

## TELEVISÃO E TELEJORNALISMO: DESAFIOS À PRODUÇÃO E EDIÇÃO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA

Rafael de Jesus GOMES<sup>1</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT)

### Resumo

Com um mercado de aproximadamente 95% de telespectadores, a televisão no Brasil sagra-se como o meio de comunicação de maior relevância do país. Entretanto, seus desafios são da mesma forma colossal, desde a produção tradicional, envolvendo linguagens e formatos (BONÁSIO, 2002) até as estratégias transmidiáticas de produção (FECHINE, 2012). Dessa forma, o artigo se propõe a discutir os desafios contemporâneos que a televisão e o telejornalismo atualmente enfrentam e suas possíveis consequências. A partir de uma revisão de literatura sobre televisão, telejornalismo e transmidialidade, espera-se ampliar o debate sobre os espaços de produção telejornalísticos atualmente imersos em um cenário de convergência.

**Palavras-Chave:** Transmidialidade, Telejornalismo, Convergência, Produção.

### Abstract

With a market of approximately 95% of television viewers, television in Brazil is the most important medium of communication in the country. However, their challenges are similarly colossal, from traditional production, involving languages and formats (BONÁSIO, 2002) to transmedia production strategies (FECHINE, 2012). In this way, the article proposes to discuss the contemporary challenges that television and telejournalism currently face and their possible consequences. From a review of the literature on television, telejournalism and transmedia, it is hoped to broaden the debate on the spaces of production journalism currently immersed in a scenario of convergence.

**Key-words:** transmedia, telejournalism, convergence, production

### INTRODUÇÃO

**E**m um país com dimensões continentais como o Brasil, o meio de comunicação mais importante e que detém papel de destaque no cenário da informação e formação da opinião pública do país ainda é a televisão. Sobretudo, se considerado o atual cenário tecnológico. Dados atualizados do PNAD (2017) afirmam que o aparelho está presente na casa de mais de 95% dos Brasileiros.

Com a união de elementos de sinestesia – unindo dois sentidos e percepções humanas como a visão e a audição –, a televisão consegue captar a atenção de milhares de telespectadores, mesmo que em sua origem no Brasil, ainda que pelas mãos de Chateaubriand (MORAIS, 2011) tenha sido destinada há poucos afortunados, com a popularização, houve o barateamento e a necessidade de se produzir conteúdo para a

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) Professor Interino de Jornalismo – UNEMAT/AIA e-mail: rafael\_gomes\_20@hotmail.com

nova mídia precisou se espelhar em outras mídias tradicionais, no caso da televisão em especial, foi o rádio:

A TV, desde que surgiu, foi apenas uma extensão natural, em formato e conteúdo, do rádio. Na verdade, até achar sua linguagem própria, a televisão brasileira tratou basicamente de reproduzir – agora com imagem – o que já se fazia em rádio. Contudo, rádio e televisão não são mídias complementares, e sim concomitantes. O ouvinte não vai obrigatoriamente para frente da televisão, nem o telespectador liga o rádio para obter mais informações a cerca de um determinado assunto. (SANTOS, LUZ, 2013, p. 01)

Passados mais de 50 anos e consolidada como a mídia de massa de maior expressão no Brasil, a televisão e por que não dizer o telejornalismo enfrenta uma de suas maiores crises no momento: a disputa acirrada com as tecnologias digitais, em especial com a internet. Cabe a reflexão feita por Santos e Luiz (2013), ao situar a televisão nesse novo cenário tecnológico:

A informatização da TV representou uma mudança nos moldes clássicos, levando a uma transposição midiática através da convergência de múltiplos meios de comunicação, desde o impresso aos dispositivos móveis como o celular. Esses programas acabam por criar uma nova categoria de telespectador, um telespectador-internauta, que não se contenta com o que a TV lhe proporciona e utiliza a convergência midiática a seu favor, para se informar mais sobre aquilo que lhe interessa. O surgimento do computador deu voz e ambientação às antigas máquinas de datilografar. A construção de textos e a caracterização do processo de produção passaram a existir de maneira nunca vista até então, desde o processo de apuração, pauta, produção até a edição jornalística, arrebanhando todo o processo de produção de notícia. (SANTOS; LUZ, 2013, p. 45)

E dessa forma o jornalismo em tempos digitais vive duros embates, sobretudo, em relação aos processos de produção de notícias. Não é por acaso que questões como o papel da convergência, das consequências do profissional multitarefa e das relações entre profissionais, público e dispositivos móveis tem se tornado alvo da atenção das empresas de televisão e do telejornalismo constantemente.

Assim, esse artigo busca trabalhar as características da produção de telejornalismo, revisitando as características tradicionais e sua realidade tecnológica contemporânea, mas também apresentando uma breve discussão sobre o momento atual dos dilemas concernentes à produção e edição na televisão e, por consequência no telejornalismo. A partir de uma revisão de literatura sobre as características da produção televisão, este trabalho busca ampliar o debate e discutir possíveis soluções para a realidade contemporânea da produção na televisão na era da convergência e da multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2006).

## CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO TELEJORNALÍSTICA: ONTEM E HOJE

Para o telejornalismo, as mudanças trazidas para o dia a dia dos profissionais a partir da inclusão de tecnologias digitais na produção de notícias vêm alterando as relações de trabalho nas redações. Bazi (2014) alerta para urgência de uma nova relação entre os produtores de notícia, considerando: a tecnologia apresentada nas redações no Brasil com a informatização a partir dos anos 80 e com a chegada da internet a partir de 1995, e, mais recentemente, com a atual presença de ferramentas digitais. Afinal, segundo o autor, com a iminência de dispositivos móveis, o público deixa de consumir a televisão como única fonte de informação (Idem, p. 02).

No entanto, para entender o atual cenário da produção do telejornalismo em tempos de convergência é preciso compreender tempos predecessores a essa realidade. Sobretudo a partir da história da notícia televisionada que, segundo afirma Ruth Vianna (2000), se deu ainda pelos irmãos Lumière ainda em 1909 quando eles retratavam cenas do cotidiano ou de outras situações cotidianas. A autora afirma que ainda nos primórdios da informação audiovisual já havia a preocupação em divisão de trabalho para a tarefa como: produtor, cinegrafista e roteiro pré-determinado.

Mas a evolução da produção de notícia audiovisual se desenvolveu de forma constante. Bonásio (2002) afirma que a produção em telejornal deve seguir quatro procedimentos: pré-produção, ensaio preparativo, produção e pós-produção. Segundo o autor é preciso reconhecer as técnicas e equipamentos que cercam o cenário do audiovisual como cenário, enquadramento, microfone, edição, iluminação para poder orquestrá-lo de forma organizada e setorizada.

Para tanto é preciso uma visão ampla do cenário e de como a câmera pode se movimentar e captar imagens nesse cenário. Segundo Watts (1990), uma câmera pode se mover de 04 maneiras distintas e captar imagens de 12 maneiras diferentes. Além disso, é preciso conhecer como funcionam os planos de captura. Segundo Silva (2005) estes podem ser:

Por exemplo, o Plano Geral mostra a pessoa inteira e também propicia aos espectadores a oportunidade de observarem algo do cenário de fundo. O Plano de Conjunto corta o corpo na altura dos joelhos é por natureza insatisfatório uma vez que não é aberto o suficiente para mostrar muito o cenário de fundo. O Plano Médio, no entanto, corta abaixo dos cotovelos é ótimo para as tomadas de introdução em entrevistas. O Meio Primeiro Plano enquadra logo abaixo dos ombros e é fechado o bastante para mostrar detalhes do rosto, sem chegar a ser intruso. Já o close-up enquadra o rosto intimamente, e o Primeiríssimo Plano enquadra fortemente o rosto: é usado como recurso para causar impacto. (SILVA, 2005, p. 21)

Sobre o texto televisivo, este atua de duas perspectivas. É preciso que ele seja narrado, que conte uma história ao telespectador, contar a entonação da voz, utilizar frases curtas, encadeadas. Segundo Curado (2002), são técnicas que ajudam ao jornalista a desenvolver um texto apropriado, mesmo porque precisa atuar em conjunto com a edição das imagens a serem trabalhadas. Da mesma forma, a fotografia que ajuda a criar um pano de fundo e sua missão é complementar a ambientação do telejornal incorporando o âncora e o jornalista ao cenário. Estes passos antecedem a produção do telejornal.

Na produção, uma das primeiras partes em geral é no que se refere à edição. Watts (1990) afirma que entender de que forma cada imagem se encaixa no desenvolvimento da matéria é o que possibilita a compreensão da informação, por isso o autor afirma que a edição precisa vir em uma sequência lógica e o texto deve acompanhar essa estrutura com todas as tomadas, imagens, sons e *offs* do repórter. Em tempos atuais, o processo de edição não há mais a necessidade de que sejam decupadas fitas magnéticas, o processo é feito digitalmente e o som é *masterizado* a partir de plataformas digitais em programas como o *Sony Vegas* e o *Sound Forge*.

O Som, segundo Squirra (1990), ajuda a compor a percepção de sons claros e facilmente identificáveis, sendo necessário regular sua intensidade para que não estourem na televisão. O autor alerta que diferente do rádio, o microfone não pode ser multidirecional, pois ele capta todos os sons ao redor e no telejornalismo ele deve situar de forma direcional, isto é, captando somente na direção para que se aponte o microfone ou no caso de entrevistas o de lapela. Assim como a iluminação que, segundo Watts (1990), deve ter uma luz geral, que revela características faciais, uma luz complementar para elevar o grau de luminosidade do rosto mais afastado pela luz principal, e a contraluz para dar profundidade aos cabelos.

Passados estas fases, a pré-produção auxilia, segundo Bonásio (2002) define, entre outras coisas, o formato, a estrutura e o estilo do telejornal, dividindo-se em: Desenvolver o conceito do programa, pesquisa sobre o que o público gostaria de ver, estabelecimento de métodos e objetivos e o roteiro. Sobre o conceito, o autor explica que a comunicação televisiva deve ser sempre uma conversa, situando o telespectador sobre o que ele vai e quer assistir, o objetivo trata justamente das notícias, sua estrutura editorial, a divisão por blocos e como estará dividida a exibição das notícias. O roteiro ou formato indica de que forma a produção deve seguir para que o telejornal esteja completo ao final.

A produção em si é um trabalho de várias pessoas, produtor editor, redator, cinegrafista. Todos precisam falar a mesma voz para que a matéria não se perca durante o telejornal. Podendo exibir imagens ao vivo ou gravado. Na exibição ao vivo, as imagens precisam ocorrer de forma imediata e exige-se interatividade do repórter com o pessoal do estúdio para que a história não perca o seu fundamento (BONÁSIO, 2002, p. 155).

Já quando o programa é gravado, podem ocorrer da seguinte forma:

Estilo ao Vivo Gravação sem interrupção/ Edição somente em casos especiais Em segmentos Gravação em segmentos curtos com múltiplas câmeras. Agenda de gravação planejada com máximo de conveniência e eficiência. Única Câmera Gravado com uma câmera e cenários múltiplos para cada cena, permitindo o máximo de controle e de criatividade. Múltiplas câmeras / Múltiplos VTrs (BONÁSIO, 2002, p. 157)

Estes elementos ajudam a compreender os desafios de uma produção de um telejornal. Entretanto, não explicam a complexidade sobre o tratamento dos fatos e de como eles devem ser articulados diariamente. É por isso que o telejornal exige uma produção quase ininterrupta, pois a produção do programa do dia seguinte, começa no dia anterior com a equipe de produção elencando assuntos que são mais importantes a serem tratados, entram em contato com as fontes para facilitar a cobertura do assunto.

[...] uma visão monolítica dos acontecimentos, ou seja, apresentam uma versão que impede a análise através de pontos de vista diferentes, ao receptor o que está sendo dito parece ser a verdade absoluta. (SOARES, OLIVEIRA, 2007, p. 03)

E isso se explica em grande parte por conta de fatores componentes ao constrangimento profissional a partir da visão da editoria do telejornal, do tempo de produção, da disponibilidade de fontes e deslocamentos. Fatores que tornam a notícia televisiva um trabalho essencialmente de escolha dos jornalistas (SOARES; OLIVEIRA, 2007). Isso quer dizer que o tempo restrito demanda da produção somente aquilo que pode ser compreendido mais facilmente e não toda a complexidade que a informação demanda.

Mas ao mesmo tempo em que evocam estes problemas, a televisão e o telejornalismo precisam lidar com problemas concernentes ao cenário das tecnologias digitais contemporâneas e isso gera consequências específicas nesse ambiente. Ao passo

que com a presença de dispositivos móveis utilizados tanto para produção quanto para consumo, novas questões passaram a fazer parte da produção televisiva.

## OS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS DA TELEVISÃO E DO TELEJORNALISMO

No cenário das tecnologias contemporâneas deve-se reconhecer o impacto que determinadas ferramentas assumem no dia a dia das produções jornalísticas, fruto em grande parte do desenvolvimento tecnológico e da convergência. Consumidores e produtores gozam de infinitas possibilidades para produções multiplataformas, alterando em diversas possibilidades a produção de produtos midiáticos (KELLNER, 2001); (JENKINS, 2008).

É evidente reconhecer também que a televisão sofre diretamente com estes reflexos e, por conta disso, cabe ressaltar que a televisão não pode ser vista como era antes. A programação e produção televisiva encontram-se, conforme explicam os autores Peterson Silva e Francisco Machado Filho (2016), na fase da convergência e da qualidade digital (p. 178), momento pelo qual a televisão está cada vez mais atrelada à promoção de interatividade com a internet e outras tecnologias de informação.

Silva e Machado Filho (2016) explicam que o espaço contemporâneo da televisão caminha para a TV híbrida, na qual seria a união da programação televisiva com a internet, produzindo conteúdos *on demand*. Os autores explicam que este é o estágio mais contemporâneo da TV e as experiências a partir do desenvolvimento de conteúdos *crossmedia* e *transmídia* vêm fazendo parte da produção televisiva atualmente.

Vale lembrar que, de acordo com Jenkins (2008), *crossmedia* seria a transposição ou adaptação de conteúdo para diversos meios, enquanto que o *transmídia* transborda a plataforma, se desdobram em diversas narrativas utilizando várias linguagens demandando a participação fortuita do público como agente criativo.

E, em um cenário onde dispositivos móveis fazem parte do cotidiano do público em sua grande maioria, cabe salientar que a produção do telejornalismo atualmente, precisa lidar com questões que ultrapassam as rotinas produtivas e seus efeitos na produção e na edição. Para tantos desafios que se cercam essa seara, destacam-se três: A produção de narrativas *transmídia* no cenário da televisão e do telejornalismo, a produção de conteúdos multiplataformas e a influência da segunda tela na produção de conteúdo telejornalístico.

Segundo Yvana Fachine (2013), a indústria televisiva contemporânea, fazendo uso da internet e dos dispositivos móveis, promove atualmente o que seriam estratégias

transmídias de sua programação. A autora comenta que essa estratégia na verdade são procedimentos que visam complementar conteúdos dispostos na televisão e transbordá-los para outras plataformas, no caso a internet e ou aplicativos digitais a partir de seu broadcasting online. Estas estratégias também podem ser de programação ou de expansão.

As de programação são mais utilizadas porque basicamente são formadas pelo mesmo conteúdo disponibilizado na televisão, na Internet e em dispositivos móveis. As de expansão, ao contrário, destinam-se ao consumo de conteúdos para além dos produzidos para a televisão, mas para outras plataformas ampliando assim o universo de desdobramentos narrativos. Seria o mais próximo da transmidiação e storytelling, defendida por Jenkins (2008).

Para o telejornalismo, estas potencialidades promovidas pela tecnologia começam a alterar os processos de produção. Lívia Cirne (2016) afirma que o transmídia e o telejornalismo se tornam uma necessidade na produção, pois as empresas se sentem “obrigadas” a construir estratégias de consumo de notícias pela web, ao mesmo tempo, transformando a audiência em uma aliada e demandando uma participação mais efetiva do telespectador. (p. 07)

Se no início, a internet era vista pelo telejornalismo apenas como uma coadjuvante e apenas para dispor de conteúdos mais operacionais, hoje, o cenário é bem diferente. Cirne (2016) explica que os conteúdos jornalísticos estão inseridos em aplicativos das emissoras, disponíveis em lojas virtuais e em sistemas operacionais, experiências em segunda tela, além de buscar a colaboração para a produção de pautas via *webpages* e também redes sociais virtuais (p. 08).

Mas essa experiência ainda não é plena. No telejornalismo em especial, o convite a obter mais informações sobre determinado conteúdo no site da empresa é na verdade uma tentativa de se colocar frente às tecnologias fomentando a participação, mas ela ainda não se converte em um modelo de produção integrado. (CIRNE, 2016).

Isso se deve pelo fato de que o telespectador agora manipula dispositivos móveis, como smartphones e *tablets*, buscando ampliar a interatividade com o público, o telejornalismo contemporâneo se vê imerso em um cenário em que precisa aliar a participação ativa do internauta ao mesmo tempo em que readéqua seus processos produtivos.

Nesse sentido, de acordo com Cirne (2016), vale destacar que as experiências de transmidiação no telejornalismo também seguem as estratégias de programação e de expansão (p. 09). Segundo a autora, o primeiro caso consiste em uma promoção do

apresentador ou repórter online que redireciona o telespectador para rever o conteúdo no site do telejornal.

Já o segundo possibilita o telespectador acessar o conteúdo e o âncora ou repórter do telejornal ou direciona a visitar o site, ou aplicativo para maiores informações, proporcionando o desdobramento da notícia para as outras plataformas (CIRNE, 2016).

Yvana Fechine (2013) vai mais além. Segundo a autora, o telejornalismo contemporâneo começa a experimentar práticas associadas à transmídia e *storytelling*, fazendo com que o telespectador não consuma somente o material televisivo, mas também outros produtos a partir de múltiplas plataformas possibilitando o que a autora define como “transbordamentos narrativos”.

Para a autora, os telejornais atualmente estão planejando as interferências e os espaços de interação ou colaboração via próprios sites ou perfis em redes sociais digitais (RECUERO, 2009). É o caso, por exemplo, de telejornais que abrem espaço aos telespectadores para comentarem suas produções através de *Facebook*, *Twitter* e/ou através de grupos em aplicativos como *Instagram* ou *Whatsapp*, criando assim, segundo Quadros (2013) um novo espaço de reverberação de conteúdo.

A produção multiplataforma se torna mais um dilema para a produção do jornalismo televisivo. Ana Gruszynski (2015) alerta para o desenvolvimento de um design editorial totalmente renovado e que passe a ingressar às novas características ampliadas dos dispositivos móveis (PALÁCIOS ET AL, 2015) e também com o desenvolvimento de estratégias transmidiáticas de programação (CIRNE, 2016; FECHINE, 2015).

A atenção dada ao design editorial se deve ao fato de que é preciso se pensar em um conceito totalmente adequado para múltiplas plataformas em que o produto jornalístico se apresenta (SAAD, 2016). Ao mesmo tempo, obriga jornalistas, editores, programadores a pensar constantemente qual a melhor forma de se produzir o conteúdo para que seja consumido em diversas plataformas (CANAVILHAS, 2012).

Telejornais como o JH (Jornal Hoje) e Bom dia Brasil, ambos da TV Globo, desenvolveram aplicativos próprios ou, através do Globo Play, para facilitar o consumo de seus conteúdos via dispositivos móveis.



Fig.1: Acesso do Globo Play ao Bom dia Brasil.

Ao criar essa possibilidade para o consumidor, obriga a produção do telejornal a repensar suas estratégias de produção de notícia para que seja redesenhada nestas plataformas, além de experimentar a utilização de narrativas cross e transmídia como forma de inovar o conteúdo televisivo (BAZI, 2014; SAAD, 2016) em busca da promoção de interatividade com o telespectador.

Outro dilema que se apresenta à produção e edição telejornalística é o que se chama atualmente de Segunda Tela. Mike Proulx e Shepatin (2012) explicam que o desenvolvimento tecnológico e o surgimento de dispositivos móveis oferecem a possibilidade de múltiplas telas para produção e consumo de conteúdos, oferecendo uma nova camada sincronizada e paralela de conteúdo, ampliando a capacidade interativa da televisão (p. 84).

Lúcia Santaella (2010) já afirmava que a tecnologia móvel que se viu livre dos fios e dos desktops libera o consumidor para passear com o dispositivo por todos os cômodos do imóvel, tendo acesso ao conteúdo o tempo inteiro, promovendo o que a autora chama de ubiquidade ou internet pervasiva (p. 17).

Dessa forma, a segunda tela proporciona ao consumidor, um meio ativo de participação. Seja através da liberação de recursos como, por exemplo, o uso do sustenido (#) nas redes sociais digitais a fim de monitorar o engajamento do público (COCA; MENDONÇA, 2013) ou, através da produção, ao pensar o conteúdo de forma a promover o direcionamento às múltiplas telas.

Adriana Coca e Bruno Mendonça (2013) dão em seu artigo, como exemplo, uma experiência da TV Cultura de São Paulo ao criar o canal Cmais+, que consistia em um site de segunda tela ao qual explicava que seria um canal com o compromisso de complementar em tempo real, o conteúdo televisivo (primeira tela) e incentiva, ao mesmo tempo, o telespectador a buscar outras novidades na programação (p. 08)

Outro exemplo lembrado pelos autores é o que a TV Bandeirantes implantou durante a Copa das Confederações de 2013. Ao dispor no aplicativo da emissora em que acompanhava em tempo real: batimentos cardíacos, índices da partida e estatísticas do jogo, ao acompanhar a partida pelo smartphone, o internauta poderia ao mesmo tempo visualizar na tela do aparelho esses dados e compartilhá-los pelas mídias sociais (COCA; MENDONÇA, 2013, p. 09).

Mas é claro que isso depende de uma série de investimentos e novas aptidões profissionais dentro das emissoras televisivas para produzir nesse tipo de cenário. Matheus Lima e Felipe Lima (2015) explicam que as empresas passam a ter cada vez mais a necessidade de oferecer um conteúdo imersivo ao telespectador e isso requer além de um bom planejamento, profissionais que saibam produzir, editar e distribuir conteúdos para essas plataformas (p. 05).

Identificam-se, assim, mais uma das consequências apontadas por Fábio Henrique Pereira e Zélia Adghirni (2011) ao se debruçarem sobre a crise do cenário da convergência no profissional de notícias. Além de compreender o cenário tradicional da produção de notícias (na televisão como, o ato de produzir, editar, elaborar o texto, entre outras atividades relacionadas às rotinas produtivas), a produção de conteúdos crossmedia e transmedia, produção de interatividade através de múltiplas plataformas digitais com a audiência oferecem novos desafios constantemente ao ofício do profissional sem que isso se converta em melhoria salarial.

Para os autores, na verdade o desafio de trabalhar em um cenário em que são exigidas múltiplas funções (profissional multitarefa), também é o lugar em que é preciso lidar com a redução do investimento nas redações, no aumento da carga horária de trabalho, da desregulamentação dos contratos trabalhistas, além das novas aptidões que os profissionais precisam empreender no cenário contemporâneo de produção de notícias, entre outros fatores escancarem a dura realidade vivida pelos jornalistas nas redações brasileiras (PEREIRA, ADGHIRNI, 2011, p. 11).

Dessa forma, em meio aos problemas e dilemas enfrentados pelo uso de tecnologias na produção de conteúdo telejornalístico, é necessário compreender que

dispositivos móveis e a composição de novas narrativas através destes dispositivos hoje compõem o cenário da produção.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em tempos de tecnologias móveis, as câmeras que antes ficavam restritas as cadeias midiáticas estão ao alcance de todos, a partir de dispositivos móveis, como smartphones, *tablets*, *notepads* que captam imagens e fazem vídeos em alta definição, o que autores como Santaella (2005) e Canclini (2008) definem como hibridismo tecnológico. Este deu liberdade ao público para produzir imagens e vídeos com qualidade e as vezes até superiores que mídias televisivas.

Dando um trabalho a mais para produtores de telejornais que além de conviver com a rotina de produção maçante também passam a disputar espaço com o grande público produtor de conteúdo. Como se não bastasse, as tecnologias digitais também desempenharam outra mudança nas redações televisivas:

No sistema digital a edição tomou outra dimensão física. O espaço de trabalho é bem menor, se concentra em uma tela de computador. Tudo o que o editor precisa está a um *mouse* de distância. E a execução do trabalho sofre mais uma baixa dentro das redações. A tarefa desempenhada pelo editor de imagens não é mais necessária. O editor de texto passa a ser responsável também pela edição de imagens. (SOUZA; PIVETA, 2011, p. 435-436)

Quando se compara com a edição linear das matérias que ocorria com a chegada da matéria e os processos de decupagem do conteúdo, é possível ver outras mudanças. Hoje, ao término da produção da matéria, não se entrega mais uma fita e sim um disco semelhante a um CD. Este material é entregue ao engenheiro do estúdio que disponibiliza o material a todos os computadores da redação, só nesse momento o editor consegue ter acesso ao material.

Nesse momento, a tecnologia digital possibilitou uma melhoria técnica e sonora nunca antes visto, pois dinamizou a produção, ao mesmo tempo em que possibilita a criação de um banco de dados digitais (em redações completamente digitalizadas) e esse processo permite que o editor use imagens de matérias distintas, compondo uma narrativa linear sem que se perca a qualidade do material e o reaproveitamento de imagens podendo ser feito diversas vezes (BONI, 2009).

Ao mesmo tempo, o novo ambiente tecnológico apresenta questões que ainda precisam ser mais bem suscitadas para indicar o caminho para a produção da televisão

e do telejornalismo: em tempos de convergência e de dispositivos móveis e ao alcance de todos.

Nos dias de hoje, com a presença de *smartphones*, *palmtops* e *tablets*, jornalistas guardam e mantém contato com suas fontes, produzem vídeos sozinhos sem a ajuda de cinegrafistas, usam *tablets* e podem encaminhar o material do local onde realizam a cobertura, além de poderem editar em campo, utilizam tecnologias como a *GO-PRO* para realizarem transmissões ao vivo, pondo em risco estruturas basilares da produção telejornalística como a necessidade de cinegrafistas e até editores.

Dessa forma, corrobora-se novamente com a tese de que as transformações promovidas pelo cenário da convergência na produção de conteúdos noticiosos ainda acrescentarão novas questões a serem exploradas por mídias contemporâneas e tradicionais, como a televisão. (SILVA, 2015); (CANAVILHAS, 2012).

Ou seja, conforme defende SAAD (2016) os jornalistas precisam lidar além dos desafios atuais da profissão em um momento de crise impactada entre outras coisas pelo cenário da convergência (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011) em novas aptidões na redação, entre elas: a produção de peças jornalísticas via visualização de dados, a estratégia editorial investigativa – criação de uma espécie de curadoria em tecnologias de mineração de dados, o uso de tecnologias contemporâneas para produção e difusão de conteúdos, como o Snapchat ou o Periscope, do Twitter a fim de alcançar públicos imersos em ambientes digitais.

### Referências Bibliográficas

BAZI, R. Dilemas e perspectivas da televisão regional in: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina. **Mídia e Região na era digital: diversidade cultural e convergência midiática**. São Paulo: editora Arte e Ciência, 2007.

BONASIO, V. **Manual de Produção e Direção**. Belo Horizonte, editora Leitura, 2002.

BONI, F. A. **TV Digital: O aparelho de representação do real na edição de imagens no telejornalismo**, 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2009.

BRITTOS, V. (org.). **Comunicação na fase da multiplicidade da oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006.

CANAVILHAS, J. **Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses**. 2012. In. *Brazilian Journalism Research*, vol 8, nº1, 2012. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/369/362> acesso em 20/05/2018.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 7 ed. Buenos Aires: Sudamericana 2008.

CIRNE, L. **De uma para muitas... mídias: uma abordagem da transmídiação no telejornalismo.** 2016. Disponível em <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/download/30844/16250> acesso em 08/04/2018.

COCA, A. P., MENDONÇA, B. H. M. de. **Segunda Tela: A internet pervasiva como possibilidade de extensão dos conteúdos televisuais.** 2013. Disponível em: [http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo\\_5\\_Entretenimento\\_Digital/25960arq05930017964.pdf](http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_5_Entretenimento_Digital/25960arq05930017964.pdf) acesso em 13/04/2018.

CURADO, O. **O dia – a dia de quem faz Telejornalismo:** S.P: Alegro, 2002.

FECHINE, Y. **Televisão Transmídia: conceituações em torno de novas estratégias e práticas interacionais da TV.** Anais do XXII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de PósGraduação em Comunicação).

MORAIS, F. **Chatô: o rei do Brasil /** Fernando Morais. — 4a ed. — São Paulo : Companhia das Letras, 2011

GRUSZYNSKI, A. C. **Design editorial e publicação multiplataforma.** 2015 Disponível em: [www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/download/58547/35502](http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/download/58547/35502) acesso em 22/05/2018.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** 2ª ed. São Paulo, Aleph, 2008.

KELLNER, D. **A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP ed EDUSC, 2001.

LIMA, M. M. de, LIMA, F. de S. **Aplicativos de segunda tela: participação, interatividade e modelos de negócios através de dispositivos móveis.** 2015. Disponível em: <http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/10/2.pdf> acesso 10/04/2018.

PEREIRA, F. H., ADGHIRNI, Z. L. **O jornalismo em tempo de mudanças estruturais.** 2011. Disponível em: [http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12443/1/ARTIGO\\_JornalismoTempoMudancas.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12443/1/ARTIGO_JornalismoTempoMudancas.pdf) acesso em 10/05/2018.

PROULX, M. & SHEPATIN, S. **Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the WEB, social media and mobile.** Haboken, New Jersey: John Wiley& Sons, Inc, 2012.

QUADROS, M. R. **As redes sociais no jornalismo radiofônico: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúchas e CBN.** Santa Maria: UFSM. 2013. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** 2ª edição, Porto Alegre: Sulinas 2011.

SAAD, E. **A impermanência do Jornalismo diante da informação.** 2016. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/a-impermanencia-do-jornalismo-diante-da-informacao/> acesso em 29/05/2018.

SANTAELLA, L. **A ecologia pluralista da comunicação** - conectividade, mobilidade e ubiquidade. São Paulo: Paullus, 2010.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora visual verbal. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTOS, P. V. F., LUZ, C. R. M. **Convergência Midiática**: A nova televisão Brasileira. Revista Inovcom, Vol 5, nº 2. 2013.

SILVA, F. F. da. **Smartphones e Tablets na produção jornalística**. 2015. In Revista Latino Americana de Jornalismo Ano I, Vol. 1 – Jul à Dez 2014. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/download/22735/12626> acesso em 11/05/2018.

SILVA, P. de Santis; FILHO, F. M. **TV Híbrida**: projeto de estudo sobre as possibilidades para interatividade em segunda tela das emissoras brasileiras de TV aberta. 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/30680/16180> acesso em 08/04/2018.

SILVA, T. C. de O. **Análise de Produção de Telejornalismo**. 2005. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1290/2/20111991.pdf> acesso em 13/04/2018.

SOARES, H. R. P. de Souza, MARTINS, O., SANTOS, J. S. **A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking**. 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0744-2.pdf> acesso em 19/04/2018.

SOUZA, F. das N., PIVETA, P. **A evolução tecnológica na edição do telejornalismo**. 2011. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/famecos/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/9468/6561> acesso em 10/04/2018.

SQUIRRA, S. **Aprender Telejornalismo**, Editora brasiliense, São Paulo, 1990.

VIANNA, R. **La palabra, la imagen y el sonido**. Estudio de los informativos televisivos de Brasil y España. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

WATTS, H. **On câmera**: o curso de produção em filme e vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990.

**Submissão do artigo: 07/08/2018.**

**Parecer de aprovação: 07/08/2018.**