interativo que pode controlar o ritmo e sequência de mensagens, mas não publica novas informações. É quando, por exemplo, você está em um jogo de vídeo ou escolhe um caminho de leitura para uma interface interativa. No segundo caso, o usuário reage e compartilha conteúdo em suas redes e, acima de tudo, acrescenta novas informações, ideias e comentários. (ROST; BERGERO, 2016, p.16 e 17, tradução nossa)³⁰.

Segundo Rost e Bergero, para que haja um jornalismo transmídia de fato é necessário que haja interatividade comunicativa com a participação do público dentro da história. Ou seja, o usuário deve colaborar efetivamente para a expansão da narrativa por meio da intervenção. Mas, é necessário ir além. Para que haja um jornalismo transmídia de fato é necessário que o mito da interatividade seja superado. É preciso que a interatividade comunicativa passe do estágio de interação homem-máquina para a interação social colaborativa e participativa, construindo uma nova forma de jornalismo. Pois,

²⁹ O jornalismo crossmídia, na visão de Renó (2012), é uma forma de narrar um fato da atualidade através de distintos meios, plataformas e suportes em que cada mensagem é independente e contribui para o entendimento global de uma narrativa.

³⁰ No siempre queda claro si esa participación es a nivel de posibilidades de control del proceso de recepción (lo que llamamos “interactividad selectiva”) o si es a nivel de posibilidades de expresión y comunicación para los usuarios (lo que denominamos “interactividad comunicativa”). En el primer caso, el usuario sólo es un receptor interactivo que puede controlar el ritmo y la secuencia de los mensajes pero no publica nueva información. Es cuando participa en videojuegos o elige un camino de lectura en una interfaz interactiva. En el segundo caso, el usuario reacciona y comparte contenidos en sus redes de contactos y, sobre todo, agrega información, ideas y comentarios.

Desde sua essência, o jornalismo é cidadão, pois tem como papel o desenvolvimento da sociedade. Desenvolvimento este que tem como fundamento a participação dos autores sociais nos processos de decisão e reconstrução das informações. [...] O jornalismo é uma atividade que tem como função social a construção da cidadania. (RENÓ; RUIZ, 2014 p.49, tradução)³¹.

Ou seja, as possibilidades de um jornalismo transmídia devem estar relacionadas às condições inerentes do desenvolvimento social e informacional, uma vez que, é parte essencial dessa atividade profissional, estabelecer caminhos para a interpretação e análise da realidade.

³¹ Desde su esencia, el periodismo es ciudadano, pues tiene como papel el desarrollo de la sociedad. Un desarrollo que tiene como fundamento la participación de los actores sociales en los procesos de decisión y reconstrucción de las informaciones.[...] El periodismo es una actividad que tiene como función social la construcción de la ciudadanía.

5 METODOLOGIA

5.1 Conceitos e técnicas

Para investigar os objetivos estabelecidos nesta pesquisa, adotou-se na primeira etapa, a pesquisa exploratória, que de acordo com Gil (2002),

[...] tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal, o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. (GIL, 2002, p.41).

Nesta primeira etapa, o planejamento da pesquisa foi realizado de forma flexível, a fim de verificar as variáveis do objeto estudado. A coleta de dados nesta primeira fase estabelece-se em três vertentes: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão. (SELTIZ et al., 1967, p. 63 apud GIL, 2002).

Para este estudo, a primeira e segunda etapa apresentadas para coleta de dados foram utilizadas a fim de conhecer as literaturas existentes sobre as temáticas desenvolvidas e se aproximar com o quadro de amostragem estabelecido na pesquisa. Assim, a pesquisa bibliográfica foi etapa fundamental para compreensão de conceitos já existentes sobre o telejornalismo na atualidade, linguagem transmídia e outros temas pertinentes à pesquisa. Além disso, essa etapa possibilitou a ampliação da reflexão crítica sobre os fenômenos relacionados ao objeto estudado e serviu de base para realização da segunda etapa, que utilizou, por sua vez, metodologias para verificação das hipóteses criadas e a construção de análise crítica dos dados coletados.

Para isso, adotou-se o procedimento de pesquisa participante a partir das técnicas de observação e entrevista.

5.1.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica proporcionou a construção do referencial teórico sobre os objetos desta pesquisa - o telejornalismo e a linguagem transmídia e a contextualização a partir de teorias e fatos históricos sobre o desenvolvimento da

sociedade, processos comunicacionais e fases de interação. A partir destes dados previamente coletados foi possível delinear um panorama histórico, social e crítico para a observação e reflexão sobre os objetos de pesquisa.

Esta pesquisa foi baseada em obras que auxiliaram a construção do trabalho, entre os quais constituem obras dos autores: Beatriz Becker; Carlos Scolari; Eugênio Bucci; Guilherme Jorge de Rezende; Henry Jenkins; Lev Manovich; Pierre Bourdieu; Sebastião Squirra; Zygmunt Bauman; dentre outros.

De acordo com Gil (2002), a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Dessa forma, este tipo de pesquisa contribuiu para a construção de um referencial mais amplo e interdisciplinar sobre o objeto de pesquisa o qual possibilitou a leitura de diferentes pontos de vista sobre a temática em questão, contribuindo para uma formação mais objetiva e substancial do pesquisador.

Mediante a esse tipo de pesquisa, buscou-se delimitar analogias possíveis entre a linguagem transmídia e sua aplicabilidade no telejornalismo. Para isso, estabeleceu-se uma relação conceitual entre as técnicas de produção do telejornalismo e da linguagem transmídia a fim de verificar processos semelhantes e análogos; ao mesmo tempo em que se delimitaram as divergências nos processos. Pois, a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre algum assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras. (MARCONI; LAKATOS, 2008 p.57).

Assim, esta primeira etapa auxiliou na delimitação e análise das próximas fases de pesquisa em que foi possível ampliar a discussão teórico-prática da pesquisa, analisar e compreender os fenômenos investigados e construir dados e informações teóricas relevantes para investigações futuras.

5.1.2 Pesquisa participante

Nesta segunda etapa da pesquisa, aplicaram-se os fundamentos teóricos analisados e foi construída uma nova perspectiva a partir da observação da pesquisadora e das inferências e ideias dos sujeitos da ação. Para validar os objetivos propostos neste estudo, os procedimentos neste tipo de pesquisa foram baseados no conhecimento teórico e prático do pesquisador sobre etapas de

produção do telejornalismo e as ideias dos profissionais que foram observados e entrevistados, a fim de se construir reflexões e possibilidades sobre a pergunta de pesquisa. O objetivo foi verificar as possibilidades de implementação da linguagem transmídia no telejornalismo a partir da interação entre pesquisador e entrevistado e das oportunidades construídas coletivamente durante a pesquisa de forma prática. Pois, para o autor Demo (1985), a pesquisa prática se faz a partir do teste de possíveis ideias ou posições teóricas. Para ele:

Certamente é uma função da prática testar se a teoria é fantasia, especulação ou se é real [...]. Seja qual for a dimensão visualizada, a prática também é uma forma de descobrir a realidade. Aparece muitas vezes em pessoas que somente sabem pela prática, já que nunca pararam para teorizar, ou sequer saberiam fazer isso de forma explícita. No cientista social, é a ocasião de descortinar horizontes que não tinham sido percebidos na teoria ou mesmo surpresas à revelia da teoria. (DEMO, 1985, p. 26)

Desta forma, a pesquisa participativa implicou na coparticipação de diferentes atores sociais envolvidos no processo, atuando como protagonistas em um propósito de reconstrução social e perpetuando novas concepções de mundo, de relações de trabalho e de lógica de mercado. A participação deve ser concebida como um ato interativo entre os sujeitos da ação, na perspectiva de conhecer o contexto no qual se encontram inseridos, as situações que precisam ser transformadas e as alternativas possíveis para resolução de problemas. Desta forma, a mediação e os processos comunicacionais durante a pesquisa, devem ser fluídos, interativos e correlatos. Pois, a metodologia de pesquisa participativa permite a atuação efetiva dos participantes no processo sem considerá-los meros receptores; pelo contrário, no processo participativo, valorizam-se os conhecimentos e experiências dos participantes, envolvendo-os na discussão e na identificação e busca de soluções para problemas que emergem no local analisado pela pesquisa. Aliás, a pesquisa participativa:

[...] procura auxiliar a população envolvida a identificar por si mesma os seus problemas, a realizar a análise crítica destes e a buscar as soluções adequadas. Deste modo, a seleção dos problemas a serem estudados emerge da população envolvida, que os discute com especialistas apropriados, não emergindo apenas da simples decisão dos pesquisadores. (BRANDÃO, 1985, p.52)

5.2 Etapas da Pesquisa

As etapas de pesquisa foram realizadas em uma TV Universitária de Bauru (TV Unesp) o que direcionou todas as outras escolhas metodológicas feitas por esta pesquisa. Pois, para esta pesquisa, mais do que validar a possibilidade de uso da linguagem transmídia pelo telejornalismo, é necessário validar os processos de democratização da informação inerentes a este formato de televisão. Por isso, ao juntar esses dois objetos de pesquisa nos espaços de uma televisão universitária pública, o entendimento assim como a análise de resultados serão baseados na ideia de que TV Universitária é um espaço de construção de relações e geração de conhecimento a partir da interação entre comunidade e universidade, a fim de promover inclusão política, social e cultural da sociedade.

A pesquisa ocorreu em quatro fases simultâneas por meio da pesquisa participativa - com técnicas de pesquisa específicas de observação e entrevista em profundidade- e pesquisa bibliográfica.

Enquanto a pesquisa bibliográfica construiu o repertório teórico para análise e reflexão sobre os objetos de estudo, a pesquisa participante foi essencial para testar na prática as hipóteses e inquietações da pesquisa e trazer novas questões para a discussão. Para o desenvolvimento do referencial teórico foram usadas fontes oriundas de acervos impressos e digitais, tais como: sites, artigos, livros, pesquisas etc. com a busca pelas seguintes palavras-chave: telejornalismo, narrativa transmídia, TV Universitária e ecologia dos meios.

Na segunda etapa metodológica, foram estabelecidas quatro fases para a prática de estudo: 1. Primeira fase da observação da rotina produtiva na TV Unesp; 2. Identificar o entendimento dos profissionais sobre as categorias criadas nesta pesquisa por meio de entrevistas; 3. Segunda fase da observação participante e criação de um plano de ação para validar as possibilidades e desafios do uso da linguagem transmídia em um programa jornalístico; 4. Análise crítica dos problemas considerados prioritários.

5.3 Instrumentos de coleta de dados

A coleta de dados é a etapa da pesquisa em que se aplicam os instrumentos e técnicas selecionadas a fim de colocar em prática os preceitos estabelecidos pela

metodologia. São vários os procedimentos para a realização da coleta de dados, que variam de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação. (MARCONI; LAKATOS, 2008 p.18). Para esta pesquisa utilizou-se as técnicas de observação e entrevista.

a) **Observação**

A técnica de observação ajuda o pesquisador a identificar sutilezas, linguagens e comportamentos dos observados, conectando o pesquisador com a realidade. Pois,

A observação ajuda o pesquisador a identificar e a obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento. Desempenha papel importante nos processos observacionais, no contexto da descoberta, e obriga o investigador a um contato mais direto com a realidade. É o ponto de partida da investigação social. (MARCONI; LAKATOS, 2008, p. 76)

A partir disso, são empregadas diversas modalidades de observação que atenda às demandas específicas de cada pesquisa. Para este estudo, a técnica utilizada foi a de observação participante, a qual constituiu na participação presencial da pesquisadora no grupo observado por 15 dias na redação da TV Unesp e a observação das interações entre sete profissionais da redação do jornalismo. A inserção da pesquisadora no local analisado foi por meio da observação participante artificial, cujo objetivo é de integração ao grupo para obter informações relevantes para a pesquisa; ou seja, a pesquisadora não fazia parte do contexto pesquisado até o momento de coleta de dados. A pesquisadora teve que se inserir no grupo para analisá-lo.

Ademais, a observação participante é uma tentativa de colocar o observador e o observado do mesmo lado, tornando-se o observador um membro do grupo de molde a vivenciar o que eles vivenciam e trabalhar dentro do sistema de referências dele. (MANN, 1970 p.79 apud MARCONI; LAKATOS, 2008).

Esta primeira etapa da pesquisa participante foi primordial para que as demais etapas fossem cumpridas, pois por meio dela foi possível identificar o discurso dos sujeitos observados assim como as relações simbólicas com a instituição e ao modo de se fazer telejornalismo em uma televisão universitária.

A etapa de observação participante também foi dividida em dois momentos. O primeiro foi realizado a partir da imersão por 15 dias na redação do telejornalismo da televisão universitária, lócus do estudo, e foi registrado em forma de “diários”, técnica muito usada em pesquisas em educação já que o processo de investigação “adquire uma sintaxe de desenvolvimento em espiral” (ZABALZA, 1994, p.24). Para o autor, esse desenvolvimento se distingue em três momentos diferentes. São eles:

- começa-se com visões gerais da situação e seus contextos; desce-se a aspectos concretos e relevantes;
- desce-se a aspectos concretos e relevantes sob o ponto de vista dos propósitos e do quadro teórico da investigação;
- regressa às visões gerais que atuam como contexto de significação e de contraste das análises geradas nos níveis mais específicos ou sectoriais.

O uso destes parâmetros assim como a construção dos diários foi usado por esta pesquisa a fim de promover possibilidades de interpretação e análise em diferentes níveis.

A ideia de participar ativamente dos processos produtivos nesta primeira fase de observação não foi validada como se esperava e, o papel assumido neste primeiro momento foi mais de observação e mediação do que participação; dados estes que serão mostrados no índice de resultados desta pesquisa.

A partir dos dados coletados nesta primeira etapa, surgiu a necessidade de uma nova forma de abordagem dos sujeitos, pois havia algumas questões que não foram compreendidas de forma satisfatória na observação do grupo. O discurso parecia estar sob um controle simbólico dos limites institucionais os quais impediam que os profissionais manifestassem livremente suas opiniões e impressões. Por isso, após esta primeira etapa de observação, a segunda forma de se inserir no grupo estudado foi após enumerar os resultados preliminares, coletados a partir das inferências da primeira etapa de observação e entrevista – que será explicada no próximo tópico - serem categorizados.

O segundo momento ocorreu no estágio final da pesquisa por meio da observação participativa de fato, no processo de produção de um novo programa jornalístico criado pela nova direção da TV Unesp. Este segundo momento se deu por meio das inferências trazidas pela pesquisa e as dificuldades encontradas no

momento da produção, validando o objetivo de construção de um plano de ação real - uma das etapas previstas no cronograma de atividade- em que um conhecimento novo foi gerado a partir dos sujeitos e para os sujeitos desta pesquisa. Pois, “os próprios participantes na investigação são a audiência preferida. Não se trabalha sobre ela, mas com ela e para ela” (ZABALZA, 1994, p.27).

b) Entrevista

Para Duarte (2006), a entrevista em profundidade “busca com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte”. Esta técnica que é utilizada em diversas áreas do conhecimento, é muito eficaz em estudos qualitativos ao flexibilizar a interação entre pesquisador e entrevistado, no qual aquele pode adotar novas percepções e abordagens nos procedimentos de pesquisa. O objetivo da entrevista em profundidade é identificar atitudes, ideias e percepções dos participantes a respeito de um determinado assunto e/ou atividade e promover ao investigador interpretações que dialoguem de forma crítica com a realidade.

Em pesquisas exploratórias, esta técnica é essencial para gerar novas ideias, hipóteses e trazer novos paradigmas para a abordagem do pesquisador.

Para aplicação desta técnica, alguns procedimentos foram seguidos a fim de se obter a coerência metodológica necessária, os quais foram estabelecidos: 1. As fontes a serem entrevistadas; 2. Roteiro de perguntas flexível; 3. Critérios para avaliação dos resultados. Nesta dinâmica, a pesquisadora utilizou uma lista de questões pertinentes à pesquisa, de acordo com as categorias de análise criadas, compondo um guia de entrevista que serviram de base para o encaminhamento da discussão do grupo de cinco jornalistas selecionados, configurando, dessa maneira, uma entrevista em profundidade, semiaberta e com questões semiestruturadas (Apêndice A).

Esta segunda etapa da pesquisa desconstruiu as primeiras impressões que a técnica de observação havia criado. Com a maior proximidade entre pesquisadora e entrevistados, o discurso realizado nesta fase foi diferente daquilo que foi observado e algumas vezes até contraditórios. Os discursos coletados nos “diários” e nas entrevistas imprimiram à pesquisa novas reflexões e tentativas de entendimento do fenômeno analisado. Pois, a contradição do discurso mostrava nuances de uma

mudança no movimento político e institucional que ocorriam no momento da pesquisa; tais como a troca de direção da televisão e a demissão de alguns funcionários que modificou a lógica produtiva. E isso fez com que a pesquisa se aprofundasse ainda mais em sua análise e seguisse por uma reflexão mais interdisciplinar e crítica sobre o problema. Ou seja, a partir das entrevistas e da comparação com os dados coletados em observação in loco, as hipóteses iniciais vinculadas apenas a um fator técnico, humano ou político, passaram a ser polissêmicos.

5.4 Análise de dados

A partir das observações in loco do grupo estudado e das informações adquiridas com as entrevistas em profundidade, realizou-se uma análise dos dados obtidos com o uso da técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (1988) que consiste em um:

Conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/ recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN,1988, p.42)

A fim de estabelecer uma análise qualitativa dos dados coletados nas entrevistas realizadas, utilizou-se, neste estudo, a análise de conteúdo como método de pesquisa.

Ainda segundo a autora, “a análise de conteúdo já não é considerada exclusivamente como um alcance descritivo; antes se tomando consciência de que a sua função ou seu objetivo é a inferência” (BARDIN, 1988, p.21 e 22); ou seja, a interpretação de dados deve-se partir de uma dedução lógica acerca da amostragem de pesquisa, seja ela expressa em indicadores quantitativos ou não. As inferências são necessárias para identificar além da estética de linguagem e recursos linguísticos, operadores que limitam ou interferem na mensagem do emissor. Além disso, a contextualização cultural, histórica e social são elementos que são levados em conta no processo de análise.

Como esquema de trabalho, apresentam-se três etapas fundamentais para a análise e interpretação de dados, baseados em Bardin (1988): síntese e seleção dos resultados, inferências e interpretação por meio da categorização.

Na etapa de pré-análise foram realizadas observações e entrevistas em profundidade semiestruturadas para obtenção dos dados. A seguir, foi realizada a etapa da descrição analítica do material por meio do procedimento de categorização para posterior interpretação.

A análise dos dados coletados serviram de pistas para a reflexão sobre as possibilidades de implementação da linguagem transmídia no telejornalismo e os obstáculos de ordem teórica e prática das novas possibilidades narrativas.

Para dar prosseguimento a este estudo, criaram-se categorias centrais a partir do problema de pesquisa e estabeleceu-se a interpretação dos dados coletados. As categorias da pesquisa foram agrupadas em: Novas TICs, Interatividade, Cultura Participativa, Telejornalismo na TV Universitária e Democratização da Informação. Essas categorias foram criadas a partir das impressões adquiridas durante a pesquisa e foram expandidas a partir das rupturas ideológicas que ocorreram durante o processo.

As três primeiras categorias estão ligadas aos elementos essenciais da narrativa transmídia e suas possibilidades de implementação, enquanto as demais se referem ao modo específico da atividade jornalística em uma televisão pública e os desafios desse processo.

Na categoria de Novas TICs, utilizando os parâmetros críticos da educação, comunicação e inovação; as novas TICs são abordadas na perspectiva de impulsionar os processos de aprendizagem e trocas simbólicas na comunicação; deixando de lado a supremacia do caráter tecnicista e instrumental e assumindo a função de coadjuvante no processo comunicacional. Pois, “os meios de comunicação têm propriedades específicas que devem ser pensadas em suas articulações com outras práticas sociais”, ou seja, “o meio não se reduz a um suporte para a mensagem, mas interfere diretamente no conteúdo” (MEYROWITZ apud MARTINO, 2014, p.199). Neste contexto, o teórico Joshua Meyrowitz expande a ideia de meio a três categorias: canal, linguagem e ambiente e propõe que:

A vida social seja compreendida, em essência, como um complexo sistema de troca de informações a partir do qual são formadas identidades pessoais e de grupo, relações sociais e estruturas de poder. O cotidiano é construído a partir de, e nas, relações de comunicação. A definição dos papéis sociais, nesse sentido, está diretamente ligada às relações de comunicação de um indivíduo. (MEYROWITZ apud MARTINO, 2014, p.201)

Já a categoria de interatividade é analisada a partir da ideia de interatividade comunicativa a qual o interlocutor é capaz de ampliar a narrativa e contribuir ativamente para a construção da mesma, ou seja,

o usuário reage e compartilha conteúdo em suas redes de contato e, acima de tudo, adiciona informações, idéias e comentários. Por exemplo, ele intervém em comentários sob as notícias ou em redes sociais e adiciona texto, fotos, vídeos, memes e animações, que contribuem para expandir o mundo narrado. Em nosso conceito, para que haja jornalismo transmedia, deve haver interatividade comunicativa e as contribuições dos usuários dentro da história narrada devem ser tornadas públicas. Ou seja, o usuário colabora na expansão narrativa com sua intervenção. (ROST; BERGERO, 2016, p.17, tradução nossa)³²

Mediante aos processos interativos, a Cultura Participativa, enquanto categoria nesta pesquisa, expressa a ideia de que o interlocutor passa a ser, também, emissor de mensagens ao criar conteúdos, pois, “a circulação de conteúdos - por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais- depende fortemente da participação ativa dos consumidores” (JENKINS, 2009, p.29). Porém, para a análise de dados neste estudo, troca-se a palavra “consumidores” por “cidadãos”, a fim de expandir a ideia de participação para a esfera social, política e democrática. Ou seja, a informação e a atividade jornalística não são vistas como um produto a ser consumido, mas como uma forma de mediação e (des) construção de cenários sociais.

A categoria de Telejornalismo é vista a partir da ideia de atividade social capaz de mediar tramas sociais inerentes ao meio que está inserido; no caso, a televisão. Aproxima-se da ideia do telejornalismo como espaço político e afasta-se da ideia de telejornalismo como produto de entretenimento. Esta categoria, também leva em conta para a análise, o jornalismo audiovisual como campo de conhecimento e espaço de poder simbólico em que:

³² El usuario reacciona y comparte contenidos en sus redes de contactos y, sobre todo, agrega información, ideas y comentarios. Por ejemplo, interviene en comentarios debajo de las noticias o en las redes sociales y suma texto, fotos, videos, memes y animaciones, que contribuyen a expandir el mundo narrado. En nuestro concepto, para que haya periodismo transmedia debe haber interactividad comunicativa y deben hacerse públicos los aportes de los usuarios dentro de la historia narrada. Es decir, el usuario colabora en la expansión narrativa con su intervención.

As ideologias, por oposição ao mito, produto coletivo e coletivamente apropriado, servem interesses particulares que tendem a apresentar como interesses universais, comuns ao conjunto do grupo. A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante [...]; para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas; para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções. (BOURDIEU, 1989, p.10)

A última categoria é analisada a partir da correlação entre as diretrizes legislativas, culturais e políticas da televisão universitária pública e o processo de democratização da informação. A TV Universitária é vista neste estudo como espaço para construção de relações entre comunidade e universidade, em que seja envolvida a divulgação e apoio ao conhecimento gerado tanto na universidade quanto gerado nas comunidades locais. Esse mecanismo deve fortalecer os processos de politização da sociedade e democratização da informação, reforçando valores de convivência democrática, inclusão e participação social. Pois,

A TV universitária tem o potencial de ser o catalisador do desenvolvimento local, tanto na abordagem dos acontecimentos pelos quais a grande mídia não se interessa, quanto das especificidades do entorno que somente a TVU tem condições de cobrir e levar ao seu público. Também pode ser o canal para análise dos ditos “grandes acontecimentos”, de interesse dos meios de comunicação de massa tradicionais, e que somente a universidade consegue abordar sob diferentes pontos de vista, graças ao corpo docente que tem. Além de oferecer muito mais tempo para o debate e esclarecimento que os curtos programas telejornalísticos das emissoras comerciais. (MAGALHÃES, 2013, p.13)

5.5 Contribuições para a pesquisa

As escolhas metodológicas realizadas por esta pesquisa delinearam um caminho interpretativo inesperado por parte da pesquisadora. Isso porque os processos de ruptura epistemológica ocorreram diversas vezes durante as etapas de pesquisa, as quais influenciaram a forma de analisar os dados coletados assim como a interpretação dos mesmos.

A pesquisa participativa permitiu que a observação do fenômeno fosse feita de forma mais aprofundada e a partir disso foi possível perceber diferentes nuances do fenômeno estudado o qual ampliou o campo de interpretações da pesquisa e delineou outros caminhos interpretativos.

A ideia inicial de verificação da possibilidade de uso da linguagem transmídia na produção de um telejornal tornou-se mais aprofundada a partir da escolha do

locus de pesquisa em uma TV Universitária pública. Essa escolha passou a ser primordial para todas as demais tomadas de decisão a posteriori.

A linguagem transmídia passou a ser vista como estratégia com significados e interpretações aquém de um mero sistema de símbolos ou sinais. Os objetos de estudo foram conectados a outros fatores intrinsicamente ligados ao telejornalismo brasileiro, TV Universitária pública no Brasil, democratização da informação e produção de conhecimento. Ou seja, atribuiu-se aos objetos características essenciais quando relacionado ao papel social do jornalismo. A noção de interatividade foi ampliada para participação social; o uso das novas TICs é vista como ferramentas para democratizar em vez de entreter e a relação do jornalismo e linguagem transmídia foi superada pela noção de linguagem e passou a ser vista como estratégia.

Ademais, esse método de pesquisa possibilitou a criação de novas hipóteses e encaminhamentos de pesquisa. Por ser uma reflexão sobre possibilidades e desafios do uso de uma nova linguagem no telejornalismo, entende-se que este é o primeiro passo que precisa ser validado por outras pesquisas e, assim, gerar novos conhecimentos.

Além disso, a inserção de outros fenômenos sociais, políticos, econômicos e culturais inferidos no decorrer da pesquisa, instigou a pesquisadora a estudar os fenômenos sociais de forma cada vez mais aprofundada e interdisciplinar. Pois, o conhecimento de um objeto de pesquisa não se esgota em seu campo de atuação. É preciso adquirir uma visão cada vez mais polissêmica sobre o que se estuda para que as pesquisas desenvolvidas contribuam para quebra de paradigmas do senso comum e produzam cada vez mais conhecimento novo.

6 RESULTADOS E ANÁLISE

A partir do método de pesquisa escolhido para este estudo, analisar-se-á os resultados a partir de cada etapa idealizada e prevista na metodologia. Neste item, apresenta-se, também, a discussão a partir dos resultados obtidos por esta pesquisa. A análise foi dividida em quatro momentos distintos para que seja possível observar a linha cronológica que a pesquisadora adotou. Deste modo, seguindo as diretrizes metodológicas, os resultados dividem-se em:

6.1 Observação do lócus da pesquisa

Apresenta-se, a seguir, os resultados da primeira fase de observação participativa na rotina produtiva na TV Unesp.

Quadro 1 – Fase de observação na TV Unesp

Observação (Imersão por 15 dias)	- Instabilidade do processo produtivo do telejornal; - Falta de planejamento e estratégia para o gerenciamento de mídias sociais; - O formato das matérias é similar ao que é produzido em uma televisão comercial; - Pouca participação da comunidade local; - Falta de experimentação de novos formatos e linguagens; - Pouca interação entre a equipe de profissionais; - Possibilidade restrita de participação da pesquisadora; - Pouca ampliação na abordagem das reportagens; - Novos rumos para a televisão; demissões de profissionais e nova direção.
--	---

A partir da imersão na TV Unesp com início no dia 20 de julho de 2017 e término no dia 23 de agosto, foi possível observar a rotina produtiva de um telejornalismo diário, assim como a relação dos profissionais com o exercício da profissão e o uso das redes sociais como ferramentas, além de outras questões institucionais e políticas que foram inferidas por parte da pesquisadora. Embora o tempo total nesta primeira fase da pesquisa chegue há um mês, os dias consecutivos de acompanhamento da rotina produtiva foram de 15 dias; pois neste intervalo, alguns compromissos com o programa do mestrado tiveram que ser atendidos pela pesquisadora.

Nos primeiros dias, a pesquisadora foi apresentada à estrutura da televisão por alguns profissionais e a pesquisa começou a ser realizada em um momento de mudança da estrutura da televisão. No momento, a antiga diretora havia saído do cargo que ocupava e a televisão passava por eleições para nova direção. Esta mudança influenciou diretamente a forma como se fazia jornalismo, pois, embora as diretrizes para produção já tivessem mudado, não se sabia ao certo quais seriam as novas mudanças implementadas pela nova direção e isso causada insegurança nos profissionais e instabilidade na rotina produtiva.

As novas diretrizes para a estruturação do telejornalismo - antes que o novo diretor assumisse - era transformá-lo em revista eletrônica com grandes reportagens e quadros que seriam veiculados aos fins de semana (Anexo A), como: Conexão Unesp (docentes gravam VTs sobre suas pesquisas); Minha Universidade (produção de materiais pelos servidores, docentes e discentes dos campus da Unesp); Quadros de Ciência; Educação; Unespianos pelo Mundo e Maternidade Primeiros cuidados. Enquanto o telejornalismo diário teriam dez minutos, esses quadros que comporiam a revista eletrônica trariam abordagens mais aprofundadas sobre diversos assuntos em programas semanais com trinta minutos. O quadro “Maternidade primeiros cuidados”, por exemplo, seria transmitido em nove episódios e traria temáticas voltadas ao cuidado de recém-nascidos; o quadro “Ciência na Prática” seria veiculado em quatro episódios e mostraria experimentos com itens do dia a dia. Esse quadro foi uma parceria com o Centro de Ciências de Araraquara-Unesp no qual um aluno do doutorado gravou os programas sem a presença do repórter ou apresentador, embora o roteiro e produção fossem idealizados pela equipe da TV. O quadro “Educação” traria mini documentários com professores da Unesp que comentariam temas relacionados à educação; o “Unespianos pelo

mundo” traria vídeos gravados por estudantes da Unesp que tivessem estudando fora do país e os quadros “Minha Universidade” e “Conexão Unesp” seriam materiais produzidos por servidores, docentes e discentes.

Embora esses quadros fossem rotativos, em uma primeira impressão foi possível notar falta de planejamento para a escolha das temáticas e formatos do novo programa. As ideias parecem ter surgido sem levar em conta fatores importantes que deveriam ser abordados por uma televisão universitária, como pluralidade e participação popular, já que a maioria dos quadros trariam impressões apenas do ambiente acadêmico, sem levar em conta os interesses da comunidade local. Por exemplo, no quadro “Ciência na Prática” a equipe mostra como formato inovador a ausência do repórter nos VTs. Porém, a roteirização, a edição e o controle da narrativa continuam seguindo diretrizes editoriais da TV e do controle dos produtores. Ou seja, não há uma produção independente de fato e espaços para experimentos são limitados neste processo. Outro questionamento que surge é: por que temáticas mais urgentes no âmbito acadêmico não são abordadas nestes quadros? Por exemplo: por que um quadro de “Primeiros Cuidados na Maternidade” não é substituído pelos problemas de saúde pública feminina, falta de planejamento familiar e machismo quando tratamos de maternidade em nossa sociedade? A escolha de ser mãe; os controles de fertilidade etc?

Esses primeiros questionamentos levaram a pesquisadora a aprofundar sua análise a outras questões além da estrutura de um telejornal; a pesquisadora passou a observar e a questionar outros elementos que influenciavam diretamente o momento observado, como fenômenos institucionais. Durante a fase de observação foi possível perceber que a ideia de pautas e fontes de informação era baseada, muitas vezes, na subjetividade dos profissionais em perceber a realidade e intuir conteúdos a partir disso. Além disso, com as novas diretrizes em mencionar a UNESP onde fosse possível, os eventos e atividades do campus com maior visibilidade entravam mais facilmente na programação do telejornal.

Diante desses acontecimentos, a pesquisadora buscou entender o quê poderia estar limitando os processos democráticos dentro da TV Unesp, pois, diante de tantas mudanças estruturais ocorrendo, o enxugamento da equipe de produção e o hibridismo de funções, o processo produtivo do telejornal acabou sendo redefinido. E como consequência, verificam-se os seguintes pontos:

- Instabilidade do processo produtivo do telejornal: as mudanças de direção e diretrizes influenciaram a forma como os profissionais organizaram a logística de produção. A pesquisa foi realizada em um momento de transição e incertezas, por isso, a instabilidade foi um dos pontos observados durante a imersão;
- Falta de planejamento e estratégia para o gerenciamento de mídias sociais: além da redução da equipe, a falta de um especialista e conhecimento específico para usar as novas ferramentas, foi possível observar que não havia planejamento e estratégia para utilização de novos recursos e as potencialidades desses novos canais era inexplorado, pois as mídias sociais eram usadas mais como espaço para divulgação e replicação audiovisual do que espaço de interatividade e participação. Na ementa criada para o novo formato do programa Repórter Unesp (Anexo A) que traria quadros rotativos, por exemplo, os conteúdos seriam veiculados também nas mídias sociais, mas não se observou como seria feito isso tampouco a estratégia que seria utilizada. O trecho em questão é este: “OBS.: Todo conteúdo, além de veiculado no canal da emissora, será disponibilizado nas redes sociais, a fim de potencializar seu alcance e a visibilidade da UNESP”;
- O formato das matérias é similar ao que é produzido em uma televisão comercial: este ponto pode ser observado durante o acompanhamento da produção de algumas matérias na rua e a gravação do telejornal. O formato, a linguagem, o vestuário e o comportamento dos profissionais era muito similar ao que é realizado em outros telejornais. Além disso, a linha editorial do telejornalismo da TV Unesp aproximava-se muito de um telejornal de uma TV comercial no processo de escolha do que é notícia ou não. Por exemplo, durante a pesquisa, um fato de impunidade ocorrido em âmbito nacional não virou notícia no jornal da TV Unesp. Na concepção da pesquisadora, o arquivamento da denúncia contra o presidente Michel Temer deveria ser uma das pautas principais da televisão universitária, visto que essa crise política afeta diretamente as universidades brasileiras por conta, principalmente, de uma crise econômica. Os desdobramentos da votação e os porquês da ação “coletiva” da câmara em favor do arquivamento da denúncia contra Temer,

deveriam ser abordados pelo telejornalismo da TV Unesp de forma crítica e aprofundada a fim de preencher uma lacuna de informação deixada pela televisão comercial;

- Pouca participação da comunidade local: no primeiro momento da pesquisa, não havia programas ou estratégias para a inserção da comunidade local; a pluralidade e diversidade não eram exploradas além dos limites da universidade;
- Falta de experimentação de novos formatos e linguagens: os programas eram idealizados dentro das “ilhas criativas” da TV, ou seja, a discussão de pautas era feita apenas por cinco pessoas dentro da redação do telejornalismo, não havia a inserção de novas ideias de outras pessoas fora da equipe, como outros produtores da TV, comunidade local ou até mesmo da comunidade acadêmica. O espaço para experimentação e inovação tornou-se limitado, já que para isso, é necessária a inserção de mais agentes participativos dentro do processo. Além disso, foi possível observar que os quadros criados para o “novo formato” do telejornal como mencionado anteriormente, repetia as ideias sobre Saúde, Educação e Ciência da programação clássica da TV Unesp; ou seja, outras temáticas não foram pensadas para serem inseridas;
- Pouca interação entre a equipe de profissionais: o espaço físico da redação não imprimia a ideia clássica que se tem de uma redação de telejornalismo diário. As reuniões para discussão sobre os assuntos eram pontuais e a interação entre os profissionais eram mais com o próprio computador do que entre eles. Isso imprimiu à pesquisa o questionamento sobre as mudanças estruturais que o jornalismo está presenciando - que será analisado a posteriori por esta pesquisa - e como isso estava influenciando a redação da TV Unesp;
- Possibilidade restrita de participação da pesquisadora: uma das grandes dificuldades em realizar este tipo de pesquisa foi a inserção da pesquisadora em um grupo já estabelecido e fazer da rotina algo natural tanto para a pesquisadora quanto para os observados. Pois para ser inserida no ritmo da equipe, a pesquisadora foi inserida na rotina como observadora e teve

algumas restrições para participar da rotina produtiva, embora se colocasse à disposição para participar ativamente da produção, como produzir pauta, acompanhar uma matéria ou realizar qualquer função dentro da rotina produtiva. Isso fez com que fosse delineada uma nova estratégia de abordagem para que a pesquisadora conseguisse ter acesso às impressões dos profissionais já que durante a observação algumas questões não foram aprofundadas como se desejava. E assim, uma nova técnica de pesquisa foi inserida na segunda fase de pesquisa com a realização de entrevistas com roteiro semiestruturado.

- Pouca ampliação na abordagem das reportagens: as fontes escolhidas eram, geralmente, especialistas, sociedade acadêmica da Unesp e personagens escolhidos a partir da proximidade pessoal entre profissionais e pessoas do seu círculo de convivência, sendo eles familiares ou personagens indicados pelas assessorias de imprensa. Isso mostra um entrave à busca pela pluralidade de vozes dentro do jornal. Por exemplo, a pesquisadora foi escolhida como personagem para ilustrar uma matéria sobre vegetarianismo, por estar presente no momento da discussão da pauta. Foi interessante esta situação, pois, mesmo que de forma subjetiva, foi estabelecida a limitação da presença da pesquisadora na rotina produtiva, pois uma vez que a pesquisadora participa como personagem da matéria, não pode estar inserida ao mesmo tempo, por limitações éticas, na rotina jornalística da TV Unesp. Além disso, ao acompanhar a produção de uma reportagem externa, foi possível observar que a reportagem não expandiu suas possibilidades narrativas e de formato. O roteiro sugerido pela pauta assim como o jogo de câmera, luz e linguagem representaram o modelo clássico de telejornalismo, sem espaço para improvisação ou experimentação de novos formatos.

- Novos rumos para a televisão; demissões de profissionais e nova direção: nos últimos dias de pesquisa foi nomeado um novo diretor para a televisão que trouxe novas ideias e formatos para a programação da TV Unesp. Além disso, alguns profissionais que ocupavam cargos de direção dentro da estrutura da TV foram demitidos, o que mudou a linha editorial e a forma de trabalho em alguns setores da TV. Entre as mudanças apresentadas pelo novo diretor está a produção de um novo programa jornalístico intitulado

“Bauru em debate” que tem como objetivo discutir os problemas da comunidade local. Além disso, durante a pesquisa, a formatação que estava sendo pensada para o programa era usar a participação como diretriz, usando as mídias sociais como plataforma de participação. A partir dessa mudança de paradigma dentro da TV Unesp, a pesquisa foi influenciada diretamente já que isso acabou ampliando as possibilidades participativas da pesquisa e concebeu um novo espaço de análise e experimentação de hipóteses com novos formatos e linguagens. Assim, a pesquisa pôde contribuir com os resultados obtidos até o momento e validar o método escolhido, já que participação implica em transformar o ambiente estudado juntamente com a população observada.

6.2 Identificação dos sujeitos da pesquisa

Com a identificação da necessidade de criar novas estratégias para analisar os objetos de estudo, no segundo momento da pesquisa foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os profissionais da TV Unesp. Nota-se que neste momento, o quadro de profissionais envolvidos na pesquisa passou a ser de cinco pessoas, já que houve a demissão do editor-chefe e uma das jornalistas se ausentou porque obteve licença maternidade no período. Ao dar início a esta etapa, o cenário observado já havia se modificado desde a primeira fase de pesquisa devido a questões institucionais da televisão, como a troca de direção e a demissão de alguns profissionais.

Assim sendo, neste item, apresenta-se o entendimento dos profissionais sobre as categorias criadas na pesquisa. Para isso, as principais temáticas abordadas nos discursos dos entrevistados foram agrupadas dentro de cada categoria (quadro abaixo) e posteriormente, cada categoria foi analisada separadamente.

Quadro 2- Percepção dos entrevistados

Novas TICs	TICs como instrumento Tempo escasso para criação de novas estratégias Formação acadêmica x TICs Como usar as TICs no telejornal TICs como ferramenta de alcance de audiência TICs como interatividade
Interatividade	Dificuldade de conceituação Interatividade vista como superficial Necessidade de inovação Uso das redes sociais como meio Telespectador como repórter Novos espaços de compartilhamento de informação Controle do espaço de participação Limitações e privilégios de conectividade Necessidade de estratégia para engajamento
Cultura Participativa	Espaços de fala equivalentes Participação semelhante à interatividade Participação e o uso das tecnologias Participação ativa Participação no processo produtivo do telejornal Participação como reestruturação do jornalismo Cultura do fã e jornalismo Engajamento dos jornalistas e o estímulo à participação
Telejornalismo	Mudanças administrativas e logísticas modificadas Ideia de Jornalismo como entretenimento Rotina de produção híbrida Desafios da profissão Pouca experimentação Modelo comercial de telejornal Reestruturação da forma e não do conteúdo Consumo de notícia Precarização da profissão
TV Universitária e democratização da informação	Aproximação da universidade Espaço para experimentação Produção de conteúdos relevantes ao público Fomentar pesquisas na área de comunicação Padrões e burocracia limitantes Maior participação dos universitários Prestação de serviços à comunidade

- Novas TICs- Tecnologia da Informação e Comunicação

Nesta categoria de análise pôde-se observar que para a maioria dos entrevistados, as novas TICs são vistas e usadas mais como instrumento do que um processo fluído capaz de impulsionar trocas comunicacionais e de aprendizagem. A partir das falas dos entrevistados é possível identificar que, muitas vezes, não se usam as estruturas possibilitadas pelas novas TICs por não entendimento do que elas representam ou até mesmo por falta de tempo para criar estratégias mais eficazes para o uso das mesmas.

No discurso do entrevistado 1, pôde-se perceber que a dificuldade em usar as TICs nos processos de produção de um telejornal está ligado à educação, como ele mesmo explicita: “a gente fica preso no modelo que a gente foi educado enquanto telespectador e enquanto profissional”, ou seja, a educação para o uso de novas tecnologias é uma lacuna que não foi preenchida ainda pela universidade tampouco pelo mercado, pois, os moldes que são usados nos telejornais foram pensados e criados antes do advento de novas tecnologias da informação e comunicação advindos da Era Informacional com os processos de digitalização e comunicação em rede. Além disso, mesmo que ocorra proximidade com alguns conceitos, o uso das novas TICs é ainda limitado, como comenta o entrevistado 2: “tenho noção dessas novas possibilidades de plataforma, linguagem, dessas tecnologias, mas não usamos no telejornalismo e também não sei de que forma poderíamos usar.”

A dificuldade se estabelece, também, em como unir o uso de novas tecnologias ao conteúdo produzido pelo telejornalismo, já que para alguns entrevistados, as novas TICs representam ferramenta de complemento estético da informação, como explica o entrevistado 1: “para mudar a estética é mais fácil, mas em relação ao conteúdo é muito difícil para o jornalismo essa mudança de paradigma” já que “o maior desafio para o telejornalismo é cativar as pessoas pelo conteúdo, já que elas têm acesso a informação de diversas formas e não só pela TV. E essa questão de como usar as plataformas diferentes de forma harmônica e complementar, talvez, seja o maior desafio”. Ainda sobre o assunto, o entrevistado 4 afirma que o uso das novas TICs como ferramenta para o processo de conexão entre TV e novas formas de interatividade é possível, já que, há “um conteúdo que está sendo circulado de outra forma e as emissoras de TV poderiam aproveitar

melhor esse espaço possibilitado pelas novas tecnologias.” Além disso, o entrevistado frisa a importância de que é “preciso encontrar um caminho que consiga conciliar essa tecnologia com a atividade jornalística.” Ou seja, as TICs são vistas como ferramentas complementares em busca da audiência do telespectador.

Porém, para esta pesquisa, o uso das novas TICs não é uma atividade anterior ao de aprendizagem tampouco um instrumento, já que, pode (des)construir espaços de interação quando utilizada com fins de assegurar a diversidade de impressões, opiniões e manifestações, tanto dos telespectadores quanto dos jornalistas. Ou seja, a palavra “prossumidor” assume a nomenclatura de “coprodutor” em que a produção de notícias passa a ser um espaço colaborativo e a atividade jornalística não é um produto a ser consumido, mas um espaço de criação e de informação.

Neste âmbito, relacionar as novas TICs aos processos interativos é previsto já que com a mudança da construção da notícia, a forma de relacionamento entre telespectador, meio e mensagem também mudaram. Como comenta o entrevistado 2, o uso das novas TICs está relacionada ao uso de novas linguagens e ferramentas que tem como fim a interatividade com o público, pois: “aqui na TV, a gente não interage com as pessoas nas mídias, falta proximidade. Nós não somos *call center*, mas a gente tem que desenvolver alguma linguagem, criar uma proximidade para que a pessoa sinta vontade de interagir.”

Outro ponto interessante exposto no discurso do entrevistado 2 é a segmentação da atividade que deve estar sob responsabilidade de um profissional ou equipe que administre essas ferramentas, para ele: “tem que ter alguém para pensar nas postagens, na estratégia e não ser uma função acumulativa para alguém que tenha outra função.” Fica claro que a visão do entrevistado sobre esta categoria é pragmática em relação ao uso das novas TICs e que estas devem ser usadas com fins específicos de interatividade com o público. Não se demonstra em seu discurso possibilidades de construção de mais um canal para trocas de informação com o público e assim acrescentar possibilidades de aprendizagem mútua, ou seja, o modelo de caminho da mensagem segue o padrão do emissor para o receptor.

Já para o entrevistado 3, o uso das novas TICs se aproxima mais do conceito utilizado por esta pesquisa quando expressa que a interatividade deve ser contributiva. Para ele, a percepção gerada a partir das novas mídias, por exemplo, podem sugerir pautas para o telejornal, como afirma: “já teve matérias que acabei

pautando por assuntos que eu vi que estavam em discussão. Por exemplo, eu tive uma ideia de pauta para discutir a questão da gordofobia³³ e isso não tem pesquisa, mas tem uma percepção nas mídias sociais.”

Além disso, a ideia de proximidade entre redação e comunidade pode ser amplificada com o uso das TICs ao criar associações entre o meio e o telespectador, como complementa o entrevistado 3: “eu acho que as pessoas, hoje em dia, gostam de sentir que nas mídias sociais elas podem se relacionar com o meio de comunicação e não só ter acesso ao conteúdo.” Para o entrevistado, o impacto das TICs para a atividade jornalística é mais importante do que seu uso, como ele explica: “essa questão de big data, jornalismo de dados, eu busco me informar. Mas eu tenho mais interesse no conteúdo daquilo e nas implicações para o jornalismo do que pensar em como fazer. Eu tenho mais interesse no tema do que aprender em como usar.” Ademais, as impressões do entrevistado em relação à categoria de análise expressam a ideia de que as TICs podem ser aliadas ao processo produtivo de um telejornal, mas ainda é importante salientar que o uso destas deve ser pensada de forma estratégica a fim de configurar um espaço para participação das pessoas de forma integrativa e cooperativa.

E diante dessas possibilidades estratégicas, a linguagem transmídia, para o entrevistado 3 torna-se possível. “Transmídia eu já acho mais possível, porque demanda você produzir conteúdo para diferentes plataformas [...]. Dá trabalho, mas eu imagino esse uso do telejornal como link para outro canal”, ou seja, a visão sobre linguagem transmídia, para o entrevistado, ainda é apenas uma forma de distribuir o conteúdo em diferentes plataformas, não se leva em conta a logística disruptiva necessária e a participação como fatores preponderantes para esse mecanismo.

Para finalizar, o discurso do entrevistado 5 sobre a categoria é de que “a TV poderia estreitar um pouco mais os laços com os outros meios. Por exemplo, colocar o telejornal ao vivo no Facebook seria legal”, comenta. Mas não apresenta outras impressões sobre o tema.

A partir da percepção dos entrevistados sobre a associação entre novas TICs e telejornalismo, infere-se que um conhecimento mais aprofundado e crítico são imprescindíveis quando se relaciona novas TICs com a produção de um telejornal para evitar que seu uso torne-se superficial e artificial.

³³ Gordofobia é um termo utilizado para expressar a discriminação, desvalorização e estigmatização de pessoas gordas.

- Interatividade

Na categoria de interatividade, o parâmetro usado para analisar os conteúdos das entrevistas, é o de interatividade comunicativa a qual o interlocutor é capaz de ampliar a narrativa e contribuir ativamente para a construção da mesma. Ou seja, as contribuições dos usuários devem ser manejadas e expostas de forma pública nos canais de comunicação.

Sendo assim, ao analisar as falas do entrevistado 1, percebe-se que a dificuldade em inserir estratégias que estimulem a interatividade está ligada ao conceito da mesma. Pois, “é ainda meio nebuloso essa questão de como inserir interatividade na TV. A gente fica em um modelo muito quadrado, porque quando a gente fala de interatividade, a gente cai no modelo da participação usual. A gente tem dificuldade para sair da caixinha e pensar em algo diferente”. Ou seja, a interatividade, para o entrevistado deve superar a participação superficial e se aproximar mais de um sistema de compartilhamento entre telespectador e TV o que contempla a ideia desta pesquisa quando usa a ideia de interatividade comunicativa. “Para a gente ter essa interatividade, eu acredito que estímulo possa ser um possível modelo de iniciação do debate com a participação das pessoas. E nesse sentido, as redes sociais podem ajudar nesse processo”, comenta.

O entrevistado 2 expande essa discussão ao relacionar interatividade com participação, para ele: “interatividade é participação de fato. Você não precisa aparecer no programa, mas precisa ser ouvido; sua opinião deve ser ouvida”. Além da interatividade comunicativa ser um mecanismo que deve ampliar a participação dos telespectadores, o processo comunicativo deve ser fluído. Diante disso, o entrevistado traz mais uma impressão ao seu discurso: “interatividade é fazer parte daquele projeto. Ouvir e ser ouvido, de saber que aquilo não está acima de você”, ou seja, não existe autoridade no assunto, mas sim trocas de informações simultâneas. Além disso, quando o entrevistado expressa a ideia de que “o caminho da interatividade no jornalismo é a rede social; embora o telespectador não seja o repórter oficial, ele pode funcionar como um”, a ideia de matriz produtiva se dissolve, já que a interatividade comunicativa promove de certa forma, um novo espaço para a produção independente de notícia.

No discurso do entrevistado 3, “interatividade é o usuário estabelecer relação. Mas no sentido da televisão, uma interatividade seria o público poder ter um espaço

para sugerir matérias, comentar e compartilhar.” Embora a ideia de interatividade esteja associada ao compartilhamento de informações, o telespectador ainda teria seu lugar limitado de atuação, ou seja, para o entrevistado é necessário que haja uma separação entre aquilo que é “oficial” produzido pela TV e aquilo que é “do público”, pois: “ eu ainda acho que um material que vem do público, ou ele tem que ter um espaço específico para ser veiculado, ou mesmo que isso seja dentro de uma reportagem, ser mencionada a participação do telespectador”, explica. Ao delimitar os espaços de atuação, a hierarquização da produção se estabelece já que a troca comunicacional não é vista como uma confluência de ideias, mas como um processo segmentado.

Para o entrevistado 4, a ideia de interatividade está relacionada ao privilégio da conectividade, pois como explica: “tivemos uma iniciativa de interatividade no jornal por meio do aplicativo Ginga onde fazíamos enquetes e as pessoas que tinham acesso à internet poderiam votar. Mas isso é muito restritivo; só interagiam quem tinha uma televisão conectada a internet e isso acabou não dando certo também.” Essa questão é essencial quando se pensa em processos de democratização da informação, pois há certa tendência pensar que a tecnologia pode salvar a comunicação assim como preencher uma lacuna de informação criada pelas mídias de massa. Porém, é importante pensar que há uma superestrutura política e econômica que sustenta as inovações tecnológicas com fins mais lucrativos do que educacionais. Além disso, para o entrevistado, para que ocorra interatividade, é preciso divulgação: “hoje em dia, essa resposta de interatividade poderia ser diferente se houvesse um trabalho de divulgação [...]. Precisa de um engajamento significativo.” O entrevistado 1 dispõe da mesma lógica, pois considera a divulgação, etapa essencial para a construção de interatividade: “eu acho que para a interatividade dar certo, seria necessário um trabalho anterior, estimulando as pessoas a participarem” o que amplia os processos interativos, mas também de participação ativa.

Já para o entrevistado 5, “a interatividade que é vista nos programas de outras emissoras é muito superficial, não tem uma participação mesmo. É só uma replicação de conteúdo” e completa: “a interatividade não deveria ser somente no horário do programa, mas deveria se estender depois dele.” Embora a ideia de interatividade esteja relacionada a uma ampliação da participação do público, para o entrevistado, quando questionado sobre como promover essa participação, as ideias

geradas são semelhantes à crítica feita: “interatividade, eu não consigo ver hoje na nossa estrutura algo muito diferente do programa ser exibido ao vivo, inclusive no Facebook com alguém mediando isso e as pessoas fazendo perguntas.” Ou seja, embora seja feita críticas ao tipo de interatividade existente, o entrevistado não apresenta direcionamentos possíveis para a mudança desse paradigma.

- Cultura participativa

Na categoria de Cultura Participativa, o parâmetro utilizado para a análise é a ideia de que o cidadão deve participar ativamente ao expor suas ideias e opiniões e não somente ser inserido em um contexto já pré-determinado, mas criar contextos novos.

A partir disso, o Entrevistado 1 contempla a ideia de que: “a gente tem que abrir espaço para pessoas que costumam não ter espaço. Então, se a gente quiser trazer um líder comunitário para discutir um assunto, a gente vai trazer e se a gente quiser colocar ele frente a frente com o prefeito, a gente vai fazer isso. Permitir que as vozes envolvidas possam se manifestar, se contrapor e que o telespectador tire suas conclusões”. É uma questão importante estabelecer que os espaços de fala sejam equivalentes sem que haja privilégios por segmentações sociais; assim, a produção de conhecimento passa a ser mais possível em um cenário em que a diversidade conduz as discussões.

Mas para o entrevistado 2, há restrições em um processo de participação na televisão, pois “na internet, você pode ser protagonista total e na televisão você pode ser um participante, mas nunca vai ter essa possibilidade de estar integralmente em um canal de TV.” E completa: “porque na TV, as pessoas podem até participar, discordar, concordar; mas sempre vai achar que falta alguma coisa. E por mais participação que você tenha você nunca tem aquela participação que você quer.” Essa visão conota que a participação está ligada intrinsecamente à determinada tecnologia de conexão ou de rede, sem levar em conta que a participação deve estar aquém da ferramenta tecnológica ou meio transmissor. A participação é essencial em qualquer processo democrático e quando inserido na atividade jornalística pode promover mais possibilidades de expansão das narrativas construídas.

A ideia de interatividade e participação apresentam o mesmo significado em essência para o entrevistado 3: “a participação depende muito da demanda do

público. A TV Unesp ainda não tem uma audiência para estimular essa participação com envio de materiais, por exemplo. E também não sei o quão eficiente seria se começássemos a estimular essa participação pedindo sugestões no jornal diário”. Porém, esta ideia é limitante quando relaciona participação como resultado de um consumo ou ainda coloca o telespectador como consumidor de notícia. A impressão de cultura participativa utilizada nesta pesquisa não compara a atividade jornalística a um produto, mas o reformula e traz a perspectiva de que a participação é essencial para os processos de democratização da informação e produção de conhecimento em que a mediação dos processos está relacionada diretamente ao jornalismo.

Para o entrevistado 4, a participação também está ligada a formação profissional: “eu vejo que as pessoas querem participar dos conteúdos, de se verem representadas, de estarem inseridas no processo de produção deste conteúdo. Mas não sei se é do interesse das TVs comerciais que isso ocorra. E para os jornalistas é uma adaptação, porque viemos de outra lógica e formação. Eu não tive uma formação para essas novas redes digitais.” Além disso, ao trazer o questionamento de que essa participação talvez não seja interessante para as TVs comerciais, imprime-se que a TV Universitária segue de certa forma, padrões vigentes do mercado em que os jornalistas são formados a partir de outra “lógica” e “formação”. Isso valida um dos questionamentos pontuados pela primeira fase de observação desta pesquisa que detectou que o jornalismo produzido pela TV Unesp seguia padrões de TVs comerciais da região. Porém, o entrevistado, também, imprime a ideia de que: “em uma TV como a nossa, a participação da comunidade tem que ser ativa, tanto a comunidade de Bauru quanto a comunidade acadêmica. Não seria uma interatividade, seria uma participação mesmo.” Ou seja, a participação por mais que ocorra a partir de uma plataforma tecnológica, supera a ideia de interatividade por manifestar a necessidade em formar e informar o público para que eles façam parte de todo o processo, pois, “as pessoas podem participar do processo produtivo. Você pode capacitar pessoas (acho que essa é a nossa função) para produzir um conteúdo no bairro dela”; “uma coisa legal de se fazer seriam as reuniões de pauta nos bairros para levantar questões a serem debatidas no programa na TV”, sugere.

A ideia de participação também é vista por este entrevistado como recurso de reparo da atividade jornalística, pois: “para os jornalistas isso é um grande desafio, pensar em novas possibilidades e sair da caixa já que a estrutura tradicional está ruindo aos poucos.” Ou seja, a participação não é vista como essencial à atividade

jornalística, mas como uma saída para reestruturação da profissão.

O entrevistado 5 expressa a ideia de participação como uma atividade que deve ser de engajamento dos jornalistas em busca da notícia fora da redação: “por que não captar perguntas na rua? Visitar os bairros para saber o que as pessoas gostariam de perguntar para os entrevistados?”. Além disso, o entrevistado menciona a relação entre fãs e jornalismo: “acho que no jornalismo não podemos ter fãs. Eu vejo mais as pessoas contribuindo para um debate. Se não, o jornalista é visto mais como artista, e menos o jornalismo é visto.”

Esta pesquisa contempla a ideia de que o jornalismo não pode ser visto como produto de entretenimento. E criar estratégias de participação com o intuito de criar fãs para promover a audiência de um telejornal, destoa da ideia que se tem de um telejornalismo realizado em uma TV Universitária pública.

- Telejornalismo

O telejornalismo é visto nesta categoria como atividade social capaz de mediar tramas sociais inerentes ao meio que está inserido; no caso, a televisão. Além disso, aproxima-se da ideia do telejornalismo como espaço político e afasta-se da ideia de telejornalismo como produto de entretenimento. As impressões dos entrevistados sobre esta categoria de análise levou em consideração diferentes aspectos estruturais, políticos e características da atividade jornalística para tecer suas ideias sobre a temática. Diante disso, o primeiro tema a ser discutido pela maioria dos entrevistados foi as mudanças estruturais que ocorreram na TV Unesp as quais influenciaram o modo de fazer jornalismo na TV.

O entrevistado 1 remete a ideia de que o jornalismo produzido pela TV Unesp aproximava-se do realizado em uma TV comercial pelo posicionamento político da antiga direção, pois afirma: “talvez antes, essa falta de ‘norte’ seja por conta da trajetória da antiga diretora. Ela sempre trabalhou em TV comercial e talvez ela tenha essa perspectiva mais comercial do jornalismo”. Para ele, a mudança de direção foi benéfica, pois o jornalismo proposto pela nova direção aproxima-se mais da ideia que se tem de telejornalismo em uma TV Universitária, comenta: “agora, eu vejo que está mais alinhado com essa questão da universidade e esse caráter de jornalismo público com a chegada da nova direção”. Além disso, em sua visão, o novo diretor trouxe abordagens diferentes para a rotina produtiva do telejornal que simplificou o processo: “ele já trouxe uma visão diferente do que a gente tem que

fazer em termos de jornalismo. Então, isso tem facilitado, inclusive, para planejamento de produção no qual o foco será a Unesp com reportagens em profundidade e matérias diferentes, sem ter a preocupação com o factual; já que a gente nunca vai competir com uma TV TEM, por exemplo”, comenta o entrevistado.

O entrevistado 2 contempla a ideia do entrevistado 1 e acrescenta que a mudança de direção foi importante para a segmentação de produção dos formatos jornalísticos, pois: “com a mudança de administração, o novo diretor veio com uma ideia mais ampliada; não tem que colocar a Unesp em tudo, só quando tiver alguma relevância”, ressalta. Outro fator importante para o entrevistado são os fatores administrativos que influenciam diretamente na lógica de produção, comenta: “os fatores administrativos influenciam muito; essa mudança de direção, essa indefinição, essa questão das demissões, a equipe cada vez mais enxuta. Você acaba não tendo tempo de pensar em fazer coisas diferentes, você tem que fazer.” O entrevistado 5 complementa essa visão em seu discurso, pois para ele, “com a nova direção, a equipe diminuiu mais ainda. Estamos mais focados nas coisas da Unesp, mas não temos ‘braço’ para fazer grandes coisas, só eventos mais pontuais. Na reportagem, a gente coloca mais elementos para poder ampliar a discussão, mas estamos limitados por conta do tamanho da equipe para pensar em coisas mais grandiosas”, e completa: “acho que os fatores administrativos pesam bem mais do que os fatores jornalísticos, e do que a linha editorial na produção do telejornalismo”, finaliza.

É interessante observar que na maior parte do discurso dos entrevistados, há a ideia de que a mudança administrativa foi a maior força motriz de mudanças no telejornalismo já que o conteúdo produzido até então era reflexo da linha editorial adotada pela antiga direção. Mas o fato de personalizar as incoerências do setor em uma única estratégia limita a problematização da temática. Pois, embora a linha editorial seja conduzida pela direção, a logística e o encaminhamento de pautas é definido pela própria equipe de produção. Ou seja, se havia divergências de opiniões, o que a equipe fez para mudar esse cenário ou até mesmo tentou propor de novo para estar mais alinhado com as expectativas da redação? Como antecipa o entrevistado 2, “às vezes, tem segmentação até dentro do próprio setor. Mesmo que os fatores administrativos influenciem, as pessoas também acabam se fechando em uma estrutura que já existe há tempos. Porque mudou o diretor, mudou o caminho, mas as pessoas tem que sair daquela estrutura quadrada. Eu sinto pouca

criatividade. É uma TV universitária que se arrisca pouco, que tenta pouco. É preciso se abrir mais para coisas novas, para opiniões diferentes”, relata.

Esse questionamento leva ao segundo tema discutido pelos entrevistados: jornalismo como produto. No conteúdo a seguir, é possível observar que a visão de jornalismo como entretenimento e produto de consumo influencia diretamente a produção de pautas e reportagens e aproxima-se da estrutura de uma TV comercial não só pela antiga linha editorial adotada, mas também, pela própria concepção de que alguns profissionais entrevistados têm sobre o jornalismo.

Para os entrevistados 2, 3 e 4, o futuro do telejornalismo assim como da televisão está relacionado ao entretenimento. Para eles, é preciso pensar em outras estratégias que incentivem o consumo daquilo que é produzido pelo telejornalismo. Para o entrevistado 2, “o futuro da TV no Brasil é entretenimento; mesmo o telejornalismo tradicional vai pender para esse lado; não brincalhão, mas vai pender mais para redes sociais com essa aproximação do telespectador, para chamar a atenção de alguma maneira.” Para o entrevistado 3, “a televisão no Brasil ainda é um meio com maior penetração e que acaba tendo maior relevância por ser o mais consumido”. E completa: “uma alternativa importante para quem trabalha com telejornalismo, é pensar em tornar o seu conteúdo disponível para diferentes tipos de consumo. A linguagem pode ser que não mude tanto, mas adaptar isso para outras telas para ser consumido em outros momentos, em outros espaços é importante”, conclui. Já o entrevistado 4, associa a ideia de consumo com o déficit de ensino da profissão: “essa distância que existe entre a formação e a prática, você percebe quando chega ao mercado. Por mais que grande parte da população brasileira consuma informação por meio do telejornal, não podemos desprezar que uma parcela significativa consome de outras formas”, explica.

Essas concepções distanciam-se do referencial teórico utilizado nesta pesquisa. Pois, a ideia de jornalismo como produto de consumo subjuga aquilo que deveria ser prioridade no telejornalismo de uma TV universitária pública; cujos fatores essenciais para a construção de um jornalismo mais participativo e cooperativo estão os processos de democratização a partir da associação dos conhecimentos e confluência de ideias geradas tanto na comunidade quanto no ambiente acadêmico.

Embora, a concepção de entretenimento faça parte do discurso da maioria dos entrevistados, o entrevistado 1 e 5 trazem novas perspectivas sobre a temática.

Enquanto o entrevistado 1 defende a ideia de que “o jornalismo deve se adaptar ao que a Unesp precisa e deve explorar esse lado da prestação de serviço e aprofundamento de conteúdo”, o entrevistado 5 defende a ideia de que o jornalismo precisa modificar sua estrutura para angariar audiência, como ele comenta: “não acho que a TV vai acabar por causa das redes sociais. Acho que ela tem que se aproximar de quem não está em frente da TV. Ela tem que tentar se aproximar de outros públicos, sair dessa plataforma e disponibilizar cada vez mais conteúdos curtos, videografismos, promover interação etc. Não vejo mais tanto futuro na reportagem tradicional (passagem, repórter, entrevista), acho que não tem mais apelo.” Ou seja, apesar dos entrevistados não mencionarem a ideia de consumo, não aprofundam a discussão sobre o papel social do jornalismo em uma TV Universitária, tampouco refletem sobre possibilidades democráticas dentro dessa estrutura.

O entrevistado 1, por exemplo, não amplia a discussão sobre o que seria “prestação de serviços” e “aprofundamento de conteúdo”, e de que forma poderia ser feita, qual a importância de fazer isso e quais as consequências. Já o entrevistado 5 mostra-se mais preocupado em manter audiência e adequar a linguagem às novas expectativas dos telespectadores do que reestruturar o conteúdo do que é produzido pelo jornalismo.

A partir dessas primeiras impressões, a próxima temática abordada é a estrutura da rotina produtiva da redação. A partir dessas informações, é possível detectar como o planejamento das pautas e a logística utilizada são consequências das concepções expostas anteriormente pelos entrevistados.

O entrevistado 1 afirma que “as pautas que a gente cria é muito do que a gente consome de informação, das nossas ideias, da nossa visão de mundo”. Ou seja, a produção não se configura como etapa de mediação, mas como fonte primária de informação e isso reflete a cultura organizacional da própria redação, como expressa o entrevistado 4: “o nosso conteúdo hoje é muito o reflexo da quantidade que a gente tem na equipe. Não que a gente deixe a qualidade de lado, mas o volume de produção, o alcance, a logística acaba influenciando”, comenta.

Os entrevistados 4 e 5 relacionam a rotina produtiva às mudanças estruturais da redação que são sustentados pela flexibilidade e proatividade dos profissionais. O entrevistado 4 relata que “nossa equipe de produção tem plena condição de captar material, tanto que é isso que acontece hoje. A gente tem muito essa

flexibilidade, porque a equipe é reduzida e se não existir essa flexibilidade o trabalho não anda.” Além disso, para ele, a hierarquia de cargos é desnecessária na dinâmica da TV Unesp, pois, “hoje em dia, não faz mais sentido ter um chefe de reportagem. Porque isso foi uma estrutura criada anos anteriores em uma época que a gente tinha um editor-chefe, dois chefes de reportagem em que cada um cuidava de duas equipes grandes de jornalistas. E essa é uma estrutura que vem também do mercado, de uma emissora comercial”, explica.

Com base nesse discurso, o entrevistado 5 acredita que para otimizar a rotina na redação, os estágios de produção poderiam ser centralizados em vez de divididos: “cada um tem que produzir sua reportagem, ir para a rua e captar imagem. Não faz sentido você levantar tantos dados para a matéria e passar para outro repórter fazer isso. Acho muito mais fácil fazer as pautas, ir lá e produzir; porque eu já até sei o que pode dar errado. Essa divisão de produtor, repórter, editor não faz mais sentido”, conclui o entrevistado.

Segundo as evidências dos discursos dos entrevistados, a ideia de que o jornalismo está em crise é válida, pois, o modelo tradicional de estruturação da profissão não condizem - pelo menos não na redação da TV Unesp - com as novas rotinas produtivas que são criadas a partir de mudanças de paradigmas institucionais. E essas mudanças institucionais, muitas vezes, estão relacionadas a direcionamentos políticos e econômicos que influenciam diretamente a lógica organizacional da atividade jornalística.

Assim sendo, alguns questionamentos sobre o futuro da profissão tal como os desafios de inclusão do telejornalismo em uma nova lógica institucional, são relatados pelos profissionais entrevistados. Para o entrevistado 4, a mudança de paradigma deve ser repensada, também, nas instituições de ensino, para ele, “a academia e os processos pedagógicos são muito atrasados e não conseguem colaborar com essa mudança no jornalismo. Eu acho que vai partir da tentativa e erro de quem está do lado de cá, do mercado”, critica. O entrevistado 2 complementa essa visão ao mostrar a mudança de paradigma na formação de jornalistas: “quando eu entrei na faculdade, a nossa visão era muito melhor sobre o jornalismo, não tinha essa tensão. Acho que o grande desafio do telejornalismo, agora, é de como se mostrar relevante.” Além disso, o entrevistado também acredita que “a TV não vai acabar, assim como os outros meios não acabaram. Mas talvez ela tenha que se integrar à internet; ela vai ter que usar a rede social para

sobreviver, ser mais rápida. Acredito que a internet cada vez mais vai ter influência na forma de se fazer jornalismo; principalmente por essa precarização da profissão”, conclui.

Educação e precarização da profissão são categorias fundamentais para o entendimento da crise estrutural da profissão. Pois, em decorrência da educação que não acompanha o ritmo das mudanças sociais, educa jornalistas a partir de um embasamento teórico e prático que são obsoletos para o modelo de televisão contemporâneo. Uma das consequências desse processo é a precarização da profissão, o que pode ser observado nas transformações da lógica produtiva das redações que diminuem o quadro de funcionários e atribuem cada vez mais funções aos profissionais remanescentes.

- TV Universitária e democratização da informação

Esta categoria é analisada sob o ponto de vista de que a TV Universitária é um espaço para construção de relações entre comunidade e universidade, em que seja envolvida a divulgação e apoio ao conhecimento gerado tanto na universidade quanto gerado nas comunidades locais. Esse mecanismo deve fortalecer os processos de politização da sociedade e democratização e diversidade da informação, reforçando valores de convivência democrática, inclusão e participação social. Sendo assim, em linhas gerais, os entrevistados nesta pesquisa exprimem a ideia de que a TV Universitária também deve assumir sua função educativa e de prestação de serviços.

Para o entrevistado 1, a função é “dar visibilidade para o que se faz na Unesp e de como ela impacta a comunidade.” Além disso, é preciso “sempre tentar problematizar essa relação de que a Unesp tem com a cidade de Bauru”, comenta. Já para o entrevistado 2, “o grande conceito da TV Universitária é tentar abordar assuntos que interessem ao público da universidade - tanto aluno, professor e servidor- mas, que também alcance o público de casa, que não faz parte da universidade e que tenham o interesse de assistir” , além disso, para ele, contar com a participação dos universitários é essencial, pois, “TV Universitária é uma TV que tem uma grande participação dos universitários. Porque se a gente tem um curso dentro da universidade, tem uma estrutura dessa, tem que ter a participação deles”, explica.

O entrevistado também amplia sua visão ao refletir sobre a conexão entre TV

e comunidade: “por estar em Bauru, estar na comunidade, no canal aberto, precisamos fazer alguma coisa para a pessoa se sentir importante. Por meio da prestação de serviços, por exemplo, a pessoa entende que a TV UNESP é da universidade, mas também é da cidade”, comenta.

A partir dessas primeiras impressões, a TV Universitária deve ampliar o debate e a discussão com a comunidade, isso é inquestionável. Mas a forma como deve ser feita, na concepção desta pesquisa é diferente. A TV Unesp por ser uma emissora universitária deve refletir conteúdos voltados para a cidadania, educação e cultura a fim de potencializar os processos de democratização e diversidade da informação. Para isso, essa integração não deve ser feita de forma vertical da Unesp para a comunidade, mas deve ser uma troca orgânica entre comunidade e universidade em que os aspectos locais sejam contemplados tanto quanto a identidade nacional.

No discurso do entrevistado 3, “uma TV Universitária é uma televisão ligada a uma universidade, instituição de ensino e que dá espaço para os professores e alunos, assim como dá espaço para aquilo que está sendo produzido na universidade”, porém, há algumas restrições a este modelo, como afirma o entrevistado: “nós não estamos acostumados ainda a ser uma TV Universitária e nem a Unesp está acostumada a ter uma TV Universitária”, explica. Essa reflexão do entrevistado é interessante pois traz uma perspectiva institucional sobre a TV Unesp em que o direcionamento para o cumprimento de sua função educativa não é claro nem para quem a sustenta economicamente nem para quem a consolida no campo imaterial com produção de programação e conteúdos. Isso fornece pistas de como os impedimentos ou facilidades de mudanças estruturais na TV Unesp, não estão ligadas apenas aos profissionais que a produzem, mas também a questões institucionais muito mais amplas.

Outra função importante segundo a visão do entrevistado 5, é o fomento à pesquisa, pois “um papel da TV Universitária também seria incentivar pesquisas na área. Acho que estamos muito distante da universidade, principalmente do jornalismo. E nosso papel também é ajudar a desenvolver essa integração”, explica. Complementando a ideia do entrevistado, mais do que incentivar pesquisas na área, a relação da TV Unesp em primeira instância deve ser com a educação, ao estabelecer-se como espaço para experimentação, assim a aproximação entre pesquisa, TV e universidade poderia ser mais próxima.

Ainda seguindo a ideia de TV Universitária enquanto espaço para a educação, o entrevistado 1 comenta sobre as perspectivas de aproximação com a comunidade local: “nosso papel é mostrar essas questões para comunidade local e preencher estas lacunas educativas e culturais que a gente não consegue ver em uma TV comercial, por exemplo.”

Outra temática abordada pelos entrevistados, mais uma vez, é o distanciamento necessário de uma TV comercial, pois “a TV Universitária é pública tem que oferecer um conteúdo diferente. O que acaba impactando esse processo é superar os formatos que já estamos acostumados das TVs comerciais. E para a gente adaptar essa realidade para o contexto universitário é complicado”, comenta o entrevistado 3. E complementa o entrevistado 2: “a gente tem um espaço aberto que as TVs comerciais não têm e temos uma flexibilidade maior. Nosso papel é de prestação de serviços, de ampliação do debate, do público participar.”

O entrevistado 4 relata a necessidade de mudar a forma de produção da notícia: “eu entendo que a TV Universitária tem que ter outro foco, mais reflexivo. Não é ‘estar por estar na agenda’ dos assuntos da cidade, mas abordar esses assuntos de forma mais ampliada”, comenta. Para o entrevistado 5, o jornalismo que era feito na TV Unesp era inusitado, como relata: “quando eu cheguei na TV em 2013 eu tive um ‘baque’ com o que o jornalismo fazia. Aquilo não era TV Universitária. Era um jornal comercial de uma TV convencional. A antiga diretora sempre pedia isso e o nosso antigo editor-chefe também tinha essa visão de jornalismo comercial”, explica.

Essas questões levantadas pelos entrevistados são fundamentais para se estruturar a programação de uma TV Universitária que esteja alinhada com seus propósitos a fim de atender a comunidade local e ampliar o debate. Porém, é preciso ir além do conteúdo, da forma; é preciso rever as estruturas. É imprescindível pensar em se aproximar da comunidade não apenas na etapa final de produção, mas inseri-los em todas as etapas produtivas, desde a concepção do que se pretende fazer com a programação da TV aos conteúdos que serão veiculados. Pois, como comenta o entrevistado 1, “é nossa função dar um retorno diferente para a sociedade, já que nosso financiamento é a partir do dinheiro público”. E mais, é preciso entender o que a sociedade quer e espera da TV Unesp e reestruturá-la a partir disso.

Quando questionados sobre a rotina produtiva, alguns entrevistados fizeram

críticas à estrutura da TV Unesp e ao modo como é produzido o jornalismo. Para o entrevistado 2, por exemplo, “é preciso se libertar dessa coisa burocrática que a própria Unesp tem e que acaba limitando a atividade do jornalismo na TV. Às vezes, esses obstáculos vão padronizando e enrijecendo o processo. É preciso se abrir mais. Estamos em uma TV Universitária que a gente pode experimentar, tentar. A gente não tem essa questão da audiência que se não der certo a gente pode fechar como se o anunciante fosse mandar todo mundo embora”, critica o entrevistado.

Essa é uma questão fundamental para que os problemas estruturais não sejam minimizados e atribuídos aos profissionais da televisão, pois, a burocracia, assim como os padrões limitantes, são consequências de uma cadeia produtiva pensada e edificada pela instituição e esta é realizada de certa maneira para atender a outras exigências do próprio sistema econômico vigente neoliberal.

Para sustentar a ideia anterior, o entrevistado 4 explica que “a Unesp passa por um momento de crise financeira e ela teve que repensar todos seus pilares, inclusive a TV.” Ou seja, “acho que a Unesp começou a enxergar mais a TV, coisa que não ocorria antes. Ela começou a enxergar quando a TV começou a ter um custo”, avalia o entrevistado. A crise financeira mencionada pelo entrevistado e a necessidade de redução do quadro de funcionários, de certa maneira, fez com que os profissionais e a nova direção comesçassem a repensar a estrutura da televisão a fim de assegurar a sua existência e seu sustento. Como confirma o entrevistado 3, “a TV, hoje, tornou-se aberta à potencialidade que ela tem para contribuir com a universidade. Antes, o que acontecia muito era a TV se fechar para a agenda da universidade, porque estava seguindo uma lógica comercial. Hoje em dia, a gente mudou isso.” O entrevistado 5 apresenta a mesma ideia: “acho que agora a gente está mais no caminho do que uma TV Universitária deveria ser do que antes. Falo em relação ao jornalismo, porque os outros programas abordavam os assuntos de forma mais alinhada com a ideia de uma TV educativa.”

Para finalizar este tema, o entrevistado 5 apresenta uma crítica ao modo como a TV Unesp faz jornalismo: “apesar da rádio Unesp ter uma estrutura menor, eu acho que a prestação de serviço que eles dão tem mais a ver com uma jornalismo universitário do que a própria TV.”

A partir das impressões e críticas realizadas durante a entrevista, os profissionais finalizaram seus discursos com algumas possibilidades para o futuro da televisão assim como do jornalismo. Para o entrevistado 2, um dos ajustes feitos na

TV Unesp e que podem contribuir positivamente para a mudança de paradigma do telejornal é a aproximação com os estudantes de jornalismo. Pois, “a chegada dos estagiários pode ajudar a sair da caixinha. Porque a gente tem que saber ouvir e se abrir para o que de novo eles podem oferecer; eles podem não ter experiência do dia a dia, da rotina, mas eles têm outras visões e outras ideias que podem contribuir muito para quebrar esse padrão que existe hoje. Porque não é preciso ter padrão”, comenta.

O entrevistado 3 apresenta a mesma ideia de que o futuro da TV Unesp deveria estar sob responsabilidade, também, da universidade; para ele, “o interessante seria os próprios cursos de comunicação da universidade preverem o uso da TV enquanto ferramenta e lugar de experimentação. E talvez incorporar essas iniciativas na própria programação da TV. Mas isso demanda organização e planejamento.” E para finalizar, o entrevistado 5 ainda traz uma indagação: “se uma TV Universitária não puder fazer tentativas, quem vai fazer? Sou totalmente a favor dessa mudança de concepção de redação. A academia não vai conseguir propor nada novo para quem está no mercado, e quem está no mercado, às vezes, não dá abertura para ouvir o novo. Se uma TV que não tem essa pressão de agência, de patrocínio não conseguir fazer essas mudanças, ninguém vai conseguir.”

As ideias de aproximação entre TV e universidade são importantes para cumprir com sua responsabilidade social educativa. Porém, mais uma vez, a importância de aproximação com a comunidade não é inserida neste planejamento tampouco refletida por eles. Assim, a partir dos dados que o processo de entrevistas gerou para a pesquisa, a percepção dos sujeitos envolvidos e os fenômenos sociais observados, foi possível inferir alguns pontos a serem discutidos e trabalhados para o novo formato de programa jornalístico “Bauru em debate”.

6.3 Plano de ação e o Programa “Bauru em debate”

Neste item apresenta-se a contribuição de ideias a partir da reflexão sobre os problemas prioritários considerados por esta pesquisa e um possível plano de ação que pode ser considerado na concepção do programa “Bauru em debate”. Essas ideias foram apresentadas e discutidas com a equipe de jornalistas da TV Unesp que participam da pesquisa e, poderão entrar como parte da estruturação do programa. A partir de uma breve sinopse (Anexo B) do que a redação da TV Unesp

arquitetou para o programa, segue a seguir breve roteiro com as principais ideias que foram discutidas com a equipe de jornalistas.

- Reunião de pautas abertas

A ideia deste tópico é trazer para o programa temáticas que sejam alinhadas com a perspectiva e percepção dos problemas considerados prioritários pela comunidade local. Assim, a construção do programa seria de certa forma, coletiva e a diversidade da informação seria a essência do programa.

- Gravação externa

Embora neste ponto, a questão de infraestrutura deva ser discutida, a ideia é possibilitar maior participação das pessoas no programa ao vivo para debater ideias e expressar seus pontos de vista. O objetivo é ampliar o debate para além da comunidade acadêmica ou autoridades locais; a intenção é dar espaços de fala equivalentes para todos os envolvidos.

- Uso de meios sociais

Como uma das intenções desta pesquisa é verificar a possibilidade da linguagem transmídia, o uso de meios sociais é essencial. Porém, é preciso que este uso supere as noções de interatividade superficial e amplie o espaço para participação. Essa forma de interação social deve superar as barreiras dos recursos e conectividade e ampliar as conexões em redes para a expansão das demandas sociais. E neste aspecto, o conhecimento dos universitários poderia ser mais bem explorado pela proximidade com a linguagem e recursos dos meios sociais.

- Telejornalismo como parte da narrativa

Os telejornais diários poderiam trazer séries de reportagens e entrevistas sobre o tema que seria debatido no programa na semana. Ou seja, seria mais uma possibilidade de aprofundamento do tema e ampliação do debate.

- Interatividade comunicativa

O objetivo é usar as novas TICs como amplificação do discurso e mais do que isso, as impressões e materiais produzidos pelos internautas seriam expostos de forma pública. Parte deste material poderia ser exibido durante o programa e a participação

online também poderia ser uma possibilidade.

- Aproximação da rádio Unesp

Este tópico tem o objetivo de mostrar a importância de aproximação entre rádio e televisão universitária a fim de explorar as potencialidades de ampliação dos discursos. Os temas desenvolvidos nos programas semanais na televisão, também, poderiam ser desenvolvidos de forma complementar pela rádio Unesp. Essa “parceria” poderia ser pensada estrategicamente entre os dois meios de comunicação.

- Envolvimento com a graduação

Os alunos de jornalismo poderiam ser inseridos no processo produtivo do programa, pois além de explorar as potencialidades de experimentação de novas linguagens e formatos, eles também estariam aprendendo na prática técnicas de produção em TV. Ou seja, a TV Unesp poderia funcionar como laboratório para os alunos para que eles pudessem confrontar a teoria e a prática.

- Envolvimento com os projetos de extensão e pesquisa

O fomento à pesquisa e desenvolvimentos de projetos que expandam o conhecimento gerado na universidade para a sociedade é parte fundamental do trabalho que a TV Universitária deve desenvolver. Neste âmbito, a aproximação com os projetos de extensão e pesquisa são essenciais para que o crescimento de ambos seja mútuo e integrado, além de produzir novos conhecimentos.

6.4 Reflexões da pesquisa

Neste item apresenta-se a identificação e análise dos problemas inferidos a partir das etapas de pesquisa realizadas.

A partir das entrevistas, puderam-se observar alguns desencontros entre aquilo que foi observado e aquilo que foi falado pelos profissionais, principalmente em relação à concepção do papel da televisão universitária e daquilo que era feito na prática. Além disso, foram identificadas algumas limitações para a execução do plano de ação apresentado para o novo programa da TV Unesp, “Bauru em Debate”, de ordem prática e institucional. Isso fez com que a análise e busca de referências

teóricas fossem ampliadas pela pesquisadora na busca de entender alguns fenômenos de ordem institucional a fim de achar possíveis respostas para a pergunta de pesquisa. Sendo assim, a análise foi complementada por pesquisas bibliográficas que trouxeram uma visão mais interdisciplinar sobre o objeto de pesquisa a partir dos conhecimentos da área de educação, comunicação e sociologia.

Essa fase da pesquisa baseia-se na tentativa de analisar os dados coletados a partir de uma leitura mais crítica sobre o problema, ou seja, enquanto a primeira fase se propôs a entender e observar o *locus* de pesquisa, a segunda fase a entender os sujeitos da pesquisa, a terceira a criar um plano de ação para discussão dos problemas prioritários, essa quarta fase busca entender os fatores institucionais que possam ter contribuído para os problemas observados. A partir disso, os pontos observados foram:

- O distanciamento da TV Unesp e da comunidade;
- Interatividade vista como ferramenta de entretenimento;
- TICs como ferramenta para atrair audiência e jornalismo como produto;
- Narrativa transmídia como estratégia;
- Pouco espaço para experimentação na TV Unesp;
- Precarização da atividade jornalística;

O ponto de partida estabelece-se nas mudanças administrativas com a mudança de direção e como isso impactou a lógica produtiva. Foi possível observar na fala dos entrevistados que a mudança de direção influenciou a forma como se faz jornalismo na TV Unesp assim como a criação de novos programas que ampliam a conexão entre televisão e comunidade.

A questão da participação, por exemplo, é um dos fatores mais urgentes a ser tratado pela TV Unesp. Neste âmbito, as mudanças institucionais que ocorreram no período em que a pesquisa foi realizada, mostram uma mudança de paradigma ao modo de se fazer e pensar TV Universitária dentro da instituição. A criação de novos programas de debate, por exemplo, são iniciativas de aproximação com a comunidade local a fim de legitimar sua função de TV pública e educativa. Isso reflete a iniciativa de tentar solucionar o problema que se tem hoje na TV Unesp, de distanciamento da comunidade; problema este que limita os processos de

democratização e diversidade da informação, assim como a produção de conhecimento sinérgico entre sociedade e universidade.

O direcionamento institucional, na área administrativa da televisão, com o estabelecimento de uma nova direção, influenciou diretamente a lógica de produção tanto do telejornalismo quanto dos demais programas, pois, a linha editorial mudou e passou a estabelecer novos direcionamentos aos conteúdos que deverão ser produzidos. Essa mudança de administração também contribuiu para a realização desta pesquisa, já que houve uma ampliação para a participação da pesquisadora na TV Unesp.

Outros pontos deficitários detectados são as noções do uso de interatividade e das novas TICs. A interatividade vista como ferramenta de entretenimento assim como as TICs como ferramentas para angariar audiência são concepções análogas aos próprios movimentos convergentes comunicacionais que tendem a adotar soluções tecnicistas na tentativa de amplificar as narrativas e, conseqüentemente, seu espaço na lógica criada no ciberespaço.

Mesmo que o conceito de interatividade seja visto como a capacidade do telespectador de reagir ao conteúdo exposto no telejornal e ampliar a sua ação ao comentar, criticar e opinar; ainda são interações estabelecidas no nível de sujeito e objeto. Ou seja, a interatividade estimula de certa forma, a interação entre os telespectadores e a televisão sem que essas formas de interação se estabeleçam em níveis de redes entre sujeitos e sujeitos.

Esse tipo de interação sujeito/sujeito que é o esperado na tentativa de inserção de interatividade na TV Unesp só é possível de ser estabelecido se a estrutura e lógica de produção construírem narrativas que permitam essa participação mais abrangente. E para isso, algumas estruturas mais fundamentais devem ser repensadas, já que a interatividade, assim como o uso das TICs são necessidades secundárias dentro da TV.

Outra questão que pôde ser inferida neste processo investigativo é a noção de narrativa transmídia como estratégia e não como linguagem. A partir da percepção dos entrevistados e das reflexões bibliográficas realizadas até aqui, nota-se que a possibilidade de uso dessa técnica está associada a ideia de jornalismo como produto de entretenimento, ou seja, a narrativa transmídia poderia ser utilizada como estratégia para vender notícias, ao relacionar informação com o consumo. Portanto, a ideia de linguagem é subtraída neste processo, já que a ideia principal

não é a inovação do formato e estrutura do telejornalismo a fim de resignificar sua função social, mas de modificar suas relações de consumo o que se aproxima com a ideia de estratégia mercadológica transmídia.

Outro ponto observado são os fatores limitantes dentro da TV Unesp, que constituem na falta de espaço para experimentações de novos formatos e linguagens. O distanciamento da TV não se estabelece apenas com a comunidade local, mas também com a comunidade acadêmica, pois o contato com estudantes da universidade ainda é insuficiente. Essa circunstância já é um indício para legitimar uma das hipóteses desta pesquisa de que a implementação da linguagem transmídia no telejornalismo, também seria impossibilitada por questões institucionais.

Outro fator institucional que induziu às mudanças da rotina produtiva na TV Unesp foi a redução do quadro de funcionário com a demissão de alguns profissionais. Essa decisão acarretou em uma precarização da práxis do telejornal, pois como observado no discurso dos entrevistados por esta pesquisa, o tempo para pensar em novas abordagens e estratégias é limitado e o atributo de tarefas passou a ser cada vez mais concentrada nos profissionais remanescentes. Como consequência, a execução das ideias propostas no plano de ação criado por esta pesquisa se tornam, também, limitadas já que seriam necessários mais profissionais envolvidos. Além disso, essas mudanças instituíram uma maior necessidade de flexibilização na redação o que acarretou no desenvolvimento de funções híbridas entre os profissionais; ou seja, um mesmo profissional é capaz de realizar todas as tarefas da cadeia produtiva.

Essa nova lógica produtiva reflete a precarização da profissão; que com a justificativa de que o profissional precisa ser interdisciplinar, subjuga a profissão e impõem condições de salários e rotinas de trabalho cada vez mais degradantes aos profissionais.

Portanto, as reflexões sobre as limitações institucionais que foram pontuadas até aqui, influenciam diretamente a forma de organização de trabalho dentro da TV Unesp assim como estabelece limitações em diferentes níveis aos processos de democratização da informação, inovação e produção de conhecimento. Essas limitações, por sua vez, são consequências de limitações políticas e econômicas muito mais abrangentes e que serão discutidas com maior profundidade na parte de considerações finais desta pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das investigações realizadas nesta pesquisa, alguns conceitos presentes em relação à tecnologia, telejornalismo, TV Universitária e narrativa transmídia puderam ser correlacionados e interpretados a partir de questões subjacentes mais amplas que relacionam diretamente a forma como essas narrativas se constroem. A partir da interação desses fenômenos, esta pesquisa pôde inferir diferentes níveis de interpretação sobre os objetivos propostos - por meio da pesquisa participativa - tais como, as possibilidades do uso da linguagem transmídia no telejornalismo brasileiro, a identificação dos processos de produção do telejornalismo, o uso de recursos multimídia e interatividade assim como a participação social na TV Universitária.

A hipótese levantada de que o uso de recursos conceituais e tecnológicos transmídia na produção de um telejornalismo de uma TV Universitária poderia ser mais uma estratégia do que uma linguagem pôde ser validada a partir das conceituações teóricas do que é “narrativa transmídia”, a partir da percepção dos entrevistados e do que foi observado por parte da pesquisadora no ambiente da TV Unesp. Ou seja, o uso da narrativa transmídia estabelece-se como estratégia já que a ideia de estratégia transmídia advém do âmbito mercadológico em que a transmídia foi conceituada, distanciando-se, assim, dos preceitos fundamentais da atividade jornalística e; portanto, sendo impossibilitado seu uso apenas como linguagem.

Mediante isso, esta pesquisa buscou investigar quais seriam as possibilidades de implementação da narrativa transmídia - técnica esta nascida no contexto de globalização e inovações tecnológicas – no telejornalismo de uma TV Universitária a fim de observar as possíveis relações estabelecidas entre tecnologia, democratização da informação e produção de conhecimento. Diante dos resultados obtidos e das reflexões metodológicas realizadas, essa relação configura-se na relação entre jornalismo e consumo em que, neste âmbito, as categorias fundamentais para a concepção de linguagem transmídia, como interatividade, multiplataformas (TICs), ideia de coprodução e divulgação em redes; modificam a noção de linguagem para estratégia.

A estratégia transmídia busca conduzir os “prossumidores” (TOFLER, 1980) a consumir cada vez mais um produto e quando transferimos essa ideia para as

rotinas jornalísticas, o produto a ser consumido é a informação, a qual se estabelece como produto de troca com o público; ou seja, a estratégia transmídia quando inserida na lógica produtiva do telejornalismo é uma estratégia mercadológica em que tem como objetivo angariar audiência; e neste contexto, a atividade jornalística se estabelece como entretenimento. Essa lógica pode ser explicada a partir da precoce apropriação do termo transmídia por outras áreas do conhecimento. Pois.

Pela necessidade de um “guru” e de um aporte teórico capaz de explicar fenômenos cada vez mais evidentes e diversificados de articulação entre mídias, suas postulações [de Jenkins] repercutiram rapidamente e foram aproveitadas em distintos campos de produção cultural (teledramaturgia, jornalismo, publicidade etc.), sem que houvesse a preocupação de se problematizar, em cada um deles, a pertinência e os limites das apropriações conceituais. Em pouco tempo, no mercado e na academia, as expressões “transmídia” e “transmídiação ” foram adquirindo tamanho grau de generalização que passaram a se confundir com as noções mais amplas de convergência de mídias ou cultura participativa, que são precondições para a emergência do fenômeno. (FECHINE; et al., 2013, p. 21-22)

Neste âmbito, a ideia de notícia como produto é negada por esta pesquisa; já que esta apresenta diferente concepção ideológica para a atividade jornalística, em que seu papel essencial é a mediação e (des) construção de cenários sociais a fim de assegurar a liberdade de expressão e a democratização e diversidade da informação. Portanto, as possibilidades de implementação da narrativa transmídia enquanto estratégia no telejornalismo em uma TV Universitária deve superar a ideia de consumo e adotar o conceito de transmediação disruptiva o qual estabeleceria uma nova ordem produtiva nas redações e modificaria o modelo de produção de distribuição; mas se planejará também os desdobramentos necessários dos conteúdos relacionados à notícia, possibilitando uma maior ampliação do debate.

Além disso, algumas categorias essenciais da narrativa transmídia apresentam-se como desafios a serem superados, como, por exemplo, a ideia de que as novas tecnologias podem revolucionar os processos democráticos.

As novas TICs (Tecnologia da Informação e Comunicação) se estabelecem nesse cenário como ferramentas capazes de integralizar e promover transformações nos espaços sociais, como se os processos democráticos estivessem a um clique. Diante do misticismo de que os processos de transformação social advêm da evolução de aparatos tecnológicos e o “endeusamento” das técnicas, promove um estado de “maravilhamento” (PINTO, 2005) do homem frente às inovações tecnológicas; as tecnologias são neutralizadas como parte do cotidiano sem que

haja a reflexão de a quem essa tecnologia está a serviço e quais são os interesses envolvidos (FREIRE, 1984). Diante disso, o desdobramento do tecnicismo deve ser observado, pois, a democratização da comunicação vai além do controle técnico dos meios; é um processo puramente político em que o controle social dos meios e conteúdos são procedimentos e não mensagens por si só. É imprescindível que este processo não seja apenas uma mera transposição da discussão dos elementos da radiodifusão para a internet. É necessário que a barreira da tecnocracia seja superada, pois, a expansão dos meios de produção não é suficiente para integrar a sociedade à nova era da informação (TOYAMA, 2010). É preciso que os espaços digitais sejam ferramentas a favor da democracia e a favor da construção de cenários sociais em que a diversidade possa ser exposta, construída, ressignificada e expandida.

Os desafios e possibilidades de democratização não são somente técnicos, são de ordem cognitiva, ou seja, é preciso verificar os desafios disruptivos no campo da comunicação e das técnicas. Pois, como define Santos (2007), estamos vivendo a crise do contrato social, em que “a manutenção da democracia política representativa está sendo feita sem redistribuição social”, ou seja, “vivemos em sociedades politicamente democráticas, mas socialmente fascistas” (SANTOS, 2007, p.88) em que uma minoria cria as condições hegemônicas vigentes. Embora, os meios de comunicação de massa sejam, em grande parte, responsáveis por difusão destes padrões e manipulações de diversos setores da sociedade; com o advento da internet, espaços - ainda que mínimos e superficiais- foram criados para debates e expressão das minorias e é neste ponto que as possibilidades democráticas devem ser aprofundadas.

Outra questão a ser analisada é a lógica produtiva do telejornalismo brasileiro, pois, a partir do modelo de negócio o qual a TV foi consolidada, em que a maior parte da verba provém de anunciantes (MATOS, 2009), as diretrizes que guiam o telejornalismo no Brasil tendem a seguir os interesses comerciais da empresa de mídia. Essa característica evidencia que o jornalismo está condicionado aos formatos e limites do modelo de negócio em televisão. Mas quando este formato é exposto em um modelo de TV Universitária pública, em que os processos de democratização são primordiais, esse modelo comercial torna-se um grande problema.

A TV Universitária está vinculada à responsabilidade de atender às

necessidades de informação da sociedade, aperfeiçoar os processos de democratização da informação e suprir as “carências de conteúdo local” (OLIVEIRA, 2017). Estas singularidades delimitam os diferentes aspectos legislativos, administrativos e estruturais fundamentais que devem fazer parte de uma TV Universitária. Em vista disso, o modelo de “telejornalismo comercial” - constatado como parte dos resultados desta pesquisa - não condiz com o modelo de TV Universitária esperado, pois a ideia de “prossumidor” e de “consumo de notícias” são alienantes neste espaço. A ideia de implementação da estratégia transmídia na TV Unesp, neste momento, portanto, poderia ser prejudicial, já que sustentaria a ideia de informação como mercadoria em vez de conhecimento. É preciso que a TV Unesp supere algumas barreiras institucionais antes de experimentar novos formatos para o telejornalismo; pois, é preciso que a TV Unesp se posicione e ocupe seu espaço nos processos democráticos da sociedade e estabeleça relações multidirecionais com as comunidades locais a fim de produzir novos conhecimentos tanto para a universidade quanto para a sociedade. Pois,

A popularidade, alcance e audiência das transmissões televisivas públicas, ampliadas por suas mais diferentes formas de recepção, tornaram-se elementos fundamentais para a construção do processo democrático na contemporaneidade, influenciando tanto em processos deliberativos quanto em decisões judiciais, já que o clamor das ruas não passa despercebido das estruturas oficiais de poder. É, portanto, indispensável que haja continuidade dessa construção midiática na esfera pública, de modo que represente crescimento nos próprios conceitos de participação cidadã até hoje vigentes e que signifique a revitalização do debate da participação pública na tomada de decisões, rompendo com o dogma da aparente passividade de uma sociedade constituída de indivíduos meramente receptivos. (SILVA, 2017, p.29)

Neste âmbito, a TV Unesp desde sua criação “tem o compromisso com a promoção da cidadania e do desenvolvimento local” e foi projetada nos padrões de digitalização do sistema brasileiro de televisão, estabelecendo-se como espaço dentro da universidade para experimentação de novas tecnologias, linguagens e formatos para a televisão no Brasil, já que enquanto TV Universitária e educativa, um dos seus compromissos é com a pesquisa, ensino e extensão. Porém, como pontuado nesta pesquisa, o espaço de experimentação de novas estratégias e linguagens, como a verificação do uso da linguagem transmídia, por exemplo, é limitada e dificultada devido às limitações institucionais da TV Unesp.

Em relação às barreiras institucionais mencionadas, verificou-se como

resultado nesta pesquisa, a burocracia e padrões de ordem administrativa que limitam a lógica da produção jornalística; tais como modelo e formato da TV Unesp próximo de parâmetros comerciais, redução do quadro de funcionários e consequente precarização da rotina produtiva.

Nessa perspectiva, é necessário que o uso da estratégia transmídia no jornalismo supere o funcionalismo da profissão (GENRO, 1996) no qual evidencia as “anormalidades” sociais e media as trocas comunicativas para que elas estejam em harmonia com a condição sustentável e “normal” da sociedade do sistema vigente neoliberal. É preciso que essa estratégia estabeleça novas formas de emancipação social da sociedade diante dos processos democráticos a fim de sustentar os processos de aprendizagem e produção de conhecimento. E neste processo, a TV Universitária assim como o jornalismo devem ser espaços que reorganizem e desenvolvam processos democráticos capazes de redefinir o espaço do conhecimento na sociedade, pois “a ecologia dos saberes, enquanto revolução epistemológica no seio da universidade” (SANTOS, 2011, p.75) pode ser capaz de promover juntamente com a televisão que é “mídia essencial para a democracia” (WOLTON, 2003, p.18), novas formas de emancipação social. E neste processo, a tecnocracia não tem espaço. Ou seja, a estratégia transmídia para ser inserida no telejornalismo brasileiro a fim de promover os processos de democratização da informação e produção de novos conhecimentos, deve superar seu alicerce tecnológico e redefinir a lógica produtiva disruptiva essencial à atividade jornalística.

Estabelece-se, portanto, para estudos futuros, a reflexão de outras abordagens para os objetos de pesquisa aqui estabelecidos, como a investigação do campo da TV Universitária, as diferenças entre interesse público e interesse do público, assim como submeter à crítica a conceituação daquilo que se estabelece como serviço público.

REFERÊNCIAS

ALBORNOZ, L. A. A integral digitalização das indústrias culturais: tensões e reestruturações em andamento. In: CARVALHO, J. M. DE; MAGNONI, A. F.; PASSOS, M. Y. (Orgs.). **Economia política da comunicação**: digitalização e sociedade. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2013. p. 23–44.

XL CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 40, 2017, Curitiba. . ARAGÃO, R.M. *Em Busca do Jornalismo Transmídia: Mapeando as estratégias no telejornalismo de TV aberta*. São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1579-1.pdf> Acesso em: 25 nov.2017.

BACELLAR,L; BISTANE,L. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2014.

BARTOLACCI. L. **Nuevos Medios**: nuevos modos; nuevos lenguajes. 1º Foro de Periodismo Digital de Rosário, 2008

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien, Rio de Janeiro, 2001.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, LDA, 1988.

BOURDIEU,P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A., 1989.

BRANDÃO, C. R. Pesquisar-Participar. In: BRANDÃO, Carlos R. (Org.). **Repensando a pesquisa participante**. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 7-14.

BRASIL. Presidência da República. Lei n. 236 de 28 de fev de 1967. **Dispõe sobre a regulamentação do Código Brasileiro de Telecomunicações e criação da Televisão Educativa, para uso de Universidades e órgãos da cultura**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0236.htm>. Acesso em: 16 set. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Lei n. 4.901 de 26 de nov de 2003. **Dispõe sobre a instituição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital- SBTVD**. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4901.htm>. Acesso em: 16 set. 2017.

BUCCI, E. **Brasil em tempo de TV**. 3 ed. São Paulo: Bartira Gráfica e Editora,2000.

BUSTAMANTE, J. Poder comunicativo, ecossistemas digitais e cidadania digital. In: SILVEIRA, Sérgio A.(Org). **Cidadania e redes digitais**. 1ª ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil: Maracá- Educação e Tecnologias, 2010.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer; atualizado para 6ª ed.: Jussara Simões. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, M. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

DEMO, P. **Introdução à metodologia da ciência**. São Paulo: Atlas, 1985.

Documento UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. A Televisão universitária no Brasil: Os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe. **ABTU- Associação Brasileira de TV Universitária**. Brasília, 2004. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001399/139903por.pdf>> Acesso em: 27 nov. 2017

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006

FECHINE, Y. et al. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata (Org). **Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FREIRE, P. A máquina está a serviço de quem? **Revista BITS**, São Paulo, v.1,n.7, p.6, maio, 1984. Disponível em: www.paulofreire.org/Crpf/Acervo000040. Acesso em: 5 jan. 2018.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GENRO FILHO, A. O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. In: **Revista da Fenaj**. Brasília, Fenaj. Ano I, n.1. mai. 1996

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria, São Paulo, 2009.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2012

LANDOW, G. **Hipertexto 3.0**. Madrid: Paidós Ibérica, 2009.

LEMONS, A. L.M. Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais. **Facom- UFBA**- Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interativo.pdf> Acesso em 10 mar. 2017

LEMONS, R. Novas lutas, novas armas. **Revista Trip**, São Paulo, n. 258, setembro, 2016. Disponível em: <http://revistatrip.uol.com.br/trip/coluna-de-ronaldo-lemons-novas-lutas-novas-armas>. Acesso em: 16.jun.2017

LEVINSON, P. **New new media**. Nova Iorque: Pinguim, 2012.

MAGALHÃES, C. Televisão universitária como ensino, pesquisa e extensão: 45 anos da experiência brasileira. **Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS** Porto Alegre, v. 19, n.1, p. 106-126, jan./jun, 2013.

MANOVICH, L. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: LEÃO, L. (Org.). **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. Tradução: Luís Carlos Borges. São Paulo: SENAC, 2005.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge, 2001.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

MARKONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: 2008.

MATOS, S. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. 4 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MEYROWITZ, J. Ambiente, canal, linguagem: as mídias para Joshua Meyrowitz. In: MARTINO, Luís de Sá. **Teoria das Mídias Digitais** - linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MORAES, D. DE. Sistema midiático y poder. In: MORAES, D. DE.; RAMONET, I.; SERRANO, P. (Orgs.). **Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información**. 1ª. ed. Biblos: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2013, p. 19-46.

OLIVEIRA, Ricardo Borges. TV Universitária pública: entre a sobrevivência e a convergência digital. **Revista ABTU**, São Paulo, n. 4, p.6-9, agosto, 2017. Disponível em: <https://www.abtu.org.br/publicacoes> Acesso em: 20 nov. 2017.

PINTO, V.A. **O conceito de tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

POSTMAN, N. El humanismo de la ecología de los medios. In: SCOLARI, Carlos (Ed.). **Ecología de los medios**. Barcelona: Gedisa, 2015.

RENÓ, D.; FLORES, J. **Periodismo transmedia**. 1.ed. Madrid: Fraga, 2012.

RENÓ, D; RUIZ, S. Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia. In: RENÓ, D; CAMPALANS, C.; GOSCIOLA, V. (Orgs.). **Narrativas transmedias**: entre teorías e prácticas. Barcelona: Editoria UOC, 2014.

RENÓ, L.; RENÓ, D. Jornalismo de dados e tecnologia: algoritmo na produção da notícia transmídia. **Razón y Palabra**, dez, 2015. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199543036048> Acesso em: 12 dez. 2017.

RENÓ, D. O documentário transmídia: como produzir. **Revista Latino-Americana de Jornalismo. João Pessoa**, v. 2, n.2, p.191- 211, julho/dezembro, 2015.

RODRIGUES, C. De medios alternativos a medio ciudadanos: trayectoria teórica de um término. In: RODRÍGUEZ, Clemência. **Citizens' Media**. Encyclopedia of Social Movement Media. Newbury Park: Sage Publications, 2009.

ROST, A.; BERNARDI, M. T.; BERGERO, F. **Periodismo transmedia**: la narración distribuida de la noticia. 1.ed. - Neuquén : Publifadecs, 2016.

SANTOS, B.S. Para uma democracia de alta intensidade. In: **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007. p. 83–126.

SANTOS, B.S. **A universidade no século XXI**: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. São Paulo, 2001.

SCOLARI, C. Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría. In: SCOLARI, Carlos (Ed.). **Ecología de los medios**. Barcelona: Gedisa, 2015.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones**: elementos para uma teoria de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

SILVA, R. A. Comunicação, Mídia, Espetáculo, Cidadania. As instituições do estado brasileiro em cena. **Revista ABTU**, São Paulo ,n. 4, p.25-30, agosto, 2017. Disponível em: <https://www.abtu.org.br/publicacoes> Acesso em: 20 nov. 2017

SILVEIRA, S.A. Ambivalências, liberdade e controle dos ciberviventes. In: SILVEIRA, Sérgio A. (Org). **Cidadania e redes digitais**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil: Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

SILVEIRA, S.A. Para além da inclusão digital: poder comunicacional e novas assimetrias. In: BONILHA, Maria Helena Silveira; PRETTO, Nelson de Luca (Orgs). **Inclusão digital: polêmica contemporânea**. Salvador: EDUFBA, 2011.

SQUIRRA, S. **Aprender telejornalismo**: produção e técnica. São Paulo: Brasiliense, 2004.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. Tradução: João Tavora. Rio de Janeiro: Editora Record, 1980.

TOYAMA, Kentaro. **Can Technology End Poverty?** Boston Review, nov, 2010. Disponível em: <<http://bostonreview.net/forum/cantechnologyendpoverty>> Acesso em: 04 mar, 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS. Blog TV UFAM. Entrevistas. Apresenta reflexões sobre os desafios, produção e panorama da Televisão Universitária feita no Brasil. Disponível em: <http://www.tvufam.ufam.edu.br/16-videos/entrevistas/36-entrevista-o-papel-da-tv-universitaria-e-mostrar-o-quanto-a-ciencia-faz-parte-da-comunidade>. Acesso em: 20 nov. 2017.

WOLTON, D. **Internet e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Tradução: Isabel Crossetti. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ZABALZA, M. **Diários de aula**. Contributo para o estudo dos dilemas práticos dos professores. Tradução: José Augusto Pacheco e José Machado. Portugal: Porto Editora, 1994.

APÊNDICES

APÊNDICE A - ROTEIRO DE PERGUNTAS

Roteiro de Perguntas Semiestruturadas

- 1) Quanto tempo está na TV, como é a rotina produtiva na redação e quais são suas responsabilidades?
- 2) Como que se dá o processo de escolha de pautas para o telejornal?
- 3) Como é o dia a dia de vocês, a relação entre a equipe e com os outros departamentos da TV? Como que é o fluxo de trabalho?
- 4) Em relação às novas tecnologias da informação, como que vocês adequam essa realidade ao que é produzido na TV? Há alguma estratégia, formato, plataforma etc que você acha importante neste processo?
- 5) O que você entende por interatividade e como que isso se daria no contexto da TV Universitária? Aliás, o que você entende por TV Universitária?
- 6) Você teria algum conhecimento do que seria linguagem transmídia?
- 7) Neste contexto, como você vê as mídias sociais? Ela é usada de alguma forma na rotina produtiva do telejornal?
- 8) O programa “Bauru em debate” é um novo programa que será realizado pela equipe de jornalistas da TV Unesp, certo? Dessa forma, o que vocês já pensaram para o programa?
- 9) Há alguma coisa que você faria diferente na TV Unesp, hoje? O quê?
- 10) Você acha que ocorreu alguma mudança na TV Unesp nos últimos três meses? Qual?
- 11) Você acha que há algum desafio para o jornalismo hoje em dia em relação ao uso das novas tecnologias? Qual(s)?
- 12) Como você enxerga o futuro da TV Universitária no Brasil?

ANEXO A

Escopo dos Programas criados para o Repórter Unesp

DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

ESTRUTURA ATUAL

6 jornalistas e 1 jornalista chefe do departamento (em férias) + 6 estagiários (estamos no período de troca dos estagiários, vamos iniciar a nova seleção no fim de julho/início de agosto. Já abrimos as inscrições e temos 32 estudantes de jornalismo da Unesp que vão participar do processo)

PROGRAMAS

Estamos em um período de transição, em que implantaremos uma programação voltada para a divulgação do ensino, a pesquisa e a extensão desenvolvidos pela Unesp.

Atualmente, mantemos um telejornal diário, o **Unesp Notícias**, com duração de 15 minutos, em que trazemos notícias de interesse local e nacional, mas sempre que possível, com a participação de docentes da Unesp, que são entrevistados como especialistas no tema abordado. Este jornal também traz entrevistas em estúdios com docentes da universidade (como diretores, vice-diretores, coordenadores de grupos de estudo e de pesquisa, etc) e produz reportagens sobre projetos e pesquisas desenvolvidos pela Unesp.

Já o novo programa, **Unesp Repórter** (ver abaixo), será voltado exclusivamente para a divulgação científica. Está em pleno desenvolvimento e tem **estreia prevista para setembro** (algumas gravações de reportagens e quadros já foram feitas)

UNESP REPÓRTER

Programa semanal de 30 minutos, de divulgação científica, que tem como proposta veicular o que a universidade produz em termos de pesquisa e projetos de extensão, com foco no retorno que a Unesp proporciona para a sociedade. Será estruturado com grandes reportagens e quadros temáticos que projetam a universidade em suas diversas áreas de atuação. Dentre os quadros previstos, destacamos:

- **Ciência na Prática:** traz experimentos com termos e procedimentos científicos, traduzindo-os para o público geral. Está sendo desenvolvido em parceria com o Centro de Ciências da Unesp em Araraquara (as gravações já estão agendadas e começam na semana que vem).

- **Meus Primeiros Dias:** traz informações aos pais em relação aos cuidados com os bebês, como banho, amamentação, imunização, choro, cólicas, testes de olhinho e coraçãozinho, etc. Para a produção deste quadro, cujo episódio-piloto já foi gravado, estabelecemos parceria com a Faculdade de Medicina da Unesp em Botucatu, por meio da Famesp.

- **Unespianos pelo mundo:** com foco na internacionalização da universidade, o quadro conta com a participação de professores, mestrandos e doutorandos da Unesp que estão desenvolvendo pesquisas em instituições ao redor do mundo. Eles comentam o que estão fazendo nesses locais e de que forma podem contribuir com a universidade a partir dessa experiência. A ideia é que os participantes encaminhem os vídeos para serem editados e formatados na emissora. Para o quadro, já estamos em contato com pesquisadores que estão nas seguintes instituições de ensino:

- Julius Kühn - Institut Federal Research Centre for Cultivated Plants (Alemanha)
- Agriculture and Agri-Food Canada – AAFC (Canadá)
- The City University of New York – CUNY (Estados Unidos)

- Soleil Synchoroton (França)

- **Conexão Unesp:** é um espaço para dar voz a especialistas das diferentes unidades da universidade que possam comentar temas atuais de repercussão nacional. A ideia é que os próprios docentes gravem vídeos com o celular e encaminhem o material para edição na emissora.

- **Giro Unesp:** as principais notícias sobre a universidade que foram veiculadas ao longo da semana na programação da TV Unesp e no Unesp Notícias.

- **Agenda:** informativo sobre os eventos a serem realizados na universidade, para que a comunidade acadêmica e o público em geral possam participar.

- **Minha Universidade:** mostra a universidade pelo olhar dos estudantes e funcionários. É uma forma de apresentar as potencialidades formativas e discussões transformadoras que se desenvolvem nesse espaço.

Em relação às **grandes reportagens**, já captamos quatro:

REPORTAGEM ARTE BARROCA PAULISTA: registramos as descobertas da pesquisadora Danielle Pereira sobre o cenário da pintura barroca paulista, registrada em sua tese de doutorado defendida no início de 2017, sob orientação do professor do Instituto de Artes da Unesp, Percival Tirapeli.

REPORTAGEM DEFICIENTE E MERCADO DE TRABALHO: partimos de um grupo de pesquisa do professor Mário Lázaro de Camargo, do curso de Psicologia da Unesp em Bauru, para discutirmos como deve ser feita a inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho, com propostas de abordagem de como a empresa deve fazer pra selecionar e integrar esse funcionário no seu quadro de trabalhadores.

REPORTAGEM HERBÁRIO BOTUCATU: mostramos a importância do Herbário Botu, da Unesp em Botucatu, para a realização de pesquisas em diversas áreas, não só na botânica, e também para o conhecimento e preservação de espécies em extinção.

REPORTAGEM VISÃO E AÇÃO NO ESPORTE: vamos apresentar uma das linhas de pesquisa do Laboratório de Informação, Visão e Ação (LIVIA), do Departamento de Educação Física da Unesp em Bauru: a relação entre a percepção visual e a regulação do movimento humano durante a prática de esportes. Para ilustrar o tema, tomaremos como base uma análise do coordenador do laboratório que situa a discussão na prática do tênis de mesa. Para isso, teremos como "cobaias" os mesatenistas da Associação Nova Era de Bauru.

As **próximas grandes reportagens** programadas para captação até o fim deste mês são:

REPORTAGEM GEOPARQUE CORUMBATAÍ: a Bacia Hidrográfica do Rio Corumbataí, na região de Rio Claro, apresenta características naturais, geológicas, geomorfológicas e paleontológicas que permitem a criação de um Geoparque. Um levantamento preliminar, feito por pesquisadores da Unesp, concluiu que a região possui 11 geossítios com alto valor científico (paleontológico, geológico e geomorfológico), amplo uso potencial (científico, educacional, econômico e turístico), além de quatro deles apresentarem valores que permitem serem incorporados aos inventários dos patrimônios geológicos nacional e internacional. A reportagem vai abordar, portanto, a criação desse geoparque, projeto que hoje é encabeçado pela Unesp, na figura do professor Alexandre Perinoto, diretor do IBGC, da Unesp em Rio

Claro.

REPORTAGEM USO DE MELANINA EM BIOELETRÔNICOS: vamos mostrar como uma pesquisa conduzida no Departamento de Física da Faculdade de Ciências da Unesp em Bauru está contribuindo para avanços no desenvolvimento de dispositivos bioeletrônicos orgânicos, aparelhos em miniatura que podem ser implantados no corpo humano para modificar sinais elétricos que passam pelos nervos e influenciam o funcionamento do organismo. A tecnologia tem potencial para ser empregada em tratamentos médicos.

OBS.: todo o conteúdo do Unesp Repórter, além de veiculado no canal, será disponibilizado individualmente nas redes sociais, a fim de potencializar seu alcance e a visibilidade da Unesp.

ANEXO B

Escopo do Programa “Bauru em Debate”

PROGRAMA BAURU EM DEBATE

ESTRUTURA

- programa semanal "ao vivo", com duração de 1 hora (sendo 45 minutos de produção e 15 minutos de intervalo)
- 5 blocos, totalizando os 45 minutos, sendo, em média:
 - 1º bloco (7 minutos): apresentação do tema do dia, dos convidados, e uma ou duas

perguntas mais gerais do apresentador para que todos possam dar suas considerações iniciais a respeito do assunto

- 2º bloco (10 minutos): exibição de uma reportagem (3 a 4 minutos) que aborde o tema e a cidade de Bauru + perguntas aos entrevistados

- 3º bloco (10 minutos): exibição de outra reportagem ou nota coberta ou sonora de especialista (2 a 3 minutos) que aborde o tema e a cidade de Bauru, sob outro aspecto diferente da primeira + perguntas aos entrevistados

- 4º bloco (10 minutos): novas perguntas aos entrevistados + participação dos internautas (comentários ou perguntas enviadas pelo Face e Twitter) + perguntas captadas em bairros e ruas de Bauru e que tenham a ver com o tema

- 5º bloco (8 minutos): uma pergunta geral aos convidados (tentando projetar o futuro da cidade em relação ao tema) + considerações finais de cada participante + chama para a reportagem do jornal do dia seguinte sobre aquele programa e para a reprise do programa + agradecimentos

- 4 breaks de 3 minutos cada entre os blocos + um intervalo final pós-programa de 3 minutos antes de voltar para a programação (totalizando 15 minutos). Se equipe sentir que há possibilidade e que é necessário, repórter pode entrar ao vivo num dos breaks, direto da TV, numa conversa com o responsável pelas redes sociais pra falar como está a interação entre os internautas e incentivar as pessoas a fazerem perguntas que serão utilizadas no 4º bloco (explicar como elas podem fazer isso, como serão escolhidas as questões, etc)

PARTICIPANTES (CONVIDADOS + JORNALISMO TV UNESP)

- 1 jornalista/apresentador (TV Unesp) e 2 ou 3 entrevistados convidados por programa (variação de acordo com o tema). Um dos convidados deve ter ligação com a Unesp (professor, pesquisador, pós-graduando, etc) e ser especialista no tema, enquanto o outro deve ter ligação direta com a cidade/poder público, para que ele fale dos problemas e soluções em relação àquele tema. Um terceiro convidado (representante de associação ou de classe, membro de ONG ou de conselho municipal etc) pode ser chamado de acordo com o assunto do programa.

- 1 diretor (controle de tempo dos blocos e dos temas já abordados, distribuição de participação dos convidados, inserção das perguntas dos internautas etc) + 1 pessoa no GC + 1 pessoa no TP + 1 pessoa auxílio de estúdio + 1 pessoa monitorando e interagindo nas redes sociais (podemos contar com a presença de estagiários em uma ou mais dessas funções) + 1 repórter e 1 cinegrafista para captação da reportagem sobre o programa, que será exibida no jornal de segunda-feira.

IDEIAS DE TEMAS E ENTREVISTADOS

1. AVALIAÇÃO PRIMEIROS MESES GOVERNO CLODOALDO GAZZETTA

- Prefeito de Bauru, Clodoaldo Gazzetta

Falaria sobre as dificuldades, os desafios e as conquistas que teve no primeiro ano de governo. Depois de tantas tentativas (5 no total), Gazzetta finalmente foi eleito prefeito de Bauru, mas será que a cidade que ele encontrou (em todos os sentidos) era a que ele já esperava encontrar? Quais as áreas que estavam mais defasadas? Qual era a situação dessas áreas, o que faltava (ele pode contar alguns "bastidores" que de repente nunca tenha falado em entrevistas mais convencionais)? E os funcionários públicos, a máquina administrativa está ou

estava inchada? Qual a motivação do funcionalismo? Qual era a situação financeira do município, com os gastos com pessoal perto do limite estabelecido por lei? Cargos de confiança, cortou, aumentou? Quais as principais realizações neste primeiro ano de mandato? Quais as principais metas para os próximos três anos? E o diálogo com o Legislativo, como se deu nesse início (teve até troca de líder de governo na Câmara com pouco mais de 6 meses de mandato...? A relação é satisfatória? Algum projeto não caminhou por problemas nesse relacionamento?

- Presidente da Câmara, Sandro Bussola

Faria um balanço do primeiro ano da atual legislatura de Bauru. A configuração bancada do governo x bancada oposicionista é clara? Isso é bom ou ruim? Como é essa relação entre os parlamentares? E qual a relação da Câmara com o governo executivo, o diálogo existe realmente, pensam em ações e projetos favoráveis à cidade? Qual o momento ou assunto mais crítico dessa relação até agora? Os parlamentares têm atuado mais na fiscalização do poder executivo, ou têm se debruçado em elaborar projetos de extrema importância para discussão?

- Professor Maximiliano Vicente, do departamento de Ciências Humanas da Faac/Unesp Max acompanha de perto a situação da cidade, os problemas mais urgentes, a movimentação política dos principais atores, e estaria apto, portanto, para ser um contraponto nesse debate, colocando questões aos outros dois convidados da mesa e analisando as ações que Gazzetta e Bussola apontarem que fizeram.

SUGESTÃO DE REPORTAGEM E OUTROS MATERIAIS PARA EXIBIRMOS NESTE PRIMEIRO PROGRAMA

-VT BALANÇO MANDATO: a reportagem seria construída apenas com off e reaproveitando imagens que já temos por aqui (talvez uma ou outra imagem nova teria que ser feita). Ela traria um resumo deste primeiro ano do governo Gazzetta, passando pelas enchentes do começo de 2017 (que detonaram a cidade, trouxeram estragos e gastos imprevistos, e escancararam a situação da principal avenida da cidade, a Nações Unidas); pela situação do Hospital de Base e do PS Central (vai reformar? Vai passar pra prefeitura administrar); a chegada do curso de medicina da USP (o que vai mudar pra Bauru); o avanço do PAC Asfalto x a existência de ruas de terra; o crescimento dos movimentos sociais que demandam moradia... Essa reportagem seria exibida no segundo bloco do programa.

-SONORAS DA POPULAÇÃO: aqui a ideia é captarmos umas 6 sonoras da população, em bairros diferentes e no Centro da cidade, para falarem de problemas pontuais que atormentam há anos e que continuam sem solução. Não só o Gazzetta, mas também o Bussola, poderiam responder a esses questionamentos, já que também é papel dos vereadores ouvir a população e buscar soluções. Essas sonoras poderiam ser distribuídas entre o terceiro e o quarto bloco.

- - - - -

2. PROGRAMA ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTO

- Professor Engenharia Civil Unesp: Gustavo Henrique Ribeiro da Silva

Segue o resumo do currículo dele:

Possui graduação em Engenharia Civil (1998), mestrado em Saneamento e Ambiente pela Universidade Estadual de Campinas (2001), doutorado em Hidráulica e Saneamento pela EESC - USP com doutorado sanduíche na Universidade de Wageningen-Holanda e pós doutorado pela Universidade de Wageningen / Instituto Holandês de Ecologia. Atualmente é Professor da Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho" Campus de Bauru, do

Departamento de Engenharia Civil (DEC) e Professor Colaborador da Escola de Engenharia de São Carlos (EESC) da Universidade de São Paulo (USP). Vice-Coordenador de Curso de Pós-Graduação Interunidades em Engenharia Civil e Ambiental. Realizou Pós Doutorado na Universidade de Wageningen e Instituto Holandês de Ecologia (NIOO-KNAW). É revisor dos seguintes periódicos: Bioresource Technology, Desalination, Journal of Hazardous Materials, Environmental Engineering and Management Journal, Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental, Revista Ciência & Engenharia, Revista Brasileira de Engenharia Ambiental e Brazilian Journal of Chemical Engineering. Tem experiência na área de Engenharia Sanitária, Gestão de Resíduos, mas com ênfase em Técnicas Avançadas de Tratamento de Esgotos, atuando principalmente nos seguintes temas: ozonização, cloração, peroxidação, subprodutos, tratamento anaeróbio, esgoto sanitário, água negra, microalgas, recuperação de N e P e reator compartimentado.

Precisaria fazer uma pré-entrevista pra saber se ele acompanha o andamento das obras, mas pelas pesquisas dele, poderia falar se esse modelo de estação é o que melhor atende às necessidades da população de Bauru, se ela pode apresentar problemas no futuro, se haveria alternativas mais em conta.

- Presidente DAE: Eric Fabris

Como presidente da autarquia, responde pelas obras e poderia falar das causas do atraso e das atualizações feitas no custo da obra.

- Membro do Conselho Fiscalizador do Fundo de Tratamento de Esgoto: poderia dizer em quanto está o fundo, se foram encontradas irregularidades na gestão desse dinheiro e quais seriam as sugestões para que o montante seja aplicado depois.

- Reportagem que pode ajudar na pauta: <https://www.jcnet.com.br/Politica/2017/08/projeto-da-ete-apresenta-erros-e-tera-de-ser-refeito-informa-o-dae.html>

3. PROGRAMA POLÍTICA CULTURAL/ CARNAVAL

- Secretário de Cultura: Luiz Fonseca falaria das mudanças que a prefeitura pretende fazer para tornar a gestão do Carnaval mais eficiente e fortalecer a folia, de forma que ela atraia mais recursos para a cidade.

- Professor Juarez Xavier: coordena (não sei se ainda!) o Núcleo de Estudos e Observação em Economia Criativa (NeoCriativa), formado por alunos da FAAC/Unesp, que tem como um dos objetivos analisar os arranjos produtivos locais de Bauru. Entusiasta do Carnaval, Juarez pode contribuir pontuando de que forma a manifestação cultural pode ser um vetor do desenvolvimento cultural e econômico da cidade.

- Representante das escolas de samba: falaria sobre as principais dificuldades enfrentadas hoje e o que pode ser melhorado para tornar a festa mais viável.

- Sonora Marcelo Carbone: diretor da Faac, que neste ano se colocou à disposição da prefeitura para ajudar na organização do Carnaval. Poderia dizer de que forma os cursos e projetos de extensão da universidade poderiam contribuir. Penso que ele não renderia como debatedor, mas poderia ser inserido numa sonora, pois partiu dele essa aproximação da Faac com a prefeitura.

- Reportagem que pode ajudar na pauta: <https://www.jcnet.com.br/Geral/2017/08/forcatarefa->

pretende-fomentar-economia-local-com-o-carnaval.html

4. PROGRAMA LIXO RECICLÁVEL

- Secretária do Meio Ambiente: Mayra Fernandes da Silva falaria do que a prefeitura tem feito para reverter a queda no volume coletado.
- Professor Aloísio Sampaio, da Unesp: falaria da importância de incentivar a coleta e das possibilidades de geração de renda a partir do lixo coletado.
- Gisele Moretti, presidente da Coopeco, poderia falar sobre a atual situação precária das cooperativas e sobre o que poderia ser feito para aumentar o volume de lixo que chega até elas.

5. PROGRAMA MUNICIPALIZAÇÃO DO HOSPITAL DE BASE

- Secretário Municipal de Saúde: José Eduardo Fogolin falaria de toda a reviravolta nos planos da prefeitura de não mais reformar o Pronto Socorro Central e explicar, detalhadamente, como o município fará a gestão do Hospital de Base.
- Coordenador do Conselho Municipal de Saúde: Luiz Salles comentaria os principais problemas da rede municipal de saúde, com a cobrança de como eles podem ser resolvidos ou minimizados com essa nova configuração da rede.
- Presidente da Comissão de Saúde da Câmara Municipal: Telma Gobbi falaria das principais preocupações do poder legislativo, que atua como fiscalizador do executivo, em relação ao ambicioso plano da prefeitura de assumir o Hospital de Base.
- Reportagem da Câmara com um resumo do que foi a audiência pública sobre esse tema: <https://www.bauru.sp.leg.br/imprensa/noticias/saude-apresenta-planejamento-para-gestao-do-hospital-de-base-pelo-municipio>

6. PROGRAMA DESTRAVAMENTO ÁREAS DE PROTEÇÃO AMBIENTAL

- Prefeito Clodoaldo Gazzetta: falaria sobre seus planos para a ocupação dessas áreas, dentro da perspectiva de garantir a preservação versus o desenvolvimento da cidade.
- Professor da Unesp Osmar Cavassan: explicaria a importância dessas áreas e destacaria o que deve ser levado em conta para garantir planos de manejo que garantam a preservação delas.
- Presidente Assenag: engenheiro agrônomo Luiz Bomobonato Filho traria os argumentos do empresariado para a necessidade de ocupar essas áreas.
- Sonora com representante Fórum Pró-Batalha: diretor executivo, Gabriel Motta, ou presidente, Kláudio Nunes, falando da preocupação de que a liberação da ocupação das APA ameace ainda mais a preservação do Rio Batalha.

Outras sugestões (que precisam ser discutidas para ver a viabilidade):

PROGRAMA POLÍTICA DE HABITAÇÃO POPULAR PROPOSTA PELO GAZZETTA

PROGRAMA CIDADE JUDICIÁRIA

PROGRAMA INCENTIVO AO ESPORTE LOCAL

PROGRAMA ALUGUÉIS PAGOS PELA PREFEITURA

PROGRAMA OCUPAÇÃO/ URBANIZAÇÃO CENTRO DA CIDADE

PROGRAMA AGRICULTURA (CRESCE NÚMERO FEIRANTES, PRODUÇÃO SEM AGROTÓXICOS, INCENTIVO À AGRICULTURA FAMILIAR, COMÉRCIO COM A PREFEITURA, INCENTIVO ÀS HORTAS URBANAS ETC)

PROGRAMA INCENTIVO À INDÚSTRIA (ESTRUTURA DOS DISTRITOS INDUSTRIAIS, O QUE FALTA, O QUE FOI FEITO, QUAL A VOCAÇÃO DE BAURU, COMO ATRAIR GRANDES INDÚSTRIAS, A IMPORTÂNCIA DAS PEQUENAS E MÉDIAS INDÚSTRIAS NA GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA, A LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA DE BAURU NO CENTRO DO ESTADO, O MAU APROVEITAMENTO DO AEROPORTO, ETC)