

Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza

**WEBTELEJORNALISMO:
telejornalismo na *web***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Área de concentração: Ciências Sociais Aplicadas

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Lavina Madeira Ribeiro
Universidade de Brasília - UnB

Brasília
Faculdade de Comunicação da UnB
2013

Tese intitulada “*Webtelejornalismo: telejornalismo na web*”, de autoria da doutoranda Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza, aprovada em 1 de março de 2013 pela banca examinadora constituída pelos professores:

Prof^a. Dr^a. Lavina Madeira Ribeiro - Orientadora - Universidade de Brasília

Prof^a. Dr^a. Ana Carolina Rocha Pessôa Temer - Universidade Federal de Goiás

Prof^a. Dr^a. Dione Oliveira Moura - Universidade de Brasília

Prof. Dr. Luiz Antonio Signates Freitas - Universidade Federal de Goiás

Prof^a. Dr^a. Tânia Siqueira Montoro - Universidade de Brasília

Prof^a. Célia Maria dos Santos Ladeira Mota - suplente

Para Giovani, Hugo e Matheus,
com todo meu amor.

AGRADECIMENTOS

À Professora Lavina Madeira Ribeiro, meu primeiro e maior agradecimento, pela generosidade em ter me recebido como sua orientanda na Linha de Pesquisa Imagem e Som do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, generosidade que se estendeu aos encontros de orientação e à leitura dos meus textos nestes quatro anos. Agradeço a ela, especialmente, pela lucidez, pela firmeza metodológica que muito me ajudou e, por fim, pela amizade surgida nesse percurso de aprendizagem e crescimento.

A todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília que contribuíram em alguma medida para a construção deste trabalho através dos conteúdos propostos e debates realizados em suas disciplinas que tanto gosto me trouxeram neste retorno à minha formação acadêmica.

A todos que, gentilmente, me emprestaram livros, especialmente às amigas Ellis Regina Araújo da Silva, Cláudia Busato, Magda de Lima Lúcio e às professoras Lavina Madeira e Tânia Montoro.

Às professoras Ana Carolina Temer e Regina Mota que colaboraram enviando sugestões de bibliografia.

Aos funcionários da Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, Regina Lúcia de Oliveira e Luciano Pereira de Castro, pela gentileza e colaboração.

Ao Giovani, ao Hugo e ao Matheus, família querida, minha melhor obra, que mais uma vez colaboraram com muita paciência e a compreensão de que é preciso buscar novos horizontes profissionais sempre.

RESUMO

Este trabalho analisa a migração dos telejornais produzidos pelas redes brasileiras de televisão aberta para a *web*, com o objetivo de investigar possíveis reconfigurações do telejornalismo para o webtelejornalismo. O webtelejornalismo é compreendido como o telejornalismo divulgado na *web*. O objeto de análise são quatro *sites* de telejornais produzidos por três das principais redes de televisão do País. Analisa-se o novo cenário de produção e divulgação da informação jornalística audiovisual, em que os telejornais migraram seus conteúdos para o ciberespaço em busca de expandir seu território de enunciação e público. Para tanto, propõem-se cinco categorias de análise: *O virtual contém o “ao vivo”*, *O cibermeio emerge de programa televisivo*, *A linguagem multimídia contém a linguagem audiovisual*, *Da emissão de mão única à interatividade na conexão* e, por fim, *Negócio em expansão*. Entre os aspectos relevantes demonstrados pela análise destacam-se: o transbordamento da informação jornalística audiovisual e a expansão da reportagem e da linguagem audiovisual.

Palavras-chave: Webtelejornalismo. Webtelejornal. Imagem. Representação imagética. Linguagem multimídia.

ABSTRACT

This study examines the migration of newscasts produced by Brazilian broadcast television networks to the web, in order to investigate the reconfiguration of broadcast journalism for web television journalism. The web television journalism is understood as the television news published on the web. The analysis objects are four newscast sites produced by three major television networks in the country. The new audiovisual journalistic information production and dissemination scene is analysed, in which the newscasts migrated its contents to the cyberspace seeking to expand its territory of enunciation and public. To this end, five categories of analysis are proposed: The virtual contains live broadcast, Website emerges from television show, Multimedia language contains an audio-visual language, The TV's one-way emission to the connection's interactivity, and finally Expanding business. Among the relevant aspects showed by the analysis, these ones stand out: the journalistic audio-visual information flooding and the audio-visual language and stories expansions.

Keywords: *Web television journalism. Web newscast. Image. Imagery representation. Multimedia language.*

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Fac-símile de página principal do webtelejornal da Band edição de 05 jul. 2012.	34
FIGURA 2	Fac-símile da página de entrada do portal G1, por onde se acessa o <i>link</i> para a <i>home</i> do webtelejornal da Globo.	36
FIGURA 3	Fac-símile da página inicial, <i>home</i> , do webtelejornal da Globo.	37
FIGURA 4	Fac-símile de página do webtelejornal da Globo com arquivos da seção <i>Charge do Chico</i> .	38
FIGURA 5	Fac-símile de página do webtelejornal da Globo com arquivos da seção <i>Conecte</i> .	38
FIGURA 6	Fac-símile da página de entrada do portal G1, por onde se acessa o <i>link</i> para a <i>home</i> do webtelejornal Nacional.	40
FIGURA 7	Fac-símile da página inicial, <i>home</i> , do webtelejornal Nacional.	40
FIGURA 8	Fac-símile da página inicial, <i>home</i> , do webtelejornal da Record.	42
FIGURA 9	Fac-símile da <i>home</i> , página inicial do webtelejornal da Band em 09 out. 2010.	44
FIGURA 10	Fac-símile da <i>home</i> , página inicial do webtelejornal Nacional em 09 out. 2010.	45
FIGURA 11	Fac-símile da Seção Especial do webtelejornal Nacional em 10 out. 2010 com informações sobre a campanha presidencial de 2010.	47
FIGURA 12	Comentário postado no <i>blog JN Especial</i> do webtelejornal Nacional pelo jornalista Alfredo Bokel em 28 set. 2010	48
FIGURA 13	Arquivo disponibilizado no webtelejornal Nacional em 11 out. 2010.	49
FIGURA 14	Modelo atual de disponibilização de vídeos para busca de reportagens antigas no webtelejornal Nacional em 26 out. 2010.	50
FIGURA 15	Resultado de enquete feita pelo webtelejornal da Record em 12 out. 2010.	52
FIGURA 16	Parte inferior da <i>home</i> , página inicial, do webtelejornal Nacional com parte da lateral ocupada por anúncio de fabricante de veículos e <i>site</i> de vendas já em outubro de 2010.	53
FIGURA 17	Parte superior da <i>home</i> , página inicial, do webtelejornal da Band exibia anúncio comercial em outubro de 2010.	54
FIGURA 18	Seção especial para assinantes do webtelejornal Nacional: o cadeado no canto inferior esquerdo demarca o acesso especial.	55

FIGURA 19	Foto: Paul Biesta - Detalhe da tumba de Ramsés VI localizada no Vale dos Reis. Cairo. Egito.	63
FIGURA 20	Foto do quadro <i>As Meninas</i> ou <i>A Família de Felipe IV</i> , de autoria de Diego Velásquez, em 1656.	67
FIGURA 21	Página de abertura do <i>site</i> da rede de televisão CNN Internacional.	133
FIGURA 22	Navegação por um <i>link</i> da página do Jornal Nacional na <i>web</i> .	134
FIGURA 23	Tela parcial do <i>site</i> do jornal Folha de São Paulo.	134
FIGURA 24	Tela múltipla e fluida do computador ultrapassa a tela absoluta da televisão. Flagrante de emissão do Jornal Nacional às 21h07 de 05 jul. 2012 e o resultado da migração para o ciberespaço e construção do webtelejornal Nacional até aquele momento.	150
FIGURA 25	Fac-símile de página do webtelejornal da Band. Edição de 19 jun. 2012.	151
FIGURA 26	Fac-símile de página do webtelejornal da Band com intervalo comercial. Edição de 19 jun. 2012.	152
FIGURA 27	<i>Take</i> final da edição do webtelejornal da Band em 19 jun. 2012: agradecimento ao internauta e informação sobre horário.	153
FIGURA 28	Webtelejornal da Band: reportagens exibidas ao vivo ficam disponíveis na página após sair do ar na <i>web</i> e na televisão.	154
FIGURA 29	Webtelejornal Nacional em construção: edição do dia 19 jun. 2012 migrando para o ciberespaço e se configurando na <i>web</i> .	155
FIGURA 30	Webtelejornal da Band em construção: edição do dia 19 jun. 2012 migrando para o ciberespaço e se configurando na <i>web</i> .	155
FIGURA 31	Webtelejornal Nacional em construção: edição do dia 19 jun. 2012 migrando para o ciberespaço e se configurando na <i>web</i> .	156
FIGURA 32	Fac-símile da página de abertura do webtelejornal da Record às 21h15 de 19 jun. 2012.	157
FIGURA 33	Fac-símile da página de abertura do webtelejornal da Record às 21h55 de 19 jun. 2012.	157
FIGURA 34	Fac-símile da página do webtelejornal da Record se configurando às 21h56 de 19 jun. 2012.	158
FIGURA 35	Disponibilização de vídeos na edição de 5 jun. 2012 do webtelejornal da Band.	161
FIGURA 36	Edição do webtelejornal da Record em 05 jul. 2012.	162
FIGURA 37	Edição do webtelejornal da Record em 05 jul. 2012.	162

FIGURA 38	Internauta faz o próprio caminho de visualização dos conteúdos que lhe interessar. Seção de vídeos do webtelejornal Nacional. Edição de 05 jun. 2012.	163
FIGURA 39	Outra opção de acesso para a visualização dos conteúdos na edição do webtelejornal Nacional de 05 jun. 2012.	164
FIGURA 40	Na edição do webtelejornal Nacional de 05 jun. 2012, o internauta encontrou opção de iniciar a visualização por qualquer uma das reportagens distribuídas por duas páginas.	164
FIGURA 41	Edição do webtelejornal da Globo em 05 jul. 2012.	165
FIGURA 42	Mecanismo “Luz” localizado no canto direito da janela de vídeo permite escurecer a página em volta do conteúdo audiovisual.	168
FIGURA 43	Resultado do acionamento do mecanismo “Luz”: a página do webtelejornal ganha uma moldura escura que faz a janela de vídeo se sobressair, efeito que remete à tela de televisão.	169
FIGURA 44	Página inicial de 09 out. 2010 do webtelejornal Nacional.	170
FIGURA 45	Detalhe ampliado da barra de seções na edição de 05 jul. 2012 do webtelejornal Nacional no qual se pode conferir a seção que informa os princípios editoriais.	171
FIGURA 46	Ao acessar a seção <i>Princípios Editoriais</i> , o internauta chega ao documento no qual a empresa jornalística divulga seus princípios editoriais e carta aos acionistas.	171
FIGURA 47	Detalhe ampliado de página do webtelejornal da Globo com convite para que o internauta envie vídeo e participe da seção <i>Mara Luquet</i> .	173
FIGURA 48	Página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012.	180
FIGURA 49	Exemplo de continuação da página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012.	181
FIGURA 50	Exemplo de página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012.	181
FIGURA 51	Exemplo de desenrolar de página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012	182
FIGURA 52	Exemplo de desenvolvimento de página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012.	182
FIGURA 53	Exemplo de página do webtelejornal da Band da edição de 13 jul. 2012 cujo <i>link</i> o internauta pode compartilhar através da rede social <i>Twitter</i> ou indicar que gostou através da opção “curtir” da rede social <i>Facebook</i> .	183
FIGURA 54	Exemplo de página do webtelejornal da Band que permite ao internauta compartilhar o <i>link</i> da reportagem assistida pela rede social <i>Facebook</i> .	184

FIGURA 55	Exemplo de página do webtelejornal da Globo que possibilita ao internauta compartilhar leitura na rede social <i>Facebook</i> .	185
FIGURA 56	Vista superior de página do webtelejornal da Globo, antes de começar a ser rolada para baixo pelo internauta.	186
FIGURA 57	Vista intermediária de página do webtelejornal da Globo enquanto o internauta rola para ler o conteúdo.	186
FIGURA 58	Parte final da página do webtelejornal da Globo.	187
FIGURA 59	Página do webtelejornal Nacional com reportagem exibida em 19 jun. 2012.	188
FIGURA 60	Página do webtelejornal Nacional na rede social <i>Facebook</i> em 12 jun. 2012.	189
FIGURA 61	Trecho de página do webtelejornal Nacional no Facebook em 12 jun. 2012 com comentários sobre reportagem que mostrou dificuldade das ambulâncias para circularem no trânsito de São Paulo.	189
FIGURA 62	Exemplo de página do webtelejornal da Record onde ficam disponíveis as séries de reportagens especiais.	190
FIGURA 63	Fac-símile de página do webtelejornal Nacional com reportagem sobre as conclusões do relatório a respeito da queda do avião da companhia aérea francesa <i>Airfrance</i> que fazia o voo 447 entre as cidades do Rio de Janeiro no Brasil e Paris na França no dia 31 de maio de 2009 e causou as mortes de 228 ocupantes.	195
FIGURA 64	Fac-símile de página do webtelejornal Nacional com continuação de reportagem sobre as conclusões do relatório a respeito da queda do avião da companhia aérea francesa <i>Airfrance</i> que fazia o voo 447 entre as cidades do Rio de Janeiro no Brasil e Paris na França no dia 31 de maio de 2009.	196
FIGURA 65	Fac-símile de página do webtelejornal Nacional com final de reportagem sobre as conclusões do relatório a respeito da queda do avião da companhia aérea francesa <i>Airfrance</i> que fazia o voo 447 entre as cidades do Rio de Janeiro no Brasil e Paris na França no dia 31 de maio de 2009.	197
FIGURA 66	<i>Take</i> de reportagem exibida pelo webtelejornal Nacional em 13 ago. 2102	198
FIGURA 67	Fac-símile de página <i>web</i> que expande a reportagem para fora do universo do webtelejornalismo.	199
FIGURA 68	Continuação de fac-símile anterior de página <i>web</i> que expande a reportagem para fora do universo do webtelejornalismo.	200
FIGURA 69	Continuação de fac-símile anterior de página <i>web</i> que expande a reportagem para fora do universo do webtelejornalismo.	200

FIGURA 70	Fac-símile de página <i>web</i> em outro universo virtual fora do webtelejornalismo acessada partir de reportagem.	201
FIGURA 71	Continuação de fac-símile anterior de página <i>web</i> de outro universo virtual fora do webtelejornalismo acessado a partir de webtelejornal.	202
FIGURA 72	Tabela de cálculos e referências acessada em página <i>web</i> de outro universo virtual acessado a partir de webtelejornal.	202
FIGURA 73	Primeiro comentário postado no <i>blog Correspondentes Internacionais</i> , do webtelejornal da Record em 26 de setembro de 2009, gerou 349 comentários e uma enquete.	206
FIGURA 74	Página <i>web</i> com enquete a que o internauta chegou após responder pergunta feita pelo repórter Herbert Moraes no comentário postado em <i>blog</i> , cuja ilustração se encontra acima.	207
FIGURA 75	Resultado de enquete a que o internauta respondeu a partir de pergunta feita pelo repórter Herbert Moraes em comentário postado no <i>blog Correspondentes Internacionais</i> , em 26 set. 2009.	208
FIGURA 76	Recorte de página do <i>blog</i> do JN Especial com comentário postado pela repórter Cristina Serra em 12 nov. 2008.	210
FIGURA 77	<i>Take</i> inicial do momento em que o repórter Ernesto Paglia, veterano do telejornalismo, entra no campo do vídeo em busca da câmera para conversar com o internauta do webtelejornal Nacional.	211
FIGURA 78	Figura ilustra <i>take</i> do vídeo produzido para a seção <i>JN no Ar</i> do webtelejornal Nacional, em que produtora revela que duas equipes de reportagem trabalham para produzir o material que é apresentado por um repórter.	214
FIGURA 79	<i>Take</i> inicial de vídeo em que os entrevistados são os repórteres cinematográficos Dennys Leutz e Lúcio Rodrigues - postado na seção <i>JN no Ar</i> em 06 set. 2010.	216
FIGURA 80	Repórter cinematográfico Lúcio Alves montado em um jogue durante produção de reportagem em Alto Alegre, interior do estado do Maranhão em março de 2008.	218
FIGURA 81	Equipe de cinegrafia usa secador emprestado em salão de beleza localizado em Altamira no Pará pra “secar a câmera”, pois o excesso de umidade do ar desligou o equipamento, segundo comentário postado na seção JN Especial em 26 de mar. 2008, pela repórter Cristina Serra.	218
FIGURA 82	Fotografia de equipe do cinegrafista Élder Miranda e o auxiliar Leonardo Araújo registrando trabalho de um <i>luthier</i> em Recife - postada no <i>blog JN no Ar</i> em 21 de maio de 2009 pelo editor de internet do Jornal Nacional, Alfredo Bokel.	219

FIGURA 83	Fotografia de dupla de repórter e repórter cinematográfico, Alan Severiano e Rogério Rocha, respectivamente, durante produção de reportagem sobre educação a distância postada em 1º de maio de 2009 pelo repórter Alan Severiano no <i>JN Especial</i> .	220
FIGURA 84	<i>Take</i> de reportagem do webtelejornal da Band editada com imagens feitas por câmera de circuito interno de hotel localizado no centro da cidade de São Paulo, que registrou flagrante de assalto seguido de morte de assaltante por policial militar.	222
FIGURA 85	<i>Take</i> de reportagem com imagens creditadas a cinegrafista amador que denuncia policiais militares do Rio de Janeiro por atirar em suspeito já dominado - exibida pelo webtelejornal Nacional em 31 jul. 2012.	223
FIGURA 86	Recorte de página <i>web</i> da seção <i>JN Especial</i> do webtelejornal Nacional com agradecimento da internauta Clarice Almeida em 07 dez. 2011.	226
FIGURA 87	Poema postado pelo internauta Jovani Sperafico, em 21 de janeiro de 2010, na seção <i>JN Especial</i> em repercussão à cobertura sobre a devastação causada por terremoto no Haiti.	227
FIGURA 88	Página do webtelejornal da Record abre espaço para que o internauta envie à redação comentário sobre a reportagem.	228
FIGURA 89	Página do webtelejornal da Globo com orientações e espaço destinado a receber “os elogios, críticas e sugestões” do internauta.	230
FIGURA 90	Página em que o webtelejornal Nacional informou ter sido pautado por internautas. Reportagem publicada em 24 mar. 2010.	231
FIGURA 91	Fac-símile de página da seção <i>Fale Conosco</i> do webtelejornal da Band com mensagem encaminhada ao editor-chefe e apresentador Ricardo Boechat, às 11h35 do dia 1º de agosto de 2012, com solicitação em que a pesquisadora se apresentou e solicitou entrevista.	233
FIGURA 92	Fac-símile de página da seção <i>Fale Conosco</i> do webtelejornal da Band com resposta automática que confirmou envio de mensagem encaminhada ao editor-chefe e apresentador Ricardo Boechat, às 11h37 do dia 1º de agosto de 2012, com solicitação em que a pesquisadora se apresentou e solicitou entrevista.	233
FIGURA 93	Fac-símile de página da seção <i>Fale Conosco</i> , da Rede Bandeirantes de Televisão, com mensagem encaminhada ao jornalista Fernando Mitre, diretor Nacional de Jornalismo da emissora, às 11h49 do dia 1º de agosto de 2012, em que a pesquisadora se apresentou e solicitou entrevista.	234

FIGURA 94	<i>Fac-símile</i> de página da seção <i>Fale Conosco</i> , da Rede Bandeirantes de Televisão, com resposta automática à mensagem encaminhada ao jornalista Fernando Mitre, diretor Nacional de Jornalismo da emissora, às 11h49 do dia 1º de agosto de 2012, em que a pesquisadora se apresentou e solicitou entrevista.	235
FIGURA 95	Fac-símile de página do webtelejornal da Record com exemplo de enquete em que o internauta pode votar em uma das opções propostas.	237
FIGURA 96	Fac-símile de mensagem encaminhada à pesquisadora pela funcionária da Globo Universidade, Renata Minami, com resposta que negou autorização para entrevistar jornalistas responsáveis pela produção dos webtelejornais da Globo e Nacional em 13 de junho de 2012.	238
FIGURA 97	Fac-símile de mensagem encaminhada pela funcionária da Globo Universidade, Renata Minami, em resposta à pergunta da pesquisadora sobre o motivo pelo qual a solicitação de entrevistas e informações feita em novembro de 2011 havia sido negada pela Globo Universidade.	239
FIGURA 98	Exibição obrigatória de comercial antes de reportagem no webtelejornal da Band.	243
FIGURA 99	<i>Home</i> apresenta anúncio de banco público patrocinador do webtelejornal da Record. <i>Link</i> do anúncio publicitário leva o internauta para o <i>site</i> do banco.	244
FIGURA 100	Patrocinador da seção <i>Finanças Pessoais</i> do webtelejornal da Globo é o maior banco privado do País no momento observado.	244

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	Linguagem multimídia	131
QUADRO 2	Interatividade e participação	137

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
CAPÍTULO I	24
1 O WEBTELEJORNALISMO COMO OBJETO DE ESTUDO	24
1.1 Webtelejornalismo: um problema para a pesquisa em jornalismo audiovisual	27
1.2 O webtelejornal como objeto de estudo	33
1.2.1 Webtelejornal da Band	34
1.2.2 Webtelejornal da Globo	36
1.2.3 Webtelejornal Nacional	39
1.2.4 Webtelejornal da Record	42
1.3 Características estruturais e atributos do webtelejornalismo	43
CAPÍTULO II	56
2 PRESSUPOSTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS	56
2.1 Imagem: o conceito	56
2.1.1 Funções da imagem	58
2.1.1.1 O papel do espectador: por que se olha uma imagem? Como se olha uma imagem?	60
2.1.1.2 O conceito de representação segundo Stuart Hall	64
2.1.1.3 O conceito de representação em Michel Foucault	66
2.1.1.4 As trocas simbólicas segundo Pierre Bourdieu	69
2.1.2 A fotografia: atributos e funções	74
2.1.2.1 A fotografia como documento	76
2.1.3 O cinema: a metamorfose do tempo e espaço pela imagem movimento	81
2.1.4 A imagem televisiva: o vivo e a polissemia no ambiente doméstico	86
2.1.4.1 Televisão e imaginário	92
2.1.4.2 A proliferação da tela audiovisual e o início da interação entre os meios	94
2.1.4.3 A imagem na <i>web</i> : desafio para a investigação	97
CAPÍTULO III	99
3 TELEJORNALISMO E WEBTELEJORNALISMO	99
3.1 O telejornal como bem simbólico de referência	99
3.2 O relato no telejornal: etapas de construção	108

3.2.1	Seleção e fragmentação	109
3.2.2	Reordenar e unificar	113
3.2.3	O ritual da apresentação	115
3.3	O ciberespaço e a materialização do virtual	122
3.3.1	Hipertextualidade	128
3.3.2	Multimedialidade	131
3.3.3	Interatividade	135
3.3.4	A memória	139
CAPÍTULO IV		142
4	FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE	142
4.1	Metodologia	142
4.2	Construção da amostra	145
CAPÍTULO V		147
5	WEBTELEJORNALISMO: telejornalismo na web	147
5.1	O virtual contém o “ao vivo”	147
5.2	O cibermeio emerge de programa televisivo	159
5.3	A linguagem multimídia contém a linguagem audiovisual	174
5.3.1	O desaparecimento do ritual de apresentação e a expansão da informação	191
5.3.2	A expansão da reportagem: o fortalecimento da função do repórter	204
5.3.3	A perda da hegemonia na produção de imagens noticiosas	221
5.4	Da emissão de mão única à interatividade na conexão	224
5.5	Negócio em expansão	242
CONCLUSÃO		246
REFERÊNCIAS		254
ANEXOS		262
GLOSSÁRIO		299

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem por objeto a migração dos telejornais produzidos pelas redes brasileiras de televisão aberta para a *web*, com o objetivo de analisar as reconfigurações do telejornalismo para o webtelejornalismo. Entende-se por webtelejornalismo o telejornalismo produzido para ser divulgado na *web*. Ele pode ser compreendido como a fase hipertextual multimídia do telejornalismo tradicional produzido pelas maiores redes de televisão aberta no Brasil. Com a expansão das condições técnicas e de acesso da população brasileira à internet, pode-se considerar que o telejornalismo produzido pelas redes de televisão aberta, hegemônicas em audiência, estendeu sua ação comunicativa para o ambiente da *web*, como estratégia para expandir seu território de enunciação e público. Pois o telejornal, considerado um dos meios de informação mais populares no Brasil, nas seis décadas de existência na televisão no País, enfrenta a concorrência da *web* e busca lugar no ciberespaço. É objetivo desta tese a análise desta nova forma de produção de informação audiovisual no ambiente virtual.

No universo do diálogo público gerado pelas instituições de comunicação no Brasil, é possível observar um esforço conjunto de tradicionais canais abertos de televisão para se adaptarem ao fenômeno da sociedade conectada em rede, buscando consolidar junto ao internauta, cidadão digital, um território simbólico que assegure público ao telejornalismo, também no ciberespaço. Toma-se por cidadão digital o telespectador que adquiriu novas habilidades, interesses e perspectivas a partir da tecnologia digital que lhe apresentou, na tela do computador, um novo paradigma de comunicação social: o ciberespaço. É o internauta que acompanha o processo de convergência tecnológica em que o computador passa cada vez mais a ser fonte de informação audiovisual, ao mesmo tempo que o aparelho de televisão adquire recursos e linguagens do ambiente da *web*¹.

¹ Entre os lançamentos da indústria estão aparelhos de televisão digital de alta definição que exibem recursos de computador, fazem conexão com a internet e permitem ao telespectador-internauta ter acesso a conteúdos da *web*. O controle remoto do aparelho de televisão ganhou ferramentas de *mouse*, uma das interfaces com que se opera um computador. A *Google TV*, por exemplo, lançada em maio de 2010, é uma proposta em que o vídeo do aparelho de televisão ganha páginas de *sites* e a navegação pela tela da televisão acontece pelo telefone celular ou por um *mouse*, não mais pelo controle remoto. A *Google TV* é mais um lançamento da Google Inc., empresa com sede nos Estados

O tema desta pesquisa envolve o jornalismo audiovisual que surgiu na *web* a partir do final da primeira década do século XXI, fenômeno de comunicação relativamente recente, em que se pode observar que a maioria dos telejornais produzidos pelas maiores emissoras de televisão no Brasil abriram portas para o ciberespaço ao criarem *sites* para divulgar, na rede mundial de computadores, os conteúdos que produzem para emissão aberta em alcance nacional. Neste cenário de migração e busca de espaço do telejornalismo hegemônico na *web* surgiram o que se considera ser os webtelejornais, para os quais os telejornais de rede passaram a encaminhar o olhar e a atenção do telespectador.

O problema que se apresentou à pesquisa a partir do interesse por esse novo cenário de produção e divulgação da informação jornalística audiovisual indaga se a *web* impôs ao telejornalismo *broadcast*² uma perda de monopólio da exclusividade em duas frentes vitais para o modelo de telejornalismo produzido no Brasil. Primeiro, a perda de exclusividade sobre o território da informação audiovisual atual e instantânea, ao vivo, que é a marca registrada do texto audiovisual telejornalístico. A *web* permitiu a produção, a emissão e a fruição de conteúdos digitais audiovisuais sob um novo paradigma de interação. Em segundo lugar, a perda da posse simbólica sobre aquilo que é considerado em televisão aberta o “horário nobre” de transmissões, ou seja, o *prime time*³. A *web* é a porta de entrada para o ciberespaço, um território no qual a informação e a memória são virtualmente atualizadas a qualquer instante e estão sempre à disposição do internauta, que não é mais obrigado a esperar pela informação audiovisual com os intervalos de tempo impostos pelas grades de programação das grandes redes. Nesse sentido, a tese aqui apresentada é a de que o ciberespaço, em alguma medida, desapossou o telejornal do horário nobre cativo de exibição de informação jornalística audiovisual levando-o a se reconfigurar no ciberespaço. A relativa perda de hegemonia imposta ao telejornal se estendeu ainda à produção e à emissão das imagens telejornalísticas.

Unidos que desenvolve serviços *on-line*. O primeiro e mais conhecido é o *Google Search*, o *site* de buscas na *web* mais acessado no mundo.

² Do inglês, transmissão de televisão em sinal aberto disponibilizado por antenas de transmissão. Diferente de *narrowcast*, que é a transmissão fechada, por cabo ou antenas parabólicas pequenas.

³ Considera-se horário nobre, o *prime time*, o horário noturno a partir das 20h, quando a maioria dos cidadãos chega do trabalho, fica em casa com tempo livre e a televisão alcança os maiores índices de audiência.

O objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar se a migração para o ciberespaço gerou reconfigurações do telejornalismo para o webtelejornalismo. Se confirmadas, quais são? Em que medida, no ciberespaço, modificaram-se a produção e a exibição de conteúdos jornalísticos audiovisuais? O objeto de análise do tema webtelejornalismo foram os *sites* de quatro telejornais nacionais emitidos em rede no horário nobre por três das principais emissoras de televisão do Brasil. Tais *sites* surgiram legitimados pelos telejornais que os originaram, a ponto de os telejornais passarem a remeter o telespectador ao ciberespaço para complementar a informação que noticiam. A ação de comunicação dos telejornais foi compreendida como uma tentativa de se inserir no novo contexto de sociedade cada vez mais conectada aos computadores, às redes sociais, apropriando-se do uso da câmera de vídeo, com a popularização do acesso à *web* e a crescente convergência ao ciberespaço dos equipamentos de comunicação, tais como telefones celulares inteligentes, computadores e televisores digitais de alta definição de imagem.

Esta pesquisa foi desenvolvida em torno de dois eixos analíticos. O primeiro consiste na compreensão do processo inicial de construção de uma nova fase do jornalismo audiovisual, meio de comunicação hegemônico no Brasil, que, a partir do início do século XXI, passou a explorar as possibilidades oferecidas pela internet e pelas tecnologias da sociedade em rede. No período observado, a pesquisa comparou o webtelejornalismo ao telejornalismo, que o origina, com o objetivo de identificar no seu processo de migração mutações, reconfigurações, reiteraões e as novas possibilidades do jornalismo audiovisual na *web*.

Ao mesmo tempo, o trabalho guiou-se por uma preocupação em aprofundar o entendimento sobre a imagem e a linguagem audiovisual, à medida que chegaram à fase multimídia e atingiram um grau inédito de exposição do cotidiano, no qual o público alcançou novas formas de assimilação da linguagem audiovisual e passou a utilizá-la rotineiramente em computadores, através de imagens feitas por câmeras de telefones celulares e inúmeras outras extensões tecnológicas voltadas para a comunicação na atualidade.

As imagens que representam a realidade atualmente são formas de comunicação construídas ao longo da história por técnicas e meios de comunicação que as antecederam e influenciaram, sucessivamente, a produção de bens simbólicos ao longo do século passado. As imagens que o telejornalismo migrou

para o ciberespaço ou assimilou através da linguagem digital foram viabilizadas por uma trajetória da linguagem imagética que conformou tecnicamente o olhar do público à tela, a partir do cinema, da televisão e, por fim, do computador.

O trabalho está organizado em cinco capítulos. O Capítulo I descreve o webtelejornalismo como tema de pesquisa no campo do jornalismo audiovisual, expõe o problema central que moveu a investigação e descreve as características estruturais e os atributos do objeto de estudo. O webtelejornalismo brasileiro se caracterizou, no período observado, por migrar para a *web* os conteúdos exibidos pelos telejornais e pela mutação dos blocos de informação telejornalística em seções nas páginas hipertextuais. Entre os webtelejornais brasileiros, quatro foram observados e analisados, com vistas a compreender se esse fenômeno se manifesta no ciberespaço inovando, reconfigurando ou reiterando o telejornalismo produzido pelas maiores emissoras de televisão brasileiras.

O que fundamenta o percurso de investigação e análise do objeto são as reflexões de natureza teórica e metodológica desenvolvidas, em seguida, no Capítulo II. Neste capítulo buscou-se reconstituir a trajetória das formas imagéticas que abriram caminho para a imagem virtual e o ciberespaço. A primeira parte da reflexão foi ancorada em um tripé no qual a discussão se ocupou da fotografia, do cinema e da televisão. A fundamentação teórica foi iniciada com a discussão sobre o conceito de imagem como representação social e bem simbólico que possibilita a comunicação entre os indivíduos na vida em sociedade ao longo do tempo, mais especificamente, a partir dos recursos técnicos providos, inicialmente, pela fotografia.

A discussão teórica sobre o conceito de imagem como representação, suas funções e seus atributos funda-se primeiramente na perspectiva teórica apresentada por Jacques Aumont. Em particular, no que concerne à especificação do que seja a representação imagética, dos modos pelos quais as imagens atuam estabelecendo relações do homem com o mundo e, por fim, sobre os processos de reconhecimento e de rememoração através dos quais se dá a relação de olhar e ser olhado. Ao diálogo com Aumont, juntaram-se os conceitos de representação como prática social baseados nos pensamentos de Stuart Hall e Michel Foucault. Ao conceito de Stuart Hall sobre representação como prática social aliou-se o de Michel Foucault, que contempla a representação como forma de comunicação que se materializa na

relação de olhar estabelecida entre tela e espectador, relação esta amadurecida através das diversas telas que exibiram imagens ao longo do tempo. O pensamento de Pierre Bourdieu sobre as trocas simbólicas finalizou a discussão teórica sobre a imagem, uma vez que esse autor descreveu como a constituição de um público consumidor de bens simbólicos, extenso e diversificado socialmente, possibilitou a consolidação e o fortalecimento das instâncias de produção desses bens, entre outros, os meios de comunicação.

A discussão sobre a fotografia, suas características e funções, tornou-se relevante para a pesquisa do ponto de vista de que, com ela, teve início o enquadramento maquínico do real pela câmera com o objetivo de documentar o mundo. Com a fotografia, a câmera passou a construir o olhar do público para a realidade ao enquadrar, selecionar, recortar e editar o mundo de forma organizada pela industrialização de bens simbólicos. Na reconstituição das formas antecessoras à televisão, foi necessário discutir o cinema na formação do olhar contemporâneo a partir da metamorfose operada pela imagem em movimento no tempo e no espaço.

O Capítulo II segue demonstrando a constituição da imagem televisiva e sua ação na formação de uma lógica de uso individualizado da tela como fonte de entretenimento, mas, principalmente, de informação, o que interessa a este estudo. A televisão superou a noção de territorialidade com sua capacidade de transmitir imagens em movimento ao vivo, o que possibilitou colocar a câmera a serviço do jornalismo de forma ágil e corriqueira. Com a televisão, chegou-se à hegemonia e à saturação da presença da tela eletrônica no cotidiano dos indivíduos, o que preparou o olhar do público para as imagens virtuais.

O esforço de reflexão teórica segue no Capítulo III, que se dedica a discutir o telejornalismo e o webtelejornalismo. O telejornalismo é compreendido como produção simbólica de referência, cujo relato - a reportagem - é construído por etapas em que a câmera, operada por critérios jornalísticos, seleciona, fragmenta, reordena e unifica o real. O telejornalismo hegemônico em audiência no Brasil é o ponto de partida para o webtelejornalismo, tema desta investigação. O ciberespaço é entendido como o ambiente cultural tecnológico constituído a partir do surgimento da internet, como ficou conhecida a infraestrutura que conecta computadores em rede pelo mundo contemporâneo e que possibilitou o aparecimento da *web*. Esse novo paradigma de comunicação e interação social modificou as formas de

produção e impôs mudanças ao telejornalismo, levando-o a conformar um novo estágio materializado no webtelejornalismo. Neste capítulo, delineiam-se também os atributos da tecnologia digital hipertextual e multimídia na constituição de um território de expansão e, ao mesmo tempo, de desafios para o webtelejornalismo.

Uma vez definido um percurso teórico nos capítulos II e III, a pesquisa conseguiu instrumentos para a construção das categorias sobre as quais se alicerçou a análise do objeto de estudo. O Capítulo IV explicita os fundamentos metodológicos que possibilitaram a construção de tais categorias analíticas, edificadas a partir dos conceitos apresentados no Capítulo II e referendados no Capítulo III. Deu-se ênfase à observação dos *sites* das redes de televisão aberta para apreender o webtelejornal como objeto de estudo em comparação à sua forma antecessora, o telejornal, fundado no fluxo televisivo. O Capítulo IV apresenta a amostra que delimitou o *corpus* de análise empírica da pesquisa.

O Capítulo V, o mais vigoroso e extenso, contém o esforço analítico deste trabalho construído a partir de cinco categorias, a saber: *O virtual contém o “ao vivo”*, *O cibermeio emerge de programa televisivo*, *A linguagem multimídia contém a linguagem audiovisual*, *Da emissão de mão única à interatividade na conexão* e, por fim, *Negócio em expansão*.

Na primeira categoria denominada *O virtual contém o “ao vivo”* são analisadas as estratégias de migração para a *web* adotadas pelas emissoras de televisão e a natureza virtual, característica primeira do webtelejornal, que lhe permite ultrapassar o imediatismo e a instantaneidade da informação ao vivo no telejornalismo. Na segunda categoria analítica, *O cibermeio emerge de programa televisivo*, discute-se como o webtelejornal se configura como cibermeio, revelando nova materialidade à informação jornalística audiovisual.

Na terceira categoria, *A linguagem multimídia contém a linguagem audiovisual*, é aplicada a perspectiva de que, no ambiente hipertextual, o webtelejornal pode ser compreendido como imagem dentro da imagem, ou seja, a tela do computador, por si só, já produz uma representação imagética que se abre para um universo heterogêneo e múltiplo de imagens, que são as páginas *web*. No ciberespaço, verificaram-se o desaparecimento do ritual de apresentação do telejornalismo e uma simultânea expansão da reportagem e da informação jornalística no ambiente fluido e móvel da *web*, o que demonstrou um fortalecimento

da função do repórter. Ao mesmo tempo, o ciberespaço impôs ao jornalismo audiovisual uma perda da hegemonia na produção de imagens noticiosas, o que se comprovou com a assimilação de imagens alheias pelo webtelejornalismo.

A quarta categoria, intitulada *Da emissão de mão única à interatividade na conexão*, analisa a ação do internauta compreendido como um receptor-emissor que adentrou o ciberespaço de forma interativa. Como internauta, o telespectador descobriu que pode, através da tela fluida do computador, aproximar sua voz e ação dos conteúdos propostos pelas instâncias de produção de bens simbólicos. O universo virtual de atualização contínua de conteúdos e a natureza hipertextual, ao oferecer caminhos a serem navegados, permitem ao internauta ir além do que alcança como telespectador. A análise demonstra que, a partir da existência dos webtelejornais brasileiros, o internauta passou a ter acesso individual a uma memória audiovisual construída pelas imagens em movimento e não necessita mais de recursos externos ao suporte tecnológico, no caso, o computador, para ver, rever ou voltar a ver, quantas vezes lhe interessar, uma reportagem. Ao disponibilizar os arquivos, o webtelejornal rompeu com o modelo de exibição instantânea do telejornal. Verificou-se tratar-se, no entanto, de uma forma de memória acessível, mas controlada, uma vez que os webtelejornais estão sob o controle editorial das emissoras de televisão.

E, por fim, na quinta categoria, denominada *Negócio em expansão*, parte-se da perspectiva de que, a despeito de ser fenômeno recente, o webtelejornalismo brasileiro se configura como instância de produção de bens simbólicos, que conjuga uma visível face mercadológica voltada para colonizar o ciberespaço com o modelo de negócio iniciado pelo telejornalismo brasileiro, marcadamente voltado para o lucro e patrocinado por grandes anunciantes.

CAPÍTULO I

1 O WEBTEJORNALISMO COMO OBJETO DE ESTUDO

O webtelejornalismo pode ser compreendido como um conjunto de conhecimentos, rotinas e práticas jornalísticas que resulta na produção e exibição do webtelejornal. O webtelejornal é um cibermeio que tem por objetivo a divulgação de informação jornalística audiovisual. Ele cumpre, na *web*, o papel do telejornal, por isso pode ser considerado um desdobramento no ciberespaço do telejornalismo.

Os webtelejornais são conjuntos de páginas hipertextuais multimídia que se subdividem a partir de uma página principal, a *home*, que é como os internautas a denominam. Nela, há *links* para suas seções, ou seja, as demais páginas *web* que constituem os webtelejornais. As seções não devem ser comparadas a editorias de jornais impressos ou de telejornais. Elas são estruturas rizomáticas, ou seja, são caminhos hipertextuais heterogêneos que se conectam e permitem ao internauta percorrer o universo informativo do webtelejornal, abandoná-lo e retornar livremente enquanto navega pelo ciberespaço - o território virtual no qual se materializam as diversas práticas sociais, comunicativas, culturais e outras, a partir da existência da *web*. Um webtelejornal é um rizoma que pode ser interrompido, abandonado e retomado sempre que interessar ao internauta atualizá-lo virtualmente.

A perspectiva de compreender o webtelejornal como uma migração do telejornal para o ciberespaço justifica a decisão etimológica de adotar a palavra *web* como prefixo para a palavra telejornalismo. Entende-se que, como prefixo, a palavra *web* exprime de forma mais clara o entendimento de que o webtelejornal é um cibermeio com um passado eletrônico. A palavra *web* cumpre essa função melhor, por exemplo, que o prefixo ciber⁴.

O termo webtelejornalismo foi adotado para exprimir uma noção de continuidade entre meios de comunicação. Na segunda década do século XX, mais precisamente em 1923, quando o russo Vladimir Zworykin patenteou o tubo

⁴ O prefixo ciber vem da palavra de origem grega *kibernetike* que significa condutor, piloto. A palavra designava a condução adequada de uma embarcação. No século XX, a palavra cibernética foi adotada pelo matemático americano Norbert Wiener em seu livro "*Cibernética*" (1948) no qual a definiu como a ciência e a teoria do controle e da comunicação, no animal e na máquina.

iconoscópio para câmera de televisão, invenção que viabilizou o início da teletransmissão de imagens, entendeu-se que se deveria nomear por televisão o aparelho que permitia ter uma visão de fatos distanciados geograficamente, fora do alcance dos olhos. Para tanto, somou-se o prefixo grego *tele*, que significa longe, distante, à palavra *visione*, visão, em latim, para designar, naquele início de século, a nova forma de visão mediada pela tecnologia.

O programa jornalístico televisivo foi nomeado como telejornal obedecendo à mesma lógica etimológica de unir um prefixo a uma forma de comunicação já existente, o jornal impresso. Com a chegada da comunicação no ciberespaço, compreende-se ser plausível propor que se some a palavra *web* ao telejornalismo, tendo em vista localizar-se no ambiente da *www.*, face multimídia e visível da internet que modificou definitivamente a comunicação na sociedade contemporânea.

O webtelejornalismo brasileiro começou a se delinear em meados da primeira década do século XXI, quando alguns telejornais nacionais de emissão aberta em rede lançaram os primeiros endereços na *web* para disponibilizar reportagens já exibidas na televisão. Para efeito de análise, toma-se por objeto de estudo o webtelejornalismo produzido no País por três emissoras privadas nacionais: a Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão, a Rede Globo de Televisão e a Rede Record de Televisão. Apesar de ser um fenômeno relativamente recente, encontrou-se dificuldade para precisar as datas exatas das primeiras experiências isoladas, pois elas acabaram sendo suplantadas pela chegada dos portais de internet, que passaram a reunir os conteúdos dos diversos gêneros produzidos pelas emissoras de televisão e a disponibilizá-los no ciberespaço. Por isso, tomou-se o dia 18 de setembro de 2006, como um marco referencial para o webtelejornalismo brasileiro, data em que entrou no ar o portal G1, que reuniu os conteúdos dos diversos veículos de informação das Organizações Globo⁵. Com o G1, migraram efetivamente para o ciberespaço, entre outros conteúdos, os dos telejornais nacionais produzidos pela Rede Globo de Televisão e a informação audiovisual na *web* passou a ser divulgada na mesma proporção do telejornal.

O Jornal Nacional anunciou sua migração para a *web* de forma discreta, pois, na verdade, ele já possuía um endereço na internet, anterior ao lançamento do G1.

⁵ Fonte: *Site* Jornalistas na web. **Globo lança o portal de notícias G1**. 18 set. 2006. 09h31. Disponível em: <http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=1&idConteudo=961> Acesso em: 31 mar. 2012.

Em reportagem exibida no dia 18 de setembro de 2006, o telejornal anunciou a chegada do portal como nova fonte de informação em que “o acesso a todos os vídeos de notícias e de curiosidades será de graça” e explicou ao telespectador: “Notícias de várias fontes: rádio, jornal, televisão. Tudo no mesmo endereço na internet. O portal G1 traz informações e imagens do que está acontecendo no momento”⁶.

A explicação sobre o funcionamento do portal não se referiu especificamente à migração do telejornal para a *web*, falou-se em televisão, mas, logo em seguida, a reportagem foi mais precisa, frisou que o acesso seria às *informações* e *imagens*, o que demarcou a possibilidade de se ter, no ciberespaço, a informação audiovisual jornalística a partir de uma fonte telejornalística. A chegada do portal marca uma nova fase no Jornal Nacional. A partir desse momento, ele passou cotidianamente a orientar a audiência a buscar ou complementar informações na sua página na *web*. Pode-se entender que, nessa nova etapa, o telejornal de maior audiência no País passou a dividir a missão de informar com um cibermeio.

Três anos depois, em 2009, mais duas emissoras nacionais lançaram portais na internet: a Rádio e Televisão Bandeirantes e a Rede Record de Televisão. O portal da TV Bandeirantes surgiu no dia 13 de julho com o objetivo de “agrupar os sites de todos os veículos do grupo, incluindo emissoras de TV, rádios e jornais”⁷. Entre esses sites, o do Jornal da Band, o telejornal mais antigo e de maior audiência da emissora. Já a TV Record, no dia 28 de setembro de 2009, lançou “o mais novo portal de comunicação e de entretenimento do país”, informando que ele chegava “à internet com a promessa de inovar na comunicação e apostar na prestação de serviço, como uma de suas prioridades”⁸.

Em 2010, todos os telejornais nacionais de emissão aberta em rede no horário nobre já possuíam sites. O G1 entrou em uma fase de expansão em que as

⁶ Fonte: Jornal Nacional. Edição de 18 set. 2006. **Portal G1 entra no ar**. 18 set. 2006. Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=yowGc49Smkl. Acesso em: 09 mar. 2012.

⁷ Fonte: Versátil Comunicação Estratégica. **Bandeirantes lança portal na internet**. Disponível em: http://www.versatilcomunicacao.com.br/versa/noticias_detalhe.asp?id=182. Acesso em: 09 mar. 2012.

⁸ Fontes: *You Tube*. **Record lança R7**. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=UnzGP11QRAM>. Acesso em: 09 mar. 2012; e Publistron. **Record lança R7**. 28 set. 2009. 18h19. Disponível em: <http://www.publistorm.com/record-lanca-portal-r7/>. Acesso em: 09 mar. 2012.

páginas dos jornais locais das cidades de São Paulo e o Rio de Janeiro também foram integradas ao portal⁹.

1.1 Webtelejornalismo: um problema para a pesquisa em jornalismo audiovisual

A *web* constituiu-se como um território de expansão para o telejornalismo. Hoje, quando o cidadão brasileiro busca informar-se pelo telejornal, ele pode fazer isto pelo computador pessoal ou pelo telefone celular. Não é obrigado a se submeter à instantaneidade televisiva e a esperar pelas notícias no horário fixado pela grade de programação das emissoras de televisão aberta, modelo que se convencionou chamar em inglês como *broadcast*¹⁰. Pode-se considerar que, até agora, nem mesmo a mudança para o patamar tecnológico da televisão digital impôs ao telejornalismo brasileiro modificações tão significativas no que se refere à exclusividade sobre a emissão de conteúdos telejornalísticos audiovisuais e à interação com o telespectador¹¹. Conhecer essas modificações e as possíveis

⁹Fonte: G1. **G1 ganha novo visual e maior integração com sites da TV Globo**. G1. 15 abr. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia-e-games/noticia/2010/04/g1-ganha-visual-novo-e-maior-integracao-com-sites-da-tv-globo.html>. Acesso em: 01 out. 2010.

¹⁰ Diferente de *narrowcast*, a transmissão fechada, que chega à casa do telespectador por cabo coaxial, fibra ótica ou, ainda, por miniantenas parabólicas, mediante o pagamento de uma mensalidade, o que caracteriza uma audiência segmentada. Sistema que no Brasil é chamado de televisão por assinatura ou televisão a cabo. Regido pela Lei 8.977\1995, da Cabodifusão, que também exige outorga do Congresso Nacional e sanção do presidente da República.

¹¹ O sistema de televisão digital não é objeto, nem objetivo deste trabalho. Neusa Amaral explica que a televisão digital não é um sistema de transmissão de televisão, mas um suporte tecnológico para o sistema televisivo seja ele aberto ou fechado. A autora considera que a televisão digital “*funciona como uma transição no caminho da convergência entre a televisão e o computador*” (AMARAL, 2004, p.59). A televisão digital oferece mais qualidade de imagem, de áudio e possibilidades de interatividade inexistentes no modelo analógico. No caso do cidadão que paga por uma assinatura de televisão a cabo, o suporte digital ampliou significativamente as opções de canais e conteúdos, notadamente de produção estrangeira. No entanto, o padrão de televisão digital ainda não alterou significativamente o modelo e os formatos operados pelo telejornalismo *broadcast*, origem de nosso campo de observação. Se, com o padrão digital, as emissoras de televisão aberta emitem sinais sem problemas técnicos que garantem imagens e sons de alta definição, o modelo de produção de conteúdos e a relação com o telespectador têm se mantido tal como se consolidaram no suporte analógico: produção concentrada na grande emissora emitida simultaneamente para uma audiência ampla em horários programados. Quanto à relação com o telespectador, o padrão digital ainda perpetua a relação de mão única. No que toca à produção do texto telejornalístico, o padrão digital veio reforçar a superioridade tecnológica das grandes redes de televisão. O padrão digital de televisão no Brasil foi oficialmente implantado no dia 2 de dezembro de 2007 com uma transmissão na cidade de São Paulo. Os experimentos e investimentos na televisão digital, no entanto,

reconfigurações apresentadas pelo webtelejornalismo a partir de sua origem, o telejornalismo, são o problema central deste trabalho.

Com a internet, é possível acompanhar no atual estágio do telejornalismo no País um esforço duplo em busca de agregar o território simbólico da *web* ao do telejornal e, assim, acomodar o telejornal no ciberespaço. Nessa ação comunicativa, o telejornal passou a considerar o telespectador como um cidadão digital. Nas emissões televisivas abertas diárias, os telejornais convidam, remetem e o estimulam a se informar pela *web* como uma forma de ampliar, no ciberespaço, o território de emissão e hegemonia do texto telejornalístico.

Ao longo da história, o telejornalismo consolidou-se como informação audiovisual imediata, erigindo através do espectro eletromagnético um inventário de transmissões que permitiram à audiência de televisão transgredir a unidade de lugar e de tempo através das imagens. Do ambiente privado, o homem da segunda metade do século XX acompanhou os fatos que marcaram a vida em sociedade, na sua grande maioria, através das imagens do telejornalismo. A chegada do homem à lua, em julho de 1969. A queda do muro que durante 28 anos separou a Alemanha em ocidental e oriental, símbolo de um mundo dividido ideologicamente. O movimento por eleições diretas no maior país da América Latina, assim como o impedimento político por corrupção, tráfico de influência e formação de quadrilha do primeiro presidente democraticamente eleito no Brasil após o período de ditadura militar. As imagens ao vivo do telejornalismo impuseram à audiência a experiência de acompanhar, do sofá de casa, batalhas da guerra contemporânea e atentados terroristas. O canal de televisão a cabo americano CNN (*Cable News Network*) transmitiu de forma emblemática os ataques aéreos americanos à cidade de Bagdá em janeiro de 1991. As imagens ao vivo dos ataques foram retransmitidas por emissoras de todas as partes do mundo, assim como as imagens do atentado terrorista às torres do edifício World Trade Center na cidade de Nova York em 11 de setembro de 2001. A exibição e a fruição das imagens telejornalísticas se deu sob a

começaram bem antes. Na década final do século XX, emissoras de televisão brasileiras já trabalhavam com câmeras digitais e edição digitalizada. Pode-se considerar que houve um processo de implantação da televisão digital que se deu da produção para a emissão. Nesse processo, o mercado se antecipou ao marco governamental. O Brasil adotou o padrão digital criado pelo Japão, acrescido de tecnologias desenvolvidas por universidades brasileiras. Chama-se ISDB-TB, sigla adaptada de ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*). Esse padrão caracteriza-se por mobilidade e portabilidade sem custo para o usuário. O Brasil decidiu seu padrão digital entre três modelos: o americano, o europeu e o japonês.

égide daquilo que caracteriza a transmissão televisiva, ou seja, o imediato e o instantâneo.

Ao exibir imagens ao vivo, imediatas ao acontecimento, o telejornal é instantâneo, o que demanda acompanhamento simultâneo da exibição. Uma vez encerrado, o momento de exibição não permanece à disposição do telespectador, a não ser que ele utilize recursos acessórios de gravação e armazenamento. A instantaneidade e o imediatismo televisivos exigem disponibilidade do telespectador. Em busca de audiência e da fidelidade da audiência, o telejornal se organizou em função do tempo disponível na vida do homem da sociedade contemporânea: o horário do café da manhã, o almoço, o fim do dia, o *prime time*. Os horários do fluxo televisual voltado para a informação se tornaram habituais, familiares à vida social. O ciberespaço reorganiza o cenário de emissão-recepção da informação jornalística audiovisual permitindo que ela se mantenha virtualmente disponível.

A *web* quebrou a primazia do cinema e da televisão sobre a linguagem audiovisual. O ambiente hipertextual, multimidiático, capaz de aglutinar os diversos códigos linguísticos através da digitalização, é um espaço que demonstra uma natureza audiovisual. E através dessa natureza a *web* subverteu, porque solapou os padrões impostos historicamente pela televisão ao telejornalismo. A produção de jornalismo audiovisual está disseminada pela *web*. À medida que a banda larga¹² se expande, cada vez mais, permite a exibição de conteúdos de telejornais, que são as reportagens produzidas em vídeo editadas com duração entre 1:30” a 3:00” no padrão adotado pelo telejornalismo brasileiro, tamanho que alcançou resolução e velocidade para a exibição na *web*.

Ainda no início da segunda metade do século XX, quando os estudos sobre comunicação emergiam, Marshall McLuhan percebeu que um meio tinha a possibilidade de influenciar o outro. McLuhan (2005, p.153) conta que o poeta inglês Dylan Thomas se surpreendeu “*quando descobriu que podia ler poesia no rádio*” e

¹² O termo banda larga tem recebido diferentes explicações de acordo com o contexto tecnológico a que se refere. Esta pesquisa o utiliza para designar a conexão à internet com velocidade superior ao padrão das linhas telefônicas convencionais (56 Kbps - *kilobits* por segundo), o que permite transmitir dados com rapidez e alcançar conectividade à *web*. Permite a transmissão de imagens e áudios e, portanto, de conteúdos telejornalísticos. Pode-se considerar que só a partir da internet banda larga é que o webtelejornalismo pode ser desenvolvido. A banda larga trouxe não só maior capacidade de transmissão de conteúdos audiovisuais, como também ampliou a capacidade de armazená-los e deixá-los disponíveis para o internauta. A banda larga possibilitou, por exemplo, o surgimento de arquivos de conteúdos telejornalísticos nas páginas dos webtelejornais.

que “*tal descoberta transformou sua poesia, melhorando-a*”. Segundo McLuhan (2005, p.153), o poeta descobriu uma “*nova dimensão na sua linguagem, quando estabeleceu uma relação nova com o público*”. McLuhan (1974, p.71) registra que, “*à exceção da luz, todos os meios andam aos pares, um atuando como ‘conteúdo’ do outros*”. O autor compreendeu os meios de comunicação movidos a energia elétrica como extensões dos sentidos dos homens, meios estes que estabeleceram novos tipos de relações não apenas entre os indivíduos, mas também entre os próprios meios de comunicação utilizados pela sociedade (MCLUHAN, 1974). Regina Mota (2001) segue o raciocínio de McLuhan ao apontar a conversa narrada pelo jornalista Fernando Barbosa Lima na qual o cineasta Glauber Rocha demonstrou euforia com a potencialidade que enxergava na televisão:

Quando a Excelsior entrou no ar, em 1962, o cineasta Glauber Rocha me telefonou dizendo: ‘Fernando, a televisão vai ser a grande guardiã da democracia’. Nessa época, Fernando Barbosa Lima assumia a direção de jornalismo da emissora, tendo pela frente o desafio de repensar o telejornalismo, até então uma cópia dos jornais de rádio. Ele ressalta a importância que o rádio teve para a televisão brasileira, já que não se tinha uma indústria cinematográfica desenvolvida, como nos EUA e na Europa. (MOTA, 2001, p.78)

O ciberespaço expandiu as formas de representação, a memória, o registro da história, modificou e acelerou as trocas simbólicas entre os indivíduos. Ao analisar o processo de adaptação de obras de diversos gêneros para o cinema, Robert Stan considera que as adaptações fílmicas podem ser vistas como “*mutações*” que ajudam a obra original a “*sobreviver*” (STAM, 2005, p.3). Pode-se considerar que o modelo clássico de telejornalismo se encontra em um momento “*de esgarçamento do modelo precedente*”, como aponta Antonio Fatorelli, ou de constituição de uma nova natureza, com contornos moldados pelo ciberespaço e em busca de um lugar de fala na matriz digital, na comunicação na *web*, ou via outras possíveis novas tecnologias de transmissão (FATORELLI, 2006, p.21). Os *sites* de webtelejornalismo podem ser considerados uma adaptação para o ciberespaço de uma fonte, ou seja, um canal de televisão que passa a exibir programas, telejornais e outros produtos audiovisuais na *web* ou, ainda, de um jornal impresso que, no ambiente do ciberespaço, passa a usufruir da linguagem audiovisual e produz conteúdos com imagens em movimento. Eles são considerados cibermeios.

Um cibermeio é o *site* que cumpre, na *web*, o papel dos meios de comunicação tradicionais. Os cibermeios são *sites* que têm por objetivo a produção e a divulgação de informações jornalísticas (LÓPEZ GARCIA; ALONSO; PALACIOS, 2007, p.19). Um cibermeio é caracterizado ainda pela conectividade e interatividade, pois o cidadão que acessa a *web* assume um papel de participação ativa e tem possibilidades de atuação muito diversas do que é possível ao telespectador das redes de televisão aberta. Os cibermeios podem ser categorizados em dois tipos: os que representam na *web* os meios de comunicação convencionais e os que são desenvolvidos exclusivamente na e para a *web* (LÓPEZ GARCIA, 2005, p.21).

O webtelejornalismo brasileiro começou a se delinear bem antes da criação dos *sites* de telejornais. Primeiro, o computador substituiu as máquinas de escrever com as quais os jornalistas redigiam a parte escrita do texto telejornalístico. Em seguida, vieram as câmeras digitais, que gravam imagens e sons digitalmente, ou seja, capturam e registram imagens e sons em *bits* ou dígitos binários¹³. No início do século XXI, a digitalização foi introduzida no processo de edição de imagens e áudios na maioria dos telejornais de rede brasileiros. Processos eletrônicos analógicos e digitais conviveram durante toda a primeira década em uma fase de transição para a adoção definitiva de equipamentos para a produção digitalizada¹⁴. A digitalização chegou também aos arquivos das emissoras. E a *web* foi adotada como fonte para pesquisa e apuração na produção de notícias e de reportagens na televisão, muito antes que o telejornalismo se pusesse a empreender uma ação comunicativa em busca de espaço de enunciação no ciberespaço.

Os *sites* dedicados ao webtelejornalismo que interessam a este estudo podem ser classificados como de transposição. Os *sites* de transposição são

¹³ A primeira forma de captação e gravação de imagens no telejornalismo foi o filme cinematográfico. Depois vieram as câmeras com som direto. Na década de 70 do século passado surgiram as câmeras leves que podiam ser usadas no ombro e incrementaram a reportagem de televisão com a gravação do som direto. O filme foi substituído pelas fitas de vídeo eletromagnéticas e o videoteipe foi anexado ao corpo da câmera. Esse tipo de equipamento deu origem à denominação 'jornalismo eletrônico'. Nesse processo foram se sucedendo os formatos de gravação *U-Matic*, *Betacam*, até surgir a captação em suporte digital. Os formatos digitais são *DVCam* e *XDCam* em alta definição. Os formatos digitais têm versões para gravação em *DVD*, *High Definition* e cartões. Essas versões demandam investimentos maiores das emissoras.

¹⁴ A digitalização das rotinas produtivas nas redações de televisão aconteceu antes mesmo de o País optar por um modelo digital de emissão e recepção de conteúdos televisivos. No que se refere à recepção, o Brasil possui um parque televisivo gigantesco, ou seja, uma tal soma de aparelhos de televisão que vai demandar um grande investimento por parte da sociedade brasileira na troca destes aparelhos analógicos por digitais, que são mais caros. Diante disso, optou-se por desenvolver uma tecnologia que utiliza um conversor que, colocado no televisor analógico, permite a conversão e a recepção do sinal digital.

aqueles que se originam de um meio de comunicação audiovisual. Um exemplo é o *site* de uma rede de televisão na *web*. Os *sites* de transposição têm uma natureza audiovisual, pois se originam de um meio de comunicação que produz e divulga imagens em movimento, a televisão. Os *sites* de transposição podem ser considerados uma adaptação para o ciberespaço de uma fonte, ou seja, uma rede ou um canal de televisão que passa a exibir programas, telejornais e outros produtos audiovisuais na *web* (LOPEZ GARCIA, 2005)¹⁵.

Os *sites* de transposição convergem para a *web* os conteúdos das grades de programação vertical e horizontal das emissoras de televisão. A grade horizontal é a escala diária dos programas exibidos no período de uma semana. Já a grade vertical reúne os horários em que cada programa é levado ao ar ao longo de um dia de transmissões televisivas.

Esta pesquisa se interessa pelos *sites* de transposição com o objetivo de registrar e analisar como o telejornal, seus conteúdos audiovisuais e códigos telejornalísticos se comportam ao migrar do monitor da televisão aberta para o ciberespaço, onde passou a ser acessado na tela do computador. Os webtelejornais

¹⁵ Guillermo López Garcia (2005) classifica os *sites* ainda em híbridos e nativos. Os *sites* híbridos podem ser descritos como aqueles que não surgiram com uma natureza originalmente audiovisual, mas vão adquiri-la à medida que passam a desfrutar da multimídia característica da *web*. Do ponto de vista de quem se interessa pela análise do jornalismo feito para a *web*, os *sites* de webjornalismo são claros exemplos de *sites* híbridos. Eles surgem da convergência do jornalismo impresso com a rede. Na categoria de híbridos estão os diversos *sites* de publicações impressas, como jornais e revistas, além de *sites* de emissoras de rádio. São *sites* de webjornalismo que cada vez mais lançam mão de imagens em movimento, do áudio e até mesmo da transmissão ao vivo de imagens, com o objetivo de informar ao público ou como estratégia para atrair a atenção de cidadãos em busca de informações jornalísticas mais atualizadas. Graças à multimídia, os *sites* de jornais impressos de circulação nacional ganharam seções denominadas por “TV”. No Brasil, o *site* do jornal brasileiro *Folha de São Paulo*, por exemplo, lançou a seção *TV Folha*, enquanto seu concorrente, o jornal *O Estado de São Paulo*, criou a *TV Estadão*. A revista americana *Times* exibe reportagens e entrevistas em áudio e vídeo no seu endereço eletrônico <http://www.time.com/time/>. São os espaços no ambiente multimidiático dedicados às imagens em movimento do telejornalismo que, com a *web*, passaram a ser incorporadas ao dia a dia do fazer jornalístico como um todo, não somente ao produzido pela televisão. A multimídia deu aos *sites* híbridos uma característica audiovisual que anteriormente não possuíam e os aproxima do telejornalismo à medida que passam a exibir reportagens com imagens em movimento e áudio. E, por fim, a terceira categoria de *sites* de webtelejornalismo é a dos nativos. São *sites* criados e desenvolvidos como cibermeios. Não possuem antecessores ou correspondentes em versões analógicas, como os *sites* de transposição ou os híbridos. Eles nascem no e a partir do ambiente da *web*, por isso, os *sites* nativos já contemplam, em alguma medida, o uso de interatividade e da multimídia. Um exemplo desse tipo de *site* é o do canal brasileiro AllTV - <http://www.alltv.com.br> -, o primeiro canal de televisão brasileiro criado para transmitir exclusivamente na internet, sem auxílio de antenas ou satélites. Criado em maio de 2004, o *site* brasileiro se propôs a “*ser uma síntese dos meios de comunicação promovendo a convergência das diversas mídias*” para a *web*, segundo informação retirada da página eletrônica do canal: www.alltv.com.br. Acesso em: 04 jun. 2009

podem ser considerados a face mais visível da fase multimídia do webjornalismo (CABRERA GONZALEZ, 2000)¹⁶.

1.2 O webtelejornal como objeto de estudo

A observação apontou que dois critérios deveriam fundamentar a escolha do objeto de estudo no cenário atual dos webtelejornais no País: a demonstração de diversidade de elementos constituidores dos *sítes* e uma perspectiva que considerasse a existência do telejornalismo como fonte de informação e produção simbólica, que se consolidou ao longo do tempo, e que passa por uma fase de migração e mutação imposta pelo novo paradigma comunicacional constituído no ciberespaço.

Diante disso, entre os webtelejornais brasileiros que materializam a migração para a *web* de conteúdos dos telejornais exibidos em rede no horário nobre pela televisão brasileira, quatro foram selecionados para compor o *corpus* de observação com vistas à análise. São eles: o webtelejornal da Band, o webtelejornal da Globo, o webtelejornal Nacional e webtelejornal da Record.

¹⁶ Maria Angeles Cabrera Gonzalez (2000, p.75) identifica quatro fases de evolução do jornalismo no processo de apropriação dos recursos hipertextuais e multimidiáticos da *web*. Em uma primeira fase, os jornais são mera transposição das páginas impressas para o ambiente da internet, mediante a técnica de copiar digitalmente (escanear, digitalizar usando o *scanner*) páginas impressas. Essa autora denomina as primeiras versões de jornais impressos para a *web* de *fac-símiles*, ou seja, cópias estáticas que não aproveitam a multimídia do meio digital. A fase “fac-similar” evolui para a fase “adaptada”, em que os jornais começam a utilizar o hipertexto interligando os textos por *links*. Em seguida, na fase “digital”, os jornais, agora *on-line*, passam a utilizar um modelo criado para aproveitar algumas características da *web* e o resultado já é uma versão diferente da impressa. Os jornais *on-line* ganham uma identidade visual diversa do impresso e conteúdos específicos para *web*. É na fase digital que surgem as seções com notícias de última hora, atualizadas a todo momento; os espaços interativos em que jornalistas comentam e analisam fatos; e os internautas passam a marcar o território do webjornalismo com comentários e questionamentos sobre as notícias. Os webjornais passam a ser uma complementação do original impresso. A quarta fase identificada por Cabrera Gonzalez é a “multimídia”, na qual as publicações exploram ao máximo as possibilidades de multimídia e interatividade do hipertexto e buscam integrar às reportagens escritas sons (áudio) e imagens em movimento (vídeo). Na fase multimídia o produto webjornalístico consegue se diferenciar por completo do jornal impresso que lhe originou. É apenas nessa quarta fase de evolução que o webjornalismo lança mão da linguagem audiovisual no esforço de informar ao público internauta, ao contrário dos *sítes* de transposição, que já chegam à *web* divulgando informações audiovisuais (CABRERA GONZALES, 2000; CANAVILHAS, 2006).

1.2.1. Webtelejornal da Band

Este webtelejornal pode ser acessado pelos endereços eletrônicos <http://www.band.uol.com.br/jornaldaband/> ou ainda <http://www.band.uol.com.br/>, pelos quais se chega à sua página principal que, no período em que se deu a pesquisa, apresentou as características ilustradas pela figura a seguir.

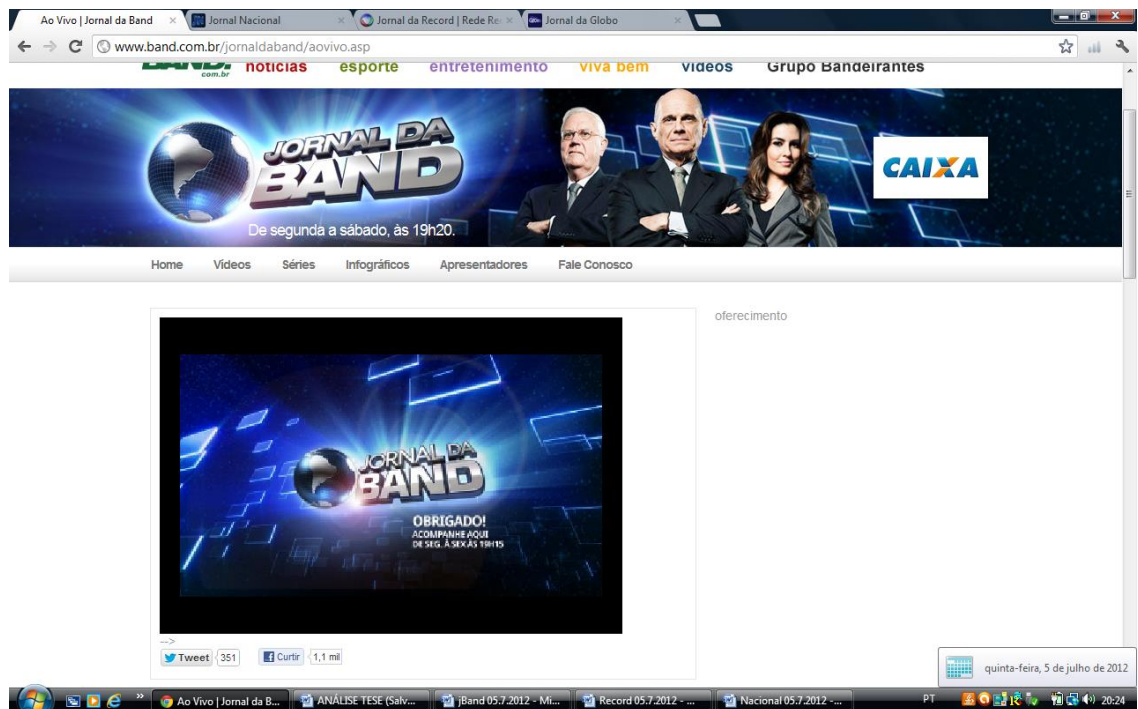


FIGURA 1 - Fac-símile de página principal do webtelejornal da Band, edição de 05 jul. 2012. Disponível em: www.band.com.br/jornaldaband/aovivo.asp. Acesso em: 05 jul. 2012.

O webtelejornal da Band possui seis seções. São as seguintes: *Vídeos*, *Séries*, *Apresentadores*, *Infográficos*, *Fale Conosco* e *Últimas notícias*. Entre os webtelejornais que formam o *corpus* de análise, pode ser considerado o mais simples, por ser o que menos aproveita as possibilidades oferecidas pelo hipertexto e pela linguagem multimídia.

No período observado pela pesquisa, foi apresentado por um trio de jornalistas. O webtelejornal não informa as funções dos demais profissionais responsáveis por sua produção.

O webtelejornal da Band migrou, para o ciberespaço, os conteúdos do telejornal denominado Jornal da Band, principal telejornal da Rádio e Televisão

Bandeirantes, que pertence ao Grupo Bandeirantes, grupo empresarial paulista que explora o setor de telecomunicações no País desde a década de 30 do século passado, quando adquiriu a Rádio PRH9, em São Paulo. Nos anos 1960, considerada a fase populista de expansão do sistema de televisão brasileiro, o grupo obteve concessão pública para operar um canal de televisão e lançou a TV Bandeirantes em 1967, quando começou a produzir um telejornal de emissão regional com o nome de Jornal Bandeirantes. No início, a emissora demonstrou alguma superioridade tecnológica, tendo sido a primeira a emitir em cores no Brasil, mas seria superada tecnologicamente pela Rede Globo. Nos anos 1980, o Jornal Bandeirantes alcançou a emissão nacional em rede e inovou trazendo para o vídeo da televisão brasileira um âncora, ou seja, passou a ser apresentado por um jornalista que comentava as notícias dando opinião. Foi o jornalista Joelmir Betting, que fugiu do padrão do apresentador tradicional, tradicionalmente escolhido por ter imagem estética que chame atenção no vídeo e cativa audiência. Na época, o Jornal da Bandeirantes inovou também por ter na bancada uma mulher que fazia comentários sobre economia, a jornalista Belisa Ribeiro.

O Jornal da Bandeirantes passou a se chamar Jornal da Band em 1997. Ele migrou para o ciberespaço em 13 de julho de 2009, quase três anos após o Jornal Nacional e dois meses antes da criação do webtelejornal da Record. É o único entre os quatro do *corpus* a ser transmitido ao vivo pela *web* com boa capacidade de conexão¹⁷. O webtelejornal da Band fica alojado no portal www.band.com.br e foi classificado como 149º *site* brasileiro no *ranking* apresentado pelo *site* internacional Alexa, que se dedica a classificar *sites* e portais de internet no mundo¹⁸.

¹⁷ Entre os webtelejornais brasileiros, no momento observado por esta pesquisa, o webtelejornal da Rede TVNews também era exibido ao vivo pela *web*, mas o *site* da emissora não tinha velocidade e travava constantemente, impossibilitando ao internauta acompanhar a exibição das reportagens.

¹⁸ Informação disponível em: <http://www.alexa.com/siteinfo/band.com.br>. Acesso em: 29 set. 2012.

1.2.2. Webtelejornal da Globo

Este webtelejornal pode ser acessado pelo endereço do portal de notícias G1, www.g1.com.br, pelo qual se chega à sua página principal, como ilustram as FIG. 2 e 3.¹⁹

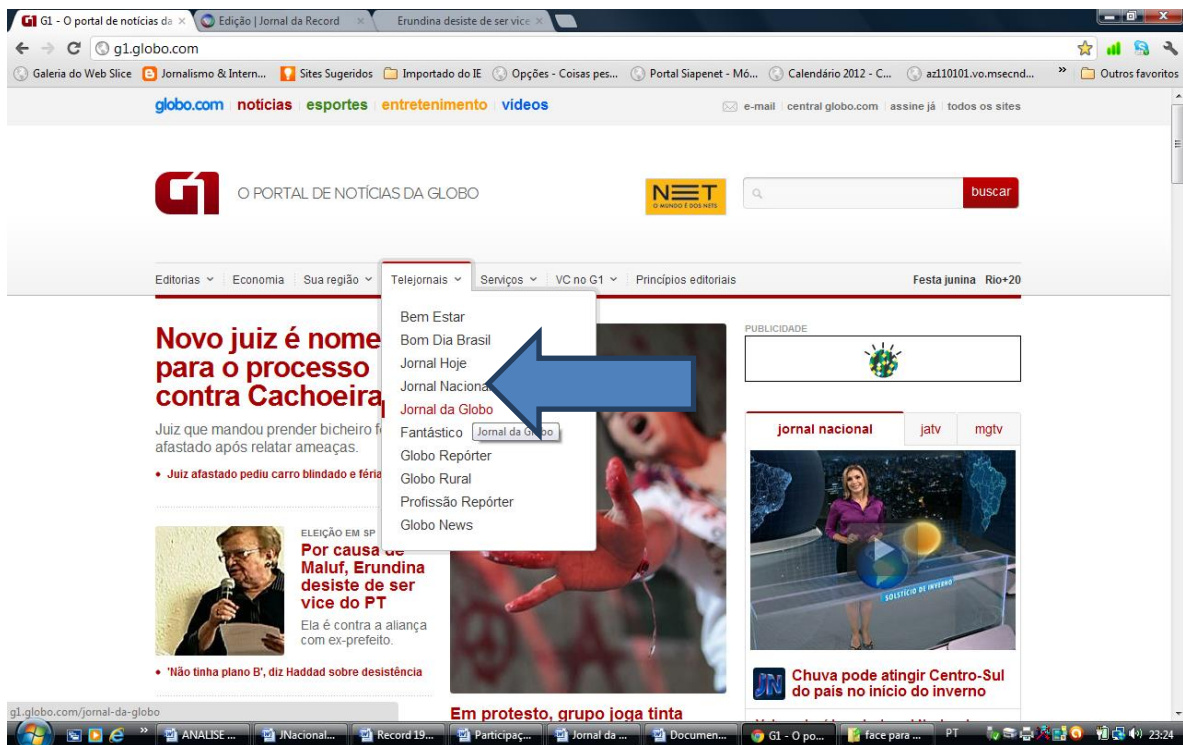


FIGURA 2 - Fac-símile da página de entrada do portal G1, por onde se acessa o *link* para a *home* do webtelejornal da Globo.

Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

¹⁹ Entendeu-se ser necessário explorar ao máximo um formato em que as figuras impressas ocupassem a página de papel de forma a complementar o texto escrito, materializando a descrição. A padronização de tal formato, infelizmente, impôs espaços em branco entre algumas figuras, problema que a diagramação deste trabalho não conseguiu resolver devido às limitações de edição oferecidas pela versão mais recente do editor de texto *World*.



FIGURA 3 - Fac-símile da página inicial, *home*, do webtelejornal da Globo. Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

O webtelejornal da Globo trouxe para o ciberespaço conteúdos do Jornal da Globo, telejornal produzido pela Rede Globo de Televisão para ir ao ar por volta das 23h, de segunda a sexta-feira. Trata-se de telejornal surgido em 1979, já na fase classificada como de desenvolvimento tecnológico da televisão brasileira, em que o governo militar pressionou as emissoras para que levassem ao vídeo um número maior de produções de cunho nacional com padrão técnico mais apurado, em busca de “*ter uma televisão bonita e colorida, nos moldes do “Fantástico - O show da Vida”* (MATTOS, 2010, p.35).

O webtelejornal da Globo preserva as características de seu antecessor eletrônico. Tem uma seção com as charges que o cartunista Chico Caruso produz a partir de determinados fatos políticos. Possui ainda seções dedicadas a economia, cultura da conexão e música. Entre os quatro webtelejornais do *corpus*, é o que demonstrou maior diversidade de seções, o que o diferiu dos demais. O webtelejornal da Globo possui seis seções. São as seguintes: *Conecte*, *Mara Luquet*, *VC no JG*, *Fale Conosco*, *Vídeos* e *Princípios Editoriais*. A coluna *Conecte* informa sobre lançamentos tecnológicos e usos da tecnologia na resolução de

problemas diversos, desde saúde a transporte, meio ambiente e também segurança pública.

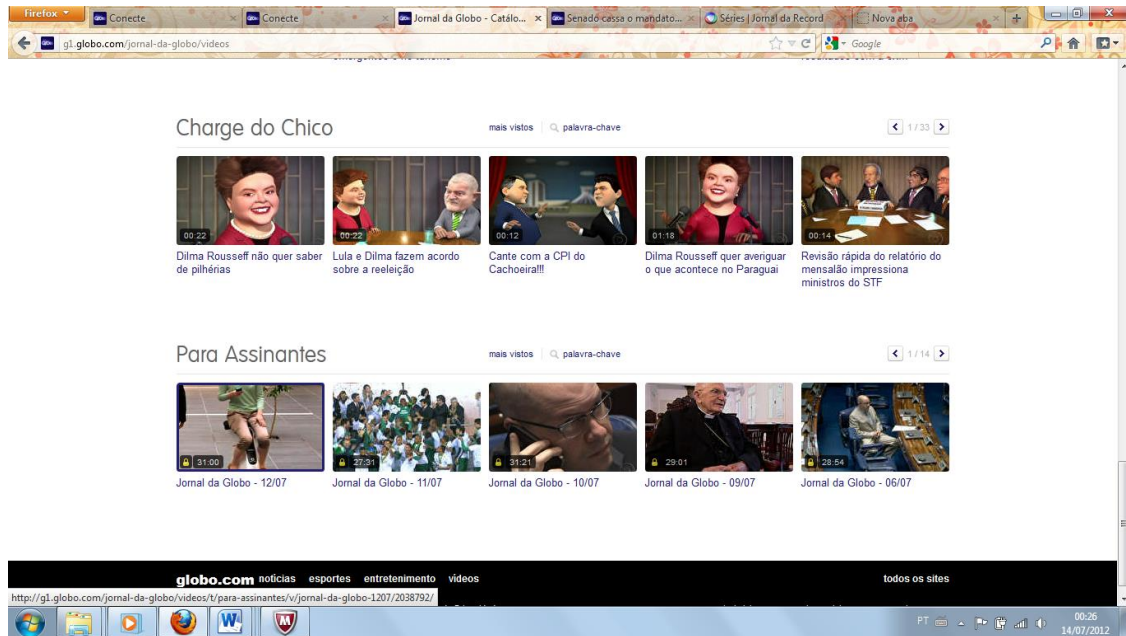


FIGURA 4 – Fac-símile de página do webtelejornal da Globo com arquivos da seção *Charge do Chico*.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/videos/t/edicoes/>. Acesso em: 13 jul. 2012.



FIGURA 5 - Fac-símile de página do webtelejornal da Globo com arquivos da seção *Conecte*.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/06/feira-em-los-angeles-reune-novidades-do-mercado-de-games.html>. Acesso em: 13 jul. 2012.

O webtelejornal da Globo possui ainda a seção *Mara Luquet*, na qual a jornalista se propõe a prestar assessoria e auxiliar o internauta nos temas da

economia doméstica. Os comentários que tradicionalmente fazem parte do Jornal da Globo também são levados para o ciberespaço.

1.2.3. Webtelejornal Nacional

O webtelejornal Nacional possui dez seções. São as seguintes: *JN especial, Redação, História, Fale Conosco, JN no Ar, Vídeos, Princípios Editoriais, Última Edição, Perdeu e quer rever uma reportagem?*, além da seção *Mais lidas do JN*. Entre os webtelejornais do *corpus* de análise, é o que contém maior diversidade de elementos²⁰. O webtelejornal Nacional pode ser considerado a face tecnológica mais recente do Jornal Nacional, o principal telejornal da Rede Globo de Televisão, considerada a maior emissora do Brasil, propriedade das Organizações Globo. Ao buscar um lugar no ciberespaço, criando uma versão *web*, ele procurou se adequar ao novo paradigma cultural da conexão, das redes sociais, da audiência independente, que oferece ao cidadão opções ao seu modelo de emissão centralizada e de interação assimétrica.

²⁰ Durante o período observado, o webtelejornal Nacional sofreu uma mudança de apresentadora. A jornalista Fátima Bernardes, que apresentou o jornal por 14 anos e atuava também como editora, foi substituída pela jornalista Patrícia Poeta no dia 5 de dezembro de 2011.

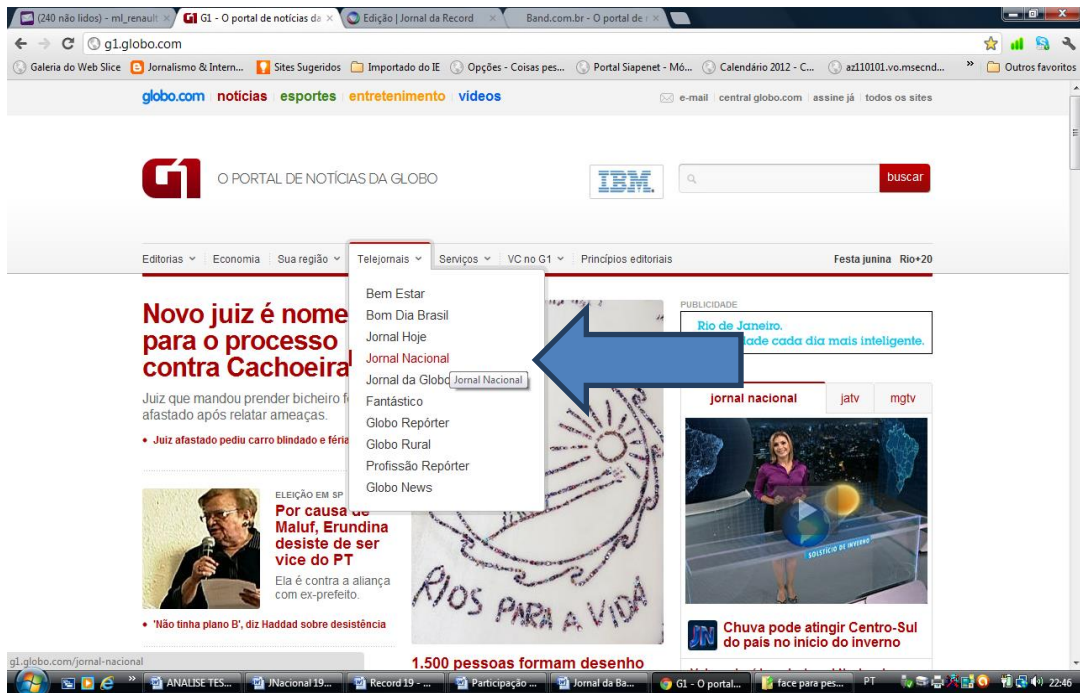


FIGURA 6 - Fac-símile da página de entrada do portal G1, por onde se acessa o *link* para a *home* do webtelejornal Nacional.

Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.



FIGURA 7 - Fac-símile da página inicial, *home*, do webtelejornal Nacional.

Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

Esse webtelejornal pode ser acessado pelo endereço do portal de notícias G1, www.g1.com.br, pelo qual se chega à sua página principal que, no período em que se deu a pesquisa, apresentou as características ilustradas pelas FIG. 6 e 7.

O Jornal Nacional foi ao ar pela primeira vez em 1º de setembro de 1969, em emissão nacional por micro-ondas, tecnologia que os investimentos do governo militar estenderam pelo País em busca de ampliar e modernizar o sistema de telecomunicações no Brasil, para atender à doutrina da segurança nacional defendida pelo regime. A chegada do telejornal coincide com o início da escalada de crescimento da Rede Globo e a decadência de emissoras pioneiras como a TV Tupi e a Record, que fizeram oposição ao regime militar. O Jornal Nacional consolidou, ao longo do tempo, um modelo hegemônico em que, na grade de programação televisiva, o telejornalismo é considerado uma atração, estrategicamente apresentada entre duas telenovelas, com eficiência ao cumprir rigorosamente o horário de ir ao ar nos seis dias da semana, o que garante um hábito para a audiência. Trata-se de um telejornalismo fundamentado na busca por demonstrar superioridade tecnológica na produção da reportagem, na adoção de pesquisas de opinião e mercado para compreender a audiência, além de a prestação de serviços guiar a seleção de conteúdos²¹.

O weblejornal Nacional está alojado no portal G1, o empreendimento para a internet em que a Rede Globo concentrou a migração de seus produtos jornalísticos para o ciberespaço. O endereço eletrônico www.g1.globo.com foi classificado como 7º *site* brasileiro e 106º no *ranking* mundial conforme o *site* internacional Alexa, que se dedica a classificar *sites* e portais de internet no mundo²². As Organizações Globo são um grupo empresarial que atua no setor de telecomunicações, detentor de propriedade cruzada em diversos setores econômicos no campo da mídia. Além da emissora de televisão, possui emissoras de rádio, jornais e revistas impressos e explora os serviços de televisão digital por cabo e parabólica, internet banda larga e telefonia. Tal como outros grandes grupos de mídia do País, começou no início do século passado com um jornal impresso, o Globo, fundado no Rio de Janeiro, em julho de 1925, e que se mantém em circulação até hoje.

²¹ Não é objetivo desta pesquisa se ocupar da história, das posturas editoriais e dos detalhes ao longo da existência do telejornal Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão. O objetivo deste trabalho é registrar, descrever e buscar analisar o início do weblejornalismo no Brasil.

²² Informação disponível em: <http://www.alexa.com/siteinfo/globo.com>. Acesso em: 29 set. 2012.

1.2.4. Webtelejornal da Record

Este webtelejornal pode ser acessado pelo endereço do portal de notícias R7, www.noticiasr7.com.br, pelo qual se chega à sua página principal que, no período em que se deu a pesquisa, apresentou as características ilustradas pela FIG. 8.



FIGURA 8 - Fac-símile da página inicial, *home*, do webtelejornal da Record. Disponível em: www.noticiasr7.com/jornal-da-record/. Acesso em: 19 jun. 2012.

O webtelejornal da Record possui oito seções. São as seguintes: *O Programa*, *Apresentadores*, *JR Denúncia*, *Séries*, *Blogs*, *Enquetes*, *Vídeos* e *Envie sua sugestão*. Esse webtelejornal migrou, para o ciberespaço, os conteúdos exibidos pelo Jornal da Record, principal telejornal da Rede Record de Televisão, que pertence a uma organização empresarial de propriedade da Igreja Assembleia Universal do Reino de Deus, criada pelo pastor evangélico Edir Macedo. A Igreja Assembleia Universal do Reino de Deus possui um braço empresarial que atua no setor de telecomunicações, sendo detentor de propriedade cruzada de jornais impressos e emissoras repetidoras da Rede Record.

O webtelejornal da Record é anterior ao portal da emissora, o R7, que surgiu no dia 28 de setembro de 2009. Como não foi possível precisar a data de

lançamento da página eletrônica isolada do webtelejornal da Record, toma-se a data de lançamento do portal R7 como referência. O webtelejornal da Record surgiu a partir de um histórico de telejornal que remonta ao ano de 1972, quando a TV Record, em uma nova fase, lançou um telejornal para o horário nobre. Ao longo das duas últimas décadas do século passado, o Jornal da Record passou por diversas mudanças, orientações e trocas de apresentadores. O webtelejornal surgiu em uma fase em que o telejornal da Record buscava competir em audiência com o Jornal Nacional e, para tanto, assumiu uma postura de copiar o telejornal da Rede Globo, investindo na contratação de profissionais que trabalharam na emissora concorrente. No período observado, o webtelejornal da Record foi apresentado por dois jornalistas. A seção *O Programa*, que informa a ficha técnica do webtelejornal, não especificou a função de editor de internet entre os trinta e sete profissionais citados, em sua maioria editores ou correspondentes internacionais.

1.3 Características estruturais e atributos do webtelejornalismo

Os webtelejornais brasileiros se apresentam como um conjunto de páginas *web* que constituem seções. As seções são possibilidades multimidiáticas em que conteúdos heterogêneos se conectam de forma múltipla para serem atualizados virtualmente. A seção exibe uma feição de multiplicidade e, ao mesmo tempo, caracteriza-se pela ruptura, ou seja, como rizoma pode ser abandonada, interrompida e retomada em outro momento. Do ponto de vista estrutural, em sua maioria, os webtelejornais analisados apresentam em suas páginas seções como: última edição, vídeos, atualização de notícias, seção especial, enquete, as mais lidas, contato com a redação, história, acesso ao arquivo de edições anteriores, material exclusivo para a *web* e informações sobre a equipe que produz o webtelejornal²³.

A seção relativa à última edição é o espaço destinado aos vídeos das reportagens que o telejornal exibe na emissora aberta e disponibiliza no

²³ A descrição dos webtelejornais foi feita a partir de observação que resultou em dados organizados em duas tabelas que podem ser conhecidas no Anexo 1.

ciberespaço. Os weblejornais pesquisados disponibilizam o material levado ao ar no telejornal em lugar de destaque na página principal. A última edição se caracteriza por desmembrar o modelo de telejornal emitido em aberto e exibi-lo vídeo a vídeo. Cada reportagem audiovisual passa a ser uma unidade a ser acessada individualmente pelo internauta. Cada conteúdo audiovisual exibido é acompanhado de uma versão transcrita da reportagem. O texto escrito reitera o texto audiovisual.

A seção *Última edição* inverte o modelo de exibição instantânea do telejornal. Ao disponibilizar as reportagens para a atualização virtual, essa seção prolonga, no ciberespaço, a existência da informação jornalística audiovisual. Uma vez escolhida a matéria a ser vista, o internauta pode ampliar o quadro. Maximizada, a informação audiovisual ocupa toda a tela do computador. É possível acessar, abrir, ver e rever de forma isolada cada uma das reportagens exibidas em uma edição. Os weblejornais priorizam a organização visual da página para que, ao primeiro olhar, o internauta identifique a última edição.



FIGURA 9 - Fac-símile da *home*, página inicial do weblejornal da Band em 09 out. 2010. Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 09 out. 2010.



FIGURA 10 - Fac-símile da *home*, página inicial do webtelejornal Nacional em 09 out. 2010. Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 09 out. 2010.

A disposição da seção relativa à última edição varia de um webtelejornal para outro. No início da observação, o webtelejornal da Band dispunha os vídeos do lado direito do vídeo da tela, como mostra a FIG. 9. Já o webtelejornal Nacional localizou a seção no lado esquerdo, como exemplifica a FIG. 10.

Na seção dedicada à atualização de notícias, o internauta encontra as informações atualizadas em tempo real. A seção é fruto da velocidade de conexão e do imediatismo da *web* e atualiza o internauta à medida que os fatos selecionados pelo jornalismo são transformados em acontecimentos noticiáveis. A atualização da informação constitui elemento novo trazido pelo webtelejornal ao universo do telejornalismo. Na sua origem, o telejornal em si não tem como ser atualizado fora do momento instantâneo de exibição na televisão. A atualização de informação na televisão exige a produção de um novo programa, que pode ser um boletim ou plantão de notícias utilizado nos intervalos comerciais das emissoras. Já na *web*, o noticiário pode ser atualizado a qualquer momento, pois o webtelejornal está inserido, conectado a uma estrutura rizomática, que é o portal. Se um fato é atualizado no portal, o webtelejornal se beneficia desta atualização.

A despeito de possuir a natureza da emissão ao vivo, alguns webtelejornais demonstraram ter tido dificuldade para se adaptar à possibilidade de rápida atualização das notícias no ciberespaço. No início da observação, alguns deles não conseguiam demonstrar capacidade de se atualizar, como se viu no webtelejornal da Record. Na atualidade, todos já conseguem atualizar as notícias, mesmo que demonstrem níveis diferentes na velocidade com que o fazem.

Por seção especial entende-se o espaço dedicado a destacar na página do *site* as séries de reportagens especiais feitas para televisão, que podem ser vistas a qualquer momento na *web*. Ao longo da pesquisa, a seção especial se expandiu nos webtelejornais brasileiros. No início, ela foi encontrada em apenas metade dos webtelejornais originados do horário nobre da televisão brasileira. Eram os webtelejornais Nacional, da Record e SBT Brasil²⁴. O webtelejornal Nacional, por exemplo, produzia conteúdo especial sobre o segundo turno das eleições 2010 e havia lançado um quadro dedicado a reportagens especiais, intitulado *JN no Ar*. Essa série de reportagens é produzida por equipes que viajam a bordo de um avião e buscam demonstrar velocidade e eficiência na cobertura diária, em uma clara analogia ao universo de conexão e velocidade da *web*.

A seção especial permite acesso individual às reportagens especiais, além de prolongar o acesso aos conteúdos, possibilidade inexistente na televisão aberta instantânea, em que, encerrada a exibição, a reportagem fica inacessível para o telespectador.

²⁴ O webtelejornal SBT Brasil não foi selecionado para compor o *corpus* de análise deste trabalho, mas deve ser citado nesta específica observação.

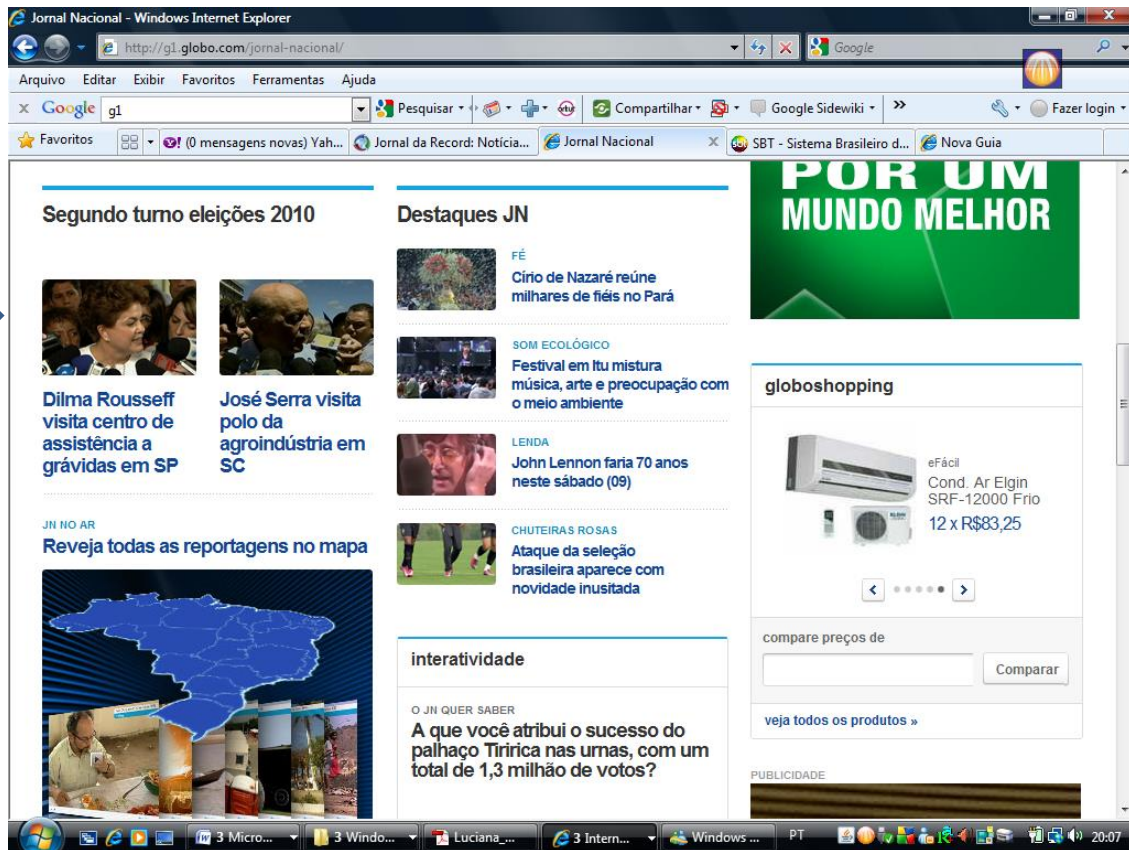


FIGURA 11 - Fac-símile da Seção Especial do webtelejornal Nacional em 10 out. 2010 com informações sobre a campanha presidencial de 2010. Disponível em: www.g1.com.br. Acesso em 1 out. 2010.

A FIG. 11 ilustra os conteúdos exibidos pela seção especial do webtelejornal Nacional por ocasião da cobertura da campanha política para a presidência da República do País, em 2010. Observe-se que as reportagens estão divididas entre os dois candidatos que disputaram o segundo turno das eleições.

Já o material exclusivo para a *web* é a seção em que o internauta encontra conteúdo produzido especificamente para o webtelejornal. No início da observação, apenas o webtelejornal Nacional exibia material produzido exclusivamente para a *web*. O webtelejornal possui um *blog* por meio do qual passou a informar sobre os bastidores da produção das reportagens. O *web blog* é um conjunto de mensagens postadas em ordem decrescente, que pode ser comparado a um diário *on-line*. É popularmente conhecido como *blog* e se tornou muito utilizado. As mensagens podem ser postadas em texto corrido, fotografias ou vídeos. Este texto adotou o uso somente da palavra *blog*.



FIGURA 12 - Comentário postado no *blog JN Especial* do weblejornal Nacional pelo jornalista Alfredo Bokel em 28 set. 2010. Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 10 out. 2010.

No *blog* do weblejornal Nacional, chamado de *JN Especial*, os repórteres registram impressões e as experiências que não são incluídas no conteúdo das reportagens. A FIG. 12 exibe uma mensagem em que o jornalista relata no *blog* algo que lhe chamou a atenção durante a produção de uma reportagem no estado do Tocantins, no Centro-Oeste brasileiro: um hotel-fazenda para gado. A mensagem postada mantém critérios jornalísticos. Trata o fato como novidade, como inédito. Traz declarações de entrevistados e explica como o hotel funciona.

O weblejornalismo proporciona novo acesso à memória coletiva produzida diariamente pelo telejornalismo através da seção que dá acesso ao arquivo de edições anteriores. Nela, as reportagens ficam à disposição do internauta, ao contrário do que acontece na televisão, na qual os conteúdos audiovisuais desaparecerem do alcance do telespectador após a exibição instantânea. O hipertexto e sua multimídia permitem que os arquivos audiovisuais fiquem disponíveis no ciberespaço e o resultado disto é que os weblejornais não são apenas meios de informação do presente, mas guardam e carregam em si as edições anteriores, disponíveis para acesso a partir da atualização virtual.

A despeito das diversas tecnologias que permitem ao telespectador gravar para manter conteúdos exibidos pelos telejornais, como os recursos atuais do sistema de televisão digital, o disco digital de vídeo, conhecido como DVD (*Digital Versatile Disc* ou *Digital Video Disc*) e o já superado videocassete (gravador caseiro de vídeo em fita eletromagnética), a *web* possibilitou o que pode ser considerado um novo tipo de acesso ao infinito arquivo audiovisual que as emissoras de televisão aberta produzem diariamente. Com a *web* e a capacidade de conexão ampliada, surgiu a possibilidade de se ver tudo que a televisão produz também na *web*. A despeito de as emissoras comerciais brasileiras operarem concessões públicas outorgadas pelo Estado, o acesso do cidadão aos arquivos das emissoras é difícil e desigual. Ao disponibilizar as edições nas páginas *web*, o webtelejornalismo mudou esse estado de coisas.

A pesquisa por uma determinada reportagem pode ser feita pelo sistema de busca avançada, pelo calendário que em cada webtelejornal é situado em um determinado espaço da página inicial. No webtelejornal Nacional, por exemplo, a disponibilização de edições anteriores evoluiu durante o período de execução desta pesquisa.

The screenshot shows the 'edições' (editions) section of the webtelejornal Nacional. It features a navigation bar with 'edições', 'arquivo jn', and 'jn no ar' tabs, and a search box labeled 'filtrar vídeos...'. Below this is a calendar for 'out 2010' with the 9th highlighted. To the right of the calendar is a grid of 12 video thumbnails, each with a title:

Edições						
out 2010						
D	S	T	Q	Q	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

The video thumbnails and their titles are:

- Chuva cancela treino decisiv para o ...
- Feriado começa com voos atrasados nos...
- Pro-Rad dará grande chance para atlet...
- John Lennon faria 70 : neste sábad...
- Jornal Nacional - 09/10, na íntegra
- Romeiros chegam a Aparecida (SP) para...
- Ataque da seleção brasileira aparece ...
- Santos e São Paulo ve no Brasileirão
- Brasil vence a Itália e está na final...
- Termina escavação de túnel para resga...
- Círio de Nazaré reúne milhares de fié...
- Super bactéria é resis quase t...

FIGURA 13 - Arquivo disponibilizado no webtelejornal Nacional em 11 out. 2010. Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 11 out. 2010.



FIGURA 14 - Modelo atual de disponibilização de vídeos para busca de reportagens antigas no webtelejornal Nacional em 26 out. 2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos>. Acesso em: 26 out. 2010.

Na FIG. 14, o calendário que possibilita a busca por edições anteriores ficava no lado esquerdo da tela. A página dispunha de menos informação audiovisual. Já o modelo atual, ilustrado pela FIG. 15, utiliza um dispositivo chamado *video wall*, que possibilita a disposição dos vídeos como em uma vitrine à disposição do internauta, o que facilita a busca pela reportagem antiga que se quer acessar e assistir.

A seção destinada às informações sobre a equipe reconfigura a prática histórica de informar sobre quem faz o jornal. Essa prática consolidou-se nos expedientes publicados na segunda página dos jornais impressos e nas matérias assinadas por repórteres e redatores. Os meios eletrônicos audiovisuais, como o cinema, o rádio e a televisão, criaram a ficha técnica para informar ao público sobre os autores, criadores e responsáveis legais pelo desenvolvimento e pela execução das produções. A ficha técnica, sonora ou audiovisual, aparece no final da exibição como uma forma de assinatura coletiva da obra. Mais que divulgar nomes dos profissionais que trabalham nos bastidores da produção, redação e organização do telejornal, a ficha técnica indica quem são os responsáveis legais pela apuração e divulgação do texto telejornalístico.

A seção que informa sobre a equipe responsável pelo webtelejornal trouxe uma nova função para a redação de televisão: a do editor de internet, jornalista

responsável exatamente pela migração do conteúdo do telejornal para a *web*. O editor de internet participa da reunião de pauta do telejornal, faz a transposição da edição aberta para a *web* e produz ou organiza os conteúdos exclusivos, além de atualizar o webtelejornal.

No início da pesquisa, metade dos webtelejornais originários de telejornais nacionais mantinha a seção que divulga os nomes e funções dos profissionais que formam as equipes envolvidas nas produções. Os demais se limitavam a informar apenas sobre os apresentadores. Hoje, com a expansão do webtelejornalismo, todos passaram a informar sobre suas equipes. A exceção é o webtelejornal da Band que, durante todo o período observado, se manteve informando ao internauta unicamente sobre seus três apresentadores.

A seção dedicada a possibilitar o contato com a redação também apresenta uma nova face ao telejornalismo. Historicamente, no Brasil, telejornais não divulgavam no ar seus endereços ou telefones para contato. No entanto, desde sempre, leitores, ouvintes e telespectadores buscaram se comunicar com os produtores de conteúdos nos meios de comunicação e fizeram isto através de cartas, telefonemas ou até mesmo indo às redações. A *web* trouxe novo estágio a essa interação, dando mais velocidade e encurtando a distância entre o internauta e os jornalistas. A seção para contato com a redação surgiu logo no início na maioria dos webtelejornais e se expandiu ao longo do período da pesquisa. Nos webtelejornais da Band, da Globo e Nacional chama-se *Fale conosco*. O Jornal da Record tem a *Entre em contato*.

Assim como passou a receber sugestões e críticas dos internautas, o webtelejornalismo brasileiro criou seções com objetivos institucionais para narrar a própria história: data em que estreou no ar, perfil editorial, informações sobre coberturas históricas ou momentos de evolução tecnológica. O webtelejornal Nacional tem a seção *História*. Já o da Record fala sobre si na seção *O Programa*.

Na seção destinada a enquetes, o webtelejornalismo busca uma comunicação pontual com os internautas através de pesquisas rápidas e momentâneas. Os temas das enquetes propostas por essa seção são atrelados aos das reportagens do dia. O modelo de pergunta é fechado.



FIGURA 15 - Resultado de enquete feita pelo webtelejornal da Record em 12 out. 2010. Disponível em: <http://www.rederecord.com.br/programas/jornaldarecord/debate.asp?m=y>. Acesso em: 12 out. 2010.

A FIG. 15 mostra que a pergunta feita pela enquete ao internauta vem acompanhada por opções de respostas. O ambiente multimídia permite que o internauta dê opinião e saiba de imediato o resultado da enquete até o momento, como pode ser visto nessa figura. Os resultados das enquetes podem ser ou não utilizados nas edições abertas ou na *web*. Ao longo da pesquisa, a enquete do webtelejornal da Record se modificou. Em outubro de 2010 chamava-se *Debate* e apresentava duas opções de resposta. Transformou-se na seção *Votação*, com cinco opções de repostas dadas. Já o webtelejornal Nacional não possui mais a seção *O JN quer saber*, que exibia há dois anos.

Nas seções dedicadas aos anúncios e às reportagens mais vistas, o webtelejornal assume sua face de produção simbólica que compete publicamente pela atenção do público para se manter como um negócio na sociedade de economia capitalista. A feição de negócio no webtelejornalismo brasileiro se mostrou no seu nascedouro, ainda que de forma tímida, se observada na maioria dos webtelejornais. No início, a maioria deles não conseguiu repetir na *web* o modelo de negócio consolidado pela televisão aberta, ou seja, explorar a venda da publicidade exibida nos blocos comerciais. No entanto, esse modelo já se insinuava transposto

para os *sites* que migraram para o ciberespaço os dois telejornais mais antigos da televisão brasileira.

Tão logo entraram no ar, os webtelejornais da Band e Nacional já vendiam espaços para anúncios comerciais em suas páginas. Clara demonstração de que a *web* representava para eles uma nova possibilidade de expansão do negócio da comunicação. Neles, o internauta encontrou, desde o início, publicidade no alto da página. Ao rolar a página para baixo, encontrava outros anúncios e até espaço para compras pela internet, como no webtelejornal Nacional, que anunciava *site* de vendas *on-line* das Organizações Globo, como ilustra a FIG. 16.

The image shows a screenshot of the Nacional web portal homepage. The layout includes several sections:

- Top Left:** Two news articles with photos. The first is titled "Serra fala sobre transportes no Centro-Oeste" and the second is "Dilma fala sobre religião e ética na política".
- Top Center:** A poll titled "Qual time é o favorito para conquistar o Campeonato Brasileiro?" with a "participe" button and a "ver resultado parcial »" link.
- Top Right:** A large red advertisement for KIA with the KIA logo.
- Middle Left:** A section titled "JN NO AR" with the sub-header "Reveja todas as reportagens no mapa" and a map of Brazil.
- Middle Center:** A "Destques JN" section with three featured articles: "CONTAGEM REGRESSIVA" (Realizados com sucesso os últimos testes para o resgate de mineiros no Chile), "AVANÇO DA CIÊNCIA" (Cientistas testam células-tronco embrionárias em seres humanos), and "OKTOBERFEST" (Blumenau dá sotaque brasileiro à tradicional festa alemã).
- Middle Right:** A "globoshopping" advertisement for a Navman Ipiranga device, priced at 10 x R\$29,90.
- Bottom Left:** An "Arquivo JN" section with a photo of Fernando Sabino and the text "Morre o escritor Fernando Sabino" dated 11/10/2004.
- Bottom Center:** A "100%" section with the text "Brasil vence a terceira partida sob o comando de Mano Menezes".
- Bottom Right:** A "compare preços de" section with a "Comparar" button.

FIGURA 16 - Parte inferior da *home*, página inicial, do webtelejornal Nacional com parte da lateral ocupada por anúncio de fabricante de veículos e *site* de vendas já em outubro de 2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/>. Acesso em: 12 out. 2012.

Como se pode observar, a parte inferior da *home*, a página inicial, do webtelejornal Nacional em outubro de 2010 já exibia a lateral ocupada por anúncios de um fabricante de veículos e do *site* de vendas pela internet mantido pelo portal G1.



FIGURA 17 - Parte superior da *home*, página inicial, do webtelejornal da Band exibia anúncio comercial em outubro de 2010.

Disponível em: <http://www.band.uol.com.br/jornaldaband/>. Acesso em: 12 out. 2010.

Assim como o Nacional, o webtelejornal da Band, desde o início da observação, demonstrou ter espaço para anunciantes em suas páginas. A FIG. 17 exhibe anúncio na parte frontal no alto da página principal do webtelejornal da Band em outubro de 2010. Trata-se de anúncio considerado interativo, pois convida o internauta a imaginar algo e a passar o *mouse* para descobrir o que é anunciado.

Do ponto de vista do negócio, o webtelejornalismo brasileiro apresentou ainda outra marca: a venda de assinatura. Apesar de não ser regra, mas uma exceção, a venda de assinatura para ter acesso a conteúdo exclusivo ou à íntegra do webtelejornal, ou seja, como ela se dá na emissão aberta pela televisão, é adotada por um único webtelejornal. É o caso do webtelejornal Nacional, cujo acesso é universal, mas oferece acesso a mais conteúdos a quem paga a assinatura mensal. O acesso à exibição na íntegra do telejornal é bloqueado ao internauta que não é assinante, como pode ser visto pelo ícone de um cadeado que exige uma senha para seguir em frente.



FIGURA 18 - Seção especial para assinantes do weblejornal Nacional: o cadeado no canto inferior esquerdo demarca o acesso especial. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos>. Acesso em: 18 dez. 2012.

A pesquisadora tornou-se assinante do weblejornal Nacional para compreendê-lo em sua totalidade. No entanto, no que toca à observação da exibição dos conteúdos audiovisuais, guiou-se como se fosse um internauta sem acesso privilegiado por entender que esta é a condição de observação para todos os demais weblejornais, que não vendem assinatura para conteúdos exclusivos.

Na fase inicial de migração para a *web*, em busca de uma feição no ciberespaço, o weblejornal se apropriou logo das possibilidades hipertextuais que lhe auxiliassem em alguma forma de demonstração de audiência. Uma marca disso é a seção destinada a destacar as reportagens que foram mais lidas. Essa seção destaca as reportagens mais acessadas pelos internautas. As reportagens são exibidas em vídeo e vêm sempre acompanhadas de uma transcrição em texto corrido. Apesar de as reportagens serem vistas pelo internauta, os weblejornais se referem à leitura do material, *mais lidas*, numa alusão ao modelo copiado do webjornalismo, ou seja, o modelo adotado pelos *sites* criados pelos jornais impressos.

CAPÍTULO II

2 PRESSUPOSTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Para analisar a passagem do telejornalismo para o webtelejornalismo é necessário um caminho metodológico que abranja a estrutura e a dinâmica deste processo. O webtelejornalismo como objeto de análise contém dois conceitos: o de *web* e o de telejornalismo. Para chegar às imagens telejornalísticas que hoje alimentam os *sites* informativos na *web* devem-se considerar suas origens e formas antecessoras, em um longo caminho que surgiu com a fotografia, passou pelo cinema e chegou à televisão. Através da ação da câmera, a representação imagética contemporânea e a informação são construídas por diferentes suportes tecnológicos, com seus respectivos parâmetros. Com o ciberespaço assumindo cada vez mais relevância no debate público, importa compreender a constituição da imagem, forma peculiar de materialização da informação produzida pelo telejornalismo, como fundamento para a compreensão das mudanças que ocorrem na passagem deste para o webtelejornalismo. A presente reflexão aborda o conceito de imagem como representação, suas características e seus atributos na constituição do objeto audiovisual desde os aparatos técnicos anteriores e posteriores à televisão.

2.1 Imagem: o conceito

A despeito de as imagens produzidas pela mídia alimentarem em profusão o dia a dia do homem contemporâneo, a discussão sobre o que são e como se caracterizam não é simples. Jacques Aumont (1993, p.77) afirma: “*as imagens são feitas para serem vistas*”. O conceito de imagem aponta a existência de alguém que vê algo que lhe inspira um sentido, um significado, um conhecimento. Isso implica que qualquer imagem existe em função de um espectador, o homem, ator social de um período histórico. A produção e a existência de imagens pressupõem a inerente

relação de olhar e ser olhado. Em todas as sociedades, a produção de imagens esteve ligada a algum fim, seja religioso, político, cultural. Jacques Aumont considera que *“a produção de imagens jamais é gratuita e, desde sempre, as imagens foram fabricadas para determinados usos, individuais ou coletivos”* (AUMONT, 1993, p.78). Mas por que as imagens são produzidas e olhadas? A resposta a essa questão parte da motivação de toda e qualquer produção do homem na sua busca por estabelecer uma relação com o mundo, com o real. Jacques Aumont (1993) aponta três valores a serem considerados ao se analisar a relação das imagens com o real: um valor de representação, um valor de símbolo e um de signo²⁵. A realidade das imagens é complexa e a grande maioria delas encarna um desses valores simultaneamente em alguma medida. A este trabalho interessam especificamente os valores de representação e de símbolo.

Segundo Aumont (1993), a imagem como representação concerne ao fato de imagens representarem fenômenos, objetos e processos humanos. O conceito de representação da realidade nunca foi consenso entre os estudiosos, lembra o autor. A noção de representação e a própria palavra *“representação”* carregam, ao longo da história, sucessivos significados. O conceito de representação apresentado por esse autor considera que *“a representação é um processo pelo qual se institui um representante, que, em certo contexto limitado, tomará o lugar do que representa”* (AUMONT, 1993, p.103). Segundo ele, toda representação é arbitrária e motivada. A representação é arbitrária, pois o processo de instituição de um representante se baseia em regras e nas convenções sociais adotadas pelos indivíduos em sociedade. A representação sempre surge de uma motivação individual ou coletiva com um objetivo específico, seja ele artístico, religioso, educativo, informativo, político, dentre outros possíveis.

Como representações, as imagens atuam simbolicamente. Jacques Aumont (1993) considera que o valor simbólico de uma imagem é definido *“pragmaticamente”* pela aceitabilidade social dos símbolos representados. A aceitabilidade social dos símbolos apontada por esse autor diz respeito ao consenso sobre as coisas do mundo, consenso este que surge impresso ou revelado nas imagens. Por serem produzidas com intenção simbólica e atuarem simbolicamente,

²⁵ Jacques Aumont explica que segue a reflexão proposta por Rudolf Arnheim em: ARNHEIN, Rudolf. **Visual Thinking**. London: University of California Press Ltda, 1969. A obra de Rudolf Arnheim não consta da bibliografia consultada para este estudo.

as imagens podem ser consideradas bens simbólicos. Bens simbólicos são aqueles destinados à apropriação pelo homem de forma simbólica, tais como discursos, mensagens e representações, que atuam reproduzindo simbolicamente a estrutura real das relações sociais. Esses bens possuem formas de produção material a partir de práticas consolidadas e esquemas de distribuição e de consumo, organizados pelas relações de trabalho e de mercado. São jornais impressos, livros, revistas, filmes, músicas, quadros, programas de televisão e de rádio, jogos para computador, e uma infinidade de outras produções simbólicas criadas para fruição e consumo.

2.1.1 Funções da imagem

Como representação simbólica, a imagem cumpre funções ao estabelecer relações do homem com o mundo. Jacques Aumont (1993) considera que tais relações podem ser compreendidas, inicialmente, a partir de três modos: o simbólico, o epistêmico e o estético.

O modo simbólico, segundo o autor, pode ser considerado um dos primeiros usos que o homem fez da imagem. Já foi dito anteriormente que os símbolos são instrumentos de conhecimento e de comunicação que, “por excelência”, geram integração social, tornam possível o consenso acerca de certo sentido do mundo. Desde sempre o homem produziu imagens para registrar o cotidiano. Também instituiu imagens para simbolizar manifestações da presença divina. Os símbolos religiosos remontam à pré-história e todas as antigas civilizações deixaram como marcas imagens religiosas, representações de deuses ou ídolos venerados. As principais religiões contemporâneas seguem mantendo representações figurativas - as cruzes, as imagens de santos, a figura de Buda, de Jesus Cristo - e o simbolismo se expandiu para outros valores, tais como a política ou os valores impostos pelo mercado e/ou por ideologias nas sociedades modernas. Para representar a liberdade e a razão, que substituíram o poder absolutista na França, criou-se a imagem da Marianne²⁶. Os estados nacionais possuem bandeiras e moedas que os

²⁶A Marianne, representada por um busto de mulher, é um emblema nacional da França. Ela representa o “Triunfo da República” e está estampada em selos postais franceses e em moedas euro-francesas. A imagem da Marianne é encontrada em lugares públicos e repartições públicas.

simbolizam. Grandes corporações produtoras de bens de consumo são identificadas por símbolos de alcance mundial, tais como fabricantes de refrigerantes, de equipamentos esportivos e outras grandes marcas do comércio mundial que circulam no imaginário das populações, independentemente da língua falada ou da localização geográfica. Primeira função dada às imagens pelos indivíduos, o modo simbólico perdura à medida que as imagens técnicas ganham mais espaço como linguagem corriqueira e acessível no cotidiano.

Em uma entrevista em que avaliou, uma década depois, o impacto dos atentados terroristas aos Estados Unidos no dia 11 de setembro de 2001, o historiador britânico Eric Hobsbawm serviu-se da função simbólica das imagens midiáticas para tecer seu argumento. Para ele,

a queda das torres do World Trade Center foi certamente a mais abrangente experiência de catástrofe que se tem na história, inclusive por ter sido acompanhada em cada aparelho de televisão, nos dois hemisférios do planeta. Nunca houve algo assim. E sendo imagens tão dramáticas, não surpreende que ainda causem forte impressão e tenham se convertido em ícones²⁷. (HOBSBAWM *apud* GREENHALGH, 2011)

A fala do historiador qualifica o acontecimento do dia 11 de setembro de 2011 como a “*mais abrangente catástrofe da história*”, a partir da ideia de que o registro imagético que teve difusão mundial está carregado de um dos atributos apontados por Jacques Aumont (1993), que é o de possibilitar que se relacione um sentido simbólico a elas. Tais imagens possuem uma força de elocução, pois foram capazes de enunciar os atentados e suas consequências imediatas, de fazer ver e crer o acontecimento, e, por fim, de confirmar ou de transformar a realidade a partir do enunciado.

Como modo epistêmico, Aumont (1993) considera que desde sempre as imagens foram utilizadas como forma de comunicar informações visuais e não visuais. As imagens estão presentes em todos os períodos históricos como forma de registro e produção de algum conhecimento sobre tal período. Em 2011, pesquisadores da Universidade de São Paulo encontraram uma imagem de homem em um leito de rocha e concluíram ser a gravura mais antiga do continente

²⁷ GREENHALGH, Laura. Trocando mitos por história. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 11 set. 2011. Caderno Aliás, de São Paulo, pp. J4-J5.

americano com 10,5 mil anos²⁸. O mesmo autor relembra que as imagens estão presentes na imensa maioria dos manuscritos da Idade Média. A forma pela qual o conhecimento se dá através das imagens pode variar de acordo com a natureza de tal imagem. O conhecimento pode estar contido em um mapa geográfico, em um cartão de banco, em uma fotografia, um cartão postal ou um filme, formas imagéticas que carregam valores informativos diversos. A imagem comunica informações de forma diversa da linguagem escrita, pois consegue condensar e sintetizar o que quer fazer ver. À medida que as possibilidades da reprodutibilidade técnica se ampliaram, as imagens ganharam novos usos voltados para o conhecimento. Há que se destacar a utilização das imagens para a documentação: o retrato fotográfico, o documentário cinematográfico e o documentário para televisão.

E, por fim, o modo estético. Aumont lembra que a palavra estética se origina da palavra grega *aisthesis*, que significa sensação, percepção. Desde sempre, segundo o autor, as imagens foram criadas para produzir no espectador percepções não só visuais. Ele chega a afirmar que “*a imagem é destinada a agradar, a oferecer sensações específicas*” (AUMONT, 1993, p.80). Ao longo da história, as imagens sempre foram atreladas a percepções diversas. Uma imagem é produzida a partir das formas de ver, a partir das estéticas dos períodos históricos em que surge e, sendo assim, a imagem retém para o espectador algo da percepção da época que representa.

2.1.1.1 O papel do espectador: por que se olha uma imagem? Como se olha uma imagem?

A existência e a função da imagem pressupõem a inerente relação de olhar e ser olhado, relação que gera interesse e sentido. No ato de olhar o espectador se relaciona com a imagem e se torna, segundo Jacques Aumont (1993), um parceiro

²⁸ A imagem gravada na Lapa do Santo, sítio arqueológico a 60 km de Belo Horizonte, em Minas Gerais, mostra um desenho de 30 por 20 cm, identificado como sendo um homem com cabeça em forma de C, mãos com três dedos e pênis ereto. (LOPES, Jose Reinaldo; ANGELO, Claudio. Brasil tem gravura mais velha do continente americano. **Folha de São Paulo**. 23 fev. 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/1052315-brasil-tem-gravura-mais-velha-do-continente-americano.shtml>. Acesso em: 24 fev. 2012.)

ativo da imagem. Diego Velásquez demonstrou essa relação no quadro *As Meninas*, criando uma imperiosa linha do olhar entre os personagens representados na tela e os que se encontram fora da moldura. No quadro de Velásquez, o espectador é ativo a tal ponto que é também um dos sujeitos da representação, o que leva Foucault a se perguntar se olhamos ou somos olhados. Aumont (1993, p.81) formula a hipótese de que, nessa relação de olhar, “*a imagem tem por função primeira garantir, reforçar reafirmar e explicitar nossa relação com o mundo visual*”. A parceria de olhar, ser olhado e obter um sentido se dá em um processo em que o referido autor aponta duas fases distintas que se complementam: o reconhecimento e a rememoração.

O reconhecimento é a capacidade de identificar em uma imagem algo, ou parte de algo, que existe no mundo real. O reconhecimento é um processo em que as capacidades visuais acionam um repertório de identificação dos objetos ou cenas que podem ser vistos no mundo real. As características, as cores, os contornos, as formas, as feições do mundo real podem ser encontrados nas imagens, o que leva a um entendimento de que o que é visto no mundo real seja “a mesma coisa” que a imagem representa. Jacques Aumont (1993) explica que na base da percepção do mundo visual existe uma noção de “*constância perceptiva*”, que permite ao espectador utilizar a memória para atribuir qualidades constantes aos objetos e ao espaço. O processo de reconhecimento é um trabalho de “re-conhecer” incessante, em que o espectador, através da memória, busca em seu repertório de formas visuais a comparação com o que vê e o que já foi visto. Nesse processo, o espectador é capaz não só de reconhecer, mas também de identificar o que vê, a despeito de distorções decorrentes da representação feita na imagem ou na forma de reprodução desta imagem. Há que se lembrar de que a imagem é sempre uma representação de algo que existe no mundo. Nesse constante “re-conhecer”, o espectador consegue uma estabilidade de reconhecimento. Aumont credita à constância perceptiva a possibilidade de reconhecer alguém em um retrato fotográfico ou ainda em uma caricatura. A caricatura, por exemplo, não busca ser uma imagem literal de alguém, mas uma síntese em que o caricaturista destaca traços marcantes do retratado.

O trabalho de reconhecimento de uma imagem gera conhecimento e pode proporcionar, segundo o mesmo autor, um prazer específico, ou seja, trata-se de uma experiência de “reencontrar” na imagem *algo já visto* na realidade, na natureza,

“sob forma ao mesmo tempo repetitiva, condensada e dominável” (AUMONT, 2008, p.83). Se a imagem possibilita ao homem descobertas visuais é porque no prazer do olhar é possível não só conhecer, mas também usufruir. Uma vez reconhecida, a imagem - representação que condensa, sintetiza e, portanto, domina o real, repetindo-o na forma representada - passa a influenciar a forma como o homem vê a natureza. O processo de reconhecimento do olhar não é de mão única. Para Aumont (2008, p.83), o reconhecimento proporcionado pelas imagens encontra as expectativas do espectador “podendo transformá-las ou suscitar outras...”. Os diversos movimentos da pintura com suas formas de registro da paisagem modificaram a forma como o homem enxerga a natureza. A câmera fotográfica, com sua capacidade de recortar enquadramentos no mundo e aproximá-los do homem na forma impressa, revelou detalhes dos objetos, da vida e da natureza até então ordinários ou despercebidos. Já o cinema ampliou as perspectivas de visões sobre o mundo na medida em que ofereceu imagens em movimento e sintetizou os espaços de tempo. O cineasta russo Dziga Vertov entendia a ação da câmera de cinema como uma extensão do olho humano capaz de possibilitar uma decifração do mundo visível²⁹.

Segundo Aumont (1993), o reconhecimento está ligado à rememoração. Imagens veiculam conhecimento, pois estão carregadas de um saber sobre o real em forma codificada. Essa codificação se dá através de um instrumento que pode ser chamado genericamente de esquema. Esse autor define o esquema de rememoração como uma “*estrutura econômica: deve ser mais simples, mais legível do que aquilo que esquematiza (caso contrário, de nada serve)*” (AUMONT, 1993, p.84). O esquema é uma estrutura memorizável que é utilizada para determinar estilos de imagens de forma sistemática e repetitiva, mas de forma alguma absoluta ou definitiva. O mesmo autor cita como exemplo o uso de esquema pela arte egípcia do período faraônico, em que muitas das imagens resultam da combinação de outras menores, parciais e em formatos conhecidos, no caso, imagens de indivíduos em funções corriqueiras tais como caçadores, escribas, escravos.

²⁹ Dziga Vertov, pioneiro do cinema, diretor do filme *O homem com a câmera*, marco do movimento cine-olho, influenciou diretores ocidentais como Jean-Luc Godard e Jean Rouch. Para saber mais, consultar: GERVAISEAU, Henri. Dziga Vertov - do cinema verdade à arte da passagem entre imagens. In: **Revista Cinemais**. Rio de Janeiro. nº 1. set/out 1996 (pp.57-68).

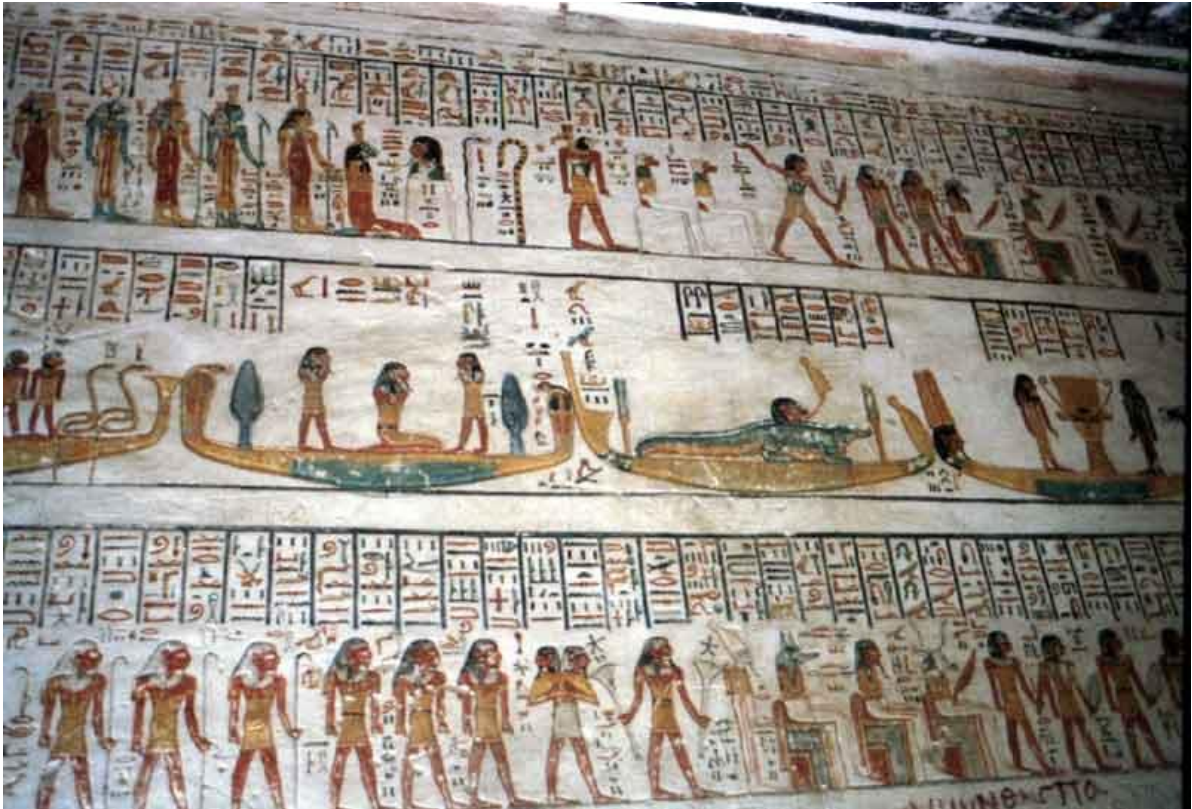


FIGURA 19 - Foto: Paul Biesta - Detalhe da tumba de Ramsés VI localizada no Vale dos Reis. Cairo. Egito. Disponível em: http://www.osirisnet.net/tombes/pharaohs/ramses6/ramses6_diaporama.htm. Acesso em: 20 set. 2011.

Os esquemas são instrumentos da rememoração, pois têm um aspecto cognitivo, ou seja, acionam a atenção, a memória, a percepção, o raciocínio e a imaginação no processo de decodificação da imagem. Os esquemas evoluem, adaptam-se ou desaparecem conforme os usos. O mais interessante, segundo Aumont (1993), é que existe um lado experimental que permite ao esquema se atualizar, ou seja, ele está em permanente processo de correção. Pode-se considerar, ainda, um aspecto mais didático do esquema como instrumento de rememoração, quando são utilizados como método de aprendizagem dos diversos estilos imagéticos, seja na pintura, na fotografia ou no cinema. Com o surgimento de novas linguagens a partir da imagem, percebe-se que é possível identificar os diversos esquemas que as caracterizam e diferenciam.

2.1.1.2 O conceito de representação segundo Stuart Hall

Assim como Jacques Aumont considera que a representação é um processo pelo qual se instituem representantes de forma arbitrária e motivada, Stuart Hall (2011, p.169) considera que *“sistemas de representação são sistemas de significado pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros”*³⁰. Ao criticar o conceito de ideologia proposto por Louis Althusser (1998), Stuart Hall considera *“bem-vinda”* a ênfase que o autor dá às práticas, pois elas são concretas, ou seja, as práticas são a materialização das ideias que impulsionam e permeiam as relações sociais entre os indivíduos em sua ação no mundo, no convívio social e cultural. As ideias, *“os eventos mentais”*, tais como Althusser os nomeou, concretizam-se como fenômenos sociais através dos quais as ideologias se inscrevem.

As práticas sociais são diversas. Há a prática do trabalho voltada para a produção de produtos e mercadorias, que no modelo estabelecido pelo sistema capitalista moderno transforma matérias-primas, a partir da combinação de meios de produção com a venda da força de trabalho e das habilidades técnicas dos indivíduos, por um determinado preço. Existem ainda práticas específicas, cujo objetivo principal é produzir representações. Um exemplo desse tipo de prática é a produção da mídia. Jornalistas, cineastas, publicitários, fotógrafos e outros profissionais de mídia estão envolvidos com a produção de conteúdos diversos que *“produzem, reproduzem e modificam o próprio campo da representação ideológica”*

³⁰ Stuart Hall busca o conceito de “sistema de representação” na definição de ideologia desenvolvida por Louis Althusser (1998), para quem as ideologias são sistemas de representação compostos de conceitos, ideias, mitos ou imagens, nos quais os homens e as mulheres vivem suas relações imaginárias com as reais condições de existência. Ao pensar a relação entre ideologia e outras práticas sociais, Althusser propõe que ela se dá em termos do conceito de reprodução, ou seja, a ideologia tem a função de reproduzir as relações sociais de produção. Althusser não se refere apenas à produção técnica do mundo do trabalho ou à reprodução biológica, mas também à reprodução social e cultural, que se dá em instituições e organizações da sociedade. A reprodução requer ainda instituições culturais como a mídia, os sindicatos, os partidos políticos. A outra proposição de Althusser é de que a ideologia é uma prática localizada no interior das instituições e organizações sociais. A prática é a forma como uma estrutura é ativamente reproduzida nas sociedades. As práticas ocorrem nos locais de trabalho, nas salas de aulas, no âmbito das famílias, nos conteúdos divulgados pela mídia. Althusser classificou as instituições e organizações sociais nas quais as relações de produção são reproduzidas como *“aparelhos de Estado”* de duas naturezas: os repressivos - a polícia e o exército - e os ideológicos, os que não são diretamente organizados pelo Estado, tais como a família e a mídia. Pela proposição de Althusser, as ideologias constituem estruturas de pensamento utilizadas pelas *“pessoas para compreender como o mundo social funciona, qual seu lugar nele e o que devem fazer”* (HALL, 2011, p.163). Este trabalho se deteve sobre o pensamento de Stuart Hall.

(HALL, 2011, p.170). Esse autor lembra que esse segundo tipo de prática opera na ideologia, mas não é necessariamente ideológico, em termos da especificidade de seu objeto. As práticas e os discursos ideológicos não estão separados do cotidiano, não flutuam em um local especial, mas, como pontua Hall (2011, p.178), “*somos falados ou falamos por nós*”, desde o nascimento, momento em que um lugar na sociedade já espera pelo homem.

Como sistemas de representação que o homem utiliza para compreender o funcionamento do mundo, que lugar ocupa nele e como deve agir, as ideologias - familiar, de estado, da ordem jurídica, de classe social, de cor, de gênero - esperam pelo homem e indicam de forma antecipada a que lugar ele pertence na sociedade (HALL, 2011, p.178).

Para Hall, Althusser reconhece o caráter de linguagem nas ideologias ao propor que são sistemas de representação. O conceito de linguagem, aqui, deve ser compreendido “*no sentido de práticas significativas que envolvem o uso de signos; no domínio semiótico, o domínio do significado e da representação*” (HALL, 2011, p.164). É através da linguagem que se dá o registro material das ideologias, pois, para adquirir significado, as relações sociais têm que ser representadas na fala, na linguagem e no comportamento. O significado, explica Hall, é produzido como resultado do trabalho ideológico presente nos diversos sistemas de representação utilizados para o convívio em sociedade. O mesmo autor sugere que, para decifrar os padrões de pensamento ideológicos, devem ser analisados a linguagem e os comportamentos sociais, pois estão inseridos nos sistemas de representação que os indivíduos utilizam para experimentar, interpretar e dar significado às suas condições de existência. O sentido das coisas é produzido pelos sistemas de representação utilizados nas sociedades, daí a necessidade de criar, manter e renovar as diversas formas de representação da realidade nos campos do trabalho, das artes, da ação política ou da família.

2.1.1.3 O conceito de representação em Michel Foucault

Michel Foucault contribui para a discussão sobre práticas que produzem, reproduzem e modificam o campo das representações simbólicas ao discutir o conceito de representação a partir da materialidade de uma obra de arte, um quadro em particular. O que chamou a atenção de Foucault (1999) no quadro *As Meninas*, do pintor espanhol Diego Velásquez, é o fato de o sujeito da representação estar fora da tela. O quadro retrata uma cena que envolve o pintor, personagens representados, espectadores e imagens. Na cena, Velásquez retrata a si mesmo em uma sala do Real Alcázar de Madrid, a pintar algo ou alguém que os demais representados na tela contemplam³¹. O modelo que o pintor retrata não está visível de forma direta, mas atrai a atenção de todos os demais personagens representados. O grupo de observadores é formado por aias, damas de honra, cortesãos e dois anões que rodeiam uma menina em roupa de festa. Ao todo, oito pessoas estão retratadas na tela, além do pintor. A maioria tem o olhar voltado para algo que não está entre eles, mas à frente como se o quadro se prolongasse. Velásquez se autorrepresenta de pé diante de uma grande tela que está no lado esquerdo do quadro, da qual só se vê a armação de madeira do reverso. O pintor tem uma palheta na mão esquerda e um pincel suspenso no ar, na mão direita, a indicar o gesto de prontidão para a próxima pincelada ou, quem sabe, a primeira delas. Posicionado detrás da tela, o pintor lança um olhar direto para seu modelo. O clima de atenção concentrada para o que se dá *fora da tela* prenuncia para o espectador a importância do representado. Somente o cão retratado em primeiro plano se mostra indiferente ao sujeito da representação. O modelo que sujeita o olhar do pintor e de todos é, na verdade, um casal: o rei Felipe IV de Espanha e sua segunda esposa, Mariana de Áustria. Um olhar mais atento do espectador vai descobrir o casal real refletido em um espelho retratado por Velásquez em segundo plano na parede ao fundo.

³¹ O quadro *As Meninas* data de 1656. Ele pertence ao acervo do Museu Nacional do Prado, em Madri, na Espanha. A informação de que a cena retratada por Diego Velásquez se passou no extinto castelo Real Alcázar de Madrid - residência da corte espanhola até o Natal de 1734, quando foi destruído por um incêndio - consta da ficha técnica da obra informada pela página eletrônica do Museu do Prado. No capítulo 1 do livro *As Palavras e as Coisas*, Foucault esclarece não saber se a cena ocorreu no ateliê do pintor ou em um salão do Palácio Escorial, localizado nas proximidades de Madri.



FIGURA 20 - Foto do quadro *As Meninas* ou *A Família de Felipe IV*, de autoria de Diego Velásquez, em 1656. Fonte: Museu do Prado. Madri. Disponível em: <http://www.museodelprado.es/coleccion/galeria-on-line/galeria-on-line/obra/la-familia-de-felipe-iv-o-las-meninas/>. Acesso em: 31 jan. 2012.

Foucault se interessa pelo processo em que a representação é instituída através do que ele identifica como instrumentos materiais, “o olhar, a palheta, o pincel, a tela branca” (FOUCAULT, 1999, p.14). Entre os aspectos discutidos pelo autor, três contribuem para definir o conceito de representação: o pintor se coloca na cena, uma “linha imperiosa” liga o olhar de quem observa ao que é observado e, mais, o centro da representação reside fora do quadro.

Na representação feita por Velásquez, o pintor está entre o visível e o invisível. De pé a observar o que vai representar na tela, ele ocupa a fronteira entre a representação que é dada a ver ao espectador e o que está invisível no verso da grande tela em que Velásquez pinta. Como se o artista não pudesse ser visto ao mesmo tempo no quadro em que está representado e naquele em que trabalha. Foucault considera essas duas visibilidades “incompatíveis”, separadas que são por

qualquer leve movimento do pintor entre o momento em se põe a observar o modelo e o seguinte em que retorna à tela para pintar. No limiar entre o visível e o invisível, o pintor orienta um *“triângulo virtual”* que define essa representação de uma representação: no vértice, os olhos do artista; do outro lado da tela, o lugar invisível do modelo, que é, ao mesmo tempo, o lugar do espectador, e, fechando o triângulo, a pintura esboçada na tela, que não será dada a conhecer (FOUCAULT, 1999, p.6). Ao comandar esse triângulo virtual, o pintor cria o que Foucault chama de *“linha imperiosa”* do olhar que liga a representação ao exterior. Os olhos do pintor e dos demais representados atravessam a tela, *“alcançam a frente da sua superfície, o lugar de onde vemos o pintor, que nos observa”* e os olhares dos que olham e dos que são olhados se cruzam e se permutam incessantemente (FOUCAULT, 1999, p.5). A linha dos olhares atinge o espectador e o liga à representação do quadro. Foucault (1999, p.6) pergunta: *“Somos vistos ou vemos?”*. A representação liga o real que está no espaço exterior da moldura ao interior da obra, materializado por linhas desenhadas e pinceladas de tinta. A representação não está separada do espectador. Ela se relaciona com ele, dando-lhe um lugar na mesma posição do sujeito da representação: fora da tela.

O espelho no fundo da sala não reflete nada do que está no quadro. Não tem papel decorativo. Ele tem a função de revelar quem posa para o pintor, o sujeito a quem se dirigem todos os representados, aquele a quem todos submetem o olhar. Representado na representação, o espelho revela o sujeito, como salienta Foucault, *“nessa realidade material que as linhas e as cores depositam sobre tela”* (FOUCAULT, 1999, p.10). O espelho traz o exterior para o interior da representação e, assim, desdobra o quadro, uma vez que coloca em cena aquilo que não está facilmente visível. Na representação, o visível e o invisível convivem e se permutam, pois o espectador vai ser obrigado a mudar seu ponto de vista quando descobrir que o centro do quadro está fora dele. Foucault chama a invisibilidade dos reis representados de *“essencial”*, pois é diante deles *“[...] que as coisas estão, é para elas que as coisas se voltam, é a seus olhos que se mostram a princesa em seu vestido de festa [...]”* (FOUCAULT, 1999, p.18). Ao representar o casal de monarcas como um quadro dentro do quadro, conjugando realidade visível e invisível em uma composição cujo centro está representado fora do quadro, Velásquez inova criando uma diluição, quase um apagamento, do sujeito que funda a representação. Para

Foucault (1999, p.21), dessa forma a representação pode se dar como “*pura representação*”.

A análise de Michel Foucault corrobora o que Jacques Aumont (1993) frisou sobre a arbitrariedade e a motivação que caracterizam a representação. O quadro de Velásquez foi pintado a partir das condições materiais propiciadas a um artista que vivia na corte de um monarca poderoso da Europa do século XVII. A representação foi feita a partir das regras da pintura da época, o barroco clássico. Velásquez trabalhou motivado pela sugestão ou vontade de servir ao mecenato real que lhe garantia condições de produção e ao qual devia obediência como súdito. No entanto, segundo Foucault, o pintor seguiu “*ao pé da letra*” o conselho recebido do mestre, o pintor Francisco Pacheco, para quem “*a imagem deve sair da moldura*” (FOUCAULT, 1999, p.11). Porém, o artista inverteu a lógica do que até então era usual e criou um quadro com uma forma nova de representar. O rei não aparece no trono, cavalgando ou comandando batalhas. O retrato em forma de reflexo emana o poder que era devido ao rei, graças à força da imperiosa linha de olhares que relaciona o quadro ao exterior e coloca o expectador em cena. Como representação de uma realidade, o quadro de Velásquez consegue produzir, reproduzir e modificar o campo da representação da época e do sujeito que se propôs a retratar, tal como considera Stuart Hall (2011).

A análise de Foucault sobre o quadro de Velásquez concorda com aquilo que Jacques Aumont aponta como funções da representação imagética. A obra simboliza um período histórico e produz conhecimento sobre ele. Do ponto de vista estético, inovou e permanece oferecendo sensações específicas ao espectador.

2.1.1.4 As trocas simbólicas segundo Pierre Bourdieu

Ao conceito de imagem como representação, desenvolvido por Jacques Aumont (1993), cujo valor simbólico é definido de forma pragmática a partir da aceitabilidade social dos símbolos que representa, pode-se associar, com vistas a este trabalho, o pensamento de Pierre Bourdieu (2005). Este autor compreende que, na sociedade capitalista, o sistema de produção, circulação e consumo de bens

simbólicos se tornou autônomo, ou seja, libertou-se progressivamente dos demais campos: o político, o religioso e o econômico. O campo das trocas simbólicas se fortaleceu em decorrência de uma série de transformações históricas ocorridas na função do sistema de produção de bens simbólicos e da própria estrutura destes bens. Bourdieu (2005) define o sistema de produção e circulação de bens simbólicos como aquele das relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão destes bens.

Do ponto de vista de Bourdieu, a lógica do processo de autonomização do campo simbólico se deu, primeiro, através da constituição de um público de consumidores virtuais cada vez mais extenso e socialmente diversificado. Tal público concedeu duas novas condições de existência aos produtores de bens simbólicos: independência econômica dos campos político e religioso e, ao mesmo tempo, um princípio de legitimação social. A segunda transformação no sistema de produção de bens simbólicos decorreu da primeira. Trata-se da profissionalização de um corpo cada vez mais numeroso e diferenciado de produtores e empresários que se tornaram especialistas, ou seja, passaram a atuar exclusivamente a partir dos imperativos técnicos e das normas que definem as condições de acesso à profissão e ao meio de produção de bens simbólicos. E, ainda, há a multiplicação e a diversificação das instâncias de consagração de bens simbólicos (BOURDIEU, 2005, p.100). Primeiro vieram as academias de artes e os salões do século XVIII em substituição ao mecenato das cortes e da aristocracia. Depois, os teatros, as editoras, os jornais e os grandes meios de comunicação do século XX, que incrementaram a produção, a divulgação e o consumo de conteúdos diversos, carregados de imagens a povoar a vida na sociedade contemporânea.

O desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos, segundo Bourdieu, ocorreu paralelamente a um processo de diferenciação na natureza dos bens simbólicos e dos públicos aos quais os diversos produtos são destinados. Por natureza dos bens simbólicos entende-se que “*constituem realidades com dupla face*”, ou seja, são mercadorias e significações, pois possuem ao mesmo tempo valor cultural e valor mercantil que, segundo o autor, subsistem relativamente independentes (BOURDIEU, 2005, p.102). O campo de produção simbólica origina-se de uma oposição em que, de um lado, está o campo de produção erudita e, de

outro, o campo da indústria cultural. Bourdieu descreve o campo da produção erudita como sistema que produz bens culturais e os instrumentos de apropriação destes bens objetivamente destinados a um público de produtores de bens culturais que também produzem para produtores de bens culturais. De outro lado, o campo da indústria cultural é especificamente organizado para a produção de bens culturais destinados ao grande público consumidor, que pode ser recrutado tanto nas classes dominantes, consideradas educadas, como nas demais classes sociais. Cada campo possui uma dinâmica própria. Enquanto a indústria cultural obedece à lei da concorrência para conquistar o maior mercado consumidor possível, o campo da produção erudita cria suas próprias normas e seus critérios de avaliação dos bens culturais que produz por meio do reconhecimento concedido pelos grupos de pares que, segundo Bourdieu (2005), são ao mesmo tempo clientes privilegiados e concorrentes. É a partir dessa lógica que se pode compreender a relação entre o campo da produção erudita, a indústria cultural e o grande público.

A despeito de se oporem no campo simbólico, a produção erudita e a indústria cultural se relacionam, interagem. A indústria cultural se desenvolveu diversificando as instâncias de consagração e multiplicando a oferta de bens simbólicos a partir da adequação de bens oriundos do campo erudito que, segundo métodos industriais, são elaborados em série e adaptados para o consumo do grande público. Pierre Bourdieu (2005) cita a relação entre a literatura e os jornais, que resultou no folhetim, típico bem de consumo simbólico que agregou novas classes sociais ao mercado consumidor de bens culturais. O mesmo movimento vai se repetir com o melodrama no cinema, depois no rádio e, por fim, na televisão, todos estes meios de comunicação que promoveram a adaptação de obras literárias para seus nichos de público no mercado de consumo de bens simbólicos. Bourdieu lembra que o jornalismo, em particular, tornou-se uma área em que artistas e intelectuais encontraram lugar para trabalhar e ter acesso ao público consumidor. O consumo rápido exige ser alimentado para manter o capital simbólico da novidade junto ao público. Para tanto, a indústria cultural busca se reabastecer e renovar sua produção de bens, a partir de valores e bens gerados pelo campo erudito. São inúmeros os bens simbólicos produzidos por vanguardas artísticas que, a partir de apropriações produzidas pela indústria cultural no decorrer dos processos culturais, acabaram assimiladas pelo público.

Ao longo do século XX, instâncias diversas de consagração do consumo voltado para a informação e o lazer se expandiram e se interligaram fortalecendo o campo de produção de bens simbólicos. Nesse processo, em que os meios de comunicação são a face mais visível, a produção de imagens tornou-se um denominador comum às linguagens utilizadas por jornais impressos, por editoras, pela indústria cinematográfica, pelas gravadoras de música na divulgação de seus produtos e por redes de televisão, instâncias que consolidaram o campo dos bens de consumo simbólico no século passado. Tal como Pierre Bourdieu (2005) vê o fortalecimento que leva à autonomia do campo das trocas simbólicas, Walter Benjamin percebeu o século XX marcado por aquilo que apontou como a “*era da reprodutibilidade técnica*”. Ele concluiu que a técnica de reprodução libertou o objeto reproduzido do domínio da tradição ao multiplicá-lo e substituir a ocorrência única pela ocorrência em massa. “*Na medida em que permite à reprodução ir ao encontro de quem apreende, atualiza o reproduzido em cada uma das situações*” (BENJAMIN, 1992, p.79).

Desde a antiguidade o homem copiou bens materiais simbólicos. Desenhos, pinturas, estátuas e imagens diversas sempre foram produzidos em barro, pedra, bronze e madeira; como a técnica da xilogravura³² e outras que permaneceram mesmo com o advento da invenção da prensa no século XV. A prensa de tipos móveis de Gutenberg iniciou a linhagem das máquinas que produzem bens simbólicos em série, ao viabilizar a impressão de livros e jornais. Foram necessários mais quatro séculos até se chegar à fotografia, que iniciou a produção de representações instantâneas do real por máquinas mecânicas. As condições materiais de reprodutibilidade técnica passaram a selecionar e adaptar bens simbólicos às novas formas de consumo organizadas pela indústria cultural. O quadro pintado por Leonardo Da Vinci no século XVI permanece resguardado no Museu do Louvre, em Paris. No entanto, copiada e impressa em todo tipo de mercadoria popular - camisetas, canecas e imãs de geladeira -, a Gioconda tornou-se uma das obras eruditas mais reconfiguradas pela indústria cultural para o consumo popular em grande escala. Walter Benjamin considera que a reprodução técnica retira da obra a sua autenticidade de ser “*um aqui e agora*” que lhe confere

³² A xilogravura tem origem provável na China e já era conhecida no século VI. É uma forma de reprodução utilizada até hoje, por exemplo, no Nordeste do Brasil para ilustrar os cordéis, histórias contadas pela tradição popular em forma de folhetim.

uma existência única, mas o autor pondera que, ao ir “*ao encontro de quem apreende*”, a reprodução atualiza o reproduzido e se torna objeto de uma tradição que “*deve ser prosseguida a partir do local onde se encontra o original*” (BENJAMIN, 1994, p.167).

As representações imagéticas passaram por três estágios de reprodução técnica: o mecânico, o elétrico e, por último, o digital. A produção mecânica - inaugurada pela prensa, a partir do século XV - possibilitou a reprodução da escrita, fundando a expansão da imprensa como suporte que organiza, produz e difunde informações. A prensa revolucionou ainda a forma de difusão e consumo da literatura. Essas mudanças na forma de produção e acesso aos bens simbólicos refletiram-se nas relações sociais. Quatro séculos depois, a energia elétrica proporcionou o surgimento e a expansão de novos suportes técnicos de produção de bens simbólicos, acelerando trocas culturais diversas e consolidando, ao longo dos séculos XX e XXI, uma cultura própria dos meios de comunicação. A televisão tornou-se a instância mais representativa do estágio elétrico da reprodutibilidade, como produtora e emissora de um fluxo contínuo de conteúdos audiovisuais de diversos gêneros. Nas últimas décadas do século XX, a partir da eletricidade, a tecnologia digital surgiu e possibilitou a configuração do ciberespaço, que representa novo paradigma de representação simbólica. A tecnologia digital derrubou as barreiras entre os diversos meios de comunicação ao possibilitar a conexão de conteúdos no ciberespaço, em mais uma expansão do campo simbólico. O estágio de reprodução digital possibilitou o surgimento de uma nova instância de produção e de consagração de bens simbólicos, ao mesmo tempo que ampliou as possibilidades de acesso, fruição e participação dos consumidores no campo simbólico. Computadores pessoais portáteis, redes sociais, câmeras digitais e telefones móveis criaram condições tecnológicas para que o consumidor de bens simbólicos passasse a produzir e difundir conteúdos na esfera pública midiática e cultural em geral.

Esse estágio digital veio aprofundar o processo de autonomização do campo simbólico. Como ocorreu anteriormente nas passagens do estágio manual para o mecânico e, deste, para o elétrico, as transformações não repercutem apenas nas formas de produção, afetam ainda as práticas e as relações sociais. Ao descrever as trocas simbólicas, Pierre Bourdieu (1989, p.14) fala também em “*poder simbólico*”,

um poder, segundo o autor, capaz de “*constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo*”. O poder simbólico, explica Bourdieu, permite obter pela mobilização o equivalente ao que é obtido pela força física ou econômica, é algo que “*só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário*” (BOURDIEU, 1989, p.14). Tal como Stuart Hall aponta a existência de práticas sociais que visam a produzir representações ideológicas, Bourdieu vê emanar das representações simbólicas um capital simbólico que atua produzindo efeitos reais, reproduzindo e modificando as relações sociais e as condições materiais de existência do homem.

2.1.2 A fotografia: atributos e funções

Se antes, ao se afastar da vida na natureza, o homem havia passado a contemplá-la e a representá-la como paisagem na pintura, com a fotografia o olhar começou a se tornar mais complexo em busca de novas realidades visuais. Fragmentado e mediado por dispositivos técnicos que criavam coleções de imagens com efeito de unidade interna - fundamento da fotografia -, o olhar passou a experimentar e reconhecer nova forma de fruir o real e/ou o imaginário, forma esta que se consolidaria ao longo do século XX, primeiro com as vanguardas artísticas e, em seguida, com o desenvolvimento das demais linguagens que se formaram a partir de imagens técnicas do cinema e da televisão.

A produção de bens materiais simbólicos se ampliou quando o homem desenvolveu aparelhos técnicos capazes de produzir imagens de forma mecânica e repetitiva, e surgiram imagens de uma nova natureza. No lugar do gesto criador executado por mãos humanas com auxílio de pincéis ou formões, o olhar criativo do homem passou a criar imagens a partir de processos técnicos de captura de luz e sombra executados por uma máquina - a câmera. A fotografia pode ser considerada a primeira técnica mecânica bem-sucedida na reprodução de imagens idênticas. A palavra fotografia vem do grego e significa desenhar com luz e contraste: foto, de *fós* (luz), e grafia, de *grafis* (estilo).

O primeiro processo fotográfico foi mecânico e se deu a partir do princípio da câmera escura dotada de um pequeno orifício por onde passava a luz e de onde surgia a imagem, que, em seguida, era fixada em papel, graças à ação catalisadora dos sais de nitrato de prata. O processo fotográfico foi equacionado no bojo das profundas mudanças sociais, econômicas e políticas promovidas pela industrialização na sociedade europeia ocidental a partir de meados do século XVIII, quando as máquinas passaram a substituir a manufatura. Tal qual muitos dos inventos da era industrial, a fotografia foi fruto de uma sucessão de esforços de muitos pesquisadores. Entre a primeira fotografia creditada ao francês Joseph Nicéphore Niépce, em 1826, e a invenção da primeira máquina fotográfica - o daguerreótipo³³ - por Louis-Jacques Mandé Daguerre, passaram-se dez anos, mas o que estes pesquisadores conseguiram ao produzir uma “máquina de ver” foi materializar uma conquista cujas primeiras experiências remontam a tempos ancestrais, pois, desde a Grécia antiga, o fenômeno da câmera escura era conhecido e pesquisado. O princípio da câmera escura se manteve presente pela história das imagens, sendo atualizado a cada inovação tecnológica ou uso social que lhe foi dado, a tal ponto que a palavra câmera definiu não só a máquina de fotografar, como as máquinas que vieram depois produzir imagens na era eletromecânica para o cinema e a televisão, assim como segue definindo usos na tecnologia digital: câmeras presentes em computadores, em telefones celulares e todo tipo de aparelhos que a era digital veio e vier a produzir.

Antônio Fatorelli (2006, p.20) considera que a fotografia inaugurou uma nova relação entre o homem e a máquina, no que diz respeito aos valores até então atribuídos ao campo do ver e representar o mundo. Ela não foi a única técnica a impor nova forma de ver e fruir o mundo. André Rouillé (2009) situa a fotografia no mesmo plano simbólico das invenções tecnológicas propiciadas pela industrialização: a ferrovia, o telégrafo, o barco a vapor e até uma metralhadora, fabricada em série a partir de 1862. Para Aumont, foi a locomotiva que enquadrou o olhar do homem a partir do século XIX. “*Sentado, passivo, transportado, o passageiro de trem aprende depressa a olhar desfilar um espetáculo enquadrado, a paisagem atravessada*”, analisa (AUMONT, 2004. p.53). Com a industrialização, a fotografia se expandiu e tornou-se linguagem.

³³ O daguerreótipo não permitia cópia, produzia um só exemplar da imagem.

2.1.2.1 A fotografia como documento

Segundo André Rouillé (2009), um dos primeiros entendimentos que se teve da fotografia foi como forma documental. Se as imagens já tinham consolidado os usos simbólico, epistêmico e estético, como Jacques Aumont (1993) apontou, a fotografia veio acrescentar um uso documental à produção de imagens na sociedade industrial. Entende-se por documental um valor com o qual a fotografia modernizou os saberes no mundo ao cumprir as seguintes funções na vida do homem contemporâneo: arquivar, ordenar, fragmentar e, por fim, unificar (ROUILLÉ, 2009, p.61). Apesar do valor artístico, o valor documental da imagem fotográfica é o que mais interessa a este estudo.

A fotografia abriu um novo universo visível das coisas e dos eventos que, uma vez capturados pela câmera, puderam ser representados, impressos em papel. Um mundo visível de imagens de fácil e rápida reprodução e transporte, tornando-se a forma de representação que possibilitou o que André Rouillé (2009, p.97) chama de “*inventário do real*”, ou seja, descrever imgeticamente, registrar e colecionar representações do cotidiano, dos objetos de uso diário, das pessoas nos seus afazeres, do movimento das ruas, do mundano, do ordinário. Com a fotografia surgiram os álbuns, coleções catalogadas de fotografias. O arquivamento em álbuns atinge todos os gêneros da ação do homem: os álbuns do registro científico das expedições a lugares desconhecidos dos europeus a partir de meados do século XIX, os álbuns com registro de observações científicas diversas, os álbuns de família e, por fim, o registro das imagens da vida social produzido pelos jornais diários.

André Rouillé (2009) considera que a união da fotografia com a técnica de arquivar constituiu a primeira máquina moderna de documentação do mundo. A fotografia possibilitou a formação de grandes coleções de registros daquilo que existia em lugares distantes e ainda não havia sido visto pelo homem europeu. O fotógrafo passou a ser aquele que possibilitava olhar o novo, aquilo que ainda não tinha sido visto ou notado. Na sua função de documentar, a fotografia inventariou partes do mundo até então desconhecidas, pois, ao representar o real, descreveu e catalogou através de detalhes e contribuiu para ampliar o horizonte do que era possível ser visto. Com a ampliação do horizonte visível, aumentaram os espaços de

trocas, as informações e as possibilidades de conhecer foram ampliadas. Ao inventariar a realidade, a fotografia criou para o homem da sociedade contemporânea nova condição de olhar o mundo, pois ele passou a desfrutar de imagens em maior quantidade e com mais facilidade. Essas imagens chegavam impressas, entregues na segurança da sua casa ou de um museu. Ao mesmo tempo que ampliou o olhar, a fotografia modificou a experiência do olhar. Ao historiar os primórdios da fotografia, André Rouillé recupera impressões publicadas em 1860 por um jornalista francês, para quem, “*graças à fotografia, era possível se familiarizar com todas as coisas como se as tivéssemos visto. Em casa, temos a vantagem de examiná-las comodamente, sem privações, sem correr riscos...*”³⁴. A experiência de selecionar e registrar o que poderia ser visto passou a ser também do fotógrafo, considerado o “artista ousado” ou “empreendedor” que se expunha ao risco de buscar a novidade cultural, o inédito, o que estava fora dos costumes e contribuiria para engrandecer o conhecimento do público sobre o mundo. A relação estabelecida pelo fotógrafo munido de uma máquina/câmera passou a enquadrar, a selecionar e a editar coisas e eventos a serem transformados em representações imagéticas à disposição de outros indivíduos. Ao mesmo tempo, o leitor passou a ter mais um universo no qual atuar como espectador ativo daquilo que a fotografia lhe propunha.

Para André Rouillé (2004, p.100-101), com a fotografia, “*o mundo começa a transformar-se em imagem*”. Essa transformação no modo de perceber o mundo colaborou para aprofundar o processo de autonomização do campo simbólico, pois, como salientou Bourdieu (2005), a produção fotográfica estendeu e diversificou ainda mais o público de consumidores virtuais e possibilitou o aperfeiçoamento das instâncias de produção e circulação de bens simbólicos, na medida em que a imagem fotográfica agregou novidades e interesse às publicações, às galerias e até à forma como o homem passou a registrar suas memórias pessoais³⁵. A fotografia estabeleceu duas novas relações para a produção de imagem: com a câmera e com a produção industrial. A primeira relação surgiu da simbiose homem-câmera, em que o olhar humano para a produção de imagem passou a ser operado pela máquina. A segunda relação surgiu do processo industrial, em que tal imagem só surgiria após passar por uma revelação química operada por outras máquinas, em laboratório.

³⁴ *Bulletin de la Société Française de la Photographie*. Paris: 1860, p.277. Citado por Aumont (2009, p.100).

³⁵ A fotografia de família se tornou uma tradição.

Uma vez revelada pela ação de químicos, a imagem estava à disposição da exibição pública. Já o espectador passa a ser reunido em um público das imagens, em um conjunto, pois a circulação da fotografia se dá através de instâncias de produção e distribuição operadas pelo mercado.

O inventário fotográfico em álbuns, museus e jornais impressos evoluiu e ganhou outras feições à medida que novas tecnologias de arquivamento de imagens surgiram. Seguiu sendo produzido pelas imagens técnicas em movimento com o advento do cinema e, depois, da televisão. Com o cinema, a forma de inventariar o mundo através das imagens consolidou-se em um gênero narrativo, o documentário. O inventário do real veio ganhar sua forma mais cotidiana e industrializada na televisão.

O inventário do real documentado é um processo que, uma vez posto em marcha pelas imagens fotográficas, não parou mais, pois o álbum não é um dispositivo passivo, explica Rouillé (2009). Ao arquivar, o álbum promoveu novas ordenações do real. Ao reunir, o álbum ordenou, classificou e redistribuiu o que foi representado pela câmera em imagens. Ao guardar, o álbum deu novo sentido às imagens, propondo pontos de vista, enfim, ordenando simbolicamente o real representado. Rouillé (2009) observa que a fotografia e o álbum têm funções opostas e, ao mesmo tempo, complementares. Se a fotografia, em sua missão simbólica de documentar o mundo em imagens, fragmentou a realidade ao selecionar e enquadrar, o álbum e o arquivo reordenaram e criaram novos sentidos para as coleções imagéticas que guardam e disponibilizam para a apreciação do olhar do outro.

A fotografia inovou *“pelo fato de produzir, do real, imagens fragmentadas, atomizadas, fracionadas, não hierarquizadas”* (ROUILLÉ, 2009, p.103). A fotografia fez emergir um mundo em que as imagens não eram mais totalidades, e, sim, fragmentos recortados da realidade. A fotografia inaugurou a força do detalhe, do quadro, que viria a se tornar, mais tarde, o quadro (*take*) no cinema e na televisão. Mais adiante, este texto vai descrever os enquadramentos fotográficos. Ao identificar a chegada da reprodutibilidade técnica para a obra de arte, Walter Benjamin percebeu que a imagem do pintor era total e a do fotógrafo ou a do cinegrafista era feita de múltiplos fragmentos. A fotografia ultrapassou a maneira de representar em que o artista se mantinha a distância do objeto ou da paisagem, adicionando tinta à

tela na criação ou recriação da cena à sua moda. O fotógrafo se aproximou do real, o fracionou ao enquadrar o que queria e fez surgir a força do detalhe. Para Rosalind Krauss (2002, p.124), o enquadramento fotográfico “*é sempre percebido como uma ruptura no tecido contínuo da realidade*”. Aumont (2004) considera que o fotógrafo extrai, subtrai do real, para compor o que quer revelar fotograficamente.

Ao tornar visível o detalhe, o fotógrafo possibilitou um novo olhar, criou novas atmosferas. E o fez através de um processo mecânico, fragmentado, que se dá primeiramente por uma via ótica e, em seguida, química. Por ótico entende-se o enquadramento de câmera, o corte calculado da realidade em determinada distância e determinado ângulo. Já o processo químico é aquele que possibilitou o registro da representação, a impressão do recorte fotografado. Através do processo ótico, a fotografia inovou para criar os fundamentos do que mais tarde seria reconhecido como uma linguagem das imagens. Se a pintura já utilizava a perspectiva, o jogo do claro e escuro da luz, o equilíbrio e a composição no arranjo dos elementos retratados, a fotografia vem acrescentar planos, ângulos e foco. Com a possibilidade de usar as lentes da câmera para focar e desfocar elementos, a fotografia reordenou o real ao utilizar a profundidade de campo para hierarquizar o que enquadra. Com os diversos planos de enquadramentos, a fotografia inovou a forma de representação por imagens, pois cada plano possui uma capacidade narrativa e um conteúdo dramático próprios. Cinco são os planos fotográficos básicos: grande geral, geral, médio, primeiro plano e plano de detalhe.

O grande plano geral busca retratar o ambiente. Nele o sujeito compõe o cenário. O ambiente se sobrepõe de tal modo ao sujeito que pode gerar sensações como de esmagamento ou de liberdade. No plano geral, a câmera pode dirigir o olhar do espectador para a ação do sujeito no ambiente. Sujeito e ambiente dividem o quadro no plano geral. Integram-se. O plano geral é descritivo da ação do homem no mundo. Já no plano médio o que passa a interessar é o sujeito, que preenche o quadro, enquanto o ambiente fica em segundo plano. O plano médio enquadra o sujeito da cabeça aos pés ou até a cintura. Com ele, o espectador se aproxima do sujeito. A proximidade do plano médio se transforma em intimidade quando o enquadramento é feito em primeiro plano, aquele em que o semblante do sujeito ocupa todo o quadro. Através do primeiro plano, a câmera invade a fisionomia do sujeito revelando suas emoções. O primeiro plano é o mais dramático dos planos

fotográficos. E, por último, o plano de detalhe: um olho que pisca, uma pétala caída, um objeto ainda não revelado pelos planos anteriores. O plano de detalhe permite ampliar o pormenor a ponto de transformá-lo em uma forma abstrata.

Os planos de enquadramento fotográfico são os fundamentos da linguagem das imagens técnicas. Na esteira da fotografia, o cinema se apropriou e exacerbou o uso do primeiro plano. Mais de cem anos depois da invenção da fotografia, a televisão se apropriaria do plano médio para sua narrativa audiovisual. Os planos se conjugam com os ângulos. Os ângulos são as formas de situar a câmera frente ao sujeito ou ao objeto a ser retratado: na mesma altura, de cima ou de baixo. Ao posicionar a câmera acima ou abaixo do objeto, o fotógrafo consegue criar impressões subjetivas. Uma câmera pode mergulhar sobre o sujeito, diminuí-lo, achatá-lo, criando impressões de fraqueza, impotência, opressão, submissão. Já uma câmera que se coloca aos pés, enquadrando de baixo para cima, alonga e pode ressaltar uma impressão de grandeza, de poder.

Com a linguagem dos planos de enquadramento, a fotografia desmontou, extraiu recortes, subtraiu fragmentos daquilo que antes era observado como uma totalidade visível, a paisagem. Assim, ao documentar a realidade através de enquadramentos e ângulos, a fotografia inovou os modos de visão e de representação anteriores, como o desenho e a pintura. Mas ela não foi a única. Simultaneamente ao desenvolvimento da fotografia, a imprensa diária se constituiu impondo uma forma de narrativa também fracionada. Os jornais passaram a publicar o romance-folhetim em capítulos, os anúncios classificados e, o principal, as notícias passaram a ocupar as páginas dos jornais de forma breve, quase anônima, justapostas em um grande caleidoscópio noticioso em substituição à lógica do narrador-autor. Anteriormente, já se falou neste texto da locomotiva que pôs o olhar do homem a se movimentar enquadrado através da janela dos trens. A fragmentação nas formas de usufruir o mundo se instalou com a chegada dos processos industriais, mas, com a fotografia, pode-se considerar que a fragmentação ascendeu à função epistêmica e à função estética das imagens.

Ao fragmentar o real, a fotografia documental trouxe desordem aos modos do ver e fruir imagens até então conhecidos e experimentados. De certa forma, a fotografia instalou uma espécie de caos no que era visível. A princípio, fotografias causaram estranhamento ao olhar. No entanto, a fotografia inovou ao trazer rapidez

à produção de imagens. E instalou uma profusão de imagens que, ao serem agrupadas em catálogos, jornais, coleções, geraram coerência e, com isso, novas lógicas para o olhar. Se, ao documentar, o ato fotográfico fragmentou, o processo de arquivamento fotográfico gerou novas unidades visíveis. A fotografia instalou um processo de classificação em que o jornal, o catálogo, o álbum de família se tornaram uma *“máquina de ordenar as coleções fragmentárias, de substituir a clareza pela confusão, de produzir a unidade a partir de amontoamentos sem ordem”* (AUMONT, 2004, p.106). O álbum, assim como o jornal impresso, tornou-se um operador racional de uma nova unidade organizada a partir do olhar fotográfico e do texto informativo. Impressas e catalogadas, sempre à mão, as fotografias documentais passaram a atualizar o homem sobre o presente e o passado.

2.1.3 O cinema: a metamorfose do tempo e espaço pela imagem movimento

A imagem fotográfica abriu caminho para a imagem cinematográfica. A imagem produzida pelo cinema chegou dotada de movimento, de narrativa e capaz de condensar o tempo. Mas como se deu a passagem da fotografia para o cinema? Como a câmera passou da captura do momento decisivo do quadro fotográfico em composição para a panorâmica ou para o *travelling*³⁶? Como a câmera passou a registrar narrativas que levaram o espectador a vivenciar no presente outros tempos históricos através das imagens em movimento? O cinematógrafo, a máquina patenteada pelos irmãos franceses Auguste e Louis Lumière no final do século XIX, conseguiu equacionar o sonho de filmar cenas em movimento e projetar as imagens na tela branca. Imagens de pessoas em movimento nas suas vidas cotidianas, na estação de trem, na porta da fábrica. Imagens que podiam ser exibidas para públicos em locais afastados geograficamente. Com o cinema, os espectadores reunidos em um público, como na tradição do teatro e de outras manifestações, são apresentados à tela de projeção de imagens. A tela inicia, então, a trajetória ascendente de participação na vida do homem contemporâneo. Historiadores do

³⁶ Na terminologia do cinema, *travelling* é todo movimento em que a câmera realmente se desloca no espaço, em oposição à panorâmica, movimento no qual ela apenas gira sobre o seu próprio eixo, sem se deslocar. *Travelling* pode ser também um tipo de equipamento utilizado para realizar tais movimentos.

cinema dão conta de que na Exposição Universal de Paris, em 1900, uma tela de 21 metros de largura por 18 metros de altura reuniu 1,5 milhão de pessoas para assistir à exibição do cinematógrafo³⁷. O cinematógrafo Lumière inovou ao trazer a natureza do espetáculo para o campo da exibição de imagens. Reuniu um público em torno de uma nova instância que encantava pela novidade de exibir a imagem em movimento, a fotografia “animada”.

Assim como se deu com a criação da fotografia, o cinema se constituiu como linguagem em um processo do qual participaram muitos inventores e curiosos da imagem. Edgar Morin considera a passagem da fotografia para o cinema uma “*metamorfose*”, ou seja, um processo de transformação que se deu durante um período em que muitos anônimos colaboraram com experimentos³⁸. Morin (2009, p.68) relembra que:

na Inglaterra, na França, na Itália, na Rússia, em toda parte onde se produzem filmes, brotam idênticas descobertas. Méliès e os cineastas ingleses de Brighton são os inventores das primeiras técnicas, que voltam, depois, a ser múltiplas vezes reinventadas.

A passagem definitiva para uma nova maneira de utilizar a câmera na produção de imagens em movimento só se consolidou quando foi equacionado o processo que se convencionou chamar de montagem. Por montagem entende-se o processo de composição orgânica de um filme, em que as imagens são organizadas de forma a produzir uma narrativa. Para o cineasta russo Serguei Eisenstein, considerado o mestre da montagem clássica cinematográfica, a montagem é uma atividade de seleção e coordenação dos planos filmados, que se dá “*por alternância, conflitos, resoluções, ressonâncias*”, para que se consiga “*dar tanto ao tempo sua verdadeira dimensão, quanto ao todo sua consistência*” (DELEUZE, 2009, p.48). A

³⁷ A Exposição Universal aconteceu em Paris durante sete meses, a partir de abril de 1900, com o objetivo de exibir as novas conquistas do progresso tecnológico e cultural da virada do século. A principal delas foi a energia elétrica, seguida pela ferrovia. Inúmeros pavilhões foram construídos em uma área de 108 hectares para exibir produtos industrializados e novidades produzidas por países europeus. Rússia e Japão também participaram. A Exposição exibiu também a “ação civilizatória” de países como Inglaterra, França e Holanda nas colônias: Índia, Sudão, Indochina, Argélia e Madagascar. 50,8 milhões de pessoas visitaram a exposição.

³⁸ Edgar Morin emprega também a palavra ontogênese, termo da biologia que define todo o período de desenvolvimento de um organismo, desde a fertilização do zigoto até que ele se complete como indivíduo adulto. São sete as fases do desenvolvimento ontogenético: gametogênese, fertilização, clivagem, gastrulação, organogênese, crescimento e diferenciação histológica. Este texto opta pelo segundo termo utilizado pelo autor, que é metamorfose, pois se trata de palavra mais conhecida e, segundo os critérios da comunicação e do jornalismo, exprime melhor a ideia que se quer desenvolver sobre a passagem da fotografia para o cinema.

montagem é a técnica que possibilita que se conjuguem e adquiram um sentido narrativo todas as técnicas do cinema: movimentos de câmera produzidos em planos diferenciados, recursos de iluminação, de cenários, encadeamentos, fusões de imagens, etc. Ao unir e ordenar imagens descontínuas e heterogêneas de planos diversos, explica Edgar Morin (1997, p.77), a montagem cria uma narração contínua em um tempo novo e fluido. Já para Gilles Deleuze (2007, p.48), se os planos filmados são as unidades que vão constituir o filme, a montagem pode ser considerada seu cerne.

A imagem no cinema é o que Deleuze considera imagem-movimento. Ele compreende por imagem-movimento aquela que exhibe duas faces: uma face em relação ao objeto filmado que a imagem faz variar através dos planos enquadrados pela câmera e outra face em relação ao todo da narrativa cinematográfica que revela uma intenção anterior do cineasta expressa através da montagem. O processo de montagem só foi possível a partir das imagens-movimento e permitiu ao cinema produzir duas metamorfoses, a do tempo e a do espaço³⁹ (DELEUZE, 2009, p.48).

A primeira metamorfose produzida pelo cinema se deu quando ele conseguiu fabricar novos tempos, não mais o tempo cronológico real como o cinematógrafo de Lumière primeiro fez, explica Edgar Morin (1997). O tempo do cinema seria um tempo móvel, não somente contínuo, de direção irreversível, mas um tempo que “*pode parar, inverter-se, repetir-se, fazer avançar ou retroceder a ação, dando forma à simultaneidade*”, como descreve Tânia Pellegrini (2003, p.22). É um tempo que deixa para trás o quadro fixo da pintura e da fotografia. O tempo do cinema é uma representação indireta do tempo, uma imagem do tempo, pois é construído a partir do intervalo que liga uma imagem à outra na montagem. Através da montagem, o cinema pode “expurgar” o tempo real, comprimi-lo, alongá-lo ou compartimentá-lo com velocidades ou ritmos variados e, assim, produzir uma narrativa peculiar das imagens em ação. Uma guerra de cinco anos em uma hora, um rápido beijo estendido por longos minutos. A montagem se dá por *raccords*, ou seja, por ligações entre os planos, o que garante uma relação de continuidade, um sentido de todo à narração. Os *raccords* tornam imperceptíveis as mudanças de planos, a

³⁹ O cineasta Serguei Eisenstein distinguia quatro formas de montagem: métrica, rítmica, tonal e harmônica. Este texto não se deterá sobre cada uma delas, pois a intenção aqui é traçar o desenvolvimento das imagens técnicas no caminho percorrido até as imagens de televisão, especificamente as do telejornalismo e sua edição, bem menos elaborada que a montagem cinematográfica, mas que tem como referência a montagem clássica do cinema.

descontinuidade da filmagem e possibilitam a percepção de continuidade que garante o tempo da narrativa cinematográfica, o tempo da ação das imagens⁴⁰. São as ligações entre as imagens, os intervalos entre elas, que produzem o tempo no cinema. Para Deleuze (2009), com o cinema acontece a passagem de uma ordem que se desfaz ao ser filmada a uma ordem que é construída a partir da montagem.

Para Edgar Morin (2009, p.78), o tempo no cinema “*é literalmente falsificado*”, quando se observam os resultados que a montagem permite produzir na representação dos diversos tempos da narrativa, seja acelerando ou retardando relatos de tempos. A partir do cinema, o olhar do homem moderno experimentou a volta no tempo produzida pelo recurso do *flashback* ou as passagens de tempo permitidas por movimentos de câmera conjugados a elipses de imagem. Passou a ser possível a sensação de avançar para tempos históricos futuros ou imaginários. Assim, o cinema criou para o homem, pela primeira vez, a experiência de ter uma “*percepção*” de um tempo representado que é vivenciado na fruição das imagens (DELEUZE, 2007, p.51).

A segunda metamorfose produzida pelo cinema é a do espaço. Se a fotografia já havia descortinado novos territórios visuais para o olhar do homem, a câmera de cinema veio cumprir “*o papel de transgredir a unidade de lugar*” (MORIN, 1957, p.83). O cinema dota a câmera de uma ubiquidade que ainda não tinha sido experimentada. A câmera de filmar passa a estar em todos os lugares e a produzir imagens de ângulos em que o olho humano ainda não havia estado ou percebido. Para Dziga Vertov, a câmera era um “*olho mecânico, nova máquina de visão*”, capaz de possibilitar uma “*cine-decifração do mundo visível*” (apud GERVAISEAU, 1996, p.62). A câmera de cinema é móvel, se move, produz imagens que varrem a paisagem, acompanham o movimento dos indivíduos, aproximam objetos. Aliada ao processo de montagem, a câmera de cinema preencheu a grande tela da sala de exibição com representações retiradas do mundo da vida e organizadas através da montagem em uma nova ordem carregada de sentido. Aumont (1993, p.174) explica que a imagem cinematográfica surgiu como “*radicalmente nova*”, não apenas por representar as coisas em movimento, mas por estar sempre em movimento, por levar o olhar do homem a experimentar através da tela um novo lugar onde as

⁴⁰ *Raccord*, em francês: ligação.

coisas podiam acontecer, onde novos sentidos passavam a ser conhecidos e compartilhados em público.

A metamorfose na forma de experimentar o tempo e o espaço produzida pelo cinema propiciou ao espectador uma percepção além da admiração pelas imagens em movimento ou pela informação exibida por elas, mas uma sensação de envolvimento, de ser envolvido pelo ambiente criado para a exibição cinematográfica. Na sala de cinema escurecida, com a atenção voltada para a grande tela em posição de conforto, o espectador passou a se entregar às narrativas cinematográficas. Observado do século XXI, o envolvimento produzido pela tela de cinema iniciou o homem do século XX no processo de familiarização com a tela exibidora de conteúdos mediados socialmente em larga escala pelos meios de comunicação, tela esta que iria adquirir outros formatos com o desenvolvimento tecnológico. Com o cinema foram ampliados os efeitos de enquadramento e percepção do olhar que o álbum e os jornais já haviam produzido com a imagem fotográfica. Essa ampliação se deu ancorada na narrativa audiovisual, traduzida em uma nova linguagem. Mas que características o cinema possui para ser considerado uma linguagem?

Tal questão já foi discutida por inúmeros autores. Este texto opta por seguir a análise desenvolvida por Gilles Deleuze a partir do pensamento de Christian Metz. Se o cinema se constituiu contando histórias, se a sucessão de imagens cinematográficas narra, Deleuze faz a seguinte aproximação: no cinema a imagem é assimilada a enunciados orais, ela contém proposições. Para esse autor, o plano cinematográfico deve ser considerado “*o menor enunciado narrativo*” (DELEUZE, 2009, p.37). O mesmo autor ainda observa que os filmes são produzidos a partir de um fazer cinematográfico que se traduz em regras e códigos, tal como na língua falada. Os enquadramentos de câmera e o processo de montagem estabeleceram todo um conjunto de regras técnicas operadas pelos diretores, pela direção de fotografia, pelos roteiristas, operadores de câmera e montadores na construção do filme. A imagem produzida a partir de um plano de enquadramento substituiu o enunciado oral, pois a narração fílmica é consequência das próprias imagens-movimento. Para Deleuze, a imagem é um enunciado, pois ela se submete à sintagmática própria do filme, ou seja, à relação íntima e única existente entre as imagens-movimento, de forma que o resultado projetado na tela se apresenta como

um texto, um texto visual através das imagens, um texto audiovisual expresso em imagens-movimento dotadas de som. O cinema se consolidou como linguagem, pois através de suas narrativas comunica histórias, sentimentos, suscita emoções, permite a fruição de sentidos no campo das artes, da informação e das ciências.

A câmera de cinema trouxe nova linguagem aos modos de ver e de representar. Edgar Morin compara o impacto da invenção do cinema à do avião na vida do homem do início do século XX. Para ele, são as duas inovações técnicas que retiraram o homem da terra. Esse autor explica que, enquanto o avião “*entrou sensatamente no mundo das máquinas*”, a obra criada pelo cinema, ou seja, o filme “*é que ascende cada vez mais alto*” e permite ao homem escapar para um lugar povoado por estrelas e por música (MORIN, 1997, p.24.). Para Morin (1997, p.26), o cinema escapou à sina cumprida pela maior parte das invenções “*que se transformam em ferramentas e acabam arrumadas em hangares*”, pois ele é uma arte geradora de emoções e sonhos. Se, com a fotografia, o mundo havia começado a se transformar em imagem, com o cinema, as imagens técnicas materializadas na grande tela passam definitivamente a representar o olhar do homem sobre as coisas do mundo, do seu cotidiano, do seu imaginário, o que levou a cultura contemporânea a ser mais que visual, a ser, sobretudo, uma cultura audiovisual (PELLEGRINI, 2003, p.16).

2.1.4 A imagem televisiva: o vivo e a polissemia no ambiente doméstico

A narrativa e o tempo móvel cinematográficos foram o ponto de partida da linguagem audiovisual em que a televisão se espelhou para construir sua imagem e narrativa, mas a televisão surgiu com uma natureza diversa à do cinema. Enquanto o cinema nasceu mecânico, inscrito pela entrada de luz operada pela câmera no filme celuloide, a televisão nasceu elétrica. A eletricidade deu outra materialidade à televisão, pois a imagem é produzida por feixes de luz elétrica que varrem a tela, literalmente pintando as imagens emitidas. Os feixes de elétrons se entrecruzam varrendo a tela 60 vezes por segundo de baixo para cima, em uma versão analógica do que os computadores conseguiram fazer bem mais tarde ao escanear imagens.

Para Derrick de Kerckhove (2009), a televisão é um aparelho eletrônico modulador, pois, assim como o telefone e o rádio, explora e faz variar os impulsos eletroeletrônicos. Enquanto o cinema exhibe, a televisão transmite.

No início, comparada à imagem cinematográfica, a televisiva era trêmula, de baixa definição. Surgiu em preto e branco, sem o atrativo das cores, exibida em uma tela pequena, mas transpôs a porta de entrada do domínio privado do homem e inseriu-se no cotidiano das pessoas a partir de meados do século XX, levando para dentro do convívio doméstico seu fluxo contínuo de imagens e construindo mais uma opção de acesso à linguagem audiovisual. Com a televisão, a tela deixou o convívio público e se instalou na vida privada do homem contemporâneo. Inserido no ambiente doméstico, o aparelho de televisão foi paulatinamente modificando o ritual anterior em que as pessoas saíam de casa, se dirigiam ao cinema mais próximo, pagavam ingressos e juntavam-se a outros para ver o último lançamento do cinema. Sendo uma emissão ininterrupta, disponível diariamente na sala de casa, a televisão gerou um hábito de consumo, passou a ocupar o tempo livre do homem moderno de forma hegemônica, transformando-se na principal fonte de entretenimento ou informação, ultrapassando outras formas culturais, como o cinema, o rádio, o livro ou o jornal impresso na função de instância cultural que possibilita a circulação de sentidos, alimentando significados no e para o mundo da vida.

A partir da televisão, o homem começou a operar a lógica do uso individualizado da tela como fonte de lazer, entretenimento e informação através das imagens audiovisuais. A experiência de assistir à televisão é coletiva e ao mesmo tempo individualizada, pois os conteúdos emitidos pelo fluxo de imagens são os mesmos para todos, mas a experiência de recebê-los é individual, protegida no ambiente doméstico. A televisão modificou as formas de fruição cultural até então experimentadas de tal modo que Kerckhove (2009, p.32) chega a dizer que:

[...] quando vemos TV são os elétrons que, explorando a superfície do cinescópio, nos 'leem'. As nossas retinas são o objeto direto do feixe de elétrons. Quando esta exploração se cruza com o olhar e estabelece contato visual entre homem e máquina, o olhar da máquina é mais poderoso.

O autor compreende de forma radical o tipo de envolvimento que as imagens de televisão produzem. Imersa no ambiente doméstico, como mais um dispositivo

tecnológico que passou a ser indispensável à rotina do homem contemporâneo, a televisão aproxima do homem conteúdos de uma forma até então não vivenciada: a transmissão ao vivo do que se passa fora, no mundo cotidiano. A grande habilidade da televisão é transmitir ao vivo os acontecimentos transformados em fatos noticiáveis, transmissíveis. A natureza da televisão é diversa por estar ancorada na capacidade técnica da transmissão ao vivo diretamente para o ambiente doméstico. A câmera eletrônica portátil e o equipamento tecnológico de transmissão cada vez mais simplificado possibilitaram à televisão gerar imagens instantâneas e simultâneas, que transgrediram, com velocidade até então não experimentada, a “*unidade de lugar*” apontada por Edgar Morin (1997, p.83) ao descrever os usos da câmera como produtora de imagens em movimento.

Se o cinema trouxe o tempo das imagens móveis, a televisão apresentou à sociedade do século XX o tempo das imagens ágeis, fruto da efetiva possibilidade de um canto do planeta acompanhar, com ínfimos segundos de diferença, de forma direta, acontecimentos que se passam em outro canto, através da transmissão ao vivo. Regina Mota (2001, p.42) lembra que a televisão nasceu ao vivo, que “*o direto foi um estado de espírito, uma necessidade*” da televisão no seu início, antes de se tornar como é hoje, ou seja, um procedimento técnico para os momentos em que a televisão decide maximizar sua característica de instantaneidade⁴¹. O talento da televisão para a transmissão ao vivo e a produção de “*retratos instantâneos*” (MOTA, 2001, p.33) da realidade resultou na sua afinidade com o atual, com o contemporâneo, o que a credenciou a ser um território visual adequado para exibir informação. Para Regina Mota (2001, p.52), com o fato de na televisão imperar o campo único, a necessidade de *raccord* desaparece e “*tudo pode ser inserido no seu quadro, sem que desorienta o telespectador*”. Como já foi dito, os *raccords* são ligações entre os planos que garantem a relação de continuidade e sentido à narração cinematográfica. Segundo a autora, no lugar da montagem, a televisão realiza uma “*inseragem*”, um fazer que resulta em uma colagem de imagens a partir do que a narrativa sonora pedir (MOTA, 2001, p.52). A primeira seleção de imagens

⁴¹ O equipamento que resolveu o problema do registro de imagens na televisão é o videoteipe. Ele foi lançado nos Estados Unidos em 1956. Segundo Priolli (2000, p.17): “*Caríssimo, chegou ao Brasil apenas no início de 1960, por força de uma necessidade incontornável: cobrir as festas de inauguração da nova capital, Brasília, que ficava muito longe do eixo Rio - São Paulo e não permitia um televisionamento direto. Gravar as imagens, enviá-las por avião e transmiti-las posteriormente foi a única forma viável de fazer com que os brasileiros das duas principais cidades participassem das cerimônias históricas*”.

é feita pela câmera ao processar o real e decidir o que vai ser mostrado. A segunda seleção é operada pelo diretor ou editor na reorganização do que é levado ao ar.

Assim como Mota, Santos Zunzunegui (2009) salienta a vocação da televisão para a transmissão ao vivo, mas lembra que, longe de ser uma exposição fiel do que acontece na realidade, o direto é uma atividade de interpretação da realidade. Para esse autor, as imagens transmitidas ao vivo são sempre fruto de enquadramentos, de recortes que a câmera de televisão opera na realidade a ser retratada e do direcionamento dado por diretores de TV e repórteres mediadores da informação.

A instantaneidade da televisão levou a sociedade a passar a experimentar um novo estado de prontidão para a informação, para o acontecimento. Na televisão, os acontecimentos são transmitidos enquanto se desenrolam e devem ser acompanhados de forma simultânea no eterno presente televisivo. Uma vez transmitidos ao vivo, tornam-se ultrapassados. A televisão aliou a ubiquidade da câmera de cinema à instantaneidade e simultaneidade do rádio. Antes da televisão, todas as formas de transmissão ao vivo, em direto, eram do campo da arte: o balé, a ópera, o teatro. A fotografia e o cinema possibilitaram o registro do passado. O rádio e a televisão impuseram o presente, sendo que a televisão, especificamente, impôs a representação imagética da atualidade, transformando em rotina a transmissão do acontecimento ao vivo.

Santos Zunzunegui (1998) considera a televisão um meio de comunicação cuja função é a de ser um serviço que consegue levar ao público gêneros muito diversos do discurso comunicativo. Das telenovelas e dos folhetins à música, aos eventos esportivos, infantis, educacionais, de variedades, à exibição de filmes e ao jornalismo, a televisão consegue reunir gêneros diversos e empacotá-los em forma de programas exibidos em série, tendo a publicidade como um “*cimento unificador*” (ZUNZUNEGUI, 1998, p.199) para alimentar uma grade de programação que não pode parar, pois o fluxo de emissões televisivo é ininterrupto. Gêneros nos meios de comunicação podem ser compreendidos como categorias que agrupam trabalhos em formatos semelhantes. Na televisão, um gênero pode ser compreendido como formato de programa exibido pela grade de programação. Os gêneros nos meios de comunicação são reconhecidos de forma cultural pelo texto e comunicam conteúdos através da padronização da produção como forma de reconhecimento e leitura pelo telespectador. Gêneros televisivos refletem momentos da sociedade. Um dos mais

recentes, implementado na virada do século XX para o atual, é o *reality show*, formato de programa em que pessoas comuns assumem o lugar de atores e passam a vivenciar histórias e competições exibidas em forma de seriado televisivo (TEMER; TONDATO, 2009, p.81).

Ao estar presente o tempo todo em muitos lugares diferentes, a televisão tem a habilidade de transmitir certo senso do real e pode ser considerado um meio de comunicação essencialmente realístico, o que a torna um meio muito apropriado ao jornalismo, gênero que se interessa por revelar, intermediar e levar ao debate na esfera pública acontecimentos que tratam do dia a dia da audiência. O telejornalismo é o gênero televisivo que interessa a este estudo. Assim como o cinema, a televisão exibe uma natureza em que podem ser observados atributos que materializam os conteúdos audiovisuais emitidos (ZUNZUNEGUI, 1998, p.157).

O primeiro desses atributos é a imagem, a base da existência da televisão, fonte de toda mensagem audiovisual. A imagem, seus sons e todos os elementos previsíveis e imprevisíveis que a impregnam são a condição material indispensável às produções televisivas. A imagem registrada em suporte material, seja analógico ou digital, converteu-se em um “determinante social básico” da vida cotidiana das sociedades que têm acesso à tecnologia. Toda imagem tem um som, mesmo que seja o silêncio. Os sons podem ser considerados a outra forma de materialidade dos conteúdos televisuais, sejam os sons diretos gravados simultaneamente à imagem, como os sons ambientes, as vozes dos entrevistados ou os sons editados, montados, incorporados à imagem tal como as sonorizações. Na televisão, a narrativa se descolou da montagem cinematográfica e se dá como uma colagem em que texto e imagens se vão completando na medida da necessidade de narrativa dos acontecimentos. Se no cinema a montagem acontece na cabeça e nos planos do diretor e do montador, na televisão a edição das imagens é determinada pela urgência de narrar e mostrar acontecimentos. A televisão pula de uma imagem à outra na busca por organizar uma narrativa a partir da realidade que busca exibir. Tal como Regina Mota, Santos Zunzunegui (1998, p.199) compreende a edição televisiva como “*mais ou menos improvisada*” por ser simultânea ao acontecimento, pois, segundo o autor, a televisão não se preocupa com a arte das passagens entre as imagens, própria do cinema.

Na mesma perspectiva, John Fiske (1990) avalia que um programa de televisão deve ser compreendido com um texto. Para o autor, o programa é produzido pela televisão e o texto, por seus telespectadores. A televisão, assim como o cinema, possui uma sintagmática própria, em que prevalece uma relação íntima e única existente entre as imagens capturadas e emitidas ao vivo, os formatos de produção, a dependência da audiência e da publicidade, de forma que o resultado exibido na tela não deixa dúvidas sobre a origem televisiva de cada produção.

Para John Fiske (1990), os programas de televisão são repletos de potenciais significados que circulam através de códigos utilizados na produção e exibição dos conteúdos audiovisuais. Um código, segundo Fiske, é um sistema governado por signos, cujas regras e convenções são compartilhadas culturalmente por todos, além de gerar e fazer circular significados nessa e para essa cultura. Códigos podem ser considerados *links*, ligações diretas ou atalhos entre produtores, textos e o público. Sendo assim, os códigos podem ser considerados agentes da intertextualidade através da qual os textos televisivos interagem na rede de significados que constituem o mundo cultural. Para esse autor, uma das características da televisão é sua polissemia, ou seja, a sua capacidade de produzir uma multiplicidade de significados.

Fiske (1990) compreende que a televisão se relaciona com a sociedade baseando-se em códigos sociais que são compartilhados culturalmente por todos, pois, segundo ele, neles a realidade já está codificada e somente através de códigos o homem percebe e dá sentido à realidade. O autor considera que os códigos agem em uma estrutura hierárquica complexa na qual a realidade, a representação e a ideologia se traduzem em regras e convenções sociais. Assim, os códigos sociais apontados por John Fiske funcionam em três níveis: da realidade, da representação e da ideologia. São categorias arbitrárias que operam simultaneamente nos conteúdos televisivos. O nível da realidade se expressa em práticas culturais, políticas e econômicas. Diz respeito ao comportamento, ao discurso, ao gestual, à expressão, à aparência, ao vestuário, à maquiagem, ao ambiente. Esses elementos, segundo John Fiske, compõem códigos sociais, o que leva à segunda categoria de códigos: os da representação de convenções. A representação se materializa pela ação da câmera, da iluminação, da edição, do som e da música, que são os

recursos técnicos que permitem criar, manter e transformar a realidade e suas representações ao dar forma às narrativas, aos conflitos, à ação, ao cenário, aos diálogos, aos personagens e elencos. Já o nível ideológico é organizado dentro da aceitabilidade social e da coerência de regras sociais influenciadas pelo capitalismo, pelo materialismo, pelo individualismo, por critérios de raça, de classe social e por valores e práticas simbólicas diversas.

Na visão de Casseti e Di Chio (1999), um texto pode ser compreendido como o lugar simbólico de debates por significação que reproduz os conflitos de interesses entre os produtores e os consumidores de um produto cultural. Para esses autores, um texto *“não é só uma construção linguística caracterizada por uma arquitetura e um funcionamento internos, mas um evento produzido em um tempo e em um espaço determinados que entra literalmente em nosso mundo”* (CASSETTI; DI CHIO, 1999, p.294). Ao perceberem os conteúdos emitidos pela televisão como eventos que entram *“literalmente em nosso mundo”*, os autores se aliam à percepção de John Fiske de que os textos produzidos pelos telespectadores a partir dos programas televisivos são resultado da circulação e do compartilhamento de significados na sociedade.

2.1.4.1 Televisão e imaginário

O papel da televisão na sociedade contemporânea pode ainda ser compreendido na perspectiva dos estudos do imaginário social. Bronislaw Baczko (1985), por exemplo, considera o imaginário social uma das forças reguladoras da existência coletiva. Enquanto John Fiske fala de códigos que atuam socialmente nos níveis da realidade, da representação e da ideologia, Baczko explica que os indivíduos se apropriam de símbolos e tentam entender os sentidos da vida em sociedade em um lugar estratégico que seria o imaginário. Para o Baczko, o imaginário social:

torna-se o lugar e o objeto dos conflitos sociais [...], as referências simbólicas não se limitam a indicar os indivíduos que pertencem à mesma sociedade, mas definem também de forma mais ou menos precisa os meios inteligíveis das suas relações com ela, com as divisões internas e as instituições sociais” (BACZKO, 1985, pp.309-310).

Uma das funções dos imaginários sociais consiste em organizar e controlar o tempo coletivo no ambiente simbólico. Tais imaginários atuam de forma ativa e contínua na memória dos indivíduos. Apesar de toda a racionalização da vida moderna, ela depende tanto do imaginário quanto as sociedades arcaicas ou históricas. Entre seus exemplos, o autor cita as cidades como projeções dos imaginários sociais no espaço, em que a arquitetura traduz eficazmente na sua linguagem própria “o prestígio que rodeia um poder” (BACZKO, 1985, p.313).

Cornelius Castoriadis compartilha com Baczko o entendimento do imaginário como lugar estratégico para a vida social e acrescenta que cada sociedade “define e elabora uma imagem do mundo natural, do universo onde vive” em busca de uma “ordem no mundo” (CASTORIADIS, 1995, p.179), em que objetos e seres naturais relevantes para vida coletiva encontram significado. Para esse autor, o conjunto da experiência humana, nos diversos tipos de sociedades, sempre dispõe e subordina “as nervuras racionais” segundo significações que dependem do imaginário, mesmo em sociedades guiadas ao extremo pelo racionalismo.

Segundo esses autores, a racionalização da vida em sociedade tem substituído, de forma contínua e crescente, sistemas simbólicos tradicionais, crenças, valores e costumes herdados da tradição histórica por referenciais ancorados na razão científica. A razão técnico-científica conforma um expansivo imaginário social de natureza prático-instrumental, que atua na contemporaneidade como um sistema referencial, cada vez mais eficaz da ação humana em sociedade. Nessa dinâmica, em que imaginário e sujeito se constituem mutuamente nos limites desse tempo histórico racionalista e instrumental, as instituições midiáticas já se desenvolveram a ponto de criar, manter e transformar um sofisticado imaginário formado por um sistema de produção de sentido, de valores, comportamentos e práticas fortemente sustentados por premissas científicas. Tal processo legitima a padronização de estilos de vida em formas objetivistas de concepção da realidade. Leva à alimentação de imaginários ancorados em modelos produzidos articuladamente pelos diversos sistemas de comunicação e que tendem a generalizar consensos sobre tematizações levadas à esfera pública midiática, nos diversos gêneros e formatos dos diversos suportes tecnológicos em que são produzidos e difundidos, tais como o cinema, o rádio, o jornal impresso, a revista, a televisão, a *web*, o telejornalismo e o webjornalismo, entre outros.

A forma polissêmica com que o telejornal representa o mundo, representação motivada e arbitrária, marcada por contradições, constitui um território simbólico de referência social e cultural para a sociedade brasileira. É um lugar simbólico em que o indivíduo encontra sinalizações, orientações, conhecimento sobre normas, símbolos, imagens e leituras que o auxiliam em sua ação na sociedade atual, considerada por Ulrich Beck (1997) uma sociedade de risco. Compreende-se por sociedade de risco *“um estágio da modernidade em que começam a tomar corpo as ameaças produzidas até então no caminho da sociedade industrial”* (BECK, 1997, p.17). Beck considera que a sociedade entrou em uma fase de modernização reflexiva, um conceito que significa a possibilidade de *“uma (auto)destruição criativa”* para toda a era da sociedade industrial. É o que esse autor vê como um novo estágio em que o progresso científico e tecnológico da sociedade capitalista pode se transformar em autodestruição, *“em que um tipo de modernização destrói outro e o modifica”* (BECK, 1997, p.12). Para o autor, as vitórias da sociedade capitalista produziram uma nova forma social. O risco se expressa nas mudanças, nas ameaças com que passam a confrontar a sociedade: aquecimento global, catástrofes ambientais, crises financeiras em países ricos, violência urbana, terrorismo, desafios éticos criados a partir do desenvolvimento no campo das ciências. Esses se juntam aos problemas não resolvidos anteriormente: fome, desigualdade social, conflitos armados, conflitos políticos. Nesse estágio de mudança, em que as certezas anteriores entram em risco, em que as transformações atingem todos os campos da vida em sociedade, os meios de comunicação - entre eles, o telejornal, hegemônico no Brasil - constituem sistemas simbólicos de representação e referência da atualidade que operam, produzindo, reproduzindo e modificando o campo da representação na atualidade.

2.1.4.2 A proliferação da tela audiovisual e o início da interação entre os meios

Ao familiarizar o homem do século XX com o novo, com o inesperado ao seu alcance com um simples acionar no controle remoto, a televisão trouxe outro paradigma para o olhar. Se o cinema havia avançado na descoberta das

visualidades iniciadas pela fotografia, constituindo uma linguagem audiovisual com ambições estéticas e como arte, a televisão, com sua vocação para a transmissão ao vivo e o serviço de informar, impôs o fim das fronteiras para a câmera. O final do século XX viveu uma proliferação de imagens produzidas pela televisão, o que levou a uma presença massiva da tela televisiva no cotidiano dos indivíduos.

O investimento tecnológico no meio televisivo ampliou os modos de ver a realidade e a ficção. Da televisão aberta transmitida no espectro eletromagnético para todos, passou-se à televisão transmitida por cabo e ao videocassete. A primeira segmentou a audiência e o segundo ensinou o telespectador a gravar, cortar, interferir e arquivar os conteúdos audiovisuais propostos pela televisão. O videocassete ampliou o público das salas de cinema para o ambiente doméstico, gerando opções para além da programação televisiva. Filmes tornaram-se, em parte, caminho de resgate da literatura com versões cinematográficas produzidas a partir de adaptações de obras escritas, alavancando o interesse pela leitura e a vendagem de livros. Nesse movimento, a linguagem audiovisual atuou como um catalisador para que o grande público retomasse, em alguma medida, o interesse por obras escritas. Se, com o controle remoto, ao mudar de canal em canal, o homem havia iniciado sua formação como editor dos conteúdos propostos pela televisão; com a televisão a cabo e o videocassete, ele pôde assumir, em algum nível, maior controle sobre a escolha do que desejava assistir na tela, no ambiente doméstico.

As inovações no campo das câmeras de vídeo portáteis domésticas permitiram que qualquer indivíduo se tornasse um produtor de conteúdos audiovisuais, novo papel para o telespectador. Derrick de Kerckhove considera que a câmera de vídeo *“estava em vias de se tornar uma caneta eletrônica”* (KERCKHOVE, 2009, p.38). Ao adotar o pensamento de Baczko (1985) de que o imaginário é uma força reguladora da existência coletiva que age na organização e no controle do tempo no ambiente simbólico, na sociedade contemporânea mediada também pela ação dos suportes midiáticos tecnológicos que ancoram a produção de conteúdos culturais, entende-se que, com a televisão, tal força ampliou o espectro e a reverberação para além de milhões de espectadores nas salas de cinema e de rádio-ouvintes. Fortaleceu-se na esfera privada, doméstica, e iniciou um processo em que as barreiras tecnológicas entre meios de comunicação não mais importam e

o resultado é um processo de convivência mais complexo entre as diversas linguagens da mídia no cotidiano.

Meio de comunicação marcado pelo controle e pela centralização da produção e da emissão, a televisão, no entanto, caracteriza-se por ser polissêmica, ou seja, consegue reunir e fazer conviver na sua tela uma diversidade de vozes e a consequente potencialidade de significados dos vários gêneros audiovisuais que exhibe. A polissemia televisiva preparou o olhar do homem contemporâneo para o estágio de comunicação virtual que se abriria na tela do computador com a tecnologia digital. Pode-se considerar que, a partir da televisão, o olhar do homem se preparou para atuar sobre a tela do computador pessoal dotada de *mouse*⁴², porta de entrada para o ciberespaço.

Para Derrick de Kerckhove (2009, p.38), a *“rápida e universal adoção de computadores pessoais pode ser entendida como o necessário protesto do indivíduo numa sociedade dominada pelo vídeo”*. O computador e a *web* vieram permitir ao homem processar informação e se consolidar como produtor de conteúdos, alterando de forma definitiva o cenário dos meios de comunicação emissores, de um lado, e receptores, de outro. O internauta se apropriou do ciberespaço lançando mão da linguagem audiovisual, tão logo a tecnologia lhe permitiu, através de câmeras e telefones celulares. De posse de tais equipamentos, o internauta passou a registrar o cotidiano e a produzir conteúdos que disponibiliza na esfera pública através da rede mundial de computadores, agindo socialmente através da tela e das possibilidades de conexão que ela oferece nos inúmeros aparelhos tecnológicos digitais. No período observado por esta pesquisa, a apropriação da linguagem audiovisual pelo homem pode ser balizada por dados que dão conta de que a cada minuto criam-se 24 horas de filmes no *site YouTube*, que, desde 2005, quando foi criado, tornou-se a grande tela na qual qualquer cidadão pode disponibilizar e compartilhar vídeos. Como o próprio nome do *site* o define, o *YouTube* permite que qualquer um televisione a si mesmo. A proliferação da tela audiovisual no cotidiano da sociedade chegou ao ponto de 90% do consumo de mídia já ocorrer nas diversas telas tecnológicas, segundo a 68ª Assembleia Geral da Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP)⁴³.

⁴² Ver significado e função no Glossário.

⁴³ MANZANO, Gabriel. É preciso usar a tecnologia para melhorar a técnica investigativa. In: **Folha de São Paulo**. Caderno Nacional. 14. out. 2012. p.A12.

2.1.4.3. A imagem na web: desafio para a investigação

A internet, devido às características hipertextuais de metamorfose, mobilidade, encaixe de escalas e topologia - é um universo de investigação científica que impõe desafios diversos à observação do texto audiovisual se comparada ao ambiente de observação oferecido pela televisão. Uma rede hipertextual está sempre em construção, em negociação, se metamorfoseando graças à mobilidade entre os *links*, o que permite às mensagens circular por diversos centros, jamais um único centro, já que a rede funciona pelo princípio de escalas, em que cada *link* revela mais as diversas outras conexões, pois a rede é o espaço no qual as mensagens circulam e reverberam em escala. Nesse universo de observação em que os elementos são passíveis de permanente alteração, torna-se um desafio obter um conjunto de observação confiável. No processo de construção de amostras para uma investigação científica na internet, Suely Fragoso sugere que se levem em consideração as particularidades temáticas, os objetivos e as condições de elaboração da pesquisa, sob pena de comprometer a viabilidade do processo e a validade dos resultados (FRAGOSO, 2011, p. 76).

Essa investigação se deu em dois universos que impuseram algum desafio: a *web* e a imagem. Martine Joly considera que a análise da imagem pode desempenhar funções tão diversas quanto *“dar prazer ao analista, aumentar seus conhecimentos, ensinar, permitir ler ou conceber com maior eficácia mensagens visuais”* (JOLY, 2009, p.47). Segundo a autora, interpretar uma mensagem, analisá-la, não consiste na tentativa de buscar encontrar *“uma mensagem preexistente, mas em compreender o que essa mensagem, nestas circunstâncias, provoca de significação aqui e agora”* (JOLY, 2009, p.44). Ela explica que o desejo de compreender melhor requer uma *“desconstrução artificial”*, que compara a uma quebra de um brinquedo, para observar os diversos mecanismos internos do funcionamento *“na esperança talvez ilusória, de uma reconstrução interpretativa mais bem fundamentada”* (JOLY, 2009, p.47). Martine Joly constata que o analista, ao desmontar seu objeto de análise no intuito de compreendê-lo, vai reconstituí-lo e a reconstituição nunca produz um objeto *“idêntico ao original”* (2009, p.47). Em compensação, contrapõe a autora, a prática da análise *“aguça o sentido da*

observação e do olhar”, aumenta os conhecimentos e permite captar mais informações sobre as obras analisadas. Por isso, para essa autora, uma das funções primordiais da análise é ser pedagógica.

Martine Joly (2009, p.48) considera que cabe à análise demonstrar que *“a imagem é de fato uma linguagem específica e heterogênea, que nesta qualidade distingue-se do mundo real e propõe uma representação escolhida e orientada dele”*. Para isso, orienta a autora, o analista deve distinguir as principais ferramentas dessa linguagem, as presenças e as ausências, ao mesmo tempo que deve demonstrar seus fundamentos. Por fim, Joly lembra que a análise deve servir a um projeto, *“que vai dar sua orientação, assim como permitirá elaborar sua metodologia”*. Para ela, *“não existe um método absoluto para análise, mas opções a serem feitas ou inventadas em função dos objetivos”* (JOLY, 2009, p.50).

CAPÍTULO III

3 TELEJORNALISMO E WEBTELEJORNALISMO

O telejornalismo tem o objetivo de informar ao público sobre o presente, o passado e auxiliá-lo no entendimento do futuro. Ele se ocupa em coletar informações sobre eventos atuais, organizar, selecionar, divulgar e repercutir tais informações através do relato audiovisual. Pode ser entendido como um sistema de representação e de referência articulado através do telejornal, um dos bens de consumo simbólico utilizados pela sociedade contemporânea para informar e agir socialmente. Para produzir e divulgar informações, o telejornalismo articula diversos elementos, atributos e rotinas produtivas que o configuram como uma atividade profissional e cultural. Na apuração, seleção e produção da informação, essa atividade deve se guiar pelo princípio universal do jornalismo, que é o compromisso de divulgar informação de interesse público e verdadeira no cumprimento de uma função pública destinada ao público.

3.1 O telejornal como bem simbólico de referência

O telejornal pode ser definido a partir do que Pierre Bourdieu (2005, p.102) descreve como “*realidades de dupla face*”, ou seja, mercadoria e significação, pois possui ao mesmo tempo valor cultural e valor mercantil. No modelo adotado pelo telejornalismo no Brasil, fundado sob a concepção do telejornalismo praticado nos Estados Unidos, o telejornal é o programa informativo da televisão, constituído por blocos de conteúdos entremeados por blocos publicitários. Ao se apresentar de tal forma, ele exhibe blocos informativos sobre a realidade em meio ao universo de entretenimento e ficção televisivo. O telejornal pode ser considerado o território simbólico em que a televisão, em horário fixo, programado e controlado, proporciona ao telespectador uma jornada audiovisual diária de atualização e conhecimento sobre o presente, sobre a atualidade de sua região, do país e do mundo através de

uma narrativa organizada, ou seja, arbitrária e ao mesmo tempo motivada pelo interesse jornalístico de prestar um serviço ao público.

Em um país em que a educação formal básica ainda não é uma conquista de todos os cidadãos e em que dados oficiais da Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílio (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2011), dão conta de que, entre os brasileiros acima dos 15 anos de idade, 12,9 milhões são analfabetos e 30,5 milhões são analfabetos funcionais, ou seja, cursaram menos de quatro anos de escola, o relato audiovisual do telejornal se tornou fonte de informação de referência, pois a televisão, mais que a escola formal, alcança o cidadão em sua esfera privada⁴⁴. John Fiske (1990) aponta como uma característica da televisão a busca pela onisciência. O autor considera que “a televisão está em toda parte” (apud RIBEIRO, 2004, p.180). No Brasil, a televisão apresenta historicamente dados que chamam atenção pelo gigantismo do seu alcance. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2008), os aparelhos de televisão estão presentes em 95,1% dos domicílios brasileiros, chegando a 97,6% no Sudeste, região mais rica do País. Depois do fogão, bem durável essencial encontrado em 98,2% dos domicílios, o aparelho de televisão é o bem de consumo durável mais presente na esfera privada do brasileiro. Os brasileiros possuem mais aparelhos de televisão que filtros d’água e redes de esgoto, segundo o IBGE. Os filtros estão presentes em apenas 51,6% dos domicílios. Já a rede de esgoto chega a apenas 52,5% das casas no País. No Brasil, a televisão consolidou tal grau de fascínio junto ao público que sua presença na esfera privada supera a do rádio, meio de comunicação também instantâneo e mais acessível economicamente. Enquanto a televisão é encontrada em 95,1% dos domicílios brasileiros, o rádio está, segundo o IBGE, em 88,9%⁴⁵.

Somado a esse alcance físico, a televisão no Brasil se constitui como um sistema de mídia decisivo, pois estabeleceu uma espécie de salvo-conduto porque transita pela sociedade brasileira, integrando através de seus conteúdos “*expectativas, desejos, insatisfações, demandas, incorporando novidades, universalizando tensões*” (BUCCI, 2000, p.120). Concorre para isso um quadro de

⁴⁴ IBGE/PNAD 2008 - Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 21 mar. 2011.

⁴⁵ Fonte: IBGE/PNAD 2008 - Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: www.ibge.gov.br Acesso em: 21 mar. 2011.

monopólio empresarial, em que as concessões públicas de canais de televisão abertos se concentram nas mãos de poucos grandes grupos econômicos, o que, de acordo com Regina Mota (1992), dá ao sistema de mídia televisivo no Brasil uma natureza de negócio, marcado pela ausência de um elemento essencial à democracia: o caráter público. No País, o cenário de exploração do negócio da tevê tem insistido em se repetir, por exemplo, em novos campos tecnológicos, como o da televisão por assinatura, operada por cabo ou micro-ondas⁴⁶.

A presença do aparelho de televisão na esfera privada da vida do brasileiro garantiu, ao longo da segunda metade do século passado, uma posição de liderança hegemônica de audiência à televisão brasileira, consolidando um arraigado hábito de assistir à televisão como forma de lazer, entretenimento e informação. Para assistir à televisão, o telespectador não paga nada, só despende de seu tempo de lazer. Em contrapartida, recebe a ação simbólica dos conteúdos a que assiste e escolhe selecionar na intertextualidade produzida pela televisão no mundo social e privado dos indivíduos. O telejornal construiu ao longo de seis décadas de existência no País um lugar estratégico de enunciação no cardápio da programação que a televisão oferece. É programa diário com horário de exibição fixo que, na maioria dos canais, vem intercalado com telenovelas, atração seriada responsável pela consolidação do hábito de assistir à televisão na sociedade brasileira. A grade de programação televisiva intercala informação e ficção, garantindo audiência cativa ao telejornal. No jargão televisivo, ao sair do ar, a novela entrega a audiência “em alta” para o telejornal. Apesar de ter uma face de bem de consumo rápido, por ser emissão instantânea e imediata, o telejornal tem existência que ultrapassa os minutos diários de exibição. Ele se constituiu como programa que se estende no tempo e no espaço, pois, desde a origem da televisão no País, o espaço dedicado ao telejornalismo se fez presente nas grades das emissoras. O Jornal Nacional, o mais popular entre os brasileiros, está no ar desde 1º de setembro de 1969, seguido pelo Jornal da Band, criado alguns meses depois. Dessa forma, o telejornal consolidou uma presença familiarizada no cotidiano da sociedade.

A combinação de ficção e informação no cardápio televisivo iguala o telejornal aos demais programas de entretenimento, pois ele é tratado pelas emissoras como

⁴⁶ O negócio da televisão a cabo, que nos anos 90 do século passado chegou a ser explorado por diversas empresas, agora está concentrado na mão de uma grande operadora que pertence às Organizações Globo, detentora da concessão do principal canal de TV aberta do País. Ela opera a Net e a Sky.

produto que rende lucro. Em 2012, o anunciante pagava R\$811.200,00 por 30 segundos em um bloco comercial do Jornal Nacional, produzido e exibido pela Rede Globo de Televisão⁴⁷. O telejornal opera uma contradição: supostamente busca ser imparcial e objetivo no tratamento dos fatos jornalísticos, mas, ao mesmo tempo, empresta seu nome aos anunciantes. Para driblar essa contradição, a fronteira entre o conteúdo jornalístico e o espaço publicitário no telejornalismo é demarcada por vinhetas. Essas são as marcas audiovisuais que delimitam o início e o fim de cada bloco jornalístico e identificam sonora e visualmente os momentos em que o telejornal entra e sai do ar. Uma característica específica do telejornal é garantir a exibição de blocos de conteúdos jornalísticos totalmente isentos de anúncios ou da presença de anunciantes. Muitos outros programas televisivos misturam reportagens e anúncios de produtos. Esses não podem ser classificados como jornalísticos. Ao permitir que a publicidade invada o território da informação, tornam-se programas de entretenimento ou de variedades.

Como bem simbólico, o telejornal entrega ao telespectador uma visão de mundo enquanto vende, também, o interesse dos seus anunciantes. Um telejornal como o Jornal da Band, produzido e exibido pela Rede Bandeirantes, considerado o de maior duração no horário nobre da televisão aberta brasileira, exibe informações em apenas parte dos 55 minutos em que fica no ar. Fatiado por blocos comerciais, para manter o interesse do telespectador, o telejornal espetaculariza a informação, além de se autopromover como produto de consumo. A informação é embalada por trilhas sonoras, por entradas ao vivo de repórteres, o que resulta no fato social exibido como um acontecimento único. Há que se considerar que existem outros modelos de exibição de jornalismo na televisão nos quais a separação entre conteúdo informativo e publicidade é mais rigorosa. O telejornal *Le 20 hs*, o mais popular na França, tem 30 minutos ininterruptos de emissão diária. Trata-se também de um telejornal produzido por canal privado de televisão e mantido com dinheiro dos anunciantes, que, no entanto, preserva o espaço de emissão de conteúdo jornalístico sem fatiá-lo com blocos publicitários⁴⁸. O modelo de exibição contínuo,

⁴⁷ PAVAN, Gregori. **Apesar da queda de audiência, break exclusivo do Jornal Nacional tem alta de 13,14%**. 05 mar. 2012. Disponível em: <http://gregoripavan.blogspot.com/2012/03/apesar-da-queda-de-audiencia-break.html>. Acesso em: 07 mar. 2012.

⁴⁸ O telejornal *Le 20hs* é produzido pelo canal privado que pertence ao grupo TF1, cujo maior acionista é o grupo empresarial Bouygues. O TF1 informa ter média de mercado de 35%. O *Le 20hs* é assistido em toda a Europa. A jornalista Laurence Ferrari é a âncora principal. Está disponível na íntegra no *site* do canal: <http://www.tf1.fr/jt-20h/>.

sem a interferência de blocos comerciais, por si só não é indicativo de que a informação não seja tratada como espetáculo, pois uma das características da televisão é causar fascínio, envolver o telespectador. O telejornal precisa da atenção do telespectador e, em busca disto, procura exibir conteúdos que o envolvam.

O telejornal é um bem simbólico que parte das imagens para construir sua narrativa sobre os acontecimentos. Como lembra André Rouillé (2004), desde o advento da fotografia o mundo passou a se transformar em imagem, pois a representação imagética da vida social foi intensificada com a reprodutibilidade técnica. A partir da segunda metade do século XX, o telejornalismo se incumbiu de alimentar o cotidiano da população com imagens buscadas na realidade do mundo, colaborando para consolidar a fruição e o consumo de informação audiovisual na esteira do que o cinema, o rádio e os jornais impressos já produziam. O telejornalismo é construído diariamente com as imagens que busca na realidade do mundo. Ele tem que “se molhar” na realidade, ou seja, nas imagens e nos depoimentos dos acontecimentos do dia a dia, dos conflitos, sucessos, infortúnios ou novidades nos diversos campos da economia, da política, das preocupações dos indivíduos, daquilo que os jornalistas elegem para noticiar entre os inúmeros acontecimentos do mundo da vida (VIZEU; CORREIA, 2008, p.16).

Uma das características do noticiário da televisão é comprovar as informações que divulga através de imagens e falas. Reportagens televisivas são produzidas a partir de imagens e do testemunho das diversas fontes que o telejornalismo põe a dialogar no vídeo. Beatriz Becker (2006) afirma que as reportagens e os relatos do telejornal são persuasivos e “*provocam efeitos de realidade*”, pois a matéria-prima do registro audiovisual são os fatos sociais e personagens reais. Na mesma perspectiva, Célia Mota (2006, p.140) considera que “*uma das consequências da construção do efeito de real é a de jogar o telespectador direto na história*”. Além das imagens, o telejornal tem a presença do repórter no campo do acontecimento atuando com a função de ser uma testemunha do fato, o que reforça o efeito de realidade e assegura verdade ao relato. Pode-se considerar que durante a emissão de uma edição de telejornal a “*linha imperiosa*” identificada por Foucault no quadro *As meninas*, de Velásquez, está presente interligando os olhares de jornalistas e telespectadores. Tal linha virtual atravessa o vídeo relacionando o telespectador ao acontecimento. Do seu universo privado, o

telespectador alcança “os mundos” apresentados pelos jornalistas. O fluxo televisual tem sido percebido como de mão única, mas, quando o telejornal apresenta as notícias ao telespectador, ele opera uma permuta simbólica em que os olhares do espectador e dos jornalistas e entrevistados se cruzam virtualmente, tal como Foucault percebeu no quadro que se prolonga para fora da tela. O telejornal fala diretamente ao telespectador. Jornalistas olham para a câmera em busca do olhar do telespectador. Entrevistados são enquadrados olhando para a câmera. Através do vídeo, os conteúdos divulgados se conectam simbolicamente ao cotidiano de cada indivíduo, reverberando em sua ação no mundo.

O telejornal busca mostrar que o que diz existe na realidade. Na busca por comprovar o que diz, o telejornal lança mão de todo tipo de recurso audiovisual. Quando as imagens em movimento e sons não estão disponíveis, desenhos, gráficos, mapas, ilustrações e até simulações entram em ação para conferir precisão e credibilidade às reportagens. O resultado dessa forma de relato é um efeito de verossimilhança em que os telejornais, segundo Becker (2006, p.71), “*criam um mundo, e não o mundo*”. Através dos recursos audiovisuais, e da forma como constrói a tênue fronteira entre o acontecimento e a narrativa, o telejornal constitui o espetáculo da atualidade, pois, na busca por cumprir a função de dar conta dos principais fatos sociais, ele simultaneamente ordena os acontecimentos e, ao fazer isto, reordena o conhecimento sobre o mundo daqueles que se informam por ele. O telejornal reordena simbolicamente o mundo não apenas porque enquadra e seleciona na realidade o que mostra, mas também porque dá voz a cidadãos, grupos, movimentos e ideias.

Pierre Nora (1978, p.180) afirma que em “*nenhuma época se viu, como a nossa, viver seu presente como já possuído de um sentido histórico*”. Ele credita isso ao fato de essa sociedade viver “*o presente, dominado pela tirania do acontecimento*” (NORA, 1978, p.180). A partir da ação dos meios de comunicação dotados de instantaneidade, como o rádio e a televisão, a história deixou de ser algo do passado. Os fatos da vida em sociedade deixaram de ganhar uma dimensão histórica a partir do momento em que estivessem mortos, já ocorridos. A eletricidade, como apontou McLuhan (1974), a velocidade e a urgência que os meios de comunicação passaram a imprimir aos fatos do cotidiano retiraram o caráter histórico do acontecimento para, segundo Nora (1978, p.185), “*projetá-lo*

no vivido das massas". Esse autor credita aos meios de comunicação "o reaparecimento do monopólio da história" (NORA, 1978, p.181). Para ele, é por intermédio dos meios "e somente por eles que o acontecimento marca a sua presença e não nos pode evitar". Nora considera que os meios de comunicação são "a própria condição de existência" dos acontecimentos desta época, o que dá a ela uma identidade, que é a atualidade. Para esse autor, o fato ganhou uma nova condição para ganhar lugar na história. Não basta acontecer. Nora (1978, p. 181) conclui: "para que haja acontecimento é necessário que seja conhecido". Os meios de comunicação transformam o acontecimento "numa cena imediatamente pública", pois os prazos foram abolidos, tudo transcorre à frente das câmeras ou é descarregado na internet: um avião se chocando contra uma torre, um bombardeio a uma cidade que dorme na madrugada, um corpo de um *pop star* que acaba de morrer sendo retirado de um helicóptero e posto em uma ambulância. Tudo se dá ao vivo, numa cena em que, segundo Nora (1978, p.180-181), "o acontecimento é o maravilhoso das sociedades". Trata-se do acontecimento validado pela ação dos meios de comunicação a constituir a atualidade.

Pesquisadores que se empenharam em compreender os efeitos da narrativa, dos conteúdos e a função cumprida pelo telejornalismo produzido pelas grandes redes abertas de televisão no País concluíram que a busca por prestar serviços ao telespectador move o telejornal, e que sua natureza de bem simbólico oferece uma representação polissêmica do mundo, marcada por contradições. Ao analisar a cobertura que os três principais telejornais brasileiros fizeram no ano 2000 por ocasião das comemorações dos 500 anos de descobrimento do Brasil pelos portugueses, Beatriz Becker (2006) comprovou que o telejornalismo não ofereceu um perfil único da Nação brasileira, nem dos grupos e entidades nacionais. Segundo ela, as edições observadas possibilitaram ao telespectador vivenciar "pelo menos dois Brasis" (BECKER, 2006, p.84).

Na descrição dessa autora, o primeiro Brasil representado pelos telejornais aparece marcado pela impunidade, pela falta de ética, pelas desigualdades sociais, culturais e econômicas, além de dificuldades na conquista de uma sociedade mais justa. A segunda visão apresentou um país otimista, inserido na sociedade globalizada, empenhado em contemplar os interesses dos povos

formadores da Nação através de investimentos em tecnologia e educação. As reportagens e os comentários dos telejornais não funcionam como representações objetivas e imparciais dos acontecimentos, como busca o jornalismo, mas como interpretações distintas, que mais têm a função de comentar os atos que as originam. Tais interpretações buscam orientar os telespectadores nas suas leituras dos fatos e em determinados momentos evocam reflexões sobre o futuro e o passado da sociedade, e sobre a necessidade de mudanças nos rumos do País (BECKER, 2006, p.77).

A mesma autora concluiu que, ao representar os acontecimentos, os telejornais interferem na constituição da realidade cotidiana, pois criam territórios simbólicos nos quais a experiência coletiva da realidade é integrada, em que são possíveis a formação e a expressão da ação política, de forma acessível à maioria da população. O telejornal reordena simbolicamente o mundo não apenas porque enquadra e seleciona na realidade o que vai mostrar, mas também porque dá voz a cidadãos, grupos, movimentos e ideias. A pesquisa indicou ainda que, ao reunir no vídeo etnias, entidades e movimentos sociais envolvidos nas comemorações dos 500 anos do descobrimento do Brasil, os telejornais assimilaram e deram conhecimento público a diferentes grupos sociais e de representantes da população brasileira, que atuavam de modo silencioso com vistas a se organizar socialmente para pressionar o Estado e os poderes constituídos em defesa de interesses coletivos múltiplos.

Em um estudo sobre o conteúdo dos quatro telejornais de exibição nacional produzidos pela Rede Globo de Televisão, a principal emissora de televisão brasileira, Ana Carolina Temer (2002) apontou que, se a televisão emerge como principal fonte de representação política e social no Brasil, o telejornalismo da Rede Globo exibe uma sociedade com políticos, mas é sem política. Os políticos têm vitrine garantida nos telejornais, mas, segundo a autora, o ritmo frenético das edições e o espaço reduzido não combinam com o tempo dilatado das tomadas de decisões do mundo da política. Para completar esse retrato, o telejornalismo exibe uma *“clara diferença entre a economia privada e a gestão pública de recursos: a primeira é séria e eficiente; a segunda, obsoleta e ineficiente”* (TEMER, 2002, p.129).

Temer identificou na emissora que serviu de espelho e padronizou a produção telejornalística brasileira uma clara predominância das reportagens voltadas para o serviço. Reportagens ou matérias de serviço são aquelas que visam a munir o telespectador de informações que devem auxiliá-lo no dia a dia de cidadão. Exemplos desse tipo de reportagem são aquelas que ensinam a preencher a declaração anual do imposto de renda, como evitar doenças, como se alimentar melhor, como fazer valer os direitos de consumidor, explicam sobre a próxima campanha de vacinação, etc. A autora concluiu que o telejornalismo da Rede Globo *“se abastece do cotidiano, mas sempre com otimismo, sempre divulgando a ideia de um mundo melhor”* (TEMER, 2002, p.127). O mundo otimista encontrado por Temer no telejornalismo da Rede Globo tem características específicas. A primeira é difundir uma visão de que o saber científico, a ciência e a tecnologia podem levar à conquista de um mundo melhor. As matérias sobre descobertas científicas no exterior e no Brasil vêm revestidas de ineditismo e crença no futuro. As reportagens contam com o aval do especialista, o pesquisador, aquele que agrega valor moral, pois a pesquisa é trabalho testado, comprovado e carregado de idoneidade. A segunda diz respeito à já mencionada representação de uma ação política despolitizada na sociedade brasileira.

A terceira característica apontada por Temer (2002) é a cobertura esportiva, marcada pela emoção, na qual o atleta é considerado um brasileiro que venceu na vida. O esporte é mostrado como caminho para a ascensão social, uma rota de fuga da miséria, da exclusão social, das drogas. E, por fim, a autopromoção. Segundo a autora, da mesma forma que parte significativa do telejornalismo da Rede Globo traz conteúdo otimista, é também voltada para a autopromoção que se dá através da intensa divulgação dos eventos de ação social da rede, como, por exemplo, um show anual que arrecada fundos para a UNICEF, o Fundo das Nações Unidas para Infância.

3.2 O relato no telejornal: etapas de construção

O telejornal se caracteriza por transmitir informação audiovisual gravada e ao vivo, imediata, instantânea, de grande alcance e focada nos assuntos de repercussão nacional e global. O telejornal vive no presente; câmeras portáteis e de fácil manuseio permitem o registro, a edição e a circulação de forma quase simultânea ao acontecimento que se propõe a noticiar, a maioria pautada pela novidade, pelo curioso, pelo ineditismo e pela vocação de ser um serviço público. Para conseguir ir ao ar diariamente, sem correr riscos de exibir erros, o telejornal opera uma racionalização organizacional com vistas ao máximo de eficiência. A organização interna do telejornal lembra formas industriais de organização da produção, em que, para obter o produto final em curto prazo, a produção é dividida em etapas e cada profissional envolvido não tem controle sob o resultado final. O telejornal é fruto de um esforço em que toda a equipe busca cumprir tarefas dentro de prazos preestabelecidos.

Antes de chegar ao telespectador, a informação passa por etapas de produção em que o telejornalismo fragmenta, seleciona, ordena e unifica em um processo de construção da realidade. Nesse processo, equipes de repórteres e repórteres cinematográficos se encarregam da apuração dos dados e da captura das imagens sobre temas na maioria das vezes pensados com antecedência por produtores. Repórteres redigem textos que são revisados e aprovados por editores, e estes, por sua vez, selecionam e finalizam o que é apresentado no vídeo pelos âncoras⁴⁹. A informação audiovisual passa por pelo menos três fases de seleção e eleição dos fatos em que o telejornal interpreta o acontecimento e organiza o relato. São elas: a decisão editorial sobre o que vai ser noticiado, a reportagem que materializa o registro e, por fim, a edição.

⁴⁹ Ver definição de âncora no Glossário.

3.2.1 Seleção e fragmentação

A primeira etapa do processo de construção do telejornal se dá na reunião de pauta, momento formal em que os editores elegem o que divulgar entre os inúmeros acontecimentos do mundo da vida. Os temas propostos na reunião de pauta são escolhidos a partir do modo particular de seleção dos jornalistas, profissionais que *“veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneira as coisas que veem”*, o que resulta em uma prática de seleção com vistas à construção da informação (BOURDIEU, 1997, p.12).

Ao selecionar, o telejornal fragmenta o contínuo da realidade, pois elege e recorta um ou outro tema entre os inúmeros fatos acontecidos no mundo. Para selecionar, o telejornalismo utiliza os critérios universais que o jornalismo opera ao avaliar se um assunto tem atributos noticiáveis. Em alguma medida, alguns dos seguintes critérios são operados simultaneamente pelos jornalistas no julgamento e escolha dos fatos que noticiam: o interesse público, a novidade, o inesperado, o conflito, o global, o notável, a proximidade geográfica, a autoridade, a morte e o tempo. O jornalismo, em tese, cumpre a função pública de dar conhecimento aos fatos e informações que auxiliem o indivíduo na vida em sociedade, e o cidadão na relação com o Estado e com as instituições. O entendimento sobre como cumprir essa função tem adquirido nuances diversas. Alguns telejornais compreendem a função pública na forma de prestação de serviços, como apontou Ana Carolina Temer (2002). Outros compreendem essa função como forma de divulgar denúncias sobre desvios na condução da administração pública ou privada. De forma geral, os telejornais compreendem cumprir sua função pública, informando sobre fatos que avaliam ter impacto social, político, econômico e cultural na vida do público.

Os jornalistas se interessam pelo que acontece pela primeira vez: o novo. A busca pelo mais novo confere atualidade ao telejornalismo. A novidade vem do inesperado, daquilo que irrompe e surpreende a expectativa dos jornalistas. Um fato que subverte a rotina nas redações e coloca todos em guarda: os ataques terroristas ao World Trade Center, em Nova York, no dia 11 de setembro de 2001; um ministro de Estado desmentido em público por um caseiro; um trabalhador que, ao varrer um aeroporto, encontra e devolve ao dono uma bolsa cheia de dinheiro; milhares de

pessoas acampadas em protesto em uma praça no centro da capital de um país comandado por um ditador há décadas. Que história! Diante do fato inesperado, o telejornalismo não tem dúvidas, sai em busca do registro das imagens e das informações para contar ao público.

Conflitos e controvérsias são fontes de temas que rompem com a normalidade e geram noticiabilidade. O conflito na esfera da representação política, dos direitos humanos e civis. O conflito que vai ao poder judiciário em busca de uma decisão consensual. O conflito que resvala para a violência. O conflito torna-se adequado à forma polissêmica de o telejornal retratar o mundo, pois dá chance a que diversas vozes e fontes dialoguem no vídeo. Assim como a transgressão das regras sociais: crimes, corrupção, escândalos políticos.

O fato tem que manifestar algo de notável. Uma greve operária pode facilmente ser materializada como notícia, pois apresenta um grupo de operários dispostos a falar, a testemunhar, assim como a autoridade ou a notoriedade também atrai o olhar dos jornalistas: a importância, o cargo exercido, o mandato popular conferido, a riqueza acumulada, requisitos que agregam valor ao indivíduo e o tornam noticiável. Do ponto de vista geográfico, assuntos que dizem respeito às comunidades localizadas nas regiões onde estão situadas as sedes das emissoras de televisão têm mais chances de serem noticiados, pois os deslocamentos de equipes são mais viáveis economicamente. Dessa forma, congestionamentos na cidade de São Paulo recebem atenção diária, enquanto problemas no interior do País precisam se tornar tragédias ou casos de polícia para receberem atenção dos telejornais.

O telejornalismo trata a questão da morte de forma evidente. O que há em comum entre uma notícia sobre um acidente com uma aeronave de uma companhia francesa na costa brasileira, a morte inesperada de um astro da música pop internacional e um cerco policial a um sequestrador em um conjunto habitacional na periferia da cidade de São Paulo, que manteve uma jovem sob a mira de um revólver? A morte de seres humanos é o tema recorrente entre esses três fatos tão diversos que conviveram juntos entre maio e junho de 2009 em telejornais do Brasil. A dualidade vida/morte transita pelo telejornal o tempo todo. A morte é uma questão existencial que interessa às pessoas, logo interessa aos telejornais. Um autor chega a dizer que “*onde há morte, há jornalistas*” (TRAQUINA, 2008, p.79). Não só os

crimes, os atos de violência e o desenrolar das guerras são tratados pelo prisma dessa dualidade. Trata-se de um ponto de vista que perpassa por todos os assuntos pautados pelo telejornal, sejam as questões da economia, do exercício político ou do ambientalismo. Vida e morte são critérios que norteiam o jornalismo.

Já o tempo se torna um atributo à medida que justifica a noticiabilidade de fatos passados e agrega valor a eles na atualidade. Há um ano... Há cem anos... Uma universidade fundada há meio século. O fator tempo é utilizado como atributo para dar atualidade a um determinado assunto antigo. O fato retomado é transformado e renovado pelas circunstâncias atuais. E, por fim, o atributo de ser um assunto global. No Brasil, o telejornal nasceu regional em decorrência da inexistência nos anos 50 do século passado de uma rede de transmissão de sinais. Nas duas primeiras décadas de existência, o telejornalismo brasileiro foi produzido por emissoras regionais, cujo sinal chegava a cobrir somente as áreas urbanas onde se localizavam as antenas de transmissão. Esse cenário mudou no final da década de 1960, quando o Estado brasileiro passou a investir na edificação de uma rede de transmissões por cabos e satélites que cobrisse o território brasileiro. Tal rede expandiu o sinal de televisão País afora. É o período em que a tecnologia possibilitou o lançamento dos telejornais de exibição nacional, aqueles que emitidos a partir de uma cidade podem ser acompanhados em todo o País. São os chamados telejornais em rede. Com eles, o telejornalismo brasileiro passou a representar o mundo como a *“aldeia global”* descrita por Marshall McLuhan (1974), um mundo interligado pela televisão, por satélites e outras tecnologias movidas pela eletricidade que aceleraram a divulgação e o intercâmbio de informações, comprimindo tempos de comunicação e aproximando distâncias geográficas.

O advento da tecnologia digital no final do século XX tornou a aldeia global conectada, ou seja, interligada por redes de computadores, cabos de fibra ótica, telefones celulares que possibilitaram que aquilo que acontece em uma parte do mundo seja conhecido e repercuta imediatamente em outra. Essa realidade caracteriza a era da globalização. Por globalização compreende-se um *“complexo de processos e forças de mudanças”* que atuam em escala global, atravessam fronteiras culturais e geográficas dos Estados nacionais, integrando e conectando comunidades, povos, organizações e meios de comunicação *“em novas combinações de espaço-tempo”*, tornando as realidades e as vivências do mundo

mais interconectadas (HALL, 2011, p.67). O processo de globalização não é fruto da era digital, nem da eletricidade. Pode-se considerar que a expansão do capitalismo em suas diversas etapas sempre resultou em processos de globalização, pois criou fluxos de trocas materiais e simbólicas entre mercados, entre nações, entre culturas. O telejornalismo é alimentado por esse processo e opera divulgando e repercutindo assuntos globais em escala nacional e local. Historicamente, o telejornalismo produzido no Brasil divulga imagens e informações repassadas por agências de notícias internacionais.

A partir da combinação dos critérios de escolha aqui apresentados, o telejornal opera a segunda etapa de seleção. Essa se dá na relação câmera-repórter cinematográfico, quando este decide o que filmar e como enquadrar. Ao enquadrar, o repórter cinematográfico recorta no contínuo da realidade aquilo que vai ser dado como informação. Ele opera um olhar que Vivian Sobchack (2004, p.155) classifica como *“profissional, caracterizando-se pela competência técnica e maquinal diante de um fato”*. Já Fernão Pessoa Ramos (2004, p.159) o chama de *“posição profissional”*, em que as imagens são produzidas com uma intenção inicial na tomada pretensamente objetiva operando códigos jornalísticos e pretendendo-se despida de posicionamento. A câmera não dá conta de toda a realidade, ela produz uma interpretação dentro dos critérios adotados pelos jornalistas e dos planos em que é possível enquadrar o registro. O repórter cinematográfico seleciona o que quer mostrar e age inventariando o real: seleciona e captura para arquivar o mundo interpretado através das imagens. A reportagem é o resultado do trabalho de pesquisa, apuração de dados e captura de imagens que a equipe de jornalistas realiza em torno de um tema. Ao relatar o fato, a reportagem de televisão atua como uma testemunha que vai aos lugares, aponta a câmera para detalhes, colhe depoimentos, reúne vozes, exhibe documentos. Seleciona o que vai chegar ao telespectador, o que se configura em uma representação da realidade a ser representada no vídeo. A presença das equipes em campo, em diversos locais, em entradas ao vivo, reforça a ideia de que o telejornal consegue se ocupar dos fatos do mundo todo.

3.2.2 Reordenar e unificar

A terceira etapa do processo de seleção e interpretação da realidade ocorre na edição, quando imagens e dados apurados por repórteres e cinegrafistas são organizados em VTs reportagens, nome com o qual o telejornalismo denomina a reportagem pronta para ir ao ar. A etapa da edição organiza a interpretação da realidade expressa pela reportagem. Tal como Deleuze percebeu no cinema, na edição do telejornalismo acontece a passagem de uma ordem que se desfaz ao ser filmada a uma ordem que é construída na ilha de edição, pois para serem noticiados os fatos do mundo devem se adequar ao tempo e ao ritmo do telejornal. Na etapa da edição, o telejornal constrói a elocução com o telespectador, pois, na escolha de imagens e falas, aponta a câmera para determinados aspectos do fato, indica o que deve ser visto, e simultaneamente o que deve ser ignorado. O telejornal opera um esforço para que, no momento em que acompanha a reportagem, o telespectador não tenha dúvidas de que o que vê é real e aconteceu tal como foi narrado.

O processo de edição é inerente a qualquer forma de representação, mas, quando se trata de linguagem audiovisual, a edição opera e sincroniza fontes de informação distintas: imagens, áudios, ilustrações. No caso do telejornal de exibição diária, a edição foi simplificada, se comparada à montagem cinematográfica, pois adequou-se às demandas de um produto que se propõe a ir ao ar em intervalos nunca superiores a vinte e quatro horas. O telejornal mostra, em segundos, passeatas que se prolongaram por horas. Debates e discussões intermináveis nas Casas Legislativas são relatados em VTs de dois minutos de duração, em média. O processo de edição telejornalística deve se ater aos fatos com precisão, sem deturpá-los, mas o telejornal pede ritmo, e, por isso, conjugar a adequação do relato ao tempo não vem só da necessidade de contar o máximo no tempo que se tem, mas também de contar com um ritmo que mantenha o telespectador interessado.

A edição pode ser considerada uma meticulosa construção do relato audiovisual, em que imagens diversas são articuladas umas às outras, uma após a outra em uma colagem, levando o olhar do telespectador em um giro sem obstáculos pelo qual o telejornal se propõe a estar em seu imediatismo, sua instantaneidade e simultaneidade, no papel de fazer circular e provocar sentidos

sobre o mundo (FISKE, 1990). O processo de edição é técnico e subjetivo. As escolhas de imagens e de falas dos entrevistados seguem os critérios operados cotidianamente pelos jornalistas, mas também pessoais e subjetivos; por isso a edição pode ser considerada também campo de experimentação e de inovação da linguagem audiovisual.

A edição é uma etapa marcadamente organizada com vistas à seleção e ao encadeamento das ideias que a reportagem pretende mostrar. Imagens e entrevistas são decupadas, avaliadas uma a uma. O material bruto é reordenado em forma de um *esqueleto*, um esboço da matéria que vai ser montada na ilha de edição. Confirmados as imagens e os dados trazidos pelo repórter, o texto falado é gravado e editado em *off*, como base para as imagens que contêm informação e ilustram o relato. No texto telejornalístico, a relação entre o que é falado e o que é mostrado no vídeo é de complementação. Imagens e sons operam juntos em um contínuo texto audiovisual, em que um ou outro é realçado na medida da necessidade da narrativa e a fala do repórter tem a função de apresentar o fato e interligar as vozes dos entrevistados que conferem verdade à narrativa.

O processo de colagem da edição televisiva sugere que os planos não se repitam, que a um plano geral siga-se um mais fechado e, logo em seguida, outro que dê ao telespectador novo ângulo de visão, como forma de obter ritmo audiovisual. Além disso, o telejornalismo não se guia por regras de continuidade como as do cinema. Pode, por exemplo, exibir uma imagem do Rio de Janeiro, e, em seguida, remeter o telespectador ao outro lado do globo na mesma reportagem. Ilustrações são produzidas para ajudar na tarefa do telejornalismo de ser didático. O som no telejornalismo é um elemento que materializa informação. Imagens e sons andam juntos, pois a televisão é o ambiente do som direto, ou seja, do som gravado simultaneamente à imagem. A edição telejornalística não prescinde do som ambiente, valoriza-o. O som ambiente é chamado em determinados momentos da narrativa a ilustrar e comprovar informações. Esse som pode estar dentro ou fora do campo do vídeo. Uma evidência de que o som participa efetivamente da narrativa audiovisual são as transmissões ao vivo da TV Senado, canal de televisão público mantido pelo Congresso Nacional brasileiro. Nelas, a despeito da ação da câmera engessada pelas regras internas do Parlamento e pelo rito político, o som é

responsável em grande parte por deixar escapar momentos de tensão e embate que levam para o telespectador muito do ambiente do plenário (RENAULT, 2004, p.86).

A organização interna do telejornal também segue regras de edição mais livres. Os assuntos vão ao ar na medida em que os VTs são finalizados, pois no dia a dia da cobertura jornalística nem sempre o espelho planejado se concretiza. Pode-se considerar que, a despeito de todo o ritual técnico engessado por critérios jornalísticos, na etapa da edição há espaço para a subjetividade, pois, ao escolher imagens e falas dos entrevistados e encadeá-las, as escolhas do editor são também particulares. Prova disso é o fato de uma mesma reportagem editada por profissionais diferentes resultar semelhante, jamais idêntica. Ao final do processo de edição, o resultado é uma história com começo, meio e fim, mesmo que o assunto ainda não esteja concluído. Os VTs são unidades audiovisuais que exibem histórias completas, “amarradas”, segundo o dizer dos jornalistas. Parte disso se deve ao fato de a edição de telejornal trabalhar o tempo de forma muito particular. Trata-se de um tempo marcado pelo presente, ponto de partida para o relato dos fatos, sejam passados ou futuros, o que faz o telejornal viver em um eterno agora, próprio da atualidade a que serve o telejornalismo (BECKER, 2005, p.62). No processo de decupar, desconstruir e reordenar o fato, o telejornal opera um olhar que dá ao telespectador visões específicas sobre o acontecimento. Uma vez reordenado pela edição, o acontecimento é exibido em um ritual diário de apresentação, em que os fatos são unificados pela unidade visual e informativa constituída simbolicamente quando um telejornal está no ar merecendo a atenção do telespectador. Ao dar voz ao acontecimento no fluxo televisual, o telejornal garante-lhe o olhar do público e espaço de visibilidade na esfera pública.

3.2.3 O ritual da apresentação

A última etapa de construção do telejornal é a exibição. Uma vez no ar, os acontecimentos selecionados no mundo da vida, fragmentados pela câmera e organizados pela edição, surgem no vídeo como conteúdos reordenados e amalgamados pela unidade que o telejornal simboliza como lugar estratégico de fala

na televisão. De forma motivada e arbitrária, o telejornal unifica ao dar voz, no seu espaço de fala simbólico e hegemônico, a atores sociais, a informações, circunstâncias e cenários que, trazidos do mundo da vida para a tela da televisão, se encontram no espaço organizado pelo telejornalismo e vão reverberar na esfera pública.

O telejornalismo deve ser considerado lugar estratégico em que o homem se apropria de informações simbólicas, produz seu próprio texto e entende o sentido da vida coletiva. Não se trata mais do homem visto por Jacques Aumont (1993) nos primórdios do cinema, um homem sentado no trem, vendo o mundo enquadrado pela janela a seguir em uma direção segura, sabedor do destino que o trem seguiria. O mundo apresentado pelo telejornalismo é fragmentado, pode levar a inúmeros destinos, graças à tecnologia e à transgressão que a câmera impôs ao narrar o cotidiano no homem na Terra.

O telejornalismo constitui-se como um rito interminável desde que a televisão foi criada e alcançou hegemonia. Dia após dia, em horários determinados e consolidados, está presente no vídeo em função do telespectador, em busca da atenção dele. No Brasil, no dia em que o primeiro canal de televisão foi inaugurado, um telejornal entrou no ar⁵⁰. Telejornais de alcance nacional exibidos em horário nobre existem desde a década de 60 do século passado, exibidos pelas emissoras Bandeirantes e Globo. O Jornal da Band está no ar desde 1967, exibido de segunda-feira a sábado, em horários que variaram entre 19h e 20h. Atualmente vai ao ar às 19h20. Já o Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão entrou no ar em 1969, em rede nacional, exibido diariamente às 20h, à exceção dos domingos. Atualmente é exibido às 20h30.

No ritual diário de apresentação devem ser considerados os elementos que materializam o telejornal no vídeo: a escalada, os âncoras, os cenários, a iluminação e o vestuário. A escalada é a abertura do telejornal, o momento de lançamento da edição diária, quando todos os elementos do telejornalismo aparecem sintetizados na rápida escalação das manchetes, que são os fatos mais importantes a serem noticiados. A escalada sempre representou o momento de propulsão do telejornal no espectro eletromagnético. Pode ser compreendida como um microcosmo da

⁵⁰ Trata-se do telejornal *Imagens do Dia*, produzido pela TV Tupi, primeira emissora instalada na América Latina. O telejornal entrou no ar no dia 19 de setembro de 1950, no dia seguinte à inauguração oficial da emissora.

realidade construída e oferecida ao público pelo telejornalismo. Nela, os âncoras aparecem enquadrados em primeiro plano, olham firmes para a câmera, falam com convicção, não derrapam na pronúncia e, investidos do lugar de fala que a televisão concede ao telejornal, entram no ambiente privado do telespectador para lhe contar o que, segundo o telejornalismo, é importante saber sobre o mundo naquele dia. Âncoras de telejornais são enquadrados de forma solene, o que lhes confere um tipo de autoridade. Eles são aqueles que a câmera exhibe de forma confortável, nunca sob a tensão de um super *close-up*, um *close* muito fechado no rosto, que são enquadramentos invasivos. Os âncoras podem ser compreendidos como *estrelas*, se o telejornalismo for tomado como um dos subsistemas do *star system* produzido pelo negócio da televisão (MORIN, 1990).

O âncora é o jornalista responsável por dar personalidade ao telejornal através da apresentação. Em muitas emissoras, ele cumpre a função de editor-chefe, o que o torna responsável pelo conteúdo editorial que leva ao telespectador. Ele personifica a notícia, é a cara do telejornal. O âncora, assim como o apresentador de um show ou o ator principal de novela, cumpre um papel. É alguém que *fala* ao telespectador. Ao apresentar um fato jornalístico, convidar a prestar atenção, o âncora instala uma relação de confiança com o público. É um profissional que cumprimenta o telespectador com um “boa noite”, um “bom dia”, numa estratégia de ser reconhecido e recebido imediatamente. A função do âncora é compreendida como aquele que, de um lugar estratégico de fala no vídeo, tem autoridade para apontar o que deve ser visto, e pode emitir opinião. Como estrela do telejornalismo, o âncora faz circular pelo vídeo os demais jornalistas que simbolicamente surgem como heróis que *correm* atrás da notícia para manter o telespectador a par dos acontecimentos do mundo. Outros códigos técnicos trabalham para construir no vídeo o ambiente estratégico do telejornal: a iluminação, o cenário, o vestuário (FISKE, 1990, p.4).

No que toca à iluminação, pode-se dividir a análise em dois tipos: a iluminação cuidadosamente criada para os estúdios dos telejornais e a iluminação natural, encontrada nos ambientes externos onde os fatos acontecem e são registrados. Nos dois casos, os recursos técnicos da televisão entram em ação para tratar esteticamente a notícia. Nos estúdios, os iluminadores criam um ambiente que favoreça primeiro o rosto do âncora e, em segundo lugar, a ambientação de um

lugar de fala que seja decodificado como sério e profissional. Âncoras são envolvidos por iluminação agradável, feita à base de uma técnica que recria um ambiente aconchegante. Em determinados telejornais pode lembrar a sala de casa, um lugar onde dá gosto estar e, ao mesmo tempo, é um ambiente que transpira profissionalismo, pois é habitado por jornalistas que dia após dia surgem no vídeo exibindo rostos a serviço da notícia e, por ela, se desvelam em ser lívidos, graves e até muito sorridentes, quando o fato assim exigir. Se dois profissionais dividem a apresentação do telejornal, a luz é tratada individualmente, estrategicamente posicionada para conseguir semblantes bem iluminados e nunca serem vistos sombras no pescoço, olheiras ou cansaço, marcas sempre visíveis no ser humano visto de perto. O Jornal Nacional chega a repetir o padrão de iluminação utilizado pelas novelas da Rede Globo, a ponto de o telespectador praticamente não sentir diferença quando o telejornal sai do ar e dá lugar à “novela das 8”, como é popularmente chamada. É uma passagem sem solavancos, sem surpresas, muito conhecida do telespectador. Pode-se dizer que, de forma sutil, escamoteada, a iluminação tem sua parcela de responsabilidade nessa bem-sucedida passagem de um gênero televisual para o outro, pois garante um fio condutor confortável. O telespectador vai do telejornal à telenovela, mas o padrão de iluminação o mantém em um ambiente de conforto, habitual.

Enquanto o âncora está protegido no estúdio, sob uma luz personalizada, os repórteres e os entrevistados ficam à mercê dos ambientes naturais em que se encontram a registrar o fato. Esse ambiente pode ser uma sala pintada de branco sem nenhum atrativo, um plenário de uma casa legislativa ou um ambiente externo, sob o sol intenso. Em qualquer um dos casos, o repórter cinematográfico atua, interfere no ambiente natural de forma a obter um registro o mais esteticamente aceitável pelos critérios jornalísticos. Aqui, o enquadramento vai materializar o uso de algum tipo de filtro, de luz artificial ou de um rebatedor para obter um registro com resultado que a televisão considere aceitável para exibição⁵¹. Luzes portáteis são indispensáveis no dia a dia das equipes de reportagem, pois ampliam o raio de captura das câmeras, iluminam melhor pessoas e ambientes, como, por exemplo, plenários, auditórios. A iluminação é o recurso que auxilia o telejornalismo a capturar e registrar a realidade. A iluminação pode propor tratamentos estéticos mais

⁵¹ Ver definição de rebatedor no Glossário.

elaborados, mas sua maior preocupação é sempre a de registrar e exibir para o telespectador um “*convincente senso do real*” (FISKE, 1990, p.21).

O papel do estúdio no telejornalismo vai além de garantir um lugar de show de notícias. Ele se expande e se mescla com a realidade externa. O estúdio, criado por cenógrafos, iluminadores e artistas, surge no vídeo como um lugar de convergência de onde partem e para onde retornam os olhares que percorrem todos os ambientes vasculhados e enquadrados pela câmera durante a exibição do telejornal. O cenário fixo é um lugar simbólico que tem se mantido ao longo da história do telejornal brasileiro com uma fisionomia definida. É uma espécie de sala de aula onde, detrás de uma bancada, uma mesa propriamente dita, os âncoras assumem o tom entre professoral e imperativo ao enunciar fatos ao público telespectador que se encontra disperso geograficamente, por classes sociais, gêneros, faixas etárias, religiões e outros determinantes sociais do mundo da vida. Em alguns telejornais, a bancada é miniaturizada em mesinha de centro e os âncoras sentam-se em poltronas de onde confortavelmente conversam como se o cenário se prolongasse entre o estúdio e a sala da casa do telespectador.

De tempos em tempos, a televisão atualiza esse modelo e apresenta novidades, como, por exemplo, os âncoras de telejornais esportivos que circulam em pé pelo cenário, agora enquadrados de corpo inteiro. Há também as redações cenográficas, em que âncoras aparecem com a redação ao fundo com jornalistas a trabalhar em computadores, em um ambiente tecnológico que sinaliza o esforço de uma equipe que não para em nome do esforço de reportagem. Em todas essas variações, o cenário é sempre um lugar de fala consolidado, criado para abrigar a autoridade do âncora e, muito esporadicamente, receber algum entrevistado convidado. Esse cenário fixo se desdobra para os diversos lugares registrados pelas reportagens exibidas. A cada repórter enquadrado em um lugar diferente ou mesmo rotineiro, a câmera anexa novos cenários ao estúdio fixo, ajudando a compor o senso de realidade com o qual a televisão se mostra capaz de ir a todos os lugares e trazê-los para perto do telespectador.

Os cenários do telejornalismo podem ser considerados lugares institucionalizados de onde âncoras narram os fatos que marcam a história diária, seja na cidadezinha do interior em um jornal de repercussão local ou em uma rede de televisão que transmite para todo o globo. A bancada do telejornal se consolidou

ao longo da história do telejornalismo como um lugar de fala, de onde diariamente se lança para o telespectador aquilo que a televisão seleciona como relevante para que o homem moderno tome conhecimento do que acontece no mundo em que vive.

Se, em tempos ancestrais, o homem se reuniu em volta de fogueiras para interagir com os seus, hoje ele se senta à frente da televisão ou acessa o *laptop* informando-se sobre os fatos do mundo. Se, em sociedades tradicionais, o homem esperava por determinado momento do dia em que um mestre, um escolhido, pregaria do alto de um minarete para orientar a vida local, hoje o homem espera não só o noticiário, mas todo tipo de orientação em frente à televisão. O cenário passou a simbolizar nessa sociedade o lugar institucionalizado no qual se deve prestar atenção. Se a mídia é considerada uma instituição determinante na sociedade moderna, o cenário do telejornal deve ser compreendido como um lugar a partir do qual a televisão produz sentidos e onde o homem se alimenta para produzir significação na atualidade.

O vestuário e a maquiagem atuam para polir, arrematar a roupagem que a televisão dá ao gênero telejornalístico. John Fiske (1990) esclarece que a televisão adota códigos facilmente reconhecidos pelo telespectador. No caso do telejornal, âncoras homens aparecem vestindo paletó e gravata, roupa que denota seriedade e formalidade. Há registro de que nos anos 60 do século passado - segunda década de operação da televisão brasileira - apresentadores de telejornal vestiram *smokings* - um traje utilizado em ocasiões de gala - para apresentar o telejornal diário (RENAULT, 2004, p.6). Já as mulheres vestem a parte de cima do *tailleur*, com mais frequência, garantindo assim braços cobertos e decotes comportados. São orientadas a preferir cores neutras e claras, jamais estampas ou brilhos. O uso de acessórios como brincos e colares em excesso é condenado, pois criam informação extra e dividem a atenção do telespectador. Os cabelos curtos para as mulheres foram obrigatórios no telejornalismo brasileiro durante muito tempo, assim como as unhas pintadas de vermelho eram proibidas. Homens e mulheres usam maquiagem para corrigir a pele, deixá-la sem marcas de acne ou sardas, sinais de feiura e/ou de envelhecimento. Esses são códigos operados pelo telejornalismo de forma praticamente naturalizada junto ao telespectador. Mas o telejornal não se apega às mesmas regras em todas as partes do mundo. Na televisão espanhola, por exemplo, repórteres exibem cortes de cabelo os mais diversos, além de roupas coloridas e

decotes. A televisão se adapta sempre ao ambiente social e opera a partir dos códigos compartilhados culturalmente também de forma localizada.

É a partir desse universo de produção de imagens e informações jornalísticas que o telejornal tece um imaginário próprio e alimenta o do homem moderno. A ritualização diária de exibição do telejornal resulta em uma forma de linguagem informativa que, ao longo do tempo, vai constituindo um infinito arquivo simbólico de imagens e informações que, uma vez fruídas, passam a reverberar social e culturalmente. Tal como Rouillé (2009) considera a fotografia uma máquina moderna de arquivar, o telejornal pode ser compreendido como bem simbólico que, ao alimentar a sociedade com as imagens da sua atualidade, institui uma memória imagética relevante. Trata-se de uma memória instituída pela imagem. A câmera do telejornal tem cumprido uma dupla e contraditória função junto ao imaginário do telespectador: naturaliza e denuncia. Ao ritualizar o cotidiano, o naturaliza, transformando-o numa condição natural, imutável, da sociedade brasileira. Ao flagrar o desconhecido dos olhos da maioria, denuncia, apresenta o fato novo, ao mesmo tempo que alimenta o moto contínuo da ritualização telejornalística.

Através da ritualização dos temas, o telejornalismo elege determinadas paisagens no mundo. O singular pode ser instituído no lugar do que é plural ou vice-versa. A imagem de uma cidade, lugar heterogêneo e complexo, passa a ganhar homogeneidade no vídeo. Uma cidade como o Rio de Janeiro, por exemplo, é retratada pelos seus extremos: ora por imagens plasticamente perfeitas de uma cidade maravilhosa localizada à beira-mar, ora pelas imagens da violência gerada pelo tráfico de drogas. São essas as versões da cidade que alimentam o imaginário coletivo. Não há muitas outras faces do Rio de Janeiro a serem exibidas nos telejornais.

Já Brasília, a capital federal, em geral tem ganhado no vídeo a contraditória imagem de sua modernidade arquitetônica solapada pelo atraso das práticas políticas que não se modernizaram junto com a cidade planejada. A Brasília enquadrada pela câmera do telejornal exhibe a contradição entre os grandes espaços públicos e as linhas retas dos prédios modernistas, esvaziados pela ação política insatisfatória da máquina pública ineficiente. A câmera dos telejornais, na maioria das vezes, enquadra a capital isolada nos espaços do poder federal, pouco exibindo o mundo da vida fora da Esplanada dos Ministérios. O telejornal tem ritualizado os

insucessos e malogros sociais, reflexos dos fundamentos da sociedade brasileira, tais como o patriarcalismo, a falta de transparência no uso dos bens públicos, a corrupção e toda gama de violência gerada pela desigualdade social e falta de acesso à educação (CARVALHO, 2007). A ritualização da violência urbana tem sido tema recorrente no telejornalismo. A dor da perda coletiva vivenciada simbolicamente pelo público é substituída pela indignação ou pelo medo, também compartilhados de forma coletiva. O resultado é que o telejornal passa a instituir tais imagens no imaginário coletivo e o enquadramento exibido pode ou não ser validado e arquivado pelo telespectador.

3.3 O ciberespaço e a materialização do virtual

A tecnologia digital dotou a sociedade contemporânea de um novo estágio de comunicação, cultura e sociabilidade em que o acesso ao conhecimento e às informações e a realização de práticas do cotidiano se dão a partir de novas interações e formas de acesso, em um ambiente dotado de natureza inovadora que se convencionou chamar de ciberespaço. Por ciberespaço compreende-se o ambiente virtual criado a partir da rede de computadores interligados pelo planeta. Pierre Lévy (1999, p.94) define ciberespaço como *“o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”*. Para o autor, o ciberespaço é *“novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento”* gerado a partir da infraestrutura possibilitada pelas tecnologias digitais (LÉVY, 1999, p.32). A marca distintiva do ciberespaço, segundo Pierre Lévy (1999, p.95), é gerar informação virtual de caráter *“fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo”*.

O ciberespaço se estende pela virtualidade da tecnologia digital. O fundamento técnico da virtualidade é a digitalização. Para compreender a arquitetura do ciberespaço e a informação gerada por ele é preciso compreender o digital e o virtual. Com a digitalização, saiu de cena o registro eletromagnético linear, genuinamente sequencial. Linhas e pontos que durante décadas materializaram a

imagem televisiva e o vídeo foram substituídos por dígitos ou *bits*⁵². Este trabalho opta por utilizar o vocábulo dígito. A tecnologia digital oferece ao registro de informações outra natureza. A digitalização é matemática, se faz por números, por dígitos, o que possibilita inúmeras combinações e amplia as possibilidades de produção e divulgação. Por não ser linear, a digitalização alterou a ordem produtiva analógica, como se verá adiante, pois oferece alternativas novas ao registro de imagens e sons, à edição e à divulgação da informação. Portanto, incide de maneira diversa sobre a forma de produção de informação que o homem conhecia até a popularização do computador, da televisão digital e dos hiperdocumentos como CD-ROM, DVD ou mp3, capazes de armazenar grandes quantidades de informações em áudio e vídeo.

Pierre Lévy (1999, p.49) apresenta três sentidos para a palavra virtual: “*um técnico ligado à informática, um segundo corrente e um terceiro filosófico*” e explica que o fascínio suscitado pela realidade virtual decorre em boa parte da confusão entre esses três sentidos. Segundo o mesmo autor, no entendimento filosófico, “*é virtual aquilo que existe apenas em potência e não em ato*, o campo de forças e de problemas que tende a resolver-se em uma *atualização*” (LÉVY, 1999, p.49). Assim, o virtual encontra-se antes da concretização efetiva, explica Pierre Lévy, e, do ponto de vista filosófico, o virtual é uma dimensão importante da realidade.

Já no uso corrente, a palavra virtual tem sido empregada para designar a irrealidade, enquanto o real pressupõe uma presença que possa ser tocada. Nesse sentido, a expressão *realidade virtual* soa como um fenômeno mágico, irreal, porque, em geral, acredita-se que uma coisa é real ou virtual e não possa possuir as duas características. Pierre Lévy (1999, p.49) explica que, no sentido filosófico, o virtual não se opõe ao real, mas, sim, ao atual: “*virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade*”. O virtual é bastante real e será atual em algum momento. Esse autor cita o exemplo da árvore, virtualmente presente no grão, mesmo que ainda não tenha crescido, não seja atual. Sendo assim, o virtual, segundo Lévy (1999, p.49), “*é toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados,*

⁵² Abreviação de *Binary digit* - dígito binário. O dígito binário é a menor unidade de dado de um computador. Um *byte* é composto por 8 *bits*. Um *Kbyte* (Kb) contém 1.024 *bytes*. A palavra digital vem de dígito, vocábulo originário do latim que se refere a dedo e remete à necessidade ancestral do homem de relacionar as coisas à sua volta. Para contar, o homem utilizou a própria anatomia, ou seja, os dedos das mãos (VIZEU; CABRAL, 2009).

sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular”. Para ele, “*o virtual existe, sem estar presente*” e como tal é uma fonte indefinida de atualizações (LÉVY, 1999, p.50). Dessa forma, o ciberespaço, como o mundo virtual à disposição do homem, passou a conectar os demais mundos da vida da sociedade contemporânea⁵³.

Como fonte produtora de informação no ciberespaço, a *web* apresenta características fundadoras que proporcionaram à rede mundial de computadores condições para a ruptura definitiva de paradigma com os demais meios de comunicação anteriores. Internet e *web* não são sinônimas⁵⁴. São relacionadas, pois uma contém a outra. A internet contém a *web*. A internet conecta milhões de computadores em todo o mundo numa infraestrutura em rede que se tornou uma plataforma a partir da tecnologia digital e criou o suporte tecnológico para a materialização do ciberespaço, território virtual por onde se estendem as práticas

⁵³ O filósofo Karl Popper distinguiu duas espécies de conhecimento: o subjetivo e o objetivo. O conhecimento subjetivo, segundo o filósofo, “*se poderia chamar melhor de conhecimento organísmico, pois consiste das disposições dos organismos*”. Já o conhecimento objetivo “*consiste do conhecimento lógico de nossas teorias, conjecturas, suposições (e, se preferirmos, do conteúdo lógico de nosso código genético)*” (POPPER, 1975, p.78). Popper deu ao mundo físico o nome de Mundo 1, ao mundo “*das nossas experiências*” chama Mundo 2 e, por fim, ao mundo dos “*conteúdos lógicos de livros, bibliotecas, memórias de computador e similares*”, de Mundo 3. O Mundo 1 é habitado por todas as coisas físicas, vivas ou não. O Mundo 2 é habitado pela consciência humana, pelos estados mentais, por determinadas disposições para agir, por pensamentos subjetivos. O Mundo 3 é habitado pelos problemas, teorias e similares. São conhecimentos objetivos que, uma vez propostos e expressos em livros, revistas, jornais, obras de arte, programas de computador ou de televisão e em filmes, ganham materialidade, o que, segundo o filósofo, lhes dá autonomia, independência. Popper explicou que o Mundo 3 é “*especificamente humano*”, desenvolvido em razão da linguagem humana e da consciência do homem sobre si mesmo. Na visão de Popper, o conhecimento que, na maioria das vezes, é considerado abstrato ganha substancialidade. Para explicar o Mundo 3, Popper fez uma analogia com o mundo animal. Para ele, como as abelhas produzem mel, as formigas constroem formigueiros e as aranhas, suas teias, os homens produzem conhecimento, que objetivamente sobrevive materializado em obras de arte, museus, bibliotecas e arquivos digitais. Para Popper, livrarias, teatros, filmes, jornais, discos rígidos eram manifestações físicas das ideias que estão no Mundo 3 e, como tal, são modelos de pura informação. O filósofo propôs um exercício: pensar na hipótese de uma situação de catástrofe em que a raça humana, suas máquinas, cidades e seus traços desta civilização venham a ser exterminados, mas as bibliotecas sobrevivam e, com elas, a possibilidade de outra civilização decifrar nossos livros, acessando o Mundo 3. Para Popper, o Mundo 3 “*não é uma ficção, mas existe em realidade, quando considerarmos seu tremendo efeito sobre o primeiro mundo, com a mediação do segundo mundo*” (POPPER, 1975, p.156). Como exemplo disso, o filósofo lembrou o impacto que a transmissão elétrica ou a teoria atômica causaram sobre os ambientes inorgânicos ou orgânicos habitados pelos homens. Popper explicou que o Mundo 3 “*creceu para muito além da apreensão não só de qualquer homem, mas mesmo de todos os homens (como o mostra a existência de problemas insolúveis). Sua ação sobre nós tornou-se mais importante para nosso crescimento, e mesmo para o próprio crescimento dele, do que nossa ação criativa sobre ele. Pois quase todo o seu crescimento se deve a um efeito de retrocarga: ao desafio da descoberta de problemas autônomos, muitos dos quais poderão nunca ser dominados*” (POPPER, 1975, p.157).

⁵⁴ *Web* é a forma abreviada de *World Wide Web*, que traduzida para o português significa teia de alcance mundial.

sociais, econômicas, educativas, comunicativas, culturais, de entretenimento, enfim, de todas as ordens na sociedade contemporânea.

Já a *World Wide Web* é a face multimídia e mais visível da internet. A *web* dotou a internet de uma interface, ou seja, de um dispositivo que possibilita a interação entre o computador e o usuário que navega pela rede. A *web* é formada por um conjunto de páginas virtuais que se interligam e oferecem conteúdos multimídia: imagens em movimento, sons, textos escritos, fotografias, gráficos animados⁵⁵. A *web* tornou-se a vertente mais utilizada da internet, portanto, mais conhecida.

Ciberespaço e *web* trouxeram novo paradigma à produção e à relação entre o telejornal e o cidadão. Desde o lançamento da *web* pelo CERN⁵⁶, em 1991, a internet tem se difundido como uma plataforma tecnológica, suporte que possibilitou o surgimento de um novo meio de comunicação vastamente aceito e utilizado para a disseminação de conteúdos noticiosos. Com a *web* surgiu um ambiente significativamente novo para produção, distribuição e recepção no jornalismo, o que levou à inovação não só em termos da constituição do sistema de mídia produtor e distribuidor de informação, como também dos processos de produção internos dos diversos meios de comunicação.

Até então os meios de comunicação eletrônicos eram responsáveis por um modelo de comunicação mediada que Thompson classifica como “*quase interação mediada*”, em que há uma extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico no tempo e no espaço, emitidos em um fluxo de mão única para um número indefinido de telespectadores, leitores ou ouvintes (THOMPSON, 1999, p.79).

A internet rompeu com os modelos de interação até então conhecidos. A interação possibilitada pela *web* não é somente face a face, em que os envolvidos estão num contexto de copresença, nem tampouco dialógica, no sentido de um para

⁵⁵ As páginas virtuais se tornaram conhecidas como *sites*, vocábulo que se origina de *web site*. *Site* é um endereço, um sítio na internet. Os *sites* são acessados a partir do prefixo *http://*, que é um protocolo, ou seja, uma senha com a qual se pode acessar a linguagem digital utilizada pela *web*.

⁵⁶ CERN é a Organização Europeia para a Investigação Nuclear. A sigla vem do nome em francês Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (Conselho Europeu para a Pesquisa Nuclear). É o maior centro mundial de estudos sobre física de partículas. Fica localizado em Meyrin, perto de Genebra, na Suíça. A organização foi fundada em 1954 e tornou-se um exemplo de colaboração internacional. O CERN ficou conhecido por ter promovido a invenção da *World Wide Web* (WWW), que em português significa Teia de Alcance Mundial.

um, como se dá na comunicação por carta ou telefone. O modelo da internet exauriu os modelos clássicos até então aplicados para compreender os meios de comunicação. A rede mundial de computadores possibilita uma multiplicação do fluxo de comunicação que passa a ser de todos para todos, pois seus atributos inovaram de forma definitiva em relação aos meios de comunicação que a antecederam. Diante da tela do computador, o cidadão passa a ser internauta, alguém que escolhe o percurso a fazer no universo das informações jornalísticas disponibilizadas pela *web*. O internauta *navega* movido por seu interesse exclusivo. O verbo navegar, escolhido para designar uma forma de interação específica do internauta, diz respeito a uma ação em que o ator traça o próprio caminho em busca de informação, uma forma de interagir diversa daquela do telespectador.

Pode-se considerar que a *web* eliminou as limitações impostas pelas tecnologias analógicas do século passado e, somada à convergência digital entre os meios de comunicação, está cada vez mais trazendo o computador para o cotidiano do brasileiro, lugar historicamente hegemônico da televisão no século XX. A televisão aberta estava em 95,1% dos domicílios brasileiros, segundo a Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios - PNAD (IBGE 2008), enquanto a *web* ainda era um fenômeno urbano desfrutado pelas classes favorecidas econômica e socialmente, mas os dados têm demonstrado que, com as novas tecnologias de informação, o homem da sociedade complexa, marcadamente telespectador, cada vez mais assume feições de internauta conectado.

A possibilidade de se conectar ao ciberespaço eleva o telespectador a novo patamar como cidadão que frui as informações de que necessita para agir na sociedade contemporânea. Trata-se de um cidadão conectado que se orienta no cotidiano cada vez mais por tecnologias móveis, como telefones celulares e computadores, que lhe garantem acesso imediato e instantâneo à informação audiovisual disponível no ciberespaço. Esse cidadão, na verdade, tornou-se capaz de interagir e se comunicar usando os mais diversos dispositivos de comunicação, interconectado, movimentando-se com destreza no infindável território informacional da *web*. O cidadão conectado desenvolveu habilidades que o distanciam do telespectador. Em uma comparação simples, pode-se considerar que um analfabeto apropria-se dos conteúdos da televisão com facilidade, enquanto que, para usufruir do universo de conteúdos do ciberespaço disponíveis em computadores pessoais,

tablets e telefones inteligentes, o cidadão precisa ter habilidades tais como saber ler, escrever, digitar números e letras.

No atual estágio, a *web* é marcada pela capacidade de conectividade, ou seja, a interconexão generalizada entre as pessoas possibilitada pelos diversos dispositivos tecnológicos de comunicação, o que gera participação e colaboração de um público conectado cada vez mais produtor e emissor de conteúdos. Estudiosos identificam que o ciberespaço possibilitou o surgimento de uma cultura da conexão, em que os indivíduos estão cada vez mais envolvidos com os outros através das máquinas e das redes sociais criadas a partir da *web*. A sociedade contemporânea vive um estágio de comunicação que é o da “*interconexão generalizada entre as pessoas*”, segundo Rogério da Costa (2008, p.29). Já Regina Mota (2010, p.7) percebe a conectividade como “*um paradigma atual*” e aponta que são “*ao menos dois os mediadores principais das relações humanas*” nesse estágio: “*as máquinas digitais e sua convergência para conexão em rede*”. Para essa autora, a cultura da conexão está instalada no cotidiano em que “*as pessoas andam com seus equipamentos digitais ligados a redes telemáticas, utilizando-os para suas tarefas diárias, tais como trabalho, aprendizado, etc.*” (MOTA, 2010, p.7). Através de computadores pessoais, telefones inteligentes e *tablets*⁵⁷ conectados à internet, o cidadão tem condição de a todo instante se comunicar pelo correio eletrônico, interagir nas redes sociais, acessar serviços públicos ou cumprir obrigações como pagar impostos e também inteirar-se das últimas notícias. O Comitê Gestor da Internet no Brasil informou em 2010 que os domínios *.com.br* (ponto com ponto br) atingiram a marca de 2 milhões⁵⁸. A Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2009 – TICs 2009⁵⁹, realizada pelo Comitê, apontou que 30% dos domicílios possuem computador; e, quando tem acesso à *web*, o brasileiro a utiliza intensamente. Segundo a amostragem revelada pela TICs 2009, 58% dos brasileiros que têm acesso individual à *web* conectam-se diariamente e, destes, 48% gastam de uma a cinco horas por semana navegando. A maioria, 41%, já o fazia da própria casa. O cenário de conectividade alcançado pela

⁵⁷ Ver definição de *tablet* no Glossário.

⁵⁸ Um domínio é um nome que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores na internet. O nome de domínio é criado com o objetivo de facilitar a memorização dos endereços de computadores na rede. Sem ele, seria necessário memorizar uma sequência grande de números. O domínio *.com.br* reúne os computadores e usuários localizados a partir do Brasil.

⁵⁹ A Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2009, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no País, está disponível em: <http://www.cgi.br/>.

sociedade neste início da segunda década do século XXI modificou as relações sociais e incidiu de maneira definitiva na forma de atuação dos meios de comunicação hegemônicos no século passado. Eles se viram em meio a uma escalada crescente na quantidade de novos “*mediadores entre o indivíduo e o mundo*” (MOTA, 2010, p.7).

O grau de conexão alcançado pela sociedade contemporânea surgiu da junção de três características fundadoras da *web*, que são: a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade. Marcos Palacios (2003) apontou ainda a memória como a característica que, a despeito de não ser exclusiva da internet, ao se aliar à hipertextualidade, à multimídia e à interatividade proporcionou à rede mundial de computadores condições para a ruptura definitiva de paradigma com os demais meios de comunicação. Faz-se necessário discutir os atributos de cada uma dessas características e os contornos que elas exibem ao interconectar as trocas simbólicas entre os internautas no ciberespaço. A conectividade gerada por tais características favoreceu a inovação e a renovação nas instâncias produtoras de conteúdos simbólicos, nas práticas dos profissionais da indústria cultural e simultaneamente nas possibilidades de acesso e de ação dos indivíduos, como cidadãos.

3.3.1 Hipertextualidade

A hipertextualidade é uma característica dos documentos produzidos a partir da digitalização. O termo hipertexto foi inventado por Theodore Nelson nos anos sessenta do século XX, para exprimir uma forma de leitura que não fosse linear em um sistema de informática “*em uma imensa rede acessível em tempo real contendo todos os tesouros literários e científicos do mundo, uma espécie de Biblioteca de Alexandria de nossos dias*”⁶⁰ (LÉVY, 1993, p.29). O sistema batizado de *Xanadu*

⁶⁰ Theodore Holm Nelson, filósofo e sociólogo nascido nos Estados Unidos, em 1937, é considerado pioneiro da tecnologia da informação. Ele criou os termos hipertexto e hipermídia em 1963 e os publicou em 1965. É o criador também do termo virtualidade. O trabalho de Ted Nelson, como é conhecido, é voltado para tornar os computadores mais acessíveis às pessoas comuns. A internet possibilitou a materialização de uma ideia apresentada em 1945 pelo físico e matemático americano Vannevar Bush no célebre artigo *As We May Think*, em que ele explicou que a mente humana funciona por associações, indo de uma representação à outra, em uma rede intrincada, cheia de trilhas e bifurcações, como se fosse um banco de dados de alta complexidade. Para Vannevar Bush, a maior parte dos sistemas de indexação e organização utilizados por pesquisadores na época eram

seria acessado por milhões de pessoas que poderiam conhecer e trocar comentários sobre textos, filmes e gravações disponíveis através dos hipertextos. O sistema imaginado por Nelson seria, segundo Pierre Lévy (1993, p.29), “*uma espécie de materialização do diálogo incessante e múltiplo que a humanidade mantém consigo mesma e com seu passado*”. Ainda segundo Lévy, a metáfora do hipertexto não vale somente para a comunicação, é válida para “*todas as esferas da realidade em que significações estejam em jogo*” (LÉVY, 1993, p.25). Processos sociais e outros fenômenos também se dão em formas hipertextuais.

O elemento básico do hipertexto é o *link*. Trata-se de um elo, uma ligação que permite que se passe de um ponto a outro de um documento digitalizado ou se passe a outro documento⁶¹. *Links* criam pontes e geram associações. Os *links* permitem que o usuário do computador avance em sua busca e leitura pela *web* na ordem em que desejar, o que lhe faculta criar seu próprio percurso. Os *links* do hipertexto podem ser considerados estruturas rizomáticas no sentido proposto por Deleuze e Guattari (1995). Segundo esses autores, “*o rizoma conecta um ponto qualquer com outro ponto qualquer e cada um dos seus traços não remete necessariamente a traços de mesma natureza*” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p.32). A conexão e a heterogeneidade são os dois primeiros princípios que caracterizam um sistema de rizoma. Em seguida, os autores citam a multiplicidade e a ruptura: “*Um rizoma pode ser rompido, quebrado em um lugar qualquer, e também retoma segundo uma ou outra de suas linhas e segundo outras linhas*” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p.18). As características de conectividade e heterogeneidade, que permitem somar elementos diversos, heterogêneos, que se conectam a partir de diversos pontos, contemplam a descrição do ambiente hipertextual que a informação jornalística encontra na *web*.

Pierre Lévy (1993, p.25) aponta seis princípios abstratos para caracterizar o modelo de hipertexto. São os seguintes princípios: de metamorfose, de heterogeneidade, de multiplicidade e de encaixe das escalas, de exterioridade, de

artificiais, então, imaginou um dispositivo denominado *Memex*, para classificar e selecionar por associação. A ideia de Vannevar Bush pressupunha a existência de um imenso reservatório multimídia de documentos em diversas fontes como textos, imagens e sons, miniaturizados dentro de um típico móvel de escritório, que seria acessado através de uma televisão com caixas de som (LÉVY, 1999, p.13).

⁶¹ *Link* vem da palavra inglesa *hiperlink*. Para conhecer mais sobre as categorias de *links*, ver: LEÃO, Lúcia. **O labirinto da Hipermídia**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2005, p.27.

topologia e de mobilidade dos centros. O princípio de metamorfose diz respeito ao fato de uma rede hipertextual estar sempre em construção e renegociação. É um processo heterogêneo que, no caso da comunicação, mescla palavras, imagens e sons em mensagens multimídias. Quanto à multiplicidade e ao princípio de encaixe de escalas, o hipertexto é uma construção em que cada *link* ou interseção de *link*, segundo Lévy, revela uma rede conectada a muitas outras. O efeito disso é a possibilidade de repercussão em escala no contexto hipertextual.

Uma rede hipertextual “*não possui unidade orgânica, nem motor interno*” (LÉVY, 1993, p.26). Sua composição, seu crescimento ou diminuição vai sempre depender de uma ação, de um contexto exterior indeterminado, como caracteriza esse mesmo autor, o quarto princípio do modelo hipertextual. Já o princípio da topologia tem a ver com o fato de a rede “*ser o espaço*” em que se navega (LÉVY, 1993, p.26), um espaço heterogêneo. Nesse espaço tudo se dá por associação, por aproximação, por vizinhança, numa geografia em que as mensagens circulam por caminhos interconectados. Há, ainda, o princípio da mobilidade dos centros, segundo o qual a rede não tem um centro, o que faz com que as mensagens circulem por centros diversos. A partir desses seis princípios que fundam o contexto hipertextual, Pierre Lévy (1999, p.33) define:

um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira.

Para esse autor, o hipertexto recupera, transforma, atualiza antigas interfaces da escrita e, por isso, a noção de interface hipertextual não deve ser limitada às técnicas de comunicação contemporâneas da era digital. No entanto, foi a materialização do hipertexto, possibilitada pela criação da *web*, que trouxe ao jornalismo um novo ambiente de produção e percepção da informação (LÉVY, 1999, p.34). Pode-se considerar que o hipertexto alterou, inverteu ou mudou de rumo a forma de produção das notícias. Até a chegada da *web*, redações de jornais impressos, televisões e rádios se organizavam e as mídias trabalhavam fisicamente isoladas, voltadas para um produto final único, linear e monolítico: uma edição de jornal impressa em papel, uma edição de telejornal, um boletim de rádio. O

hipertexto abriu a porta da internet para as redações dos jornais, das televisões e das rádios. O resultado foi o advento de novo percurso de interação entre os meios de comunicação, leitores, telespectadores e ouvintes, que se tornaram, todos, usuários da *web*.

3.3.2 Multimídia

O hipertexto materializou a perspectiva de que um meio de comunicação pode conter o outro. Em uma mesma página da *web*, podem ser identificadas marcas das mídias tradicionais antecessoras da internet. Estão lá o texto e a fotografia do jornal impresso; os áudios do rádio; as imagens em movimento da televisão. Deleuze e Guattari (1995) anteciparam o conceito de comunicação multimídia ao elaborar a noção de um mundo estruturado em platôs e rizomas que se conectam, são heterogêneos e múltiplos. A heterogeneidade e a multiplicidade são a primeira natureza da multimídia, natureza esta que permite a uma mídia atuar dentro ou em conjunto, justaposta a outra. Antes do computador, a televisão já conjugava imagens, sons e textos falados.

QUADRO 1
Linguagem multimídia

Elementos empregados	Combinação de elementos
1. Texto 2. Som 3. Imagens a. fixas b. em movimento 4. Infografia	Justaposição: textos escritos, fotografias, infografia, imagens em movimento e áudios dispostos separadamente na página <i>web</i> .
5. Programas de computador autoexecutáveis: Java, <i>Flash</i> .	
	Integração: elementos de texto, imagem e áudio integrados em uma unidade informativa.

Fonte: DIAZ NOCI, Javier. **Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos e su tipología**. II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital. Santiago de Compostela: 2004, p.24. Disponível em: <http://www.upf.edu/depeca/GRP/cibermedios/fitxes/javierdiaznoci.htm>. Acesso em: 30 mar. 2010.

Javier Díaz Noci (2004, p.18) define a multimídia como sendo “a capacidade de processar e difundir mensagens que integram diversos códigos

linguísticos – textuais, visuais e sonoros - e apresentam uma unidade comunicativa”. Para Díaz Noci, textos escritos e falados, áudios, imagens em movimento e fotografias, gráficos e ilustrações, são elementos que, justapostos e integrados por programas de computadores, se combinam materializando a linguagem multimídia. O autor esquematiza sua compreensão da multimídia através do QUADRO 1. Nele estão contrapostos, de um lado, os elementos e, de outro, as formas multimídia que resultam da combinação dos diversos códigos linguísticos utilizados isoladamente pelas diversas mídias antes das possibilidades oferecidas pela tecnologia digital.

A multimídia permite a justaposição de textos escritos, fotografias, áudios e imagens em movimento na página hipertextual, de forma que todos contribuem na construção da informação. Além da justaposição, Díaz Noci destaca a combinação dos diversos códigos linguísticos que, integrados, resultam em unidades de informação multimídia, que são os programas autoexecutáveis em computadores.

Na mesma perspectiva de Díaz Noci, Luciana Mielniczuk (2003, p.480) considera que “a multimídia caracteriza a convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico em um mesmo suporte”. De acordo com a perspectiva desses autores, a multimídia expressa pela justaposição de códigos linguísticos diversos que convivem em uma mesma página hipertextual pode ser ilustrada pelas figuras a seguir.

Na página de abertura do *site* da rede americana de televisão a cabo CNN (*Cable News Network*), a fotografia central exibe uma seta, ícone que indica a disponibilidade de informação audiovisual. Basta ao internauta um toque com o cursor sobre a seta onde se lê *click to play* (clique para tocar) e o toque vai acionar a exibição da reportagem⁶². É interessante notar que a reportagem audiovisual fica localizada no centro da página, em lugar de destaque. Na coluna da esquerda da página, pode-se observar que os caminhos informativos oferecidos pela multimídia se diversificam. A coluna oferece os *links* para as últimas notícias, *Latest News*. O primeiro destes *links* é multimidiático, pois, além da informação escrita, oferece informação audiovisual. A palavra *live*, ao vivo, indica que a informação está sendo emitida em direto e tal sinalização é confirmada pelo

⁶² Ver significado de cursor no Glossário.

desenho de uma câmera à frente da manchete do primeiro *link*. A CNN criou um padrão de manter sempre informação audiovisual ao vivo no primeiro *link* da coluna dedicada às últimas notícias, ou seja, as mais recentes.

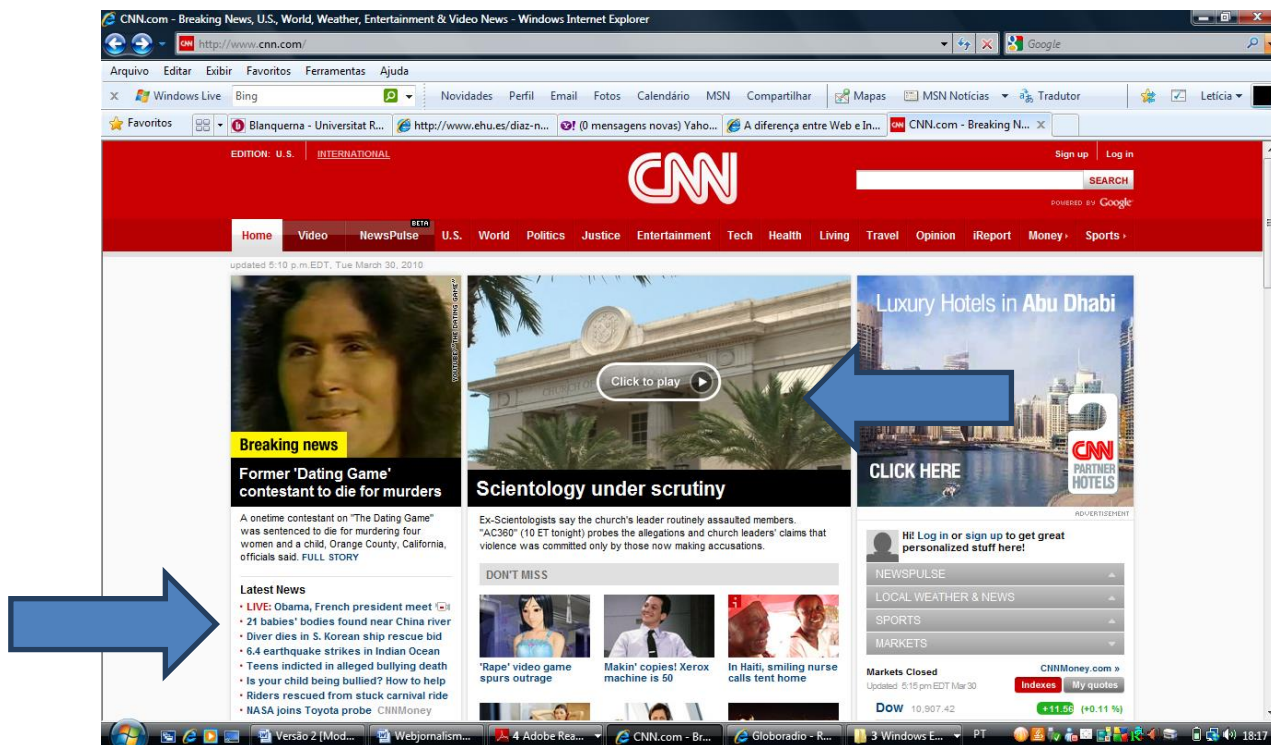


FIGURA 21 - Página de abertura do *site* da rede de televisão CNN Internacional. Disponível em: <http://www.cnn.com>. Acesso em: 30 mar. 2010.

A multimídia e a capacidade da internet ampliada pela banda larga permitiram ao telejornalismo convergir para a *web* imagens em movimento e áudios em um grau de conexão cada vez mais acelerado e acessível ao internauta. Na FIG. 22 a seguir, pode-se ver a reportagem tirando proveito da justaposição das linguagens escrita e audiovisual na página hipertextual para informar ao internauta no *site* do webtelejornal Nacional. O texto escrito reitera a informação audiovisual que pode ser acionada a um simples toque na seta que sinaliza a existência de um vídeo. A página hipertextual multimídia ofereceu ao telejornalismo um novo meio para disponibilizar a informação.

Últimas Edições - notícias recentes do Jornal Nacional - NOTÍCIAS - Venda de remédios fracionad - Windows Internet Explorer

http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0_MUL1550028-10406,00-VENDA+DE+REMEDIOS+FRACIONADOS+FICA+SO+NA+PROMESSA.html

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Windows Live Bing Novidades Perfil Email Fotos Calendário MSN Compartilhar Mapas MSN Notícias Tradutor Leticia

Favoritos Blanquerna - Universitat R... http://www.ehu.es/diaz-n... (0 mensagens novas) Yaho... A diferença entre Web e In... Últimas Edições - notici... X

JN / edição do dia 29/03/2010

29/03/10 - 20h46 - Atualizado em 29/03/10 - 20h46

Venda de remédios fracionados fica só na promessa

Faz quatro anos que o governo autorizou a venda de forma fracionada, mas até hoje é difícil encontrar esses medicamentos nas farmácias.

Uma medida anunciada e festejada, quatro anos atrás, porque iria ajudar os brasileiros a economizar algum dinheiro na hora de comprar remédio ficou só na promessa. Quem explica é o repórter Alan Severiano.

Experimente perguntar na farmácia: tem antibiótico ou anti-inflamatório fracionado? "Já tentei e é muito difícil", disse um homem.

Faz quatro anos que o governo autorizou a indústria a produzir medicamentos em

publicidade

CATHO Online
CLIQUE AQUI
E COMPREVE QUE A CATHO REALMENTE FUNCIONA!

/ primeira página G1

Senadores mostram nova proposta de divisão dos royalties

SEQUESTRADO EM 1997
Refém das Farc é libertado, equipe do Brasil ajuda missão

PRESIDENTE DO BC
Mereles pede a Lula 24 h para decidir se deixa o governo

ANFEPRAMONA, FEMPROPorex E MAZINDOL
Remédios para emagrecer mais vendidos podem levar ao vício

últimas edições

mar 2010

seções

Primeira Página
Última Edição

Tamanho da letra A- A+

18:21

FIGURA 22 - Navegação por um *link* da página do Jornal Nacional na web.
Disponível em: <http://g1.com.br>. Acesso em: 3 mar. 2010.

UOL ASSINE 0800 703 3000 BATE-PAPO E-MAIL RÁDIO UOL SAC TV UOL UOL HOST VOIP MAIL GRÁTIS SHOPPING ÍNDICE PRINCIPAL

FOLHA ONLINE
www.folha.com.br
Sexta-feira, 23 de outubro de 2009

BLOG
Ovo de Colombo
MARCELO KATSUKI
BLOGS, COLUNAS, ÁUDIO E VÍDEO

Experimente a nova **FOLHADIGITAL** **GRÁTIS ATE 15/11** **acesse**

Notícias Especial Serviço Galeria Erramos Colunas Fale conosco Atendimento ao assinante Grupo Folha Assine Folha O que é isso?

Em cima da hora | Ambiente | Bichos | Brasil | Ciência e Saúde | Comida | Cotidiano | Dinheiro | Educação | Equilíbrio | Esporte | Ilustrada | Informática | Mundo | Turismo

Em cima da hora **Presidente do TCU diz que tribunal não extrapola suas funções**

tempo 27°C SP | 26°C RIO | + CIDADES

PUBLICIDADE

LIVRARIA DA FOLHA Mais de 100 opções de livros bons e baratos, a partir de R\$ 3,99. Aproveite!

Mostra Internacional de Cinema abre em SP; veja roteiro completo
• Ingressos da 1ª sessão de 'Abraços Partidos' esgotam • 'O Fantástico Sr. Raposo' tem sessão à tarde

Jim Mone/AP

Brasileiro está otimista com emprego, mas vai gastar menos

Dados constam de sondagem divulgada pela FGV (Fundação Getúlio Vargas); confiança **voltou a subir** após 2 meses de acomodação, o que mostra otimismo no país.

- FMI diz que só taxação não impede entrada de dólar
- Bovespa tem perdas moderadas; dólar cai
- Investimento estrangeiro no mercado bate recorde

DÓLAR | CRISE ECONÔMICA | IBOVESPA

VIOLÊNCIA NO RIO
Governador manda exonerar porta-voz da PM no Rio após declara es no caso AfroReggae

Exonerado disse que os PMs que liberaram os bandidos após morte de Evandro da Silva tiveram desvio de conduta.

ACIDENTE
Ator Fábio Lago   atropelado no Rio

CHILE
Jesus Luz chega atrasado para discotecar

TWITTER
Latino se compara a Britney; leia

Avião da Northwest Airlines no aeroporto

busca **BUSCA DETALHADA**

Folha Online Folha de S. Paulo

Palavra-chave **Buscar**

PUBLICIDADE

Aos 15 anos, todo mundo passa por uma transforma o.

Passo o mouse.

e-mail **FOLHA** **4Gb Gratuito**

FIGURA 23 - Tela parcial do *site* do jornal Folha de São Paulo.
Disponível em: www.folhaonline.com.br. Acesso em: 23 out. 2009.

Já a primeira página do *site* do jornal Folha de São Paulo, na FIG. 23, disponibiliza para o internauta informações em vídeo ou em áudio. Ao ser um meio multimídia, a *web* dotou de som e imagens em movimento o universo do jornalismo impresso. As falas dos entrevistados, que antes os repórteres transpunham para o jornal, podem agora ser conferidas em vídeos ou gravações sonoras (*podcasts*); os articulistas e colunistas passaram a ter voz, com a possibilidade de deixar gravações nas páginas dos *sites* e os fatos jornalísticos ganharam imagens em movimento.

3.3.3 Interatividade

O ambiente hipertextual e multimídia da *web* é também interativo, ou seja, inova no que toca ao papel do receptor no jornalismo. Diante do computador pessoal, o internauta passou a se relacionar com uma máquina complexa e um bem simbólico com novas possibilidades de interação, se comparada a uma revista, um jornal impresso ou um telejornal. O computador é de uso individual, não coletivo, como os aparelhos de televisão, de rádio ou as salas de cinema. Com a tecnologia digital surgiu um modelo de interação que se dá de forma cada vez mais individualizada, em que o internauta pode consumir informações com a máquina no colo, ou pelo telefone celular, onde quer que esteja. Trata-se de uma interação quase corpórea em que telefones, *tablets*, equipamentos com monitores de 12, 14 polegadas, dotados de câmeras, com teclados pequenos, manuseados bem próximos ao corpo, carregados cotidianamente pelo internauta como verdadeiras extensões tecnológicas do corpo humano, garantem acesso às últimas informações com imagens e sons de qualidade. É um acesso diverso daquele propiciado pela tela doméstica da televisão na esfera privada.

No computador, o internauta acessa individualmente a informação, tem a possibilidade de selecionar o que lhe interessa entre os inúmeros *links* que os *sites* oferecem, além de ter a possibilidade de deixar sua manifestação nas páginas virtuais. Marshall McLuhan (1974) descreve os jogos coletivos e as obras de arte como extensões do homem. Para o autor, a obra de arte não tem existência ou função fora dos efeitos que produz sobre o observador. Para ele, a arte e os jogos são meios de informação que têm o “*poder de impor seus próprios pressupostos*,”

reordenando a comunidade humana por meio de novas relações e atitudes” (MCLUHAN, 1974, p.272). Foucault (1999) aponta a presença do observador no quadro de Velásquez, o que demonstra que a interatividade produzida no tempo e no espaço não é um advento exclusivo da era digital. No entanto, a efetividade do ciberespaço em que o computador dotado da tela permite acesso e fruição de informação digital, heterogênea, múltipla e móvel, como demonstrou Pierre Lévy (1999), pode ser compreendida como mais uma extensão tecnológica da mente e do corpo humanos.

Nesse novo patamar tecnológico, social e cultural, o controle remoto do aparelho de televisão foi substituído pelo toque leve no *touchpad* (cursor do *notebook*, computador portátil), trazendo os fatos do mundo praticamente *de bandeja* para o cidadão. Para Arlindo Machado (1997, p.265), isso *“implica uma mudança qualitativa do olhar”*. O internauta, leitor ou espectador de informação na *web*, passou a vivenciar uma nova experiência como receptor. Ele decide quando buscar a informação. Não está mais à mercê dos horários impostos pela televisão. Ele não acompanha um programa com horário predeterminado, mas navega por uma página na qual a informação está disposta de forma fragmentada, como em um verdadeiro caleidoscópio, em que pode ser escolhido o que interessa e ser ignorado o que não interessa (MIELNICZUK, 2003, p.189).

Para além das interfaces interativas dos computadores, as páginas dos *sites* exibem alguns espaços de participação a quem navega em busca de informação jornalística. É o correio eletrônico, através do qual mensagens podem ser enviadas para as redações ou para o próprio redator da informação. Cartas de leitores para redações de jornais sempre existiram, mas a *web* acelerou o processo e encurtou a distância entre jornalistas e seus leitores\telespectadores. *Sites* jornalísticos abriram fóruns de debates, com enquetes diárias sobre temas da atualidade. O internauta pode fomentar a discussão na página dando opiniões e até enviar sugestões de pautas para a redação. Assim, internautas passaram a conversar entre si e/ou com os jornalistas, produtores de conteúdos. Surgiu a possibilidade de uma efetiva participação do internauta em espaços de informação jornalística.

A interatividade permitiu o aparecimento do chamado jornalismo de código aberto, em que potencialmente existe alguma participação do internauta nos conteúdos ou na página do *site* noticioso. A partir dessa nova ideia de jornalismo,

pesquisadores definiram dois tipos de interatividade na *web*: a inclusiva e a autoral (DÍAZ NOCI, 2004, p.18). A primeira se dá quando o internauta colabora em alguma medida com a produção do conteúdo informativo. Já a autoral é o modelo que permite ao internauta participar, mas não ao ponto de intervir na produção do conteúdo noticioso. De acordo com essa perspectiva Javier Díaz Noci propôs o seguinte quadro com as possíveis variáveis com que a interatividade e a participação de internautas se materializam na *web*:

QUADRO 2
Interatividade e participação

Tipo de Interatividade	Grau de Dialogismo	Temporalidade	Técnica	Intervenção do meio
- Inclusiva - Autoral: jornalismo de código aberto	<u>Simétrico:</u> - Um a um - Todos para todos	- Sincronicidade - Assincronicidade	a) Dialógicas: - correio eletrônico - fórum - <i>chats</i> ⁶³ - SMS ⁶⁴	- Moderação - Ausência de moderação
<u>Estruturas resultantes:</u> - Aleatórias - Fixas - Relacionadas - Contributivas	<u>Assimétrico:</u> - Um para todos - Todos para todos		b) Personalização: - Busca na base de dados do <i>site</i> - Configuração das interfaces	

Fonte: DÍAZ NOCI, Javier. **Los gêneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos e su tipología**. II Congresso Iberoamericano de Periodismo Digital. Santiago de Compostela: 2004, p.20. Disponível em: <http://www.upf.edu/depeca/GRP/cibermedios/fitxes/javierdiaznoci.htm>. Acesso em: 30 mar. 2010

A partir dos dois tipos e do grau de interatividade, o autor caracteriza quatro estruturas resultantes possíveis: aleatórias, fixas, relacionadas e contributivas. As aleatórias são aquelas em que o usuário desconhece de antemão os caminhos propostos pelos *links*. As fixas só podem ser modificadas pelo autor. As relacionadas são aquelas em que os *sites* organizam a informação que mostram ao internauta, a

⁶³ *Chat*: neologismo surgido a partir da internet que, no Brasil, designa conversação, bate-papo em tempo real. É um espaço que permite a discussão “textual”, por escrito, em tempo real, entre vários internautas. Os *chats* permitem a realização de fóruns de discussão *on-line* na internet.

⁶⁴ SMS: sigla que significa *Short Message Service* e define o serviço de mensagens curtas enviadas por telefone celular, *web* ou outros sistemas móveis de comunicação.

partir de informações recolhidas junto ao próprio internauta. E, por fim, as contributivas que permitem ao usuário intervir, geralmente somando conteúdos, como os fóruns ou os *blogs*.

A interatividade vem adotando diversas formas, algumas múltiplas, gerando dois níveis de dialogismo. A *web* permite a interação simétrica, ou seja, um a um ou todos para todos, em tempo real ou virtual. E a interação assimétrica, em que os internautas e os meios podem interagir em formas moderadas ou não, de um para todos ou de todos para um, como os fóruns de bate-papo, os *chats* e as entrevistas coletivas *on-line* (PALACIOS, DÍAZ NOCI, 2007, p.32).

E, por fim, a *web* veio modificar de forma radical a distinção entre os meios instantâneos, ou seja, os meios síncronos, como a televisão e o rádio, e os impressos, considerados assíncronos, pois ela alterou os tempos de produção e divulgação dos conteúdos jornalísticos. A tecnologia digital e a *web* trouxeram aos meios de comunicação, em geral, o imediatismo, ou seja, a capacidade de informar simultaneamente ao acontecimento.

A interatividade como possibilidade em que o internauta pode escolher o que ler, na ordem em que desejar, além de interagir com outros internautas ou com os jornalistas produtores de conteúdos, é o conceito mais aceito nos estudos sobre webjornalismo. No entanto, como este trabalho se interessa pela migração do telejornalismo para um novo paradigma tecnológico e de comunicação - a *web* -, é interessante ampliar a discussão para o conceito de interatividade proposto por José Luis Braga (2001, pp.115-116), em que o principal “*não seria verificar se há ou não interatividade, menos ainda caracterizar meios e produtos como interativos ou não*”. Para o autor, deve-se verificar “*em determinadas situações e/ou com referência a determinados produtos e meios, como a interatividade parece estar sendo operada*” (BRAGA, 2001, p.116). Segundo José Luis Braga (2001, pp.115-116),

A interatividade deve ser vista como um processo socialmente construído, utilizando variadamente determinadas características dos meios de comunicação, organizado historicamente em torno da geração de determinados produtos de sentido.

José Luiz Braga (2001) discorda de John B. Thompson (1998, p.80), para quem na televisão existe “*a separação dos contextos de produção e de recepção...*”, o que impossibilita a interatividade, pois “*os usuários recebem formas simbólicas produzidas por outros, a quem eles não podem responder*” (THOMPSON, 1998,

p.85). Braga considera que *“se um produto mediático é posto em circulação na sociedade, e efetivamente circula, há inevitavelmente interatividade”* (BRAGA, 2001, p.116). O estágio atual de conexão ultrapassa a discussão sobre se um meio é ou não interativo, pois os cibermeios são, por natureza, interativos. A cultura da conexão veio impor aos meios de comunicação um novo receptor, o internauta. Esse receptor não se permite mais ficar do lado de fora da tela da televisão ou do computador, pois a hipertextualidade lhe apresentou a possibilidade de adentrar pela virtualidade do ciberespaço construindo seu próprio caminho, seja como produtor de conteúdos em *blogs* e nas redes sociais, seja como receptor de um cibermeio.

O internauta representa um novo estágio na evolução do homem como indivíduo e ator social, cuja ação no mundo se estende agora à esfera pública virtual. O cidadão do século XXI não observa o mundo da janela do trem, não flana pelos cafés. Ele é alguém de posse de um olhar que aprendeu a ver o mundo enquadrado pelo primeiro plano da transmissão ao vivo televisiva, que migrou para a nova condição de estar conectado ao ciberespaço. Se comparada à tela do cinema, a tela fluida do computador dá acesso simultâneo a inúmeras narrativas disponibilizadas em quantas páginas virtuais o internauta quiser abrir e, de forma individualizada, conectar-se aos mais diversos conteúdos: o mundo do trabalho, a correspondência com os amigos, enfim, os conteúdos virtuais diversos e infindáveis disponíveis no ciberespaço.

3.3.4 A memória

Pierre Nora (1993, p.9) explica que a memória é um *“fenômeno sempre atual”* cujo atributo é possuir um *“elo vivido no eterno presente”*. Para o autor, a memória é a vida, pois *“emerge de um grupo que ela une”*, por isso existem tantas memórias quantos grupos existirem, dada à natureza de ser *“múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada”*, por isso, em constante mutação. Nora entende que a memória *“se enraíza no concreto, no espaço, no gesto, na imagem, no objeto”*, pois é *“afetiva e mágica”* e se alimenta de *“lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas”* (NORA, 1993, p.9).

Memória e história se opõem em tudo, diz Pierre Nora, mas estão ligadas. Ele vê a história como uma representação do passado e a define como *“a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais”* (NORA, 1993, p.9). Tal reconstrução, explica o autor, exige uma *“operação intelectual”*, que demanda análise e discurso crítico. A história *“se liga às continuidades temporais, às evoluções e às relações das coisas”*, o que lhe dá vocação para o universal e, de acordo com Nora (1993, p.9), *“pertence a todos e a ninguém”*. Memória e história se ligam e atuam conjuntamente na cultura contemporânea. Nora lembra que é preciso fazer a ligação entre o fato de que o *“poder total da imagem”* conforma uma memória *“intensamente retiniana e poderosamente televisual”* e opera sobre as maneiras atuais de se narrar a história. Ele chama atenção em particular para *“a autenticidade do direto”*, segundo ele, um hábito da sociedade (NORA, 1993, p.20).

Marcos Palacios (2003) considera que, através dos inúmeros *links* que compõem a rede mundial de computadores, a memória tornou-se coletiva. Para esse autor, na *web*, uma condição inovadora sem limitações de espaço, com a rapidez e disponibilidade da conectividade, possibilita ao jornalismo ter *“a sua primeira forma de memória múltipla, instantânea e cumulativa”* (PALÁCIOS, 2003, p.8). Com a digitalização, jornais impressos colocaram os arquivos com edições passadas à disposição do leitor na *web*. Museus criaram *sites* nos quais se pode navegar e percorrer galerias conhecendo obras de arte, sem que seja necessário ir fisicamente a outro continente. Com a tecnologia digital, a equação espaço-tempo, que os meios de comunicação analógicos já haviam encurtado, foi comprimida a um novo paradigma.

Tal condição inovadora colaborou para que, a partir de então, em particular no Brasil, telespectadores tenham algum tipo de acesso aos conteúdos exibidos pela televisão, independente de autorização e permissão das redes privadas. Através das páginas eletrônicas, alguns telejornais passaram a propiciar acesso aos arquivos dos conteúdos levados ao ar. Até a comercialização para uso doméstico do videocassete nos anos 80 do século passado, o cidadão brasileiro não tinha como arquivar o que o telejornal exibia e a televisão era considerada um meio de comunicação instantâneo por natureza. A informação só podia ser acompanhada no exato momento de exibição. Com a tecnologia digital isso mudou. Pelo menos teoricamente, a *web* liberou o telespectador do sofá, à espera do telejornal diurno ou

noturno. As edições diárias dos telejornais são transpostas para a *web* simultaneamente à exibição em aberto e permanecem nos *sites* das emissoras à disposição do internauta. Com isso, as páginas eletrônicas dos telejornais expandiram o telejornalismo, disponibilizando conteúdos que antes se mantinham inacessíveis nos arquivos particulares das emissoras de televisão. Uma vez na *web*, os conteúdos noticiosos do telejornal constroem ambientes informacionais que se interconectam com o vasto repertório informacional e simbólico disponibilizado no ciberespaço.

Do ponto de vista do processo de produção da informação jornalística, a digitalização e a *web* aceleraram e modificaram o trabalho do jornalista. A tecnologia digital facilitou a recuperação de dados, agilizou a pesquisa nos arquivos das redações. O jornalista passou a contar com mais organização e facilidade no momento de resgatar a informação antiga demandada por um fato jornalístico novo. Tal agilidade trouxe também o risco de homogeneização de conteúdos, já que as redações muitas vezes pesquisam e alimentam-se de informações nos mesmos bancos de dados e imagens.

CAPÍTULO IV

4 FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS DE ANÁLISE

4.1 Metodologia

Para compreender como o webtelejornal se configura, o caminho metodológico utilizado foi o da comparação: comparar a natureza das linguagens, elementos que permanecem presentes ou desaparecem no processo de migração. Verificou-se ser esse um caminho adequado para a compreensão da passagem do telejornal do ambiente tecnológico de fluxo eletrônico para o ambiente do ciberespaço. Tal estratégia metodológica possibilitou dois tipos de comparação. Primeiro, a comparação entre os webtelejornais analisados e seus antecessores eletrônicos. E, segundo, a comparação entre os quatro webtelejornais selecionados que compõem a amostra investigada pela pesquisa.

A perspectiva analítica apontada pelo contexto teórico-metodológico referenciou a criação de categorias de análise a partir de variáveis que contemplassem os fundamentos dos paradigmas tecnológicos e das linguagens envolvidos na passagem do telejornalismo audiovisual eletrônico para o webtelejornalismo, ou seja, a natureza da linguagem que possibilitou o surgimento deste cibermeio e os elementos que estruturam suas características e seus atributos. A reflexão teórica permitiu a construção de categorias analíticas a partir de um olhar voltado, simultaneamente, para as duas telas: a do computador e a da televisão, com vistas a comparar as características e os elementos constitutivos do webtelejornal em relação ao telejornal. Cinco categorias analíticas surgiram das principais variáveis apontadas pelo referencial teórico. Tais variáveis apontaram, no contexto de discussão teórica do Capítulo II, conceitos-chave que iluminaram a compreensão do objeto em análise. As cinco categorias analíticas foram alicerçadas, especificamente, a partir das seguintes variáveis: a natureza virtual, o conceito de cibermeio, a conexão como forma de acesso à informação na *web*, a linguagem

multimídia e a conjugação das faces simbólica e de mercadoria do webtelejornal como instância de produção de sentido.

A primeira categoria de análise, denominada *O virtual contém o “ao vivo”*, demonstrou como o telejornal se aloja no ambiente hipertextual da *web*. A preocupação analítica foi a de demonstrar a natureza virtual do webtelejornalismo compreendida a partir de dois pressupostos teóricos. O primeiro foi o conceito de rizoma proposto por Deleuze e Guattari (1995), que permitiu compreender as características rizomáticas que a informação audiovisual adquire ao migrar para a *web*, quando abandona a condição de fluxo imediato e instantâneo da televisão. O segundo pressuposto foi ancorado na discussão sobre a dimensão virtual a partir da perspectiva teórica fornecida por Pierre Lévy (1999), ao demonstrar que o virtual torna possível atualizar a informação, ou seja, o virtual contém o atual.

Uma vez compreendida a natureza constituidora do webtelejornalismo, a análise se preocupou com a configuração do webtelejornal como cibermeio, ou melhor, em como o telejornal se transmuta em um cibermeio. Para tal, foi construída a segunda categoria intitulada *O cibermeio emerge de programa televisivo*, ancorada nos seis princípios do hipertexto identificados por Pierre Lévy (1993). São eles os princípios de metamorfose, de heterogeneidade, de multiplicidade e encaixe de escalas, de exterioridade, de topologia e de mobilidade. Esses conceitos permitiram à análise comparar as características hipertextuais e multimidiáticas do webtelejornal em relação às características apresentadas pelo telejornal na tela compacta da televisão e seu fluxo informativo.

Definidas a natureza e a constituição do webtelejornal, a construção do percurso metodológico rumou no sentido de compreender a linguagem do webtelejornalismo, ou seja, identificar os elementos da linguagem multimídia utilizada pelos webtelejornais analisados. A terceira categoria de análise denominada *A linguagem multimídia contém a linguagem audiovisual*, cuidou dessa reflexão e se conformou como a mais extensa das cinco. Ela contém suporte metodológico orientado pelas perspectivas teóricas apresentadas por André Rouillé (2004), Jacques Aumont (1993) e Michel Foucault (1999). Contemplou ainda a perspectiva de John Fiske (1990) sobre o conceito de texto como produção a partir de códigos compartilhados socialmente. Os raciocínios propostos por esses autores permitiram compreender o webtelejornal como representação imagética hipertextual.

Nesse novo patamar de representação, foi possível identificar que os atributos da hipertextualidade produzem um desaparecimento do ritual de apresentação consolidado no telejornal e a possibilidade de expansão da informação jornalística audiovisual no ciberespaço, com o fortalecimento da reportagem. A reflexão sobre a linguagem multimídia do webtelejornalismo apontou ainda que o jornalismo audiovisual sofre uma perda de hegemonia na produção de imagens noticiosas, quando, cada vez mais, legitima imagens produzidas por câmeras alheias ao seu processo interno de construção da informação.

Em seguida, analisou-se como o webtelejornalismo opera no ambiente de interação do ciberespaço, em que a conexão a *sites* permite o acesso aos conteúdos e substituiu o modelo de emissão televisiva. Na quarta categoria, *Da emissão televisiva à interatividade na conexão*, a análise preocupou-se metodologicamente em perceber o grau ou o contexto de interatividade possibilitado pelo webtelejornalismo, a partir inicialmente do conceito proposto por Javier Díaz Noci (2004). O conceito de memória desenvolvido por Pierre Nora (1993) iluminou a compreensão sobre a memória coletiva oferecida pela *web* ao webtelejornalismo.

E, por fim, o referencial teórico-metodológico permitiu encontrar no webtelejornalismo, no período analisado, evidências de negócio em expansão, em que o webtelejornal, como bem simbólico, produtor de significação, já exhibe uma evidente face de mercadoria, a partir da visão fornecida por Pierre Bourdieu (2005). A quinta categoria de análise, denominada *Negócio em expansão*, apontou que o webtelejornalismo na fase analisada já se mostra uma forma diversificadora e multiplicadora das diversas instâncias de consagração de bens simbólicos, pois produz, divulga e permite o consumo de conteúdos que podem ser considerados de dupla face, pois, se são fontes de informação, o são também de consumo para um público internauta já submetido a um ciberespaço colonizado pelas regras do mercado capitalista.

4.2 Construção da amostra

O *corpus* de observação da pesquisa é composto por quatro webtelejornais: o webtelejornal da Band, produzido pela Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão, o webtelejornal da Record, produzido pela Rede Record de Televisão, e os webtelejornais da Globo e Nacional, os dois últimos produzidos pela Rede Globo de Televisão e alojados no portal de notícias G1, que pertence às Organizações Globo.

Fez-se necessária a organização de um universo de observação do webtelejornalismo dada a impossibilidade de observar os webtelejornais em sua mobilidade no ambiente virtual, ininterruptamente e por tempo indeterminado. Para a análise empírica definiu-se uma amostra da qual constaram vinte e quatro edições de webtelejornais e suas respectivas edições televisivas. A técnica conhecida como semana construída foi utilizada para a seleção e recolha da amostra. Essa técnica permitiu a obtenção de um recorte de observação do objeto em um período organizado a partir do calendário oficial, mas em uma semana artificialmente planejada.

A semana construída para a observação contou com os mesmos dias de uma semana real: uma segunda, uma terça, uma quarta, uma quinta, uma sexta e um sábado. Foram seis semanas consecutivas em que, em cada uma, escolheu-se um dia de observação do objeto a partir das 19h20 até a madrugada. O início da observação foi definido pelo horário de exibição do webtelejornal da Band, o primeiro a chegar à *web* diariamente. O horário de encerramento da observação variou de acordo com a saída do ar do webtelejornal da Globo, última edição a ser disponibilizada. A observação de quatro webtelejornais e seus respectivos telejornais foi feita de forma simultânea. O período de observação se concentrou entre os dias 11 de junho e 21 de julho de 2012.

A técnica da semana construída permite ao pesquisador uma visão mais ampliada do objeto, impedindo que os achados de pesquisa sejam limitados por temas ou práticas jornalísticas temporárias ou esparsas. As páginas dos webtelejornais foram observadas a partir do momento em que as edições em televisão aberta dos telejornais entravam no ar. As edições de telejornais foram gravadas. Já as páginas *web* foram arquivadas e impressas com o intuito de ilustrar

a análise. Observou-se a edição inteira dos telejornais. Com relação aos webtelejornais, a observação seguiu-se até o encerramento da edição do webtelejornal da Globo, última a ser transposta para a *web*.

Além da amostra selecionada durante a semana construída, construiu-se um banco de dados dos quatro webtelejornais entre o período de 2010 e 2012 para efeito de compreensão das mudanças ocorridas nas páginas *web*. O material foi reunido ao longo de dois anos com a intenção de dar condições à análise de apreender certas características das páginas dos webtelejornais na atualidade de uma perspectiva temporal. O banco de dados colaborou ainda como referencial de comparação em que se buscou alinhar e comparar as características dos ambientes de informação audiovisual jornalística permitidas pelos suportes midiáticos da televisão e da internet. Nesse banco de dados estão páginas *web* selecionadas, cujos *links* foram arquivados na proporção em média, de oito páginas por mês, de cada um dos quatro webtelejornais analisados.

CAPÍTULO V

5 WEBTELEJORNALISMO: TELEJORNALISMO NA WEB

Esta análise buscou compreender o webtelejornalismo produzido no Brasil, na atualidade, a partir do contexto teórico metodológico desenvolvido no capítulo II. Evidenciou que o webtelejornal se constitui como cibermeio que disponibiliza informação jornalística multimídia através de conexão no ambiente hipertextual da *web*, enquanto, o telejornal, é um programa televisivo que emite conteúdos gravados ao vivo em fluxo de forma instantânea, sendo um negócio consolidado no universo da indústria cultural.

A análise se preocupou em demonstrar a natureza do webtelejornal e sua constituição como cibermeio com um passado eletrônico fundado na televisão. Ela procurou demonstrar, ainda, como o webtelejornal materializa, em alguma medida, inovação no fazer do jornalismo audiovisual e na forma de fruição do internauta. O contexto analítico tratou de entender como e em que medida o webtelejornal promove o que se evidenciou ser uma expansão da linguagem audiovisual jornalística no ambiente multimídia. A análise contemplou também a observação do ponto de vista da face mercantil do webtelejornal. O contexto analítico deste trabalho foi organizado em cinco itens assim denominados: *O virtual contém o “ao vivo”*, *O cibermeio emerge de programa televisivo*, *A linguagem multimídia contém a linguagem audiovisual*, *Da emissão de mão única à interatividade na conexão* e *Negócio em expansão*.

5.1 O virtual contém o “ao vivo”

O webtelejornal, como cibermeio, consiste em um *site* que cumpre o papel dos meios de comunicação tradicionais, segundo o conceito apresentado por López, Alonso e Palacios (2007, p.19). Os webtelejornais aqui analisados são *sites* de transposição que migram, para o ciberespaço, conteúdos produzidos para

telejornais, logo, o webtelejornal se constrói a partir da dualidade de ser um meio novo e conter seu antecessor consolidado na televisão. Fruto do diálogo e da interação entre dois suportes midiáticos, o webtelejornal carrega para o ciberespaço a tradição audiovisual do telejornalismo e, ao mesmo tempo, abandona características da mídia televisão que acabam ultrapassadas pela natureza hipertextual da *web*. A observação demonstrou que, dada a natureza virtual do webtelejornalismo, sua característica primeira é ultrapassar o imediatismo e a instantaneidade da informação ao vivo no telejornalismo. Por “ultrapassar” compreende-se o ato de passar à frente, passar para outra condição ou estágio. O sentido de ultrapassar utilizado neste texto não diz respeito necessariamente ao ato de transpor obstáculos, outro sinônimo do verbo ultrapassar.

O ambiente virtual permite ao webtelejornal ir além da comunicação ao vivo imediata e instantânea. Ao migrar para o ciberespaço, o telejornalismo abandona sua condição primeira de fluxo de emissão televisiva e assume características de rizoma. O ambiente virtual rizomático, no sentido proposto por Deleuze e Guattari (1995), transforma o fluxo de emissão audiovisual que exige acompanhamento simultâneo por parte do telespectador. O webtelejornal se apresenta como um rizoma ao qual o internauta pode se conectar em um ponto qualquer da rede mundial de computadores, a qualquer momento, na virtualidade do ciberespaço, para além do momento da exibição ao vivo. Tal como descrevem Deleuze e Guattari, rizomático, o webtelejornal pode ser alcançado, rompido, abandonado e retomado no ambiente hipertextual e multimídia em pontos e momentos diversos. Enquanto o telejornal tem espaço demarcado na televisão, pois se constituiu como linguagem televisiva por natureza, a condição de rizoma dá ao webtelejornal a característica descrita por Pierre Lévy de ser “*desterritorializado*”, ou seja, capaz de em sua virtualidade se manifestar concretamente em diferentes momentos e locais, sem estar preso a um lugar ou tempo em particular (LÉVY, 1999, p.49). Rizomático, o webtelejornal ultrapassa o telejornal, pois não se trata mais de uma emissão controlada a partir do arcabouço tecnológico televisivo, mas de uma potencialidade que permanece acessível para além do momento da exibição ao vivo, graças à virtualidade que o faz ser acessado na rede mundial de computadores a qualquer tempo.

Pierre Lévy (1993) já demonstrou que a oposição entre virtual, real e atual não existe. A virtualidade, segundo o autor, é uma dimensão importante da realidade, sendo a fase que a antecipa. Com a observação ficou demonstrado que o webtelejornal leva a informação jornalística audiovisual para uma nova dimensão. Trata-se da dimensão em que, na condição de virtual, a informação existe em potência e pode ser utilizada a partir de uma atualização efetivada na medida do interesse do internauta. Na dimensão virtual, a informação pode ser emitida ao vivo, mas supera o direto televisivo ao permanecer em estado passível de, a um ato de atualização, tornar-se efetiva novamente. Na sua virtualidade, o webtelejornal ultrapassa o telejornal, pois “*existe, sem estar presente*” e, como tal, é uma fonte indefinida de atualizações à disposição do internauta, enquanto o telejornal segue preso à televisão e a seu tempo particular de transmissões (LÉVY, 1999, p.50). O webtelejornal amplia a dimensão de desterritorialização da informação iniciada no século passado pelo telejornal. O webtelejornal contém o telejornal e agrega à informação audiovisual as condições propiciadas pelo ambiente virtual, como seguiremos apontando nesta análise.

Mas como o fluxo telejornalístico migra e se acomoda ao ciberespaço? No período observado para este trabalho, pode-se perceber que o webtelejornal resulta de um processo de distensão, no qual o fluxo informativo originado no suporte televisão se transfigura para se adaptar ao ambiente virtual. Ao serem lançadas no ambiente virtual as imagens telejornalísticas se transformam em páginas *web*. O telejornal ganha nova feição. Uma vez na *web*, o que no monitor de televisão se apresentou como uma tela compacta e absoluta transforma-se em uma tela múltipla, heterogênea e fluida. O webtelejornal exhibe as características hipertextuais descritas por Pierre Lévy. No ambiente rizomático do hipertexto, o webtelejornal é constituído por páginas conectadas por *links* e revela um ambiente de informação audiovisual jornalística em que o que foi VT reportagem exibido durante alguns minutos na televisão se transforma em página *web* interligada a outras pelos *links* hipertextuais. Dessa forma, a tela televisiva, ao chegar ao ciberespaço, multiplica-se, desdobra se, distende-se e transfigura-se em múltiplas telas, como ilustra a FIG. 24, em que o webtelejornal Nacional mostra-se um mosaico de telas, com inúmeras entradas e caminhos a serem percorridos pelo internauta que busca informação audiovisual. Na

tela múltipla do computador, desaparece a tela absoluta do telejornal, dotada de ordem interna e homogeneidade.

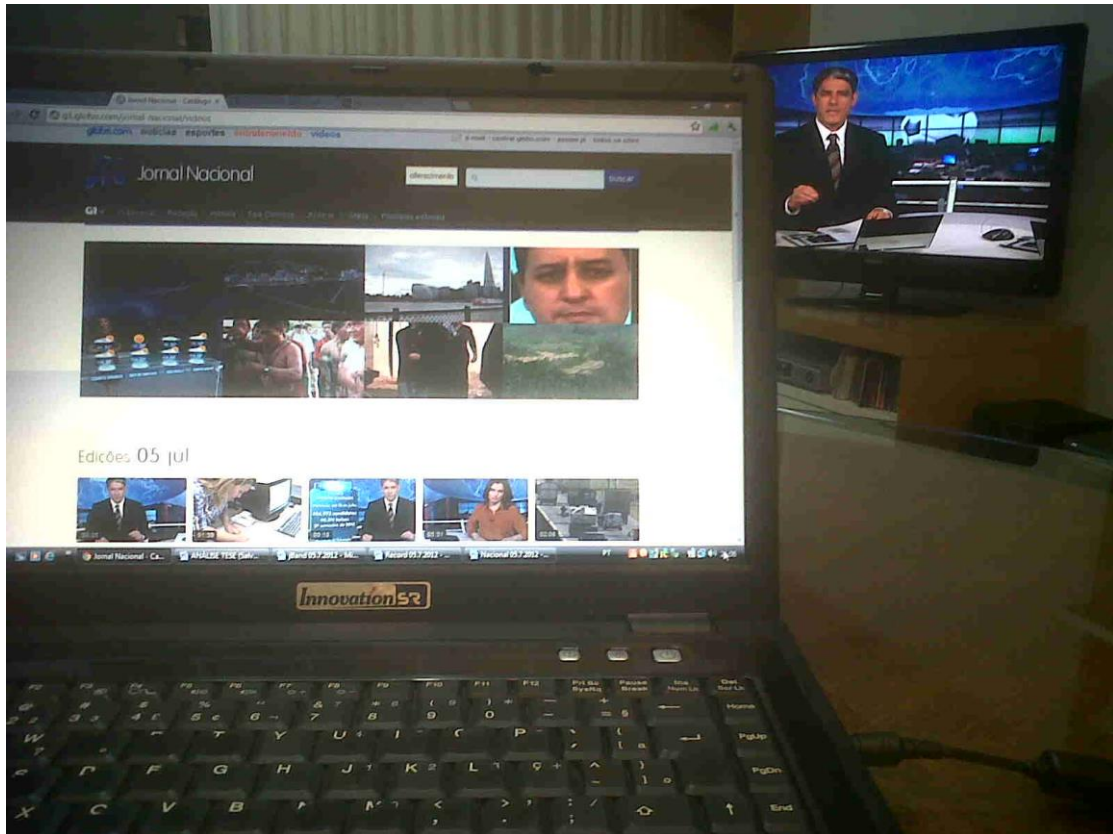


FIGURA 24 - Tela múltipla e fluida do computador ultrapassa a tela absoluta da televisão. Flagrante de emissão do Jornal Nacional às 21h07 de 05 jul. 2012 e o resultado da migração para o ciberespaço e construção do webtelejornal Nacional até aquele momento. Foto: Letícia Renault.

As feições exibidas pelos quatro webtelejornais aqui analisados os credenciam a ser compreendidos como “mutações”, segundo o conceito apresentado por Robert Stam (STAM, 2005, p.3). Eles podem ser vistos como resultado do esforço do telejornal para se adaptar e sobreviver no ambiente desafiador e descontrolado do ciberespaço. Os webtelejornais são versões para a web da edição exibida na televisão, pois nascem no suporte televisão e migram para o ciberespaço. No período observado, foi possível identificar duas estratégias de constituição do webtelejornal produzido no País: a imediata e a posterior.

A primeira estratégia segue a tradição da transmissão ao vivo da televisão que, uma vez no ambiente virtual, se amplifica. Por estratégia imediata compreende-se aquela em que o telejornal já assumiu, em parte, a condição de cibermeio e não faz mais distinção entre a transmissão ao vivo na televisão e na internet. Ele utiliza a

exibição ao vivo imediata e simultânea. É o webtelejornal que entra ao vivo na *web* e na televisão ao mesmo tempo. Esse webtelejornal considera o ciberespaço como ambiente comunicacional relevante a ponto de não fazer distinção entre a televisão aberta, a fechada e a internet, quando se trata de divulgar informação. Ele surge na tela do computador mantendo a natureza originária de ser um meio de comunicação ao vivo.

A estratégia considerada posterior diz respeito ao webtelejornal que não tira proveito da capacidade técnica de ser exibido ao vivo na *web* e se apresenta como um desdobramento da exibição televisiva que o origina. O webtelejornal que surge de uma estratégia posterior é aquele que se caracteriza por se constituir no ciberespaço no rastro da exibição televisiva, ou seja, à medida que as reportagens vão saindo do ar na televisão e vão sendo disponibilizadas na *web*.



FIGURA 25 - Fac-símile de página do webtelejornal da Band. Edição de 19 jun. 2012. Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

Entre os quatro webtelejornais observados, apenas um opera a forma imediata. Trata-se do webtelejornal da Band. Ele entra no ar ao vivo na *web* às 19h20 de segunda-feira a sábado, horário em que tem sido tradicionalmente transmitido na televisão aberta em rede nacional. A exibição na *web* acontece com

alguns segundos de retardo⁶⁵ em relação à transmissão televisiva, o que não prejudica a simultaneidade da exibição *web*/televisão. A FIG. 26 ilustra um *take* da exibição do webtelejornal da Band no dia 19 de junho de 2012, e se pode verificar, na FIG. 25, que a edição do webtelejornal da Band é a mesma televisiva em conteúdo e duração. Para se inserir no ambiente hipertextual, ela abre um quadro televisivo, ou seja, uma janela televisiva na página *web*.

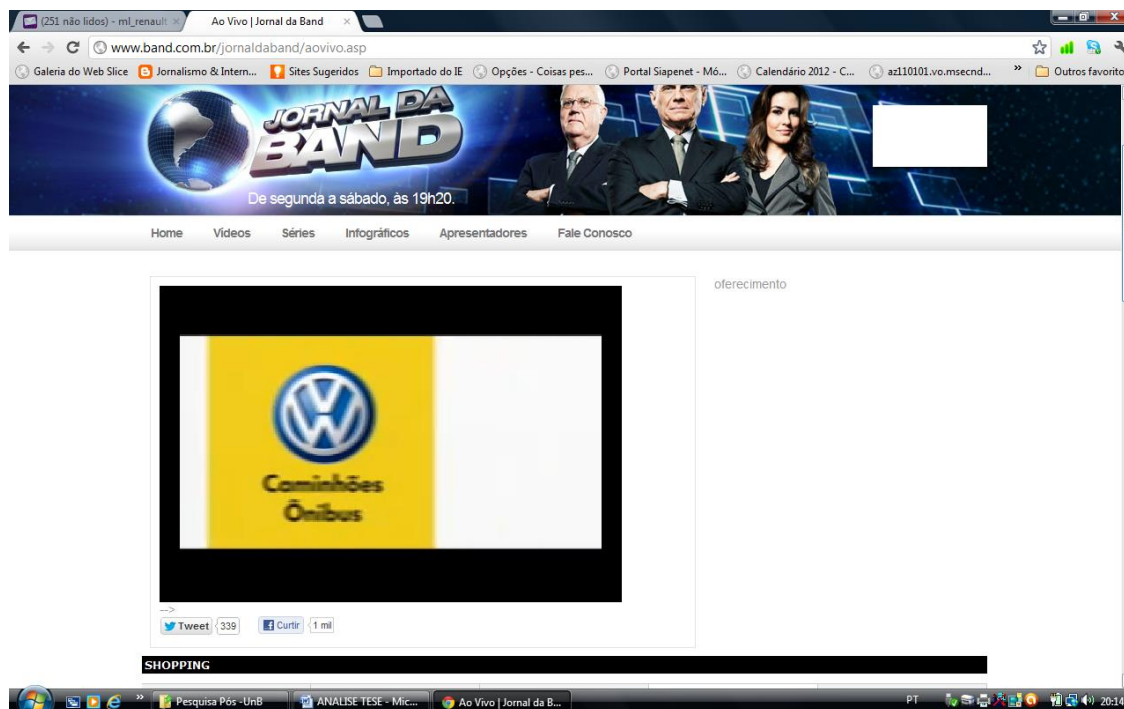


FIGURA 26 - Fac-símile de página do webtelejornal da Band com intervalo comercial. Edição de 19 jun. 2012.
Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

Os blocos informativos e comerciais do webtelejornal da Band são os mesmos da televisão, como ilustra a FIG. 26. Uma vez encerrada a exibição ao vivo, o conteúdo do telejornal fica disponível para o internauta.

⁶⁵ O termo técnico utilizado para designar essa diferença no tempo de transmissão entre a televisão e a *web* é *delay*.

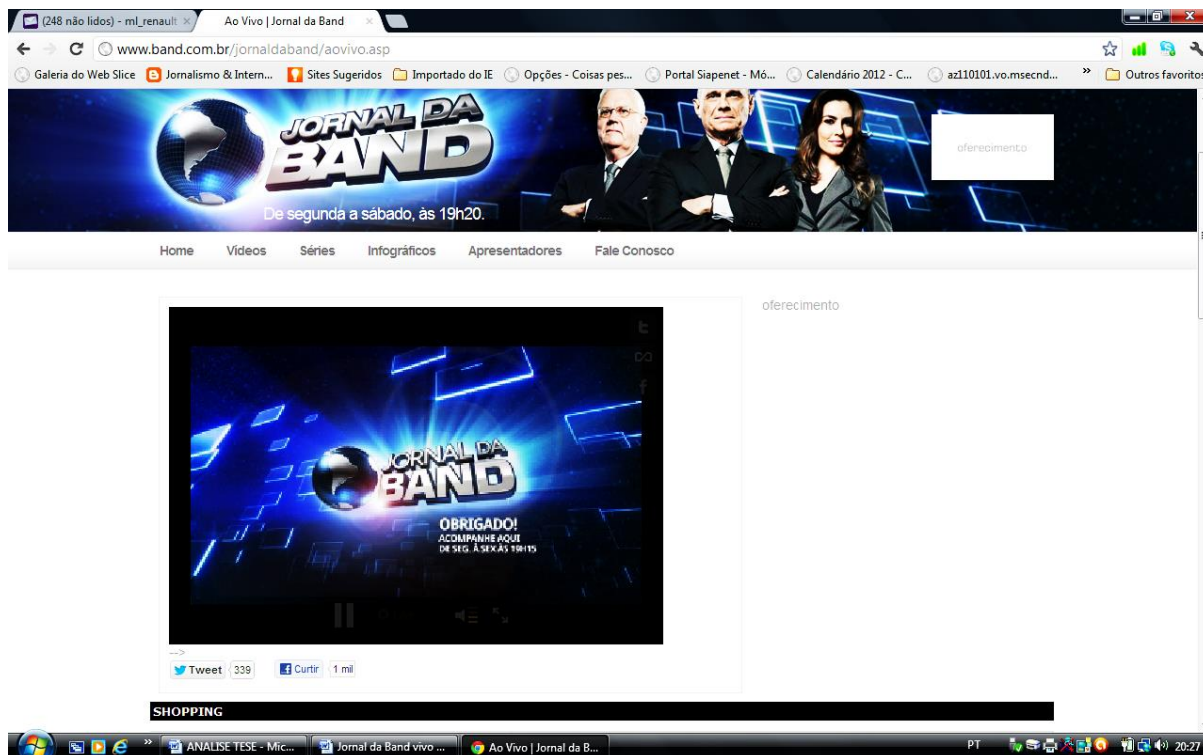


FIGURA 27 - *Take* final da edição do webtelejornal da Band em 19 jun. 2012: agradecimento ao internauta e informação sobre horário. Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

Se, ao final da edição televisiva, o telejornal exibe uma ficha técnica com informações sobre a equipe responsável pela produção, a exibição ao vivo do webtelejornal é encerrada com um agradecimento ao internauta, como ilustra a FIG. 27. Uma vez encerrada a exibição ao vivo na *web*, as reportagens ficam disponíveis na página do webtelejornal e podem ser acessadas uma a uma pelo internauta. Um exemplo dessa forma de acesso individualizada pode ser conferido na FIG. 28, que exibe um *take* de reportagem, exibida em 19 de junho de 2012, sobre as consequências da geada que caiu no Rio Grande do Sul.

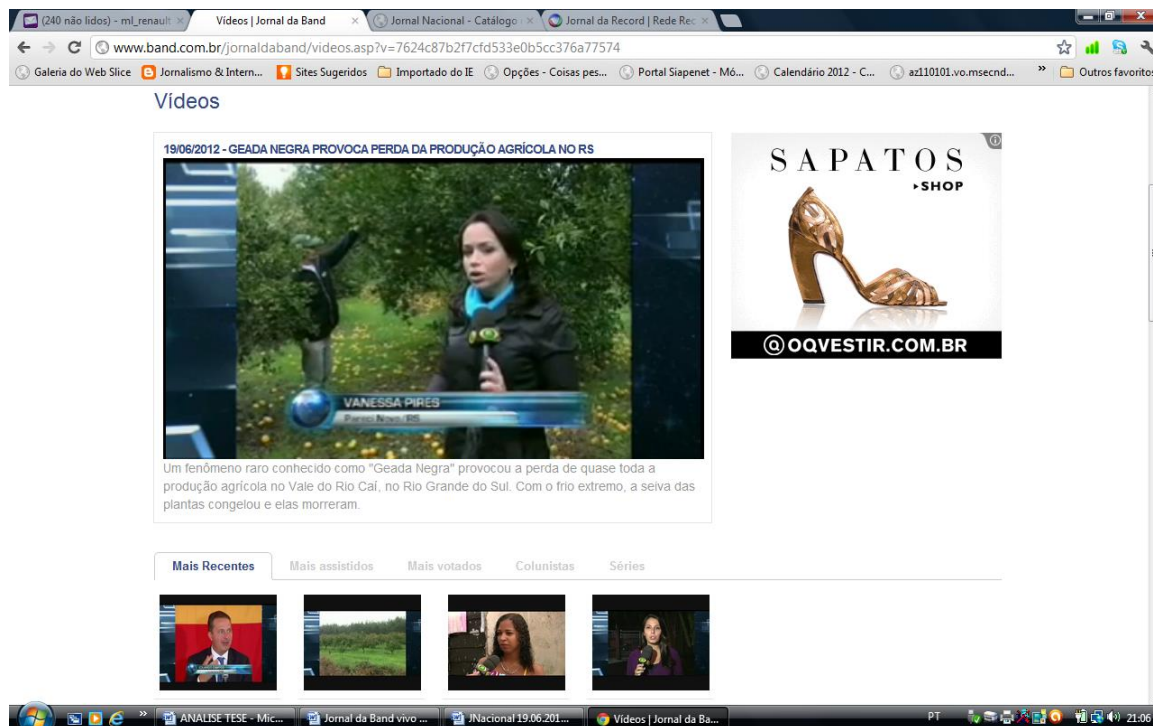


FIGURA 28 - Webtelejornal da Band: reportagens exibidas ao vivo ficam disponíveis na página após sair do ar na *web* e na televisão.

Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

No período observado, os demais webtelejornais adotaram a estratégia posterior, ou seja, migraram para a *web* somente conteúdos cuja exibição já havia sido encerrada na transmissão televisiva. As reportagens dos webtelejornais da Globo e Nacional começam a surgir nas páginas *web*, em média, cerca de 20 minutos após terem sido exibidas na televisão. As edições diárias dos webtelejornais da Globo e Nacional vão surgindo no ciberespaço à medida que as versões na televisão vão desaparecendo. Quando os respectivos telejornais saem do ar, a maior parte do conteúdo exibido já está disponível na *web*. Segundos após a edição televisiva se encerrar, o internauta consegue acessar todo o conteúdo televisivo na *web*. No dia 19 de junho de 2012, por exemplo, dezenove minutos após o Jornal Nacional estar no ar, o webtelejornal Nacional disponibilizou as três primeiras reportagens exibidas na televisão, como ilustra a FIG. 29, iniciando sua configuração no ciberespaço.

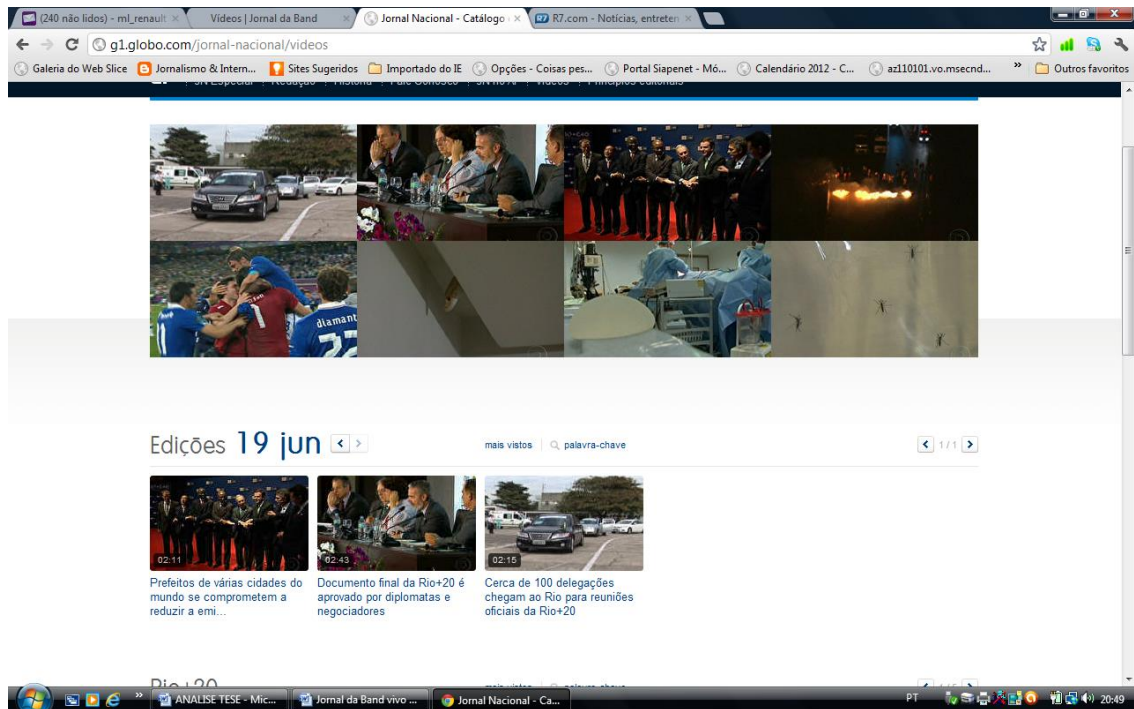


FIGURA 29 - Weblejornal Nacional em construção: edição do dia 19 jun. 2012 migrando para o ciberespaço e se configurando na *web*.

Disponível em: www.g1.glob.com/jornal-nacional/ vídeos. Acesso em: 19 jun. 2012.

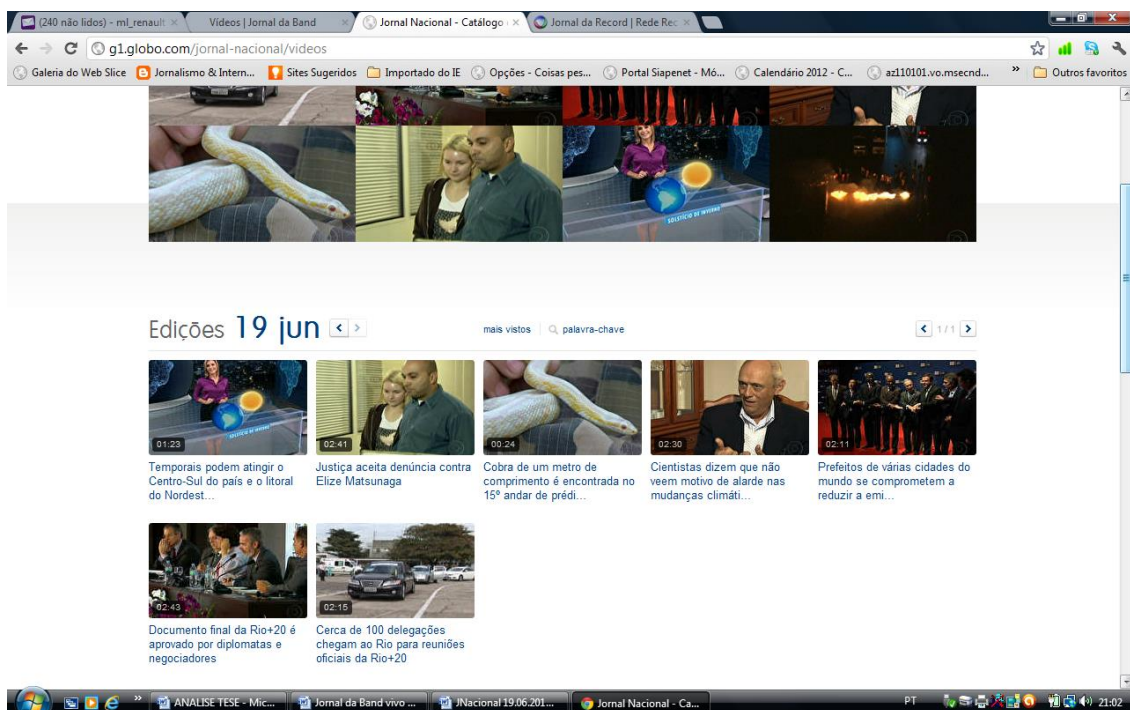


FIGURA 30 - Weblejornal da Band em construção: edição do dia 19 jun. 2012 migrando para o ciberespaço e se configurando na *web*.

Disponível em: www.g1.glob.com/jornal-nacional/ vídeos. Acesso em: 19 jun. 2012.

Pela observação foi demonstrado que, quando o webtelejornal Nacional exibiu seis reportagens, sua versão televisiva já havia saído do ar em 19 de junho de 2012, conforme a FIG. 30.

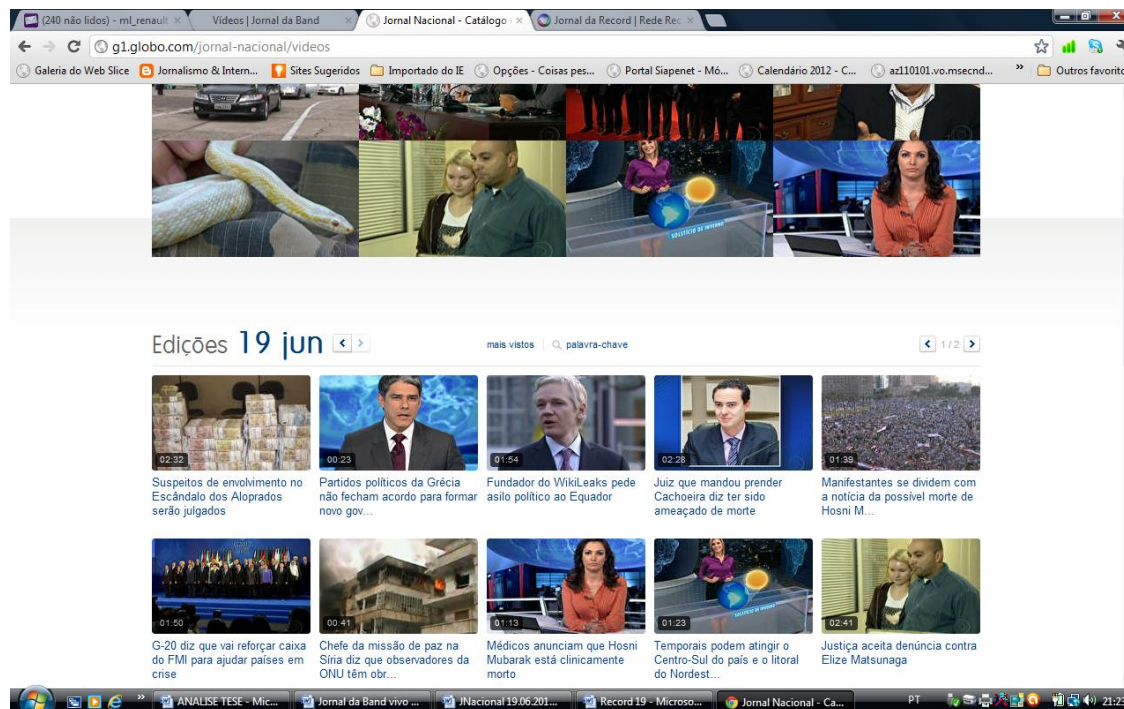


FIGURA 31 - Webtelejornal Nacional em construção: edição do dia 19 jun. 2012 migrando para o ciberespaço e se configurando na *web*. Disponível em: [www.g1.glob.com/jornal-nacional/ vídeos](http://www.g1.glob.com/jornal-nacional/videos). Acesso em: 19 jun. 2012.

Quando todos os VTs reportagem migram para a *web*, tem-se então o webtelejornal constituído exibindo o catálogo de vídeos à disposição do internauta. A FIG. 31 mostra a edição de 19 de junho de 2012 do webtelejornal Nacional após a migração completa dos conteúdos do Jornal Nacional para o *site*.

O webtelejornal da Record adota estratégia posterior completa. A edição diária só surge quando a versão televisiva já saiu do ar. Um exemplo dessa forma de migração foi constatado na edição de 19 de junho de 2012, quando as páginas do webtelejornal da Record ficaram inalteradas enquanto a edição televisiva esteve no ar. Nos primeiros 10 minutos do telejornal a página ficou sem qualquer atualização e assim permaneceu até por volta das 21h15, quando se encerrou na televisão.

The screenshot shows the R7 website homepage. At the top, there is a navigation bar with categories: Notícias, Entretenimento, Esportes, Vídeos, and Rede Record. Below this is a search bar with the text "O que você procura?" and a "BUSCAR" button. To the right, there is a calendar widget for June 2012, showing the current date as June 19th. The main content area is divided into several sections: "O Programa", "Apresentadores", "JR Denúncia", "Séries", "Blogs", "Enquetes", "Vídeos", and "Envie sua sugestão". The "Séries" section features a video thumbnail with the headline "Repórter conta os bastidores da matéria que mostra adultos que voltaram a estudar". The "Última Edição" section features a video thumbnail with the headline "Mesmo abalada com a morte da irmã, Angela Bismarchi cumpriu tarefas em A Fazenda". There is also a "Publicidade" section for "dafiti" featuring a leather jacket for R\$ 518,00 (12x R\$ 43,17). A "Twitter" section shows a tweet from "Jornal_darecord" about the reporter's story. The browser's address bar shows "noticias.r7.com/jornal-da-record/" and the system tray at the bottom indicates the time is 21:15.

FIGURA 32 - Fac-símile da página de abertura do webtelejornal da Record às 21h15 de 19 jun. 2012. Disponível em: <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/videos/?date=19-6-2012>. Acesso em: 19 jun. 2012.

This screenshot is similar to Figure 32, showing the R7 website homepage at 21h55 on June 19, 2012. The layout and main content are identical, but there are some differences in the right-hand side. The "Twitter" section now shows a tweet from "Jornal_darecord" with the text "Repórter conta os bastidores da matéria que mostra adultos que voltaram a estudar. Não perca! #JR_r7.com/_Tgb" and a timestamp of "2 hours ago". The "Publicidade" section for "dafiti" is still present. The browser's address bar remains the same, and the system tray at the bottom indicates the time is 21:55.

FIGURA 33 - Fac-símile da página de abertura do webtelejornal da Record às 21h55 de 19 jun. 2012. Disponível em: <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/videos/?date=19-6-2012>. Acesso em: 19 jun. 2012.

As FIG. 32 e 33 demonstram a falta de atualização do webtelejornal enquanto seu antecessor televisivo está sendo exibido. Já a FIG. 34 mostra como se configura a página *web* durante a sequência da migração dos conteúdos do Jornal da Record que constituíram a edição do seu webtelejornal em 19 de junho de 2012. No período observado pela pesquisa, a edição diária do webtelejornal da Record só começou a surgir na página *web* quase meia hora após o fim do telejornal.



FIGURA 34 - Fac-símile da página do webtelejornal da Record se configurando às 21h56 de 19 jun. 2012. Disponível em: <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/videos/?date=19-6-2012>. Acesso em: 19 jun. 2012.

Quando se observa sob o prisma da passagem da exibição de informação ao vivo para a condição de informação virtual, pode-se concluir que o webtelejornal contém o telejornal e agrega à informação audiovisual produzida para a televisão as características propiciadas pelo ciberespaço, como se seguirá apontando. O webtelejornal amplia a dimensão de desterritorialização da informação audiovisual iniciada no século passado pelo telejornal.

A disponibilização propiciada pelo ciberespaço ultrapassa a condição da divulgação momentânea, instantânea e imediata que caracteriza o telejornal. A disponibilização na *web* torna acessíveis ao público informações e serviços que permanecem virtualmente ao seu alcance e podem ser atualizados no ciberespaço

quando necessário. Os webtelejornais representam o esforço do telejornalismo hegemônico do século XX de se adaptar ao advento do ciberespaço no século XXI. Nesse esforço, o telejornalismo deixou a zona de conforto de ser uma linguagem extremamente decodificada e familiar ao público de televisão e se vê obrigado a buscar um lugar no novo paradigma comunicacional representado pelo ciberespaço. Nesse sentido, o webtelejornal representa a busca do telejornalismo por ultrapassar as dificuldades que a realidade virtual impôs ao jornalismo eletrônico. Nessa busca, o webtelejornal representa uma fonte de oportunidades para que o telejornalismo redesenhe e amplie sua linguagem na nova materialidade possibilitada pelo ciberespaço, materialidade que engloba e, ao mesmo tempo, ultrapassa as formas elétricas anteriores, tais como as transmissões do rádio e da televisão.

5.2 O cibermeio emerge de programa televisivo

O webtelejornal se constitui como um conjunto de unidades informativas independentes e disponíveis de forma múltipla e fragmentada na rede que, ao serem disponibilizadas na página *web*, passam a ser chamadas de vídeos. Cada unidade informativa ou vídeo é um *link* que pode ser acompanhado isolado, individual e independentemente dos demais. Os vídeos estão relacionados na página *web*, dispostos um ao lado do outro. Entre eles não há ordem estabelecida de importância, nem de prioridade. Eles estão em pé de igualdade na topografia do ciberespaço. Todos são pontos, portas de entrada para a informação virtual. Após assistir a um dos vídeos, o internauta pode ir para outro à sua escolha ou mudar para outra página *web*. Os vídeos não estão interligados uns aos outros, como as reportagens exibidas pelo telejornal. Ao serem acessados, podem ser ou não acompanhados até o fim, podem ser assistidos novamente quantas vezes o internauta quiser, e podem ser abandonados rumo a outro *site*.

O fato de o webtelejornal ser um conjunto de vídeos ligados pela concreta possibilidade de conexões o conforma, segundo o conceito de hipertexto descrito por Pierre Lévy (1999). Ele é um conjunto de nós, pontos, ou seja, de vídeos dispostos nas páginas. Os vídeos não estão ligados linearmente, apenas dispostos

lado a lado, em fileiras que lembram o formato das histórias em quadrinhos. Mas, ao contrário dos quadrinhos, são independentes um dos outros. Cada vídeo estende suas conexões de forma reticular, ou seja, a partir dele pode-se fazer conexão com outro vídeo ou com qualquer outro *site*, independente de ser *site* jornalístico, pois como elemento hipertextual “*cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira*”, segundo o autor (LÉVY, 1999, p.33).

Devido ao princípio da mobilidade hipertextual, descrito por Lévy (1993, p.26), o webtelejornal “*não possui unidade orgânica, nem motor interno*”. A rede não possui um centro. Nela, os blocos televisivos se diluem, desaparecem. O ambiente hipertextual multimídia liberta os VTs reportagens do amálgama interno formado pela grade de programação televisiva e pelo espelho do telejornal. O webtelejornal decompõe o que antes foi um programa emitido em fluxo pela televisão no espectro eletromagnético. Se o telejornal é centralizado pela figura do âncora na tela única da televisão, o webtelejornal é descentralizado. Uma vez acessada a página do webtelejornal, podem-se seguir diversos caminhos, abandoná-los e retornar a eles, pois se trata de um espaço regido pela conectividade, em que se navega pela tela fluida e heterogênea. Desaparece o ato de assistir a uma tela única exibidora em que só é permitido ligar, desligar ou zapear⁶⁶. No ambiente hipertextual do webtelejornal a ação do internauta acontece no “*espaço*” em que se navega, ou seja, na rede mundial de computadores. Em busca de informação audiovisual jornalística, o internauta tem diversas opções de entrada no ciberespaço e pode desenhar o próprio percurso informativo, seja por aproximação ou por vizinhança, numa geografia em que as mensagens circulam por caminhos interconectados e pode-se ficar ou abandonar o webtelejornal, mas sempre se pode retornar a ele, o que cria um universo de ação distinto daquele possibilitado pelo *zapping* televisivo, ou seja, a troca de canais permitida pelo controle remoto.

Todos os quatro webtelejornais observados constituem cibermeios e abandonaram definitivamente o formato de programa televisivo, ou seja, se mostram múltiplos e fragmentados em relação ao telejornal, pois oferecem diversas opções de entradas nas páginas *web*.

⁶⁶ Vem da palavra inglesa *zapping*. Ver significado e uso no Glossário.



FIGURA 35 - Disponibilização de vídeos na edição de 05 jun. 2012 do weblejornal da Band. Disponível em: www.jornaldaband.com.br. Acesso em: 05 jun. 2012.

O weblejornal da Band, uma vez encerrada a exibição ao vivo na *web*, se despe das feições de programa de televisão e assume a fragmentação hipertextual, conforme mostra a FIG. 35, dispondo os vídeos na parte inferior da página.

O weblejornal da Record prefere dispor os vídeos de outra forma: no lado esquerdo da página, acompanhados por uma chamada escrita, como ilustra a FIG. 36. Quando se trata de disponibilizar as séries de reportagens, o weblejornal tira um pouco mais de proveito da multimídia e abre grandes janelas de vídeo, conforme mostra a FIG. 37.

Videos | Jornal da Band | Jornal Nacional - Catálogo | Videos | Jornal da Record | Jornal da Globo

noticias.r7.com/jornal-da-record/videos/

Policia prende traficante que operava em prisão de segurança máxima do RS
 Preso desde 2008, o traficante comandava a distribuição de drogas de dentro do presídio de Charqueadas (RS). Países como o Paraguai e a Bolívia eram os principais fornecedores da droga. Só no verão de 2011/2012 a quadrilha chefiada por ele movimentou cerca de uma tonelada de maconha no litoral norte gaúcho.

05/07/2012
Cidade com Medo: conheça a empresária que se disfarça para evitar assalto
 Pessoas assaltadas têm dificuldade para superarem o trauma, mas, muitas vezes aprendem a conviver com a violência. É o caso de Elenilza, que já foi vítima de ladrões seis vezes e agora sai de casa disfarçada para não chamar a atenção. O medo e a insegurança levaram a empresária a se desfazer do carro importado, das joias, usar figurino simples e levar a bolsa escondida. Conheça na reportagem especial da série, pessoas que mudaram o estilo de vida por medo de assaltos.

05/07/2012
Quadrilha chefiada por delegado esvaziava sepulturas para revendê-las mais caras
 Em operação nos cemitérios da Baixada Fluminense, policiais e fiscais do meio ambiente descobriram sepulturas com sinais de violação. O esquema da chamada máfia das funerárias, que seria chefiada por Marcelo Nogueira de Souza, delegado da Polícia Federal, seria montado para esvaziar sepulturas, revender o espaço a preços mais caros e jogar as ossadas no lixo. O delegado, o pai e o irmão são suspeitos de controlar as funerárias.

05/07/2012
Após ganhar Libertadores, Emerson Sheik diz acreditar no merecimento e não na sorte
 O jogador foi o responsável pelos dois gols do Corinthians contra o Boca Juniors, que garantiu o tão sonhado título da Libertadores da América. Emerson Sheik conta que não é uma pessoa iluminada e que somente mereceu a vitória pela sua dedicação.

05/07/2012
Depois de calorão fora de época, temperatura volta a cair bastante em SC nesta quinta (5)

Jornal_darecord Conheça os 18 jogadores convocados para disputar o ouro na Olimpíada 2012 [r7.com/1pvh](#)
 46 minutos ago · reply · retweet · favorite

Jornal_darecord Breno do Bayern de Munique é condenado por incendiar própria casa, na Alemanha [r7.com/OUJy](#)
 22 hours ago · reply · retweet · favorite

Jornal_darecord Apelo de Jade Barbosa para voltar à seleção não comove a CBG [r7.com/W_Lb](#)
 22 hours ago · reply · retweet · favorite

Notícias JR no Facebook

Esta página não pode ser vista pelo usuário atual. Por favor, verifique as configurações de visibilidade e privacidade da página.

Blog dos Correspondentes

acompanhe as principais notícias que movimentam os outros países do mundo
[Ver o blog](#)

quinta-feira, 5 de julho de 2012

FIGURA 36 - Edição do webtelejornal da Record em 05 jul. 2012.
 Disponível em: www.noticiasr7.com/jornal-da-record/videos. Acesso em: 05 jul. 2012.

Videos | Jornal da Band | Jornal Nacional - Catálogo | Séries | Jornal da Record | Jornal da Globo

noticias.r7.com/jornal-da-record/series/

O Programa | Apresentadores | JR Denúncia | **Séries** | Blogs | Enquetes | Vídeos | Envie sua sugestão

Você está em: Página Inicial / Séries

Séries

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Próximo -

CIDADE COM MEDO
 Cidade com Medo

RIQUEZAS DO NORTE
 Riquezas do Norte

EU VOLTEI PARA A ESCOLA
 Eu Voltei Para a Escola

SOS NATUREZA
 SOS Natureza

Publicidade

PTU
 CLIQUE E SAIBA MAIS!
 Secretaria de Fazenda **GDF**
 juntos por um novo DF

Twitter

Jornal_darecord Conheça os 18 jogadores convocados para disputar o ouro na Olimpíada 2012 [r7.com/1pvh](#)
 23 minutos ago · reply · retweet · favorite

Jornal_darecord Breno do Bayern de Munique é condenado por incendiar própria casa, na Alemanha [r7.com/OUJy](#)
 22 hours ago · reply · retweet · favorite

Jornal_darecord Apelo de Jade Barbosa para voltar à seleção não comove a CBG [r7.com/W_Lb](#)
 22 hours ago · reply · retweet · favorite

Notícias JR no Facebook

Esta página não pode ser vista pelo usuário atual. Por favor, verifique as configurações de visibilidade e privacidade da página.

quinta-feira, 5 de julho de 2012

FIGURA 37 - Edição do webtelejornal da Record em 05 jul. 2012.
 Disponível em: www.noticiasr7.com/jornal-da-record/videos. Acesso em: 05 jul. 2012.

Já o webtelejornal Nacional aproveita mais as possibilidades multimidiáticas. Os vídeos ocupam a página toda e são facilmente encontrados, conforme pode ser visto nas FIG. 38, 39 e 40.

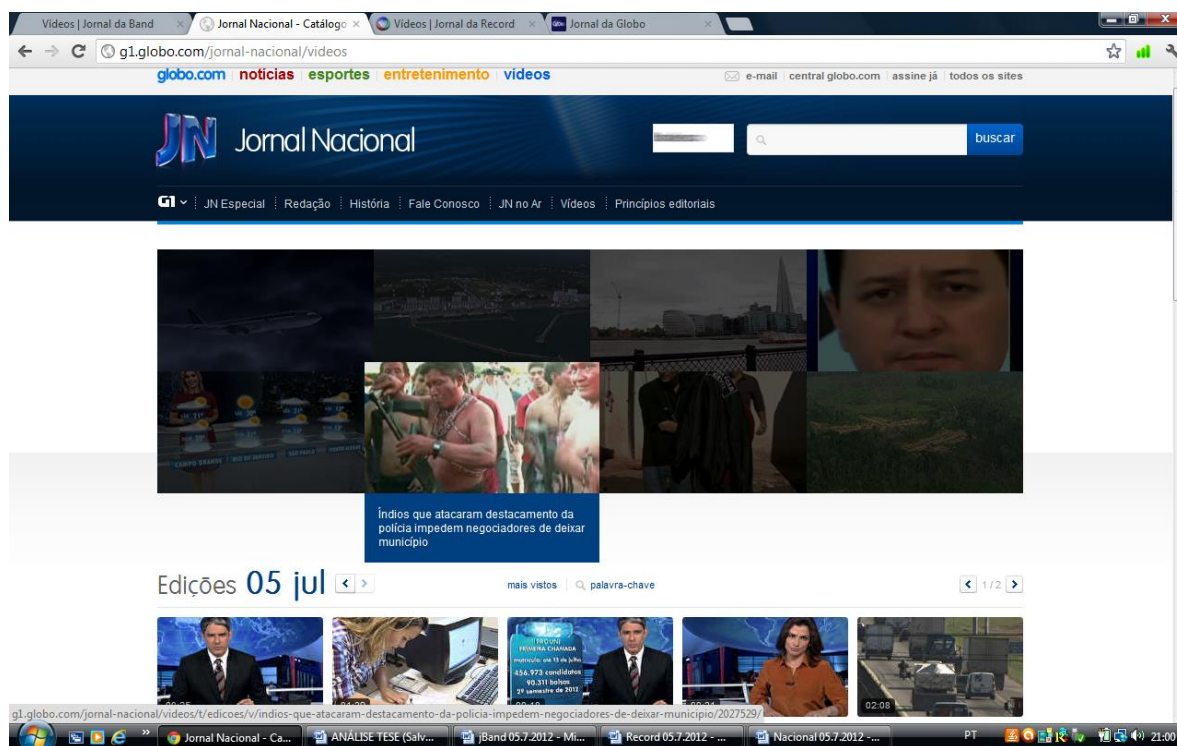


FIGURA 38 - Internauta faz o próprio caminho de visualização dos conteúdos que lhe interessar. Seção de vídeos do webtelejornal Nacional. Edição de 05 jun. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/quinta-feira-27-sera-de-frio-pelo-brasil/2159226/>. Acesso em: 05 jun. 2012.

Na página *web* ilustrada na FIG. 38, o internauta tem oito opções de vídeos e pode conectar-se e navegar por onde quiser, criando seu percurso informativo. A página *web* demonstra o desaparecimento do espelho telejornalístico, ou seja, o instrumento de organização interna do telejornal. O hipertexto faz desaparecer da exibição na *web* uma rotina interna do telejornal que hierarquiza, cria uma ordem de prioridade do ponto de vista dos jornalistas para a exibição das reportagens, logo, organiza como o telespectador vai receber a informação. A *web*, portanto, libera o internauta, em parte, da lógica de priorização e hierarquização de temas pautada pelos jornalistas.

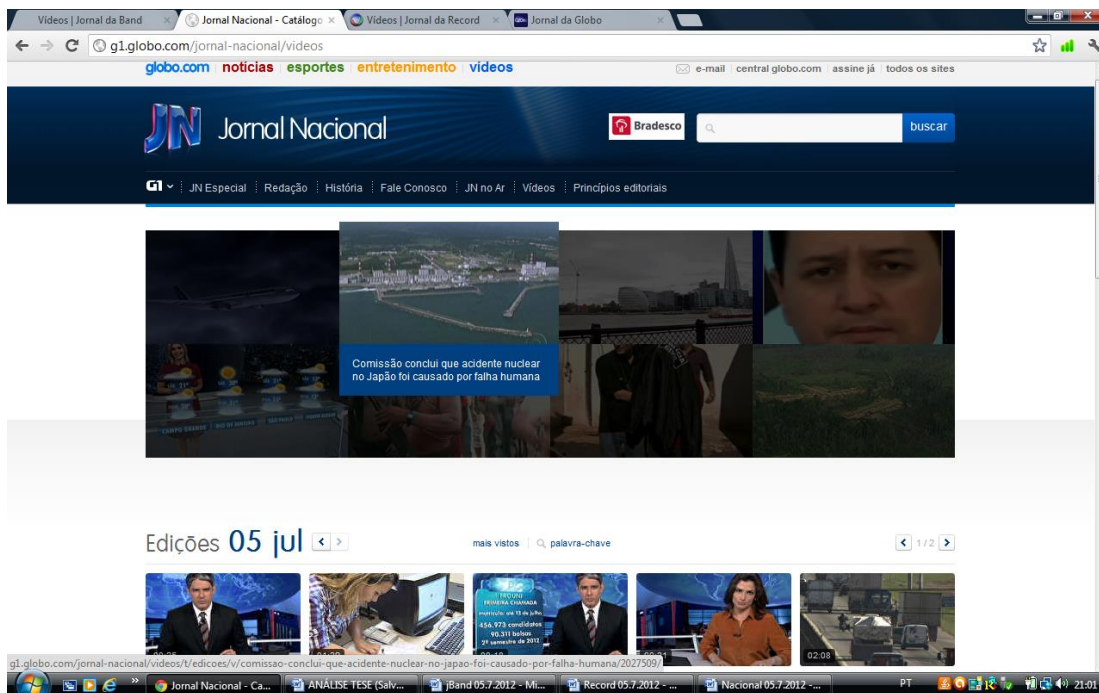


FIGURA 39 - Outra opção de acesso para a visualização dos conteúdos na edição do webtelejornal Nacional de 05 jun. 2012.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/quinta-feira-27-sera-de-frio-pelo-brasil/2159226/>. Acesso em: 05 jun. 2012.

A FIG. 39, acima, ilustra outro vídeo dessa edição do webtelejornal Nacional. O internauta pode se interessar somente por ele. Pode assistir a ele em seguida ao anterior, ou vice-versa.

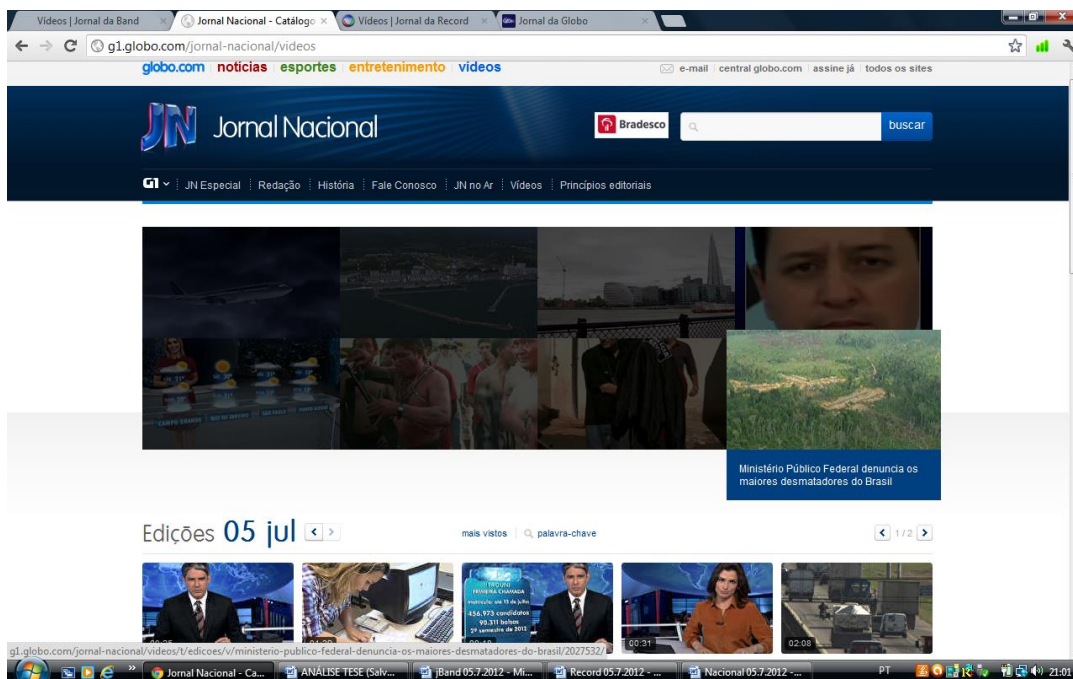


FIGURA 40 - Na edição do webtelejornal Nacional de 05 jun. 2012, o internauta encontrou opção de iniciar a visualização por qualquer uma das reportagens distribuídas por duas páginas.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/quinta-feira-27-sera-de-frio-pelo-brasil/2159226/>. Acesso em: 05 jun. 2012.

O webtelejornal da Globo segue a mesma fórmula de disponibilização de vídeos do webtelejornal Nacional.

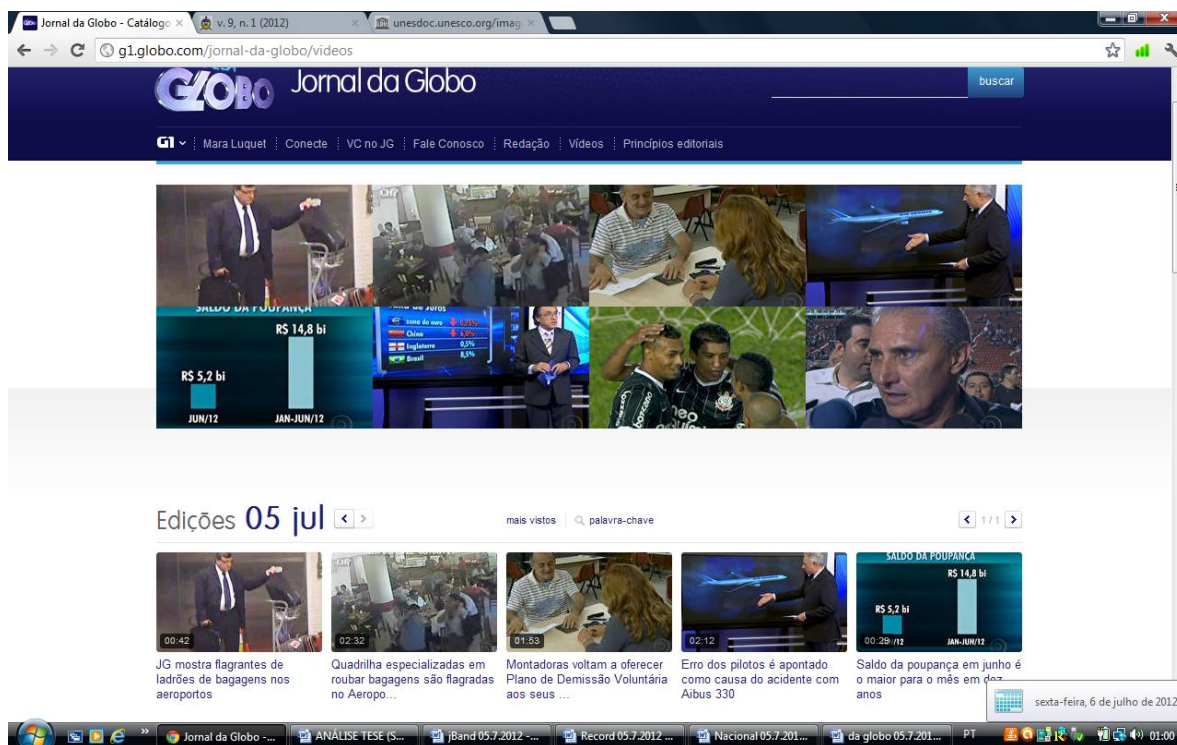


FIGURA 41 - Edição do webtelejornal da Globo em 05 jul. 2012.
Disponível em: www.g1.globo.com/jorna-da-globo/videos. Acesso em: 05 jul. 2012.

A FIG. 41 demonstra que o internauta opta pela reportagem em meio a uma galeria de vídeos. Os exemplos aqui exibidos dos quatro webtelejornais analisados indicam que o webtelejornal não impera na página. Ele é um dos caminhos disponíveis na tela do computador e está interligado a qualquer outro *link* que o internauta queira acessar no ambiente de conexão propiciado pela rede mundial de computadores e de outras máquinas conectáveis à *web*. O ciberespaço não garante ao telejornalismo o lugar de atração prioritária como ocorre no *prime time* televisivo. No ciberespaço não existe horário nobre. O webtelejornal é mais um dos inúmeros *sites* informativos, não a única opção na tela.

Luciana Mielniczuk (2003) compara as páginas dos *sites* informativos a caleidoscópios, pois, segundo a autora, elas exibem a informação disposta de forma fragmentada. A analogia ao caleidoscópio é insuficiente para dimensionar a natureza de possibilidades de acesso à informação no ambiente hipertextual e multimídia. O caleidoscópio é um aparelho ótico que permite ao homem ver combinações

coloridas à medida que a luz incide sobre o jogo de espelhos no seu interior⁶⁷. Ele produz conformações multicoloridas que se modificam à medida que é girado por quem olha pelo seu tubo, que parece uma pequena luneta. A despeito do encantamento que o caleidoscópio oferece ao olhar, não se consegue ver através dele além das belas cores que cria de forma ilusória e virtual. Já no ciberespaço é possível penetrar para além da primeira página conectada. É possível seguir navegando pela rede e encontrar informações em outros territórios virtuais, para além dos *sites* de informação jornalística. A comparação com o caleidoscópio caberia melhor à televisão, pois com o controle remoto é possível girar de canal em canal, sempre dentro das limitações e dos conteúdos propostos pelo tubo televisivo. É preciso lembrar, no entanto, que o caleidoscópio cria ilusões, já a televisão e a *web*, no que diz respeito ao jornalismo, produzem representações simbólicas com o objetivo de informar.

O webtelejornal ultrapassa a diversidade de informações dos diversos canais televisivos que exibem telejornais. Como cibermeio, ele permite que, uma vez disponibilizada no ciberespaço, a informação jornalística audiovisual permaneça em sua potencialidade virtual à mercê da conectividade, enquanto no antecessor telejornal ela evapora no espaço eletromagnético a cada exibição diária⁶⁸. A primeira consequência dessa diferença entre o webtelejornal e o telejornal é que, como cibermeio, o webtelejornal consegue prolongar a existência da informação, mantendo-a disponível no ciberespaço e, logo, ampliando o espectro de acesso e audiência ao jornalismo audiovisual.

No webtelejornal convivem características do meio que o precedeu e aquelas próprias do ambiente hipertextual. Entre as feições adquiridas, algumas são inéditas em relação ao telejornalismo, mas podem ainda remontar a suportes midiáticos anteriores aos cibermeios. Se, por um lado, os vídeos correspondem aos VTs reportagens televisivos, as seções do webtelejornal podem ser, por outro lado, consideradas uma inovação adquirida no ambiente hipertextual multimídia. As seções são subdivisões visíveis na página de abertura do webtelejornal. Elas são novos espaços para a divulgação e disponibilização do texto audiovisual. Ao longo

⁶⁷ A palavra caleidoscópio deriva do grego, da composição das palavras *kalos*, que significa belo, bonito; *eidos*, que significa imagem, figura, e *scopeo*, que quer dizer observar, olhar para algo.

⁶⁸ A despeito dos recursos tecnológicos de gravação e principalmente dos novos aparelhos de televisão digital dotados de gravadores, o telejornal preserva sua natureza instantânea e imediata.

do período desta pesquisa foi possível identificar 12 títulos de seções utilizadas nas páginas dos webtelejornais brasileiros. Elas abrem para os assuntos especiais, promovem enquetes junto aos internautas, apontam os vídeos mais vistos, dão acesso ao arquivo de edições anteriores. As seções poderiam ser vistas como uma evolução dos chamados quadros fixos dentro do telejornal. Os quadros, como o nome indica, servem como lugar de fala de comentaristas e, raras vezes, de seus entrevistados. Mas devem-se compreender as seções como mais do que uma evolução do quadro fixo. Elas são de outra natureza. As seções do webtelejornal podem ir além, pois, como *links*, têm a função de desdobrar o webtelejornal no ciberespaço, multiplicando os espaços destinados à informação, possibilidade inexistente no formato de blocos televisivos.

Como cibermeio que, no momento, guarda características do meio analógico anterior, o webtelejornal se revela contraditório. Ele pertence à *web*, mas exhibe feições em que demonstra resguardar-se da natureza que o ciberespaço oferece à informação audiovisual. O webtelejornal da Band é o único exibido ao vivo na rede. Os demais só disponibilizam conteúdos na rede após a exibição na televisão aberta, o que sinaliza que tais webtelejornais funcionam como uma forma de complementação do telejornalismo no ciberespaço. O webtelejornal da Globo e o webtelejornal Nacional têm condições técnicas de oferecer ao internauta a versão integral da edição exibida na televisão aberta, mas só a liberam para os assinantes do portal G1, no qual estão alojados. A versão na íntegra da edição televisiva fica fechada para a maioria dos internautas. A eles só é permitido assistir a cada vídeo separadamente. A figura do cadeado adotada por esses dois webtelejornais, para informar acesso restrito à versão integral do telejornal, destoa da natureza do ciberespaço, território de conexão e de interação hipertextual em que não existem muros ou barreiras. O uso de um ícone com a figura de um cadeado confronta a natureza da informação jornalística, que é de ser pública e acessível a todos. Cadeados são utilizados para fechar, proteger, manter longe da maioria, permitir acesso somente aos que detêm as chaves, no caso do webtelejornal, os que pagam pelo conteúdo do portal.

Outra sinalização de que, no processo de mutação, a multiplicidade da *web* desafia a origem televisiva do webtelejornal é o fato de alguns dos observados buscarem manter, no ciberespaço, algo da experiência televisiva. Os webtelejornais

da Globo e Nacional são os únicos que utilizam um dispositivo chamado “luz”. Trata-se de um dispositivo que permite escurecer, ou seja, apagar toda a página deixando visível apenas a janela de exibição do vídeo. O dispositivo “luz” cria um ambiente de cinema, permite eliminar a multiplicidade da página *web* e direciona o olhar do internauta para o estúdio e para a fala do telejornal. O internauta pode ou não utilizar tal dispositivo, que é representado pelo desenho de uma lâmpada elétrica, alojada no canto superior direito de cada vídeo, como se fosse um interruptor à espera de ser acionado, como pode ser visto nas páginas a seguir.

As FIG. 42 e 43, a seguir, trazem duas ilustrações que exibem como funciona o dispositivo “luz”, adotado pelos webtelejornais alojados no portal G1. A FIG. 42 exhibe a página *web* múltipla, em que a janela de vídeo ao centro está cercada por outras informações e o dispositivo “luz” é uma opção do internauta. Já a FIG. 43 mostra como fica a página quando o dispositivo é acionado e a janela de vídeo passa a imperar na página, sem disputar a atenção do internauta com outras informações.



FIGURA 42 - Mecanismo “Luz” localizado no canto direito da janela de vídeo permite escurecer a página em volta do conteúdo audiovisual.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/fundador-do-wikileaks-pede-asilo-politico-ao-equador/2002485/>. Acesso em: 19 jun. 2012.



FIGURA 43 - Resultado do acionamento do mecanismo “Luz”: a página do webtelejornal ganha uma moldura escura que faz a janela de vídeo se sobressair, efeito que remete à tela de televisão. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/fundador-do-wikileaks-pede-asilo-politico-ao-equador/2002485/>. Acesso em: 19 jun. 2012.

Por outro lado, no processo de migração para o ciberespaço, os webtelejornais demonstram estar adquirindo características inéditas em relação ao antecessor, o telejornal. Em 2010, a página do webtelejornal Nacional não dispunha da seção *Princípios Editoriais*, como pode ser visto na FIG. 44. A barra azul exibe os *links* das oito seções que o webtelejornal Nacional possuía na época, como indica a seta azul.



FIGURA 44 - Página inicial de 09 out. 2010 do webtelejornal Nacional.
Disponível em: www.G1.com.br Acesso em: 09 out. 2010.

A seção denominada *Telejornais* reunia os *links* dos outros webtelejornais disponibilizados no portal G1 e funcionava como um ponto de direcionamento do internauta para eles. Na FIG. 45, ela já não existe mais. A página da edição do dia 5 de julho de 2012, exibida a seguir, mostra que a seção *Princípios Editoriais* substituiu a antiga seção *Telejornais*.



FIGURA 45 - Detalhe ampliado da barra de seções na edição de 05 jul. 2012 do webtelejornal Nacional, no qual se pode conferir a seção que informa os princípios editoriais. Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 05 jul. 2012.



FIGURA 46 - Ao acessar a seção *Princípios Editoriais*, o internauta chega ao documento no qual a empresa jornalística divulga seus princípios editoriais e carta aos acionistas. Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 05 jul. 2012.

Ao acessar a seção *Princípios Editoriais*, conforme a FIG. 46, o internauta chega ao documento pelo qual a empresa jornalística dá publicidade aos princípios editoriais que segue e a uma carta dirigida aos acionistas. O surgimento de uma seção específica para a disponibilização de um documento que divulga princípios editoriais da emissora aponta uma nova feição do jornalismo audiovisual no Brasil. Pode-se considerar que a seção inova ao dotar o webtelejornal de um expediente até então alheio ao telejornalismo, instância de comunicação que historicamente se pautou por não permitir ao telespectador olhar por detrás do cenário onde ficam os âncoras e sempre resguardou bastidores e entranhas das emissões e dos conteúdos divulgados. Entre os webtelejornais observados, essa categoria de seção só foi encontrada no da Globo e no Nacional, ambos alojados no portal G1⁶⁹.

A seção *História* pode ser compreendida como uma novidade na prática do telejornalismo. Ela disponibiliza informações institucionais sobre o webtelejornal e sua trajetória eletrônica na televisão, assumindo a condição de que o webtelejornal se revela como mutação de um meio anterior. A seção *História* sinaliza que, no ambiente hipertextual, a informação telejornalística não pode mais sobreviver como única tela emissora, e logo precisa se justificar, podendo dialogar com o internauta no espaço hipertextual.

Existem ainda as seções que dão ao webtelejornal feições que remontam a outros meios de comunicação. A seção especial, a seção de contato com a redação, a de informações sobre a equipe que produz o webtelejornal lembram editorias dos jornais e das revistas impressas. A seção que divulga informações sobre a equipe que faz o webtelejornal lembra o chamado *Expediente*, espaço geralmente localizado na segunda página, em que jornais e revistas informam os nomes dos jornalistas editorialmente responsáveis pelos conteúdos publicados. A seção *Contato com a redação* pode ser considerada uma nova versão de *Cartas para a Redação*. Já a seção especial parece querer repetir na *web* a *Matéria de Capa*, a principal editoria das revistas impressas.

Algumas seções do webtelejornal amplificam, no ciberespaço, quadros fixos que, uma vez migrados para a página *web*, ganham com as possibilidades hipertextuais de interatividade. Um exemplo é a seção *Mara Luquet* do webtelejornal

⁶⁹ Esta análise não se aprofundou no estudo do conteúdo do documento de princípios editoriais divulgados pela Rede Globo de Televisão em seus webtelejornais da Globo e Nacional, por não ser este o objetivo específico desta tese.

da Globo. Nessa seção, a jornalista especializada em economia faz um chamado para que internautas enviem vídeos com perguntas.



FIGURA 47 - Detalhe ampliado de página do webtelejornal da Globo com convite para que o internauta envie vídeo e participe da seção *Mara Luquet*. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/MaraLuquet.html>. Acesso em: 01 jun. 2012.

A página da edição do dia 1^o de junho de 2012, ilustrada na FIG. 47, exibe o convite permanente ao internauta: “*mande um vídeo com sua pergunta*”, abaixo do título *Participe da coluna*⁷⁰. Nas respostas gravadas em vídeo e divulgadas no webtelejornal, a jornalista esclarece dúvidas e dá orientações sobre finanças e consumo.

A seção *Mara Luquet* lança mão de um expediente desde muito utilizado pelo radiojornalismo. Historicamente, ouvintes de radiojornais enviam cartas, telefonam e, desde o final do século passado, dispararam mensagens eletrônicas com perguntas para os radialistas. Tal expediente nunca foi utilizado por telejornais. Neles, a emissão sempre seguiu a direção emissor-receptor. Os jornalistas especialistas comentam e buscam explicar cenários nas diversas áreas de cobertura da reportagem sem requisitar a participação do público. Ao migrar para o ciberespaço,

⁷⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/MaraLuquet.html>. Acesso em: 01. jun. 2012.

a coluna de economia demonstra buscar se adaptar ao ambiente de conectividade e interatividade hipertextual ao convidar o internauta para, em alguma medida, participar do conteúdo exibido.

Se, pela natureza virtual, o webtelejornal ultrapassa a condição de meio de comunicação eletrônico por disponibilizar informação, indo além de exibir, ao possuir feições hipertextuais ele amplia o espaço da linguagem audiovisual com fins jornalísticos. Através das seções, ele agrega às videoreportagens novos espaços de informação, como esta análise seguirá demonstrando.

5.3 A linguagem multimídia contém a linguagem audiovisual

A linguagem do webtelejornal é multimídia, contém a linguagem audiovisual - imagens e áudios que convivem com formas anteriores de comunicação, como a palavra escrita, a fotografia, o desenho. Assim como o telejornal se apropriou dos planos de enquadramento da fotografia e do cinema para criar sua narrativa na televisão, o webtelejornal resgatou elementos constituidores das linguagens de suportes eletroeletrônicos ao se moldar como lugar da informação jornalística audiovisual no ciberespaço. No ambiente hipertextual, o webtelejornal pode ser compreendido como a imagem dentro da imagem, ou seja, a tela do computador por si só já produz uma representação imagética que se abre para um universo heterogêneo e múltiplo de imagens no ciberespaço que são as páginas *web*.

A página *web* é representação imagética hipertextual, pois se constrói a partir dos princípios da metamorfose, da multiplicidade, da mobilidade e da heterogeneidade. Trata-se de uma construção fluida, possui uma materialidade heterogênea, hipertextual que é por natureza, pois permite que convivam lado a lado, em regime de complementação, vídeo, palavra escrita, palavra falada, desenho, fotografia e outros códigos de linguagem. A página *web* pode ser modificada, pode evoluir, pode metamorfosear-se na fluidez do hipertexto. Na página *web* as linguagens audiovisual, escrita, falada, fotográfica e o desenho assumem, como nunca em suportes anteriores, a materialidade primeira de representação imagética virtual multimídia. Tal página se move pelo princípio de encaixe em

escalas em que cada *link* nela instalado está conectado a outros, conformando a rede virtual, na qual nunca se esgota a possibilidade de repercussão e reverberação dos conteúdos.

Para compreender a página do webtelejornal, podem-se aplicar as perspectivas de André Rouillé (2004), Jacques Aumont (1993) e Michel Foucault (1999) sobre as formas de representação antecessoras à matriz digital que se revezaram na constituição das imagens contemporâneas multimidiáticas. Do ponto de vista do pensamento de André Rouillé, a página *web* pode ser compreendida como a atualização contemporânea do que o autor entendeu, a partir do advento da fotografia, como o “*mundo que começou a transformar-se em imagem*” (ROUILLÉ, 2004, pp.100-101). Se a fotografia modificou o modo de perceber o mundo e colaborou para a autonomização do campo simbólico, a matriz digital aprofunda tal processo a partir do fim do século XX.

Pode-se considerar que as linguagens utilizadas pela comunicação disponibilizadas no ciberespaço são representações imagéticas e não apenas os vídeos e as fotografias. Na tela do computador, todas as formas anteriores de comunicação resgatadas pelo hipertexto se tornam representações imagéticas, forjadas que são na matriz digital virtual hipertextual do ciberespaço. Todos os conteúdos produzidos em algumas dessas linguagens estão lá, em algum lugar do ambiente virtual, à disposição do internauta. Ao serem acessados e materializarem-se na tela do computador, a primeira forma que tais conteúdos assumem é a de representação imagética, antes mesmo de produzirem significação e sentido. Um áudio radiofônico, por exemplo, assume forma de representação imagética antes de produzir a linguagem falada. O internauta precisa acionar a imagem para ouvir o áudio. Na página *web*, vídeos, textos escritos, fotografias, desenhos e áudios transbordam para além de seus papéis nos suportes analógicos e vão atuar, um em complementação ao outro, conformando a linguagem que as sucede, ou seja, a linguagem multimídia.

A partir do pensamento de Jacques Aumont (1993), a página do webtelejornal pode ser compreendida como representação arbitrária e motivada. É arbitrária por ser construída no ambiente hipertextual como adaptação, mutação de um meio anterior forjado na origem televisiva. A motivação do webtelejornal é cumprir no ciberespaço o objetivo comunicacional de ser um serviço de informação jornalística

(AUMONT, 1993, p.103). Para tal, no estágio observado durante a pesquisa, os weblejornais descarregam no ciberespaço, diariamente, os conteúdos produzidos pelo telejornal e conseguem dar a eles nova forma de acesso, que é a disponibilização virtual em substituição à exibição televisiva.

A página do weblejornal ainda atualiza continuamente as notícias através da seção de informação escrita. A atualização de notícias na *web* atingiu um nível de velocidade superior à transmissão ao vivo televisiva, pois se caracteriza por nova racionalidade e economia de equipamentos. Entende-se como nova racionalidade porque, na matriz digital, os conteúdos audiovisuais podem ser descarregados no computador, editados e imediatamente disponibilizados nas páginas *web*, o que resultou em uma economia de procedimentos no fazer telejornalístico, já que eliminou a transferência de imagens das câmeras para as ilhas de edição e, destas, para as fitas usadas na exibição ao vivo. Enquanto a televisão ainda exige unidades portáteis de transmissão com maior número de equipamentos e um processo de edição padronizado, na *web* a atualização pode ocorrer a cada segundo através da palavra escrita ou da imagem ou do vídeo descarregado rapidamente de um simples telefone celular ou *tablet*⁷¹. O sentido do verbo descarregar empregado aqui significa transferir dados digitais de um aparelho para outro.

Em todos os weblejornais, a atualização se dá em cooperação com os portais de notícias nos quais estão alojados. Os portais são prova de que, no ciberespaço, as barreiras tecnológicas entre os meios se diluíram e resultaram em uma interdependência entre os meios, com um contendo o outro, como descreveu McLuhan. Quando o portal atualiza o noticiário, *sites* dos jornais impressos, de emissoras de rádios e os weblejornais nele alojados são simultaneamente atualizados. Entre os quatro weblejornais observados, todos possuem a seção de atualização de notícias, no entanto, em cada um ela recebe nomes diversos. Ao longo da pesquisa, as seções dos weblejornais da Globo e Nacional passaram de *Notícias do G1* para *Agora no G1*. A do weblejornal da Band manteve-se denominada *Plantão*. Já o weblejornal da Record, ao longo da observação, foi-se tornando mais ágil e ganhou atualização de notícias do portal R7, no qual fica alojado.

⁷¹ Ver significado e função em Glossário.

Do ponto de vista de Michel Foucault (1999, p.18), pode-se aplicar à página do webtelejornal a ideia de “*pura representação*”, conclusão a que o autor chegou ao analisar o quadro *As Meninas*, de Diego Velásquez. Para Foucault, a obra inovou ao conjugar o visível e o invisível, levando o centro da cena para fora da moldura, o que mudou o ponto de vista do espectador a partir daquele período histórico. Ao se observar o conjunto de páginas *web* que constituem o webtelejornal, pode-se compreendê-las como quadros dentro de um quadro maior, que, por sua vez, está disponível no universo de rede sem início ou fim, que é o ambiente hipertextual. Antes de funcionar como serviço de informação jornalística, as páginas *web* de um webtelejornal apresentam-se como representações imagéticas que se complementam e atuam interligadas. As características multimídia e interativa permitem ao internauta passar de uma página à outra, acessar, abandonar e retornar a elas no seu próprio e particular percurso de leitura e fruição, como já se frisou anteriormente. Na tela do computador, não se trata apenas de uma mudança de ponto de vista do observador da era digital. O ciberespaço oferece ao internauta que busca informação jornalística audiovisual uma possibilidade efetiva de ação, em alguma medida, a partir do conteúdo disponibilizado.

O internauta que assiste a um vídeo do webtelejornal pode agir socialmente deixando sua marca na página *web* de três modos efetivos: indicar se aprovou o conteúdo marcando a opção “curtir”, escrever um comentário que se torna público no webtelejornal, ou ainda compartilhar o vídeo em uma rede social no ciberespaço. Os quatro webtelejornais observados são conectados às redes sociais *Facebook*, *Orkut* e *Twitter*. Uma rede social pode ser definida como uma estrutura social que conecta pessoas no ambiente do ciberespaço a partir do aparato e do suporte tecnológico da *web*. Pela rede social, grupos se organizam em torno de um objetivo ou valor. As redes sociais são um fenômeno sociocultural que surgiu com o advento do ciberespaço a partir das tecnologias digitais. As mais conhecidas e utilizadas no Brasil são: *Facebook*, *Google*, *Orkut*, *Linkedin*, *My Space*, *Twitter* e *Baddo*⁷².

Ao compartilhar uma videoreportagem em uma rede social, o internauta tem uma ação diversa do observador que contempla a obra de Velásquez, descobre detalhes, admira os elementos da pintura e tece conjecturas a partir do que percebe. Como observador contemporâneo, o internauta pode fazer com que os conteúdos

⁷² Ver definição e objetivo de cada uma das redes sociais no Glossário.

transbordem da página do webtelejornal para outros pontos da rede mundial de computadores. Uma vez nas redes sociais *Facebook*, *Orkut* ou *Twitter*, por exemplo, conteúdos dos webtelejornais saem, em alguma medida, do controle dos produtores e passam para ao debate público mediado a partir do interesse do internauta que os compartilha no ciberespaço.

A página *web* se mostra um espaço de linguagem no qual se desenvolve uma ação efetiva do público internauta que constrói seu texto coletivo na esfera pública a partir de cada um dos comentários postados no debate que se desenrola a partir do fato político retratado pela reportagem⁷³. Pode-se entender que o texto produzido pelo público internauta promove um transbordamento da reportagem para além da seção *Vídeos*, pois o campo destinado a comentários dos internautas materializa uma forma efetiva de repercussão do conteúdo audiovisual no espaço da página *web* e isto só é possível porque o ambiente do webtelejornal é multimídia. Por efetiva compreende-se uma ação que pode ser imediata e concreta. É imediata, pois o compartilhamento dos *links* das páginas do webtelejornal pode ser realizado pelo internauta no ciberespaço, imediatamente após assistir ao vídeo, independentemente de auxílio de outros equipamentos tecnológicos. Assim como pode ser imediata a ação de inscrever um comentário atrelado ao conteúdo da página do webtelejornal. A ação do internauta pode ser considerada concreta, pois se materializa nas páginas do webtelejornal ou nas redes sociais de forma a ser conhecida por todos os internautas, ou seja, pelo público.

Esse transbordamento da representação imagética na linguagem multimídia não se dá nos termos de outras formas de comunicação. Difere da ação do ouvinte que comenta o que ouviu no rádio com amigos. Difere do telespectador que, a partir do que assiste, escreve um artigo no jornal ou uma carta para a produção do programa. O texto produzido pelo público internauta tem outra materialidade, que se caracteriza pela possibilidade de se conectar ao webtelejornal e nele deixar uma marca pessoal, o comentário. Ao abrir espaço para o comentário ou para o compartilhamento em redes sociais, o webtelejornal inova ao permitir, dentro da sua arquitetura, um lugar de fala ao internauta através do evento que se desenrola nas suas páginas. A partir dessa constituição, o webtelejornal traz ao jornalismo

⁷³ Transferir a página *web* para a página impressa foi um problema que a pesquisa buscou solucionar, gravando e copiando os diversos momentos da página *web*. No ato de gravação e cópia, tomou-se o cuidado para que o início de cada uma das cinco figuras que ilustram o exemplo contenha o final da anterior.

audiovisual um novo código capaz de produzir intertextualidade entre a instância de produção cultural e o público e, a partir disto, gerar a possibilidade efetiva de novos significados compartilhados socialmente. Códigos podem ser considerados, como visto anteriormente e de acordo com John Fiske, *links*, ligações diretas ou atalhos entre produtores, a instância de produção cultural e o público (FISKE, 1990, p.4). Na multimídia do ambiente hipertextual, a relação entre a produção do webtelejornal e o público foi modificada em alguma medida inovadora, se comparada ao antecessor telejornal. Os comentários deixados na página do webtelejornal ou, a partir dela, nas redes sociais indicam uma potencialidade de significados tecidos e compartilhados pelo público, agora efetivamente atrelados ao produto jornalístico no ciberespaço.

No webtelejornal da Band, o desenvolvimento e o transbordamento da página se dão a partir do momento em que o conteúdo jornalístico audiovisual ganha o ambiente hipertextual, associa-se à linguagem escrita e fica à disposição do público. O exemplo escolhido para ilustrar o transbordamento de informação na página *web* foi o da reportagem exibida na edição do webtelejornal da Band do dia 19 de junho de 2012 sobre a decisão da ex-prefeita da cidade de São Paulo, Luiza Erundina, do Partido Socialista Brasileiro, de não mais se candidatar a vice-prefeita da capital paulista na chapa encabeçada pelo ex-ministro da Educação, Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores, na disputa municipal de 2012⁷⁴. As FIG. 48, 49, 50, 51 e 52 exibem o texto que foi desenvolvido na página pelos internautas a partir do que o webtelejornal publicou.

⁷⁴ A chapa, criada pelo ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, ganhou o apoio do ex-governador paulista Paulo Maluf, o que levou à desistência de Erundina e gerou o fato noticiado.

The screenshot shows a web browser window displaying a news article on the Band website. The page title is "Erundina desiste de ser vice de Haddad" and the subtitle is "Deputada federal toma a decisão após a aliança entre PT e Paulo Maluf, seu adversário histórico". The article text states that federal deputy Luiza Erundina (PSB) has officially decided not to be the vice of Fernando Haddad (PT) in the São Paulo elections, following an alliance between the PT candidate and Paulo Maluf (PP). A large blue arrow points to the social media sharing icons (Twitter, Facebook, Google+) located above the article text.

FIGURA 48 - Página do weblejornal da Band edição de 19 jun. 2012.
Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

A FIG. 48 indica que quarenta e um internautas decidiram compartilhar a reportagem no Twitter, um no *Facebook* e um no *Google*, mas a página do weblejornal dispõe de mais espaço para a ação do internauta. Quem “rolou”, ou seja, leu o texto até o final da página, encontrou um espaço de debate público.

entre o candidato petista e Paulo Maluf, do PP.

Erundina é adversária histórica de Maluf e mostrou grande descontentamento após a aliança, que foi intermediada pelo ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Com a entrada do PP na chapa de Haddad, o candidato passou a ter mais 1min35s de tempo de TV.

Na manhã desta terça-feira, [Erundina chegou a declarar que não desistira da campanha](#), mas que manteria distância de Maluf. A deputada federal, no entanto, mudou de decisão depois de uma reunião com os líderes de seu partido.

O presidente do PSB e governador de Pernambuco, Eduardo Campos, vai deixar a vaga de vice em aberto para o PT decidir. [Lula também tenta aliança com Netinho de Paula](#), do PCdoB, e poderia oferecer o cargo de vice para seduzi-lo.

Debates

A Band realizará debates entre os candidatos em São Paulo no primeiro turno em agosto. Se acontecer segundo turno, os debates serão realizados em outubro.

Anúncios Google

Cosméticos frete grátis
Economize até 60% em marcas famosas Marcas 100% originais . Compre já [br.strawberry.net.com](#)

Promoção Relâmpago GOL

Receba notícias

Nome _____ E-mail _____ **Enviar**

Aceito receber e-mails da Band e parceiros

Últimas

Brasil
MP pede bloqueio de bens de Aref

Mundo
Fundador do WikiLeaks pede asilo político ao Equador

Cidades
TJ-SP condena acusados de matar estudante da USP

Cidades
MP-SP diz que Elize matou marido por vingança e interesse financeiro

Economia
SP: Claro, TIM, Oi e Vivo lideram reclamações no Procon

FIGURA 49 - Exemplo de continuação da página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012. Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

acontecer segundo turno, os debates serão realizados em outubro.

Anúncios Google

Cosméticos frete grátis
Economize até 60% em marcas famosas Marcas 100% originais . Compre já [br.strawberry.net.com](#)

Promoção Relâmpago GOL
Passagens Aéreas GOL a partir de R\$48 em até 6x s/juros Aproveite!
[ViajeNet.com.br/Promocao_Gol](#)

Vagas na Unimed
Unimed Contrata Aqui! Veja o Número de Vagas na Unimed.
[www.Catho.com.br/Vagas+Na+Unimed](#)

Receba notícias

Nome _____ E-mail _____ **Enviar**

Aceito receber e-mails da Band e parceiros

Últimas

Brasil
MP pede bloqueio de bens de Aref

Mundo
Fundador do WikiLeaks pede asilo político ao Equador

Cidades
TJ-SP condena acusados de matar estudante da USP

Cidades
MP-SP diz que Elize matou marido por vingança e interesse financeiro

Economia
SP: Claro, TIM, Oi e Vivo lideram reclamações no Procon

20 comments [Add a comment](#)

Horane De Oliveira Távora Advogado at Rubin Matos, Rodha Martins, Loreiro Lima e Allevi - Advocacia Empresarial
Não conheço a atuação política dessa senhora, mas é reconfortante saber que ainda existem políticos que agem de maneira coerente...
Reply Like Follow Post · há 4 horas

Luciano Beregeno [Subscribe](#) Editor at Raiz Forte Comunicação
Postura coerente e acertadíssima the Erundina e do PSB paulistano.
Reply Like Follow Post · há 4 horas

John Paulo Reis Dir. de Criação at Thorium Marketing e Propaganda
aff
Reply Like · há 4 horas

Marcos Zoin Uniceidas
parece qe ninguem ta querendo o pt....
Reply Like · há 3 horas

FIGURA 50 - Exemplo de página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012. Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

www.band.com.br/noticias/eleicoes2012/sao-paulo/noticia/?id=10000511421

Marcos Zolin - Unidades
parece qe ninguem ta querendo o pt....
Reply Like · há 3 horas

Regina Helena Fomari Chueire - Diretora médica na empresa Instituto Lucy Montoro
Uma Linda Mulher....
Responder 5 · Curtir · Seguir publicação · há 4 horas

Haicon Machado - Assessor na empresa Rio Grande do Sul
Essa é a diferença entre uma LÍDER e um MEDÍOCRE.
Responder 3 · Curtir · Seguir publicação · há 4 horas

Carlos Alberto - Francisco Morato
Parabéns Luiza Erundina, a Senhora mostrou que os ideais estão acima de tudo, toh com Sra e não abro é dessa maneira que o PT cada dia vai perdendo visibilidade. Vai ser hilário ver o Sr Maluf no palanque, ou pedino voto p/ o ptezinho de São Paulo. 19999999.
Responder 2 · Curtir · Seguir publicação · há 4 horas

Solange Lejne - Assinar - Campinas
Ainda bem que existem pessoas que pensam nesse País... que tem um povo de pessoas com memória curta!
Responder 2 · Curtir · Seguir publicação · há 4 horas

Malu Vasconcelos - UnFor
Decepcionante se tivesse aceito, Parabéns pela firmeza de sempre.
Responder 2 · Curtir · Seguir publicação · há 4 horas

Emanuel Campos - Assinar - Gerente de Contas na empresa LWT Software
Quem mais quer votar nela e no PSB independente? Com vice próprio? Nada de alianças!
Responder 1 · Curtir · Seguir publicação · há 4 horas

Ana Maria Akemi - Universidade de São Paulo
Erundina é ex-prefeita de São Paulo, experiente, idônea, coerente, livre pensante, investiu de fato em educação em sua gestão. Não vejo motivo para que seja candidata a vice. Deveria ser candidata a prefeita pelo seu partido. O PSB deveria investir em sua candidatura. Meu voto é dela!
Responder · Curtir · há 4 horas

FIGURA 51 - Exemplo de desenrolar de página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012. Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

www.band.com.br/noticias/eleicoes2012/sao-paulo/noticia/?id=10000511421

Emanuel Campos - Assinar - Gerente de Contas na empresa LWT Software
Quem mais quer votar nela e no PSB independente? Com vice próprio? Nada de alianças!
Responder 1 · Curtir · Seguir publicação · há 4 horas

Ana Maria Akemi - Universidade de São Paulo
Erundina é ex-prefeita de São Paulo, experiente, idônea, coerente, livre pensante, investiu de fato em educação em sua gestão. Não vejo motivo para que seja candidata a vice. Deveria ser candidata a prefeita pelo seu partido. O PSB deveria investir em sua candidatura. Meu voto é dela!
Responder · Curtir · há 4 horas

Adilson Faria - Assinar - Nade
Parabéns Erundinal esta é uma mulher de fibra e ética.
Responder 3 · Curtir · Seguir publicação · há 2 horas

Enrique Luis Dos Santos - EEPG PROF. ZEINAIDE LOPES DE OLIVEIRA GOODY
E AINDA FOI MUITO COERENTE, CERTO ELA!
Responder · Curtir · há 2 horas

Claudemir Rodrigues
morane de oliveira távorase vc não conhece ERUNDINA, vai saber tbm que:ELA SAIU DA PREFEITURA DE SÃO PAULO do mesmo jeito que entrou...POBRE E CONTINUA POBRE!
Responder 2 · Curtir · Seguir publicação · há 2 horas

Daniel da Silva - Proprietor na empresa Daniel'S Painting
O PT deveria rever seus valores e ideais antes de fazer uma alianca maldita como esta, Luiza Parabens pela tua postura, que vergonha esta alianca, so falta o Pita levantar de sepultura p/ completar o time, INTERPOL neles!
Responder 2 · Curtir · Seguir publicação · há 2 horas

Ayrton Moraes - Belo Horizonte
São gestos de grandesa, coerência e integridade como a desta respeitável deputada Luiza Erundina que nos reacende a esperança de um Brasil melhor, mesmo que distante, a surgir no horizonte de nossa pátria!
Responder 2 · Curtir · Seguir publicação · há 3 horas

FIGURA 52 - Exemplo de desenvolvimento de página do webtelejornal da Band edição de 19 jun. 2012. Observação contínua do *corpus* de análise até 23h dessa data. Disponível em: www.band.com.br. Acesso em: 19 jun. 2012.

As FIG. 50, 51 e 52 ilustram o que ocorreu no momento observado pela pesquisa em que 20 comentários de internautas foram postados, materializando no ciberespaço um debate a partir do tema proposto pela reportagem. A página *web* informativa transbordou para um texto coletivo a partir de uma ação efetiva do público internauta. Nele podem-se ver inscritas opiniões dos internautas sobre a ex-prefeita de São Paulo, sobre a atitude por ela tomada e outras conjecturas a partir do fato jornalístico informado.

O weblejornal da Band oferece ainda opções para o internauta aprovar e/ou compartilhar publicamente as reportagens no ciberespaço. Um exemplo disso pode ser conferido na FIG. 53.

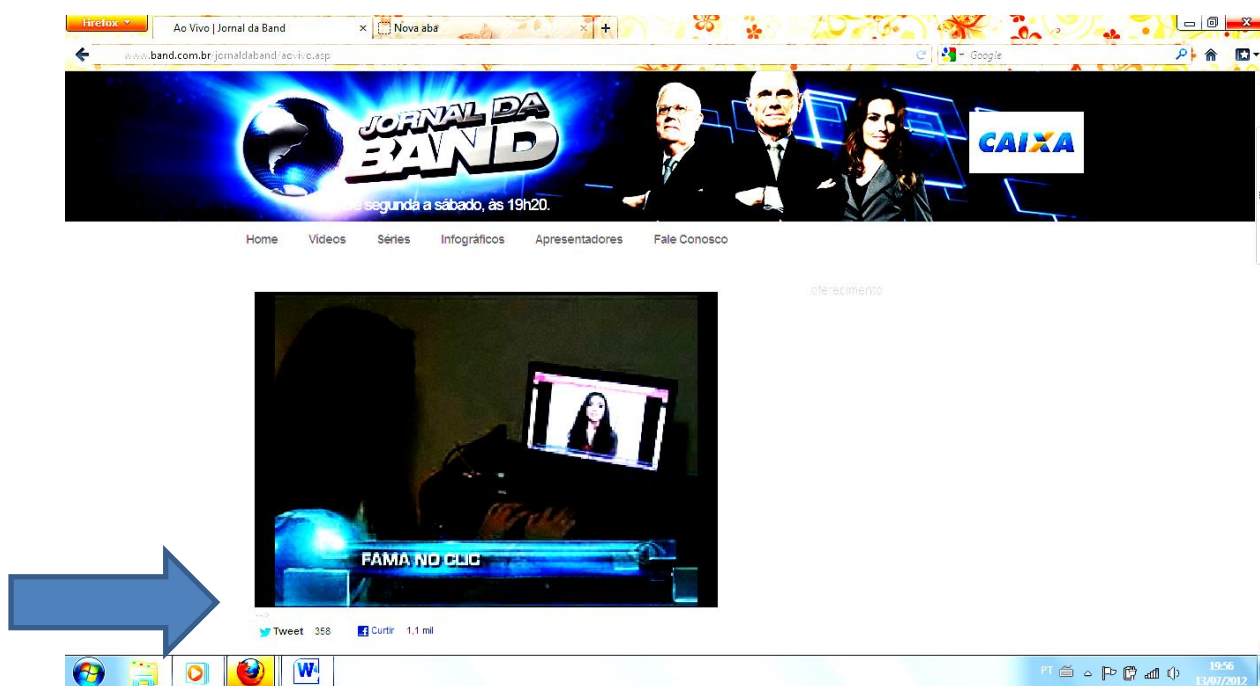


FIGURA 53 - Exemplo de página do weblejornal da Band da edição de 13 jul. 2012, cujo *link* o internauta pode compartilhar através da rede social *Twitter* ou indicar que gostou através da opção “curtir” da rede social *Facebook*.

Disponível em: www.jband.com.br. Acesso em: 13 jul. 2012.

A FIG. 53 exemplifica página da edição de 13 de julho de 2012 do weblejornal da Band em que 358 internautas “tuitaram”, ou seja, compartilharam a reportagem exibida pela página na rede social *Twitter*. O número de internautas que deixaram uma aprovação pública ao conteúdo da reportagem através do mecanismo “curtir” do *Facebook* chegou a um mil e cem, como pode ser comprovado pelos dois pequenos placares dispostos logo abaixo da janela de vídeo, no lado esquerdo da página, para os quais chama atenção a seta azul.

Pode-se observar uma estratégia do telejornal para induzir o internauta a fazer uso da interatividade, compartilhando ou divulgando o conteúdo assistido ou lido na internet, como demonstra a FIG. 54.



FIGURA 54 - Exemplo de página do webtelejornal da Band que permite ao internauta compartilhar o *link* da reportagem assistida pela rede social *Facebook*. Observe-se que o campo para postagem já vem assinalado, como forma de induzir o internauta a divulgar na rede o que assistiu. Disponível em: <http://www.band.com.br/jornaldaband/conteudo.asp?ID=100000510699>. Acesso em: 16 jun. 2012.

No exemplo ilustrado pela FIG. 54, deve-se atentar para o que indica a seta azul. Na página do webtelejornal da Band, o campo destinado ao comentário do internauta na rede *Facebook* já aparece assinalado, o que vai gerar o imediato compartilhamento do conteúdo na rede social, ou seja, o transbordamento da reportagem para fora das páginas do webtelejornal.

Pelos exemplos acima demonstrados pode-se concluir que o webtelejornal da Band permite uma forma de participação do internauta que, se não chega a colaborar em alguma medida com a produção do conteúdo informativo, o inclui, pois o comentário fica na página e traduz uma inscrição deixada pelo internauta no corpo do webtelejornal. Assim, a linguagem multimídia permite a esse webtelejornal aproximar-se do que Javier Díaz Noci (2004, p.18) considera um nível de interatividade autoral.

No webtelejornal da Globo, o internauta tem a possibilidade imediata de fazer transbordar o conteúdo que lhe interessou para uma rede social, no caso, *Facebook* e *Twitter*, ou, ainda, compartilhar a leitura com outros internautas de forma pública na internet.



FIGURA 55 - Exemplo de página do webtelejornal da Globo que possibilita ao internauta compartilhar leitura na rede social *Facebook*. Edição que foi ao ar na madrugada de 14 jul. 2012 da observação do *corpus* de análise de 13 jul. 2012.

Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 13 jul. 2012.

A FIG. 55 exemplifica a forma como transbordamento da informação se dá no webtelejornal da Globo. A reportagem exibida pela página acima foi recomendada no *Facebook* por 149 internautas; e por 104 no *Twitter*. No webtelejornal da Globo, o internauta pode comentar publicamente a reportagem, através do compartilhamento de *links* do webtelejornal nas redes sociais, mas não tem como inscrever sua participação na página, como permite, por exemplo, o webtelejornal da Band.



FIGURA 56 - Vista superior de página do webtelejornal da Globo, antes de começar a ser rolada para baixo pelo internauta.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/06/policia-diz-ter-descoberto-bingo-de-grupo-ligado-ao-bicheiro-cachoeira.html>. Acesso em: 19 jun. 2012.

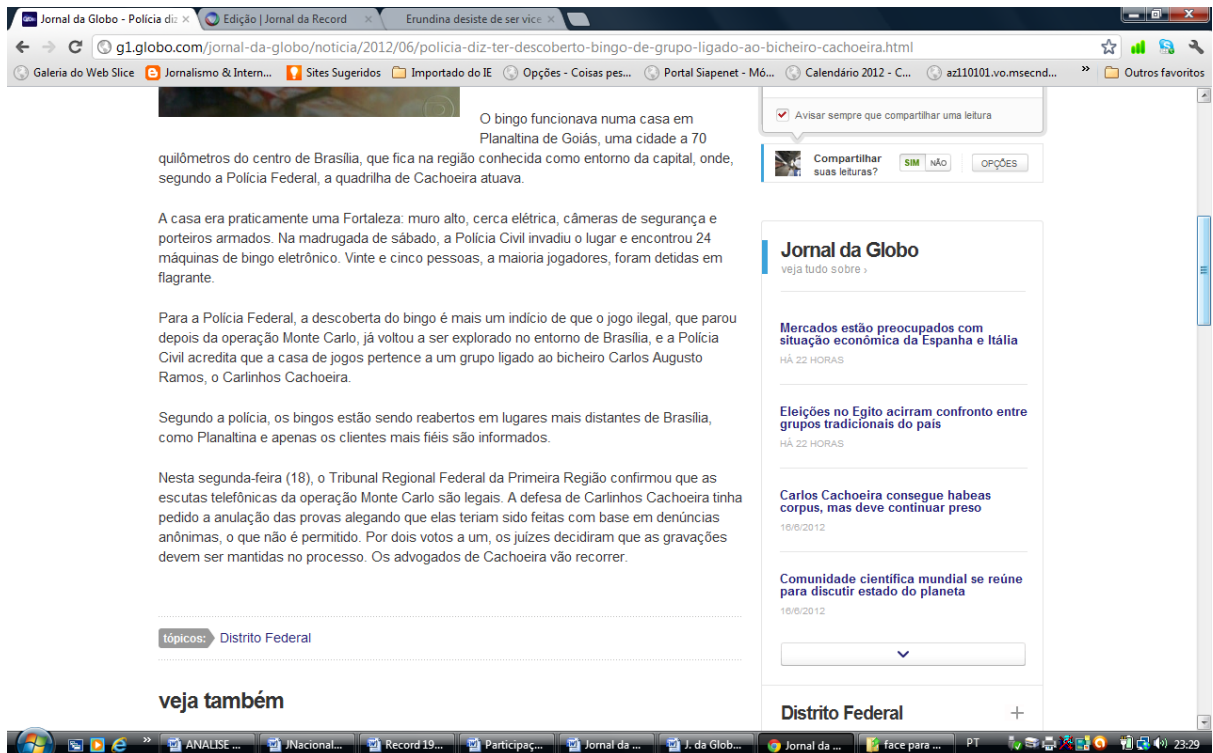


FIGURA 57 - Vista intermediária de página do webtelejornal da Globo enquanto o internauta rola para ler o conteúdo.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/06/policia-diz-ter-descoberto-bingo-de-grupo-ligado-ao-bicheiro-cachoeira.html>. Acesso em: 19 jun. 2012.



FIGURA 58 - Parte final da página do weblejornal da Globo.
Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/06/policia-diz-ter-descoberto-bingo-de-grupo-ligado-ao-bicheiro-cachoeira.html>. Acesso em: 19 jun. 2012.

Somadas, as FIG. 56, 57 e 58 ilustram uma página hipertextual do weblejornal da Globo e demonstram que, no final dela, o internauta não encontra espaço para deixar um comentário sobre o assunto tratado pela reportagem. Se quiser fazê-lo, será nos espaços das redes sociais, através do compartilhamento do *link* do weblejornal.

O weblejornal Nacional segue o padrão utilizado pelo weblejornal da Globo. O internauta é incentivado a compartilhar os *links* das reportagens nas redes sociais *Facebook* ou *Twitter* logo no alto da página *web*, mas não encontra um espaço para deixar comentários atrelados ao conteúdo produzido pelo weblejornal.



FIGURA 59 - Página do weblejornal Nacional com reportagem exibida em 19 jun. 2012. Internauta pode compartilhar na rede ou curtir. Sem espaço para comentários. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cerca-de-100-delegacoes-chegam-ao-rio-para-reunioes-oficiais-da-rio20/2002449/>. Acesso em: 19 jun. 2012.

A FIG. 59 ilustra a forma de transbordamento de informação permitida pelo weblejornal Nacional. Esse weblejornal não autoriza o internauta a inscrever comentário na sua página hipertextual. Mas o internauta pode fazê-lo a partir do momento em que age socialmente compartilhando os conteúdos do weblejornal Nacional nas redes sociais. Quando o faz, o internauta demonstra um nível de interatividade autoral, conforme a descrição de Javier Díaz Noci (2004, p.18), como as FIG. 60 e 61 demonstram. Nelas é possível acompanhar o transbordamento para rede social *Facebook* de uma notícia veiculada pelo weblejornal Nacional em 13 de junho de 2012. Se os internautas não encontraram espaço nas páginas do weblejornal para discutir a informação, eles o fizeram na rede social. A FIG. 60 demonstra que dezessete comentários discutiram a reportagem sobre as dificuldades encontradas pelas ambulâncias no trânsito da cidade de São Paulo. O debate se deu entre vários internautas e se prolongou até o trecho da página *web* ilustrada pela FIG. 61.

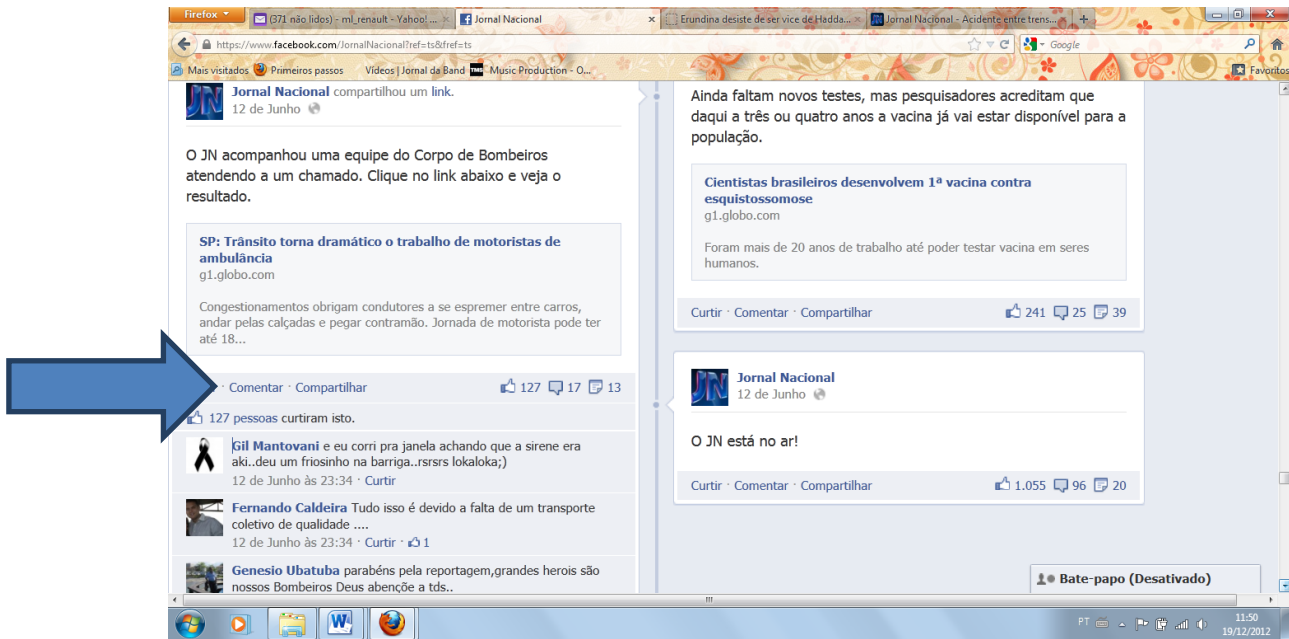


FIGURA 60 - Página do weblejornal Nacional na rede social *Facebook* em 12 jun. 2012. Trecho dos comentários sobre reportagem que mostrou dificuldade das ambulâncias pra circular no trânsito difícil de São Paulo. Disponível em: www.facebook.com/jornalnacional. Acesso em: 19 dez. 2012.

A seta azul destaca os dezessete comentários inscritos a partir do *link* da reportagem e a opção “curtir” marcada por 127 internautas, o que materializou outro nível de participação em relação à reportagem. Treze internautas compartilharam o *link* em suas páginas pessoais na rede social, reverberando a reportagem no ciberespaço.

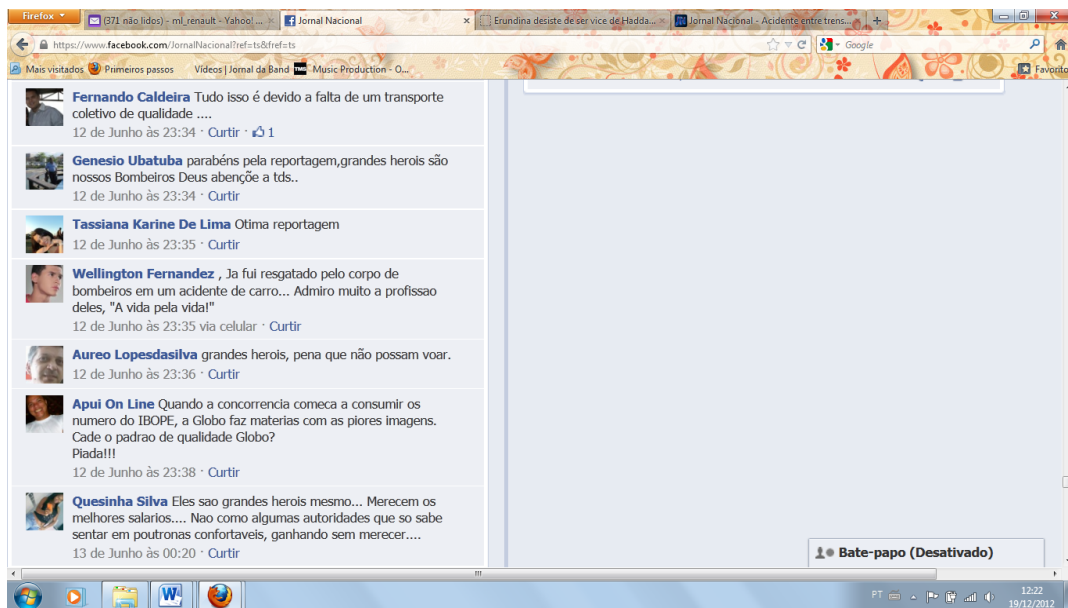


FIGURA 61 - Trecho de página do weblejornal Nacional no Facebook em 12 jun. 2012 com comentários sobre reportagem que mostrou dificuldade das ambulâncias para circularem no trânsito de São Paulo. Disponível em: www.facebook.com/jornalnacional. Acesso em: 19 dez. 2012.

O transbordamento da reportagem para a rede social *Facebook* foi acompanhado do desenvolvimento de um texto inscrito na página do próprio webtelejornal pelos internautas. Como demonstra a FIG. 61, que exhibe um detalhe ampliado da página, tais internautas deixaram opiniões diversas. Fernanda Caldeira concluiu que “*tudo isto é devido à falta de um transporte público de qualidade*”⁷⁵. Genesio Ubatuba e Tassiana Karine de Lima elogiaram a reportagem. Um internauta que se identificou com Apui On line reclamou da má qualidade das imagens exibidas pela reportagem. Já a internauta Quesinha Silva teceu um paralelo entre a relevância do trabalho dos bombeiros e o de “*algumas autoridades*” que, segundo ela, “*só sabem sentar em poltronas confortáveis, ganhando sem merecer...*”⁷⁶.

O webtelejornal da Record, assim como o da Band, possui espaço para que o internauta envie um comentário sobre a reportagem para a redação.

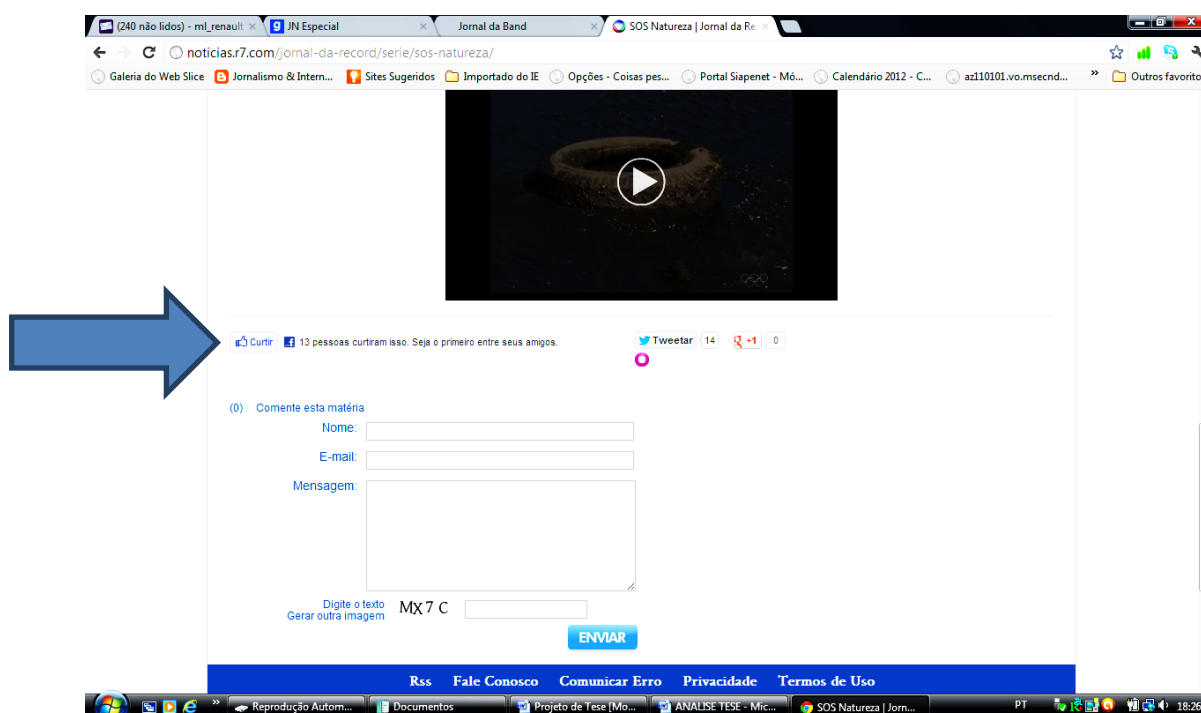


FIGURA 62 - Exemplo de página do webtelejornal da Record onde ficam disponíveis as séries de reportagens especiais. Em qualquer uma acessada, o internauta pode compartilhar o conteúdo nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Comentários não são publicados para o público. No centro da página *web* pode-se ver como o conteúdo audiovisual assume forma de representação imagética, antes de a seta que dispara o vídeo ser acionada pelo internauta. Disponível em: www.R7.com.br Acesso em: 16 jun. 2012.

⁷⁵ Disponível em: www.facebook.com/jornalnacional. Acesso em: 19 dez. 2012.

⁷⁶ Disponível em: www.facebook.com/jornalnacional. Acesso em: 19 dez. 2012.

No entanto, os comentários, se postados pelos internautas, não são publicados ou ficam visíveis para o público. A FIG. 62 exemplifica a forma como as reportagens transbordam das páginas do webtelejornal da Record. No centro da página *web*, ilustrada pela FIG. 62, pode-se ver a representação imagética, primeira forma que o conteúdo audiovisual assume antes de ser acionado pelo internauta. A seta indica que um conteúdo em vídeo pode ser acionado. Em qualquer página acessada no webtelejornal da Record, o internauta pode compartilhar conteúdos nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Nessa página ilustrada pela FIG. 62, o placar à esquerda, no lado inferior do vídeo, exibe que pessoas “curtiram” a reportagem na rede social “*Facebook*”. O webtelejornal aproveita para convidar o internauta: “*Seja o primeiro entre seus amigos*”⁷⁷.

A disposição deste webtelejornal para ter os conteúdos compartilhados publicamente nas redes sociais, no entanto, não se revela no que toca aos comentários dirigidos à redação. Eles não ficam disponíveis para o público, como mostra a FIG. 62.

Essa categoria, que busca analisar a linguagem multimídia do webtelejornal, configurou-se de tal forma no decorrer da análise, que se fez necessário desdobrá-la em três tópicos a serem desenvolvidos a partir deste ponto. São eles: o desaparecimento do ritual de apresentação e a expansão da informação; a expansão da reportagem: fortalecimento da função do repórter; e, por fim, a perda da hegemonia na produção de imagens noticiosas.

5.3.1 O desaparecimento do ritual de apresentação e a expansão da informação

No período analisado, o webtelejornal é um cibermeio que migra para o ciberespaço os conteúdos produzidos e exibidos pelo telejornal. Ele é um produto que nasce do telejornal, logo, as etapas de produção dos seus conteúdos ainda são as do telejornalismo, no qual a informação é fragmentada, selecionada e editada em um processo de construção da realidade em que o telejornal interpreta o

⁷⁷ Disponível em: www.R7.com.br. Acesso em: 16 jun. 2012.

acontecimento e organiza o relato. No entanto, pela natureza virtual multimídia, não se pode limitar a compreender o webtelejornal apenas como uma nova etapa acrescida à produção diária do telejornalismo aberto, etapa esta mera reiteradora dos conteúdos telejornalísticos. O webtelejornal apresenta algo de próprio ao universo do jornalismo audiovisual. A especificidade do webtelejornal em relação ao telejornal tem a ver com a potencialidade de disponibilização e de fruição dos conteúdos na página *web*. Pode-se considerar que, em alguma medida, o webtelejornal modifica o fazer do jornalismo audiovisual, ao mesmo tempo que promove sua expansão.

Ao migrar para o ciberespaço, o telejornal sofre uma perda importante no que diz respeito à ação histórica de unificar conteúdos no ar. Quando ocorre a transposição das videorreportagens para as páginas *web*, a escalada não encontra lugar no webtelejornal. A escalada é abertura tradicional pela qual o telejornal anuncia e escala para o telespectador as principais notícias do dia de forma retumbante, sonorizada com texto escrito em manchetes. A escalada representa o momento de propulsão do telejornal no espectro eletromagnético. É uma síntese do que vai ser apresentado ao telespectador na edição diária. A diluição dos blocos televisivos em seções do webtelejornal leva ao desaparecimento do microcosmo de realidade construída que a escalada oferece ao público da televisão. No conjunto de páginas *web* que conformam o webtelejornal, a escalada não encontra lugar para exercer sua ação unificadora, centralizadora. Ela não sobreviveu ao ambiente heterogêneo, múltiplo e móvel do ciberespaço. Como já foi demonstrado, as reportagens descarregadas na página *web* tornam-se vídeos que podem ser acessados individualmente e atuam no ciberespaço em rede, não mais em uma ordem hierárquica imposta pela ação editorial da escalada. O webtelejornal não necessita do desempenho retumbante da escalada, pois sua natureza virtual interativa propõe à audiência o acesso pela disponibilização de conteúdos e não mais pela presença física em frente ao aparelho de televisão exibidor.

O desaparecimento da escalada é apenas o primeiro indício de que, a despeito de trazer para o ciberespaço os mesmos conteúdos noticiosos do telejornal, o webtelejornal é um cibermeio fragmentado e não exerce a ação unificadora do seu antecessor televisivo. Com o desaparecimento da escalada, no webtelejornal perde força a figura do âncora. No ambiente hipertextual, essa figura

emblemática do telejornalismo passa por um processo de apagamento. O ambiente do hipertexto é plural, não prioriza um único lugar de fala. Resultado: a tela fluida do computador retira dos âncoras a concretude possibilitada pela televisão e os transforma em apenas mais um dos diversos elementos à disposição do internauta. Na página *web*, o cenário do telejornal é apagado, perde a grandiosidade em meio à multimídia. O âncora perde o lugar de fala centralizador que lhe é garantido pelo vídeo da televisão e se vê em uma nova posição, que é a de passar a estar virtualmente à disposição do internauta. Não se trata mais do âncora que entra no ambiente doméstico do telespectador para ordenar a exibição de conteúdos, mas de um apresentador do específico vídeo a que o internauta escolhe assistir e quer acessar. Na tela do computador, os papéis se invertem. Se, na televisão, âncoras e repórteres atuam sobre o público com o roteiro preestabelecido, na *web* passam a ficar à mercê do interesse do internauta em seu roteiro de navegação. Não há mais garantia de audiência assegurada, como na televisão hegemônica.

Se a figura do âncora não chega a desaparecer como ocorreu com a escalada, ela fica apagada, diluída no ambiente hipertextual. O ambiente multimídia hipertextual do webtelejornal apresenta outros elementos que vão concorrer com o âncora em seu *habitat* televisivo, que é o estúdio. O estúdio, a iluminação, a bancada do telejornal se apequenam no quadro limitado da tela do computador. A página *web* não lhes garante a inteireza da tela, tal qual a televisão. Como já se falou anteriormente, webtelejornais como o da Globo e o Nacional ainda tentam manter algum domínio sobre a página *web* ao utilizarem o dispositivo “luz”, com o qual o internauta pode apagar, escurecer o que está em volta da janela que exhibe a videorreportagem. O dispositivo “luz” tenta recriar a tela da televisão no ambiente hipertextual, mas o resultado é precário, pois a natureza da tela do computador é fragmentada e múltipla. Com isso, o âncora perde a função de elemento unificador dos conteúdos audiovisuais. Sua presença simbólica de estrela do universo do telejornalismo se esgarça, é superada pelas possibilidades de conectividade e de interatividade em rede que passam a orientar o olhar e a ação do internauta.

Uma consequência do esgarçamento da função do âncora é o fim do ritual de apresentação das notícias que ele capitaneia no telejornal. O fato de, no ambiente hipertextual, a forma de exibição da informação jornalística audiovisual passar a ser disponibilizada e não exibida transforma a espinha dorsal da forma padrão de

apresentação de noticiário construída pela televisão. No ambiente de contínua atualização de conteúdos, perdem sentido momentos típicos dos telejornais, como o “*boa noite*” ou o “*até amanhã*”, tradicionalmente dirigidos ao telespectador pelo âncora. Ao contrário do telejornal, o webtelejornal não controla o tempo do internauta. Ele se mantém disponível para ser acessado. A exceção observada é do webtelejornal da Band, que tira proveito da capacidade de transmissão ao vivo da *web* e entra no ar simultaneamente na televisão, no rádio e na internet. Ainda assim, passada a exibição ao vivo, o webtelejornal da Band é fracionado em vídeos na página *web*, em que fica à disposição do interesse ou não do internauta. Alguns vídeos serão acessados, outros podem nunca ser. No webtelejornal, se existe algum ritual para a exibição dos conteúdos, tal ritual está nas mãos do internauta, ou seja, vai ser construído pelo público e não proposto pelos produtores, como ocorre no telejornal.

Mas, paralelamente ao desaparecimento dos elementos que controlam a fruição do espectador, o webtelejornal inova ao expandir as possibilidades de leitura do conteúdo informativo. Ao se conformar à página *web*, o fluxo de informação telejornalística se confronta com o universo multimídia fluido, o que faz a informação jornalística audiovisual conformada em blocos televisivos se transmutar em vídeos que transbordam, ou seja, são complementados por outras linguagens. Na prática, o que foi vídeo televisivo passa a ter também a possibilidade de ser “lido” pelo internauta de pelo menos duas maneiras: como linguagem audiovisual e como linguagem escrita. Ele pode ser visto e literalmente lido. O webtelejornal recupera a palavra escrita e a associa ao audiovisual, ao mesmo tempo que dá feições de fotografia à imagem em movimento em determinados momentos. A linguagem do webtelejornal não é somente vídeo, nem apenas escrita. Pode-se considerar que ela resulta de um pouco dessas duas linguagens anteriores que podem atuar conjuntamente no ambiente hipertextual da página *web*.



FIGURA 63 - Fac-símile de página do webtelejornal Nacional com reportagem sobre as conclusões do relatório a respeito da queda do avião da companhia aérea francesa *Airfrance*, que fazia o voo 447 entre as cidades do Rio de Janeiro no Brasil e Paris na França no dia 31 de maio de 2009 e causou as mortes de 228 ocupantes. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/relatorios-sobre-morte-dos-ocupantes-do-voo-447-da-airfrance-sao-divulgados/2027506/>. Acesso em: 05 jun. 2012.

A FIG. 63 traz um exemplo das possibilidades iniciais de leitura do internauta: assistir ao vídeo e ler o texto da reportagem. O primeiro *take* da videoreportagem⁷⁸ está parado, foi transformado em *still*, recurso técnico originário da fotografia. De acordo com o jargão do telejornalismo, o *take* em *still* é chamado de “congelado”. O espaço hipertextual permite a transformação da imagem em movimento em um quadro fotográfico, que pode voltar a ser imagem em movimento a um comando do internauta na seta exibida pelo *still*. Mais uma vez, o webtelejornal se apropria de um símbolo resgatado de outra linguagem, a musical. A representação de uma seta é sinal universal de *play*, ou seja, de tocar, rodar, dar movimento a uma narrativa, símbolo que veio dos equipamentos musicais, dos gravadores de imagens e de sons, bastante utilizado e familiar na era da comunicação eletrônica e mantido pela tecnologia digital. A imagem em *still* representa a liberdade de escolha que a *web* e

⁷⁸ O exemplo aqui tomado é o de uma reportagem sobre as conclusões do relatório a respeito da queda do avião da companhia aérea francesa *Airfrance*, que fazia o voo 447 entre as cidades do Rio de Janeiro no Brasil e Paris na França no dia 31 de maio de 2009 e causou as mortes de 228 ocupantes. O exemplo foi escolhido dentre o *corpus* de análise do dia 05 de julho de 2012 da edição do webtelejornal Nacional.

o ambiente do ciberespaço oferecem ao internauta no que toca aos conteúdos jornalísticos audiovisuais. Ele pode acionar ou não o vídeo. Pode assistir ou não à reportagem no momento em que quiser, independentemente da instantaneidade televisiva e da ação centralizadora do âncora.

Ao lado do vídeo, encontra-se a parte inicial do texto narrado pela reportagem. O internauta pode assistir ao vídeo e ler a mesma informação escrita, ao rolar a página. Ao se interessar pelo texto escrito, o internauta deve mover a página hipertextual que se expande pela tela fluida do computador, como ilustram as FIG. 64 e 65⁷⁹.

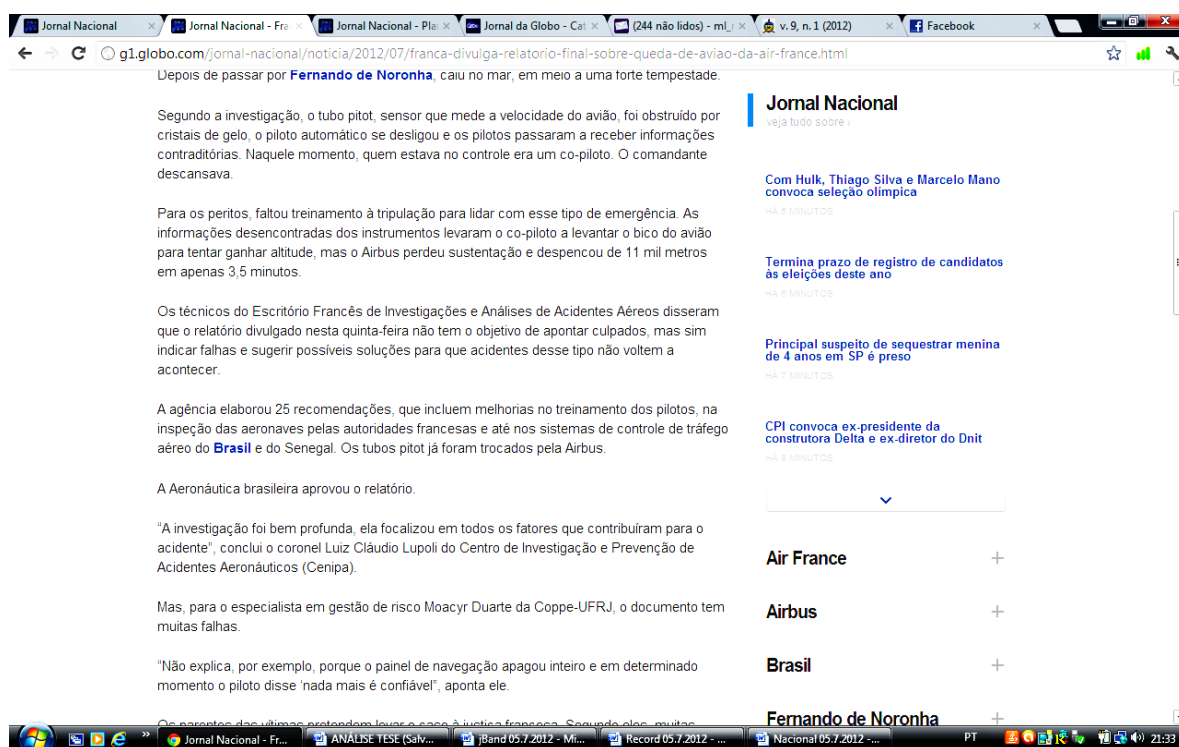


FIGURA 64 - Fac-símile de página do weblejornal Nacional com continuação de reportagem sobre as conclusões do relatório a respeito da queda do avião da companhia aérea francesa *Airfrance*, que fazia o voo 447 entre as cidades do Rio de Janeiro no Brasil e Paris na França no dia 31 de maio de 2009.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/relatorios-sobre-morte-dos-ocupantes-do-voo-447-da-airfrance-sao-divulgados/2027506/>. Acesso em: 05 jun. 2012.

⁷⁹ Nesta ilustração, novamente a pesquisa se deparou com a questão da transferência da página *web* para a página impressa. A solução dada foi gravar e copiar os diversos momentos de desenvolvimento da página *web*. No ato de gravação e cópia, tomou-se sempre o cuidado para que o início de cada uma das figuras contivesse o final da anterior.

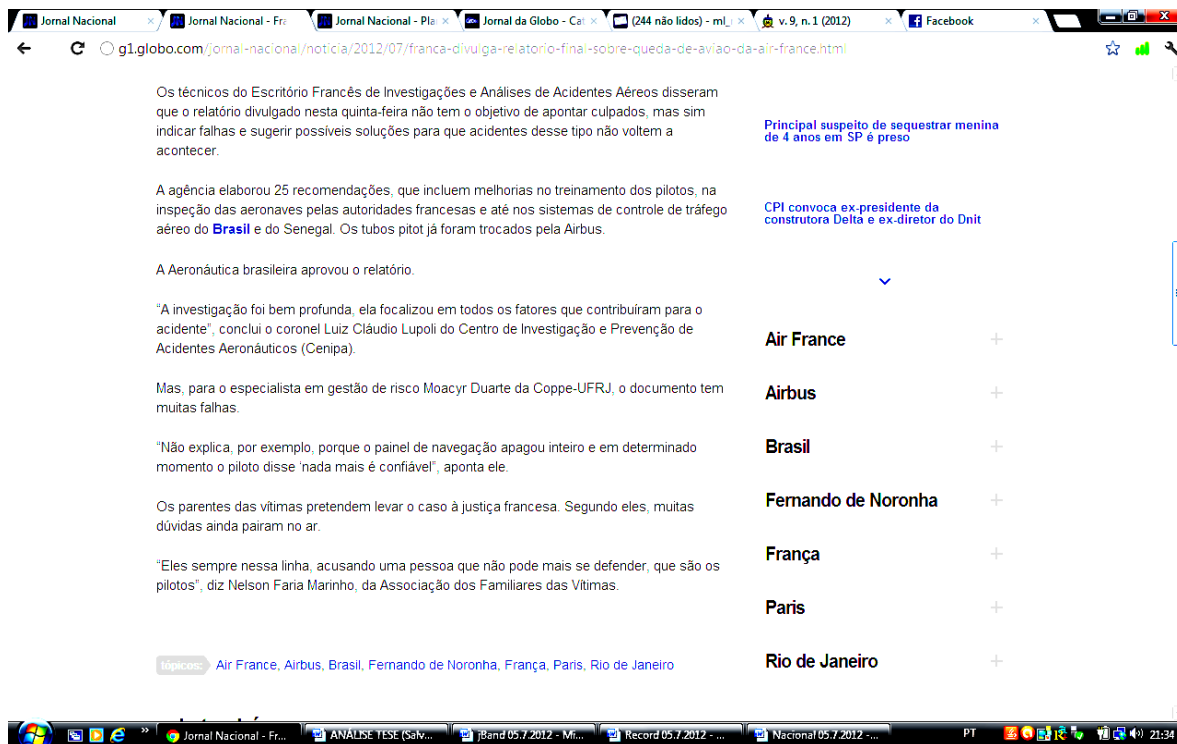


FIGURA 65 - Fac-símile de página do webtelejornal Nacional com final de reportagem sobre as conclusões do relatório a respeito da queda do avião da companhia aérea francesa *Airfrance*, que fazia o voo 447 entre as cidades do Rio de Janeiro no Brasil e Paris na França no dia 31 de maio de 2009.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/relatorios-sobre-morte-dos-ocupantes-do-voo-447-da-airfrance-sao-divulgados/2027506/>. Acesso em: 05 jun. 2012.

Informações audiovisuais e escritas se reiteram numa associação que, à primeira vista, pode ser considerada repetição, mas, numa observação mais prolongada, pode ser também compreendida como uma fase de adaptação pela qual passa o texto audiovisual jornalístico no processo de mutação ao se constituir como cibermeio. Tal como Pierre Lévy observou, graças à natureza fluida hipertextual, o webtelejornal traz a palavra escrita para o ambiente do jornalismo audiovisual. A interação entre formas de linguagem não é exclusiva do hipertexto, da comunicação digital, mas, ao recuperar a escrita, o webtelejornal a atualiza e transforma a produção e a constituição do jornalismo audiovisual, tal como faz com a imagem e o quadro fotográfico.

A linguagem multimídia permite uma expansão das possibilidades de informar do telejornalismo audiovisual. Tal como o telejornal, o webtelejornal segue a vocação para o que Ana Carolina Temer (2002) apontou como uma clara predominância das reportagens voltadas para o serviço, encontrada pela pesquisadora nos telejornais da principal rede de televisão brasileira. Um exemplo

corriqueiro encontrado nos webtelejornais é a complementação ou o aprofundamento de informações que não couberam nas reportagens televisivas, limitadas que são pelo cronômetro televisivo. Como na página do webtelejornal a reportagem televisiva transborda, ela tem sido o destino das informações que o telejornal não consegue dar no atual cenário de comunicação jornalística que, a partir da configuração do ciberespaço, se torna cada vez mais competitivo.

Um exemplo corriqueiro em que o webtelejornal complementa a função informativa que o telejornal não consegue cumprir completamente é a reportagem do dia 13 de agosto de 2012, disponibilizada pelo webtelejornal Nacional, cujo *take* escolhido aleatoriamente é exibido pela FIG. 66. Tal reportagem, exibida pelo telejornal, foi disponibilizada no webtelejornal e transborda para outro universo virtual que é o *site* da disciplina de Reumatologia do Departamento de Medicina da Universidade Federal do Estado de São Paulo (UNIFESP).



FIGURA 66 - *Take* de reportagem exibida pelo webtelejornal Nacional em 13 ago. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/medicos-de-sao-paulo-criam-programa-para-detectar-a-osteoporose/2087907/>. Acesso em: 13 ago. 2012.

Virtualmente, a reportagem consegue levar o internauta por uma jornada informativa que vai do momento em que ele é informado sobre um método de prevenção à osteoporose - doença que causa a perda progressiva da densidade óssea - desenvolvido pelos médicos da UNIFESP, até a página *web* na qual está disponibilizada uma planilha que pode auxiliar no diagnóstico e na prevenção da

doença. O webtelejornal não só disponibiliza o *link* de acesso ao *site* da Universidade, como traz para o internauta o acesso à planilha de prevenção para ser utilizada em duas línguas: português e inglês.

Por ser virtual, ou seja, por conseguir atualizar informações, o ambiente hipertextual do webtelejornal tem possibilidades de disponibilizar informações que o telejornal não consegue exibir. As FIG. 67, 68 e 69, a seguir, ilustram o início do percurso de expansão que a informação jornalística sobre o método desenvolvido pelos médicos da UNIFESP percorre a partir da disponibilização no webtelejornal Nacional. Primeiramente o internauta pode acompanhar a reportagem em vídeo.



FIGURA 67 - Fac-símile de página web que expande a reportagem para fora do universo do webtelejornalismo.

Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 14 ago. 2012.



FIGURA 68 – Continuação de fac-símile anterior de página *web* que expande a reportagem para fora do universo do weblejornalismo.
Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 14 ago. 2012.



FIGURA 69 - Continuação de fac-símile anterior de página *web* que expande a reportagem para fora do universo do weblejornalismo.
Disponível em: www.G1.com.br. Acesso em: 14 ago. 2012.

Em seguida, ele pode ler o conteúdo, que aparece transcrito para a página *web* e pode ser acompanhado ao mover a página que se desenvolve na tela do computador, como ilustram, reunidas em sequência, as FIG. 67, 68 e 69. Quando

movimenta a página, o internauta encontra no lado esquerdo, logo abaixo do vídeo, o subtítulo *Saiba Mais*, para o qual chama atenção a seta azul na FIG. 68. O *Saiba Mais* funciona como um *box* de revista ou jornal impresso, ou seja, é um espaço em destaque reservado para informações relevantes que vão complementar ou aprofundar a reportagem audiovisual.

É nesse espaço que a reportagem, que foi televisiva, chegou ao ciberespaço e transbordou pela multimidialidade do webtelejornal, passa pelo segundo transbordamento. Ela transborda para fora do universo jornalístico. O webtelejornal tem a possibilidade efetiva de levar o internauta a outro universo virtual, neste caso, o universo científico, ao *site* de uma universidade, a uma página *web* de um projeto de pesquisa. Uma vez na página da disciplina de Reumatologia do Departamento de Medicina da UNIFESP, como ilustram as FIG. 70 e 71 a seguir, o webtelejornal levou o internauta do universo da informação jornalística ao mundo da vida, a outro mundo virtual, no qual ele tem a possibilidade concreta de ter informações sobre a pesquisa, quem a desenvolve, o método de prevenção à osteoporose, a planilha de prevenção disponibilizada de forma bilíngue e os contatos com os pesquisadores.

The screenshot shows a web browser window displaying the website for the Rheumatology Department at UNIFESP. The page title is "Disciplina de Reumatologia" and the department is "Departamento de Medicina". The main content area is titled "SAPORI" and describes a research project aimed at identifying risk factors for fracture and osteoporosis. The text mentions that the project was developed by Dr. Marcelo de Medeiros Pinheiro, Dr. Edgard Torres Neto, and Prof. Dra. Vera L. Szejnfeld. It highlights the development of a simple, useful, and valid instrument for identifying women at high risk of osteoporosis and fracture, particularly in the pre- and post-menopausal periods. The project is referred to as the "São Paulo Osteoporosis Risk Index".

On the right side of the page, there is a calendar for the month of June 2014, with the date 21/06/2014 highlighted. Below the calendar, there are links for "Eventos anteriores..." and "Próximos eventos...".

The left sidebar contains navigation links for "Quem somos", "Pós-Graduação", "Graduação", "Residência e", "Especialização", "Assistência", "Links", "Eventos", and "Notícias".

FIGURA 70 - Fac-símile de página *web* em outro universo virtual fora do webtelejornalismo acessada partir de reportagem.

Disponível em: <http://www.unifesp.br/dmed/reumato/sapori>. Acesso em: 14 ago. 2012.



FIGURA 71 - Continuação de fac-símile anterior de página web de outro universo virtual fora do webtelejornalismo acessado a partir de webtelejornal. Disponível em: <http://www.unifesp.br/dmed/reumato/sapori>. Acesso em: 14 ago. 2012.

Uma vez na página do site da disciplina de Reumatologia do Departamento de Medicina da Universidade Federal de São Paulo, como se viu nas FIG. 70 e 71, o internauta é levado em uma ação virtual pelo webtelejornal que materializa para ele novo universo informativo. Os resultados da pesquisa existem, estão disponibilizados na web e podem ser acessados. O webtelejornal mediou a informação de forma concreta e acessível ao internauta.

SAPORI DO Fêmur		SAPORI DO Coluna		SAPORI Fratura baixo impacto	
Peso (Kg)	0	Peso (Kg)	0	Peso (Kg)	0
Idade (anos)	0	Idade (anos)	0	Idade (anos)	0
Fratura prévia baixo impacto	0	Fratura prévia baixo impacto	0	História familiar fratura	0
Raça branca	0	Terapia reposição hormonal	0	Osteoporose	0
Terapia reposição hormonal	0	Atividade física regular	0	Terapia reposição hormonal	0
Atividade física regular	0				
Tabagismo atual	0	Total	5	Total	-11
Corticóides	0				
Total	1				
Sensibilidade 91,4% e Especificidade 52%		Sensibilidade 81,5% e Especificidade 55%		Sensibilidade 71% e Especificidade 52%	

INSTRUÇÕES

Peso em kg
Idade em anos
Demais colocar X se presente
Considerar solicitar densitometria óssea se resultado ≥ 0

Desenvolvido pela Disciplina de Reumatologia da Universidade Federal de São Paulo /UNIFESP
Autores: Marcelo M Pinheiro, Vera L Szejnfeld, Edgard T dos Reis Neto, Felipe Omura, Flávia S Machado, Jacob Szejnfeld

FIGURA 72 - Tabela de cálculos e referências acessada em página web de outro universo virtual acessado a partir de webtelejornal. Disponível em: <http://www.unifesp.br/dmed/reumato/sapori>. Acesso em: 14 ago. 2012.

A tabela de cálculos e referências desenvolvida pela pesquisa realizada pelo Departamento de Reumatologia da Unifesp, como ilustra a FIG. 72, está ao alcance de quem se interessou pela reportagem. Deu-se uma ampliação da intertextualidade possível entre o meio de comunicação audiovisual, as fontes informativas e os receptores de informação.

Ao dizer para o telespectador: *“Qualquer médico pode usar a planilha que avalia a necessidade de um exame de densitometria óssea. E o caminho está na página do Jornal Nacional na internet”*⁸⁰, o telejornal assume uma nova postura. Ele admite não possuir a onisciência que a televisão procura demonstrar e, com isto, legitima o cibermeio que lhe sucede, o webtelejornal. Os webtelejornais complementam as mais variadas informações que telejornais não conseguem exibir completas: listas de locais de votação, de postos de vacinação, de documentos exigidos por órgãos públicos; *links* de acesso a serviços públicos municipais, estaduais e federais; listas e perfis de ministros de estado, de candidatos; escalações completas de times e todo tipo de outras diversas informações que os telejornais não divulgam por falta de espaço dentro do tempo que possuem na grade de programação televisiva. Ao contar com o webtelejornal para complementar as informações que divulga, o telejornal assume não dar conta de tudo mostrar, assume não estar a todo tempo em todo lugar. O telejornal age no sentido de deslocar o olhar do telespectador para o webtelejornal, comprovando que o cibermeio que lhe sucede também o contém.

Ao levar o internauta para fora do universo do telejornalismo e apresentar-lhe novos mundos virtuais, o webtelejornal expande o universo da informação audiovisual jornalística, apresenta novos pontos de vista, ao mesmo tempo que fragmenta ainda mais a realidade. Com isso, o webtelejornal também se afasta do telejornal, no que diz respeito ao relato que unifica no vídeo da televisão realidades construídas a partir da narrativa jornalística. O relato do webtelejornal se materializa no ciberespaço através da disponibilização fragmentada e, ao contrário do telejornal, perde controle sobre a audiência. Se, tal como observou Gilles Deleuze (2007, p.48), no cinema acontece a passagem de uma ordem que se desfaz ao ser filmada a uma ordem que é construída a partir da montagem, na passagem do telejornal para o

⁸⁰ Informação dada em nota pela apresentadora Patrícia Poeta ao final da exibição da reportagem. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/medicos-de-sao-paulo-criam-programa-para-detectar-a-osteoporose/2087907/>. Acesso em: 13 ago. 2012.

webtelejornal, a reordenação da realidade construída pelo jornalismo na ilha de edição é fragmentada no ambiente virtual e deixa para o internauta ordenar e usufruir os conteúdos de acordo com o texto que lhe interessar construir.

5.3.2 A expansão da reportagem: fortalecimento da função do repórter

No processo de expansão da informação audiovisual possibilitada pelo ciberespaço, pode-se observar que o webtelejornal colabora para fortalecer a reportagem, pois cria novos espaços de divulgação e interação para a narrativa jornalística. Esses espaços podem ser encontrados nas seções específicas dedicadas às reportagens especiais. Ao longo da pesquisa esses espaços cresceram de forma significativa e ganharam território dentro dos webtelejornais. No início do estudo, dos seis telejornais nacionais exibidos em horário nobre, cujos *sites* foram observados para descrever o webtelejornal como objeto de pesquisa, a metade, ou seja, somente três possuíam uma seção destinada a dar destaque à publicação de reportagens especiais.

Dois anos depois, todos os webtelejornais exibem uma seção destinada às matérias especiais ou às séries de reportagens, entre os quatro escolhidos para configurar o *corpus* de análise. O fato de tais reportagens serem as mesmas exibidas pelo telejornal não invalida a ação possibilitada pelo webtelejornal de garantir a expansão da visibilidade e de permitir uma nova forma de acesso aos temas que receberam mais atenção durante a pesquisa, mais tempo de produção e de edição, assim como mais espaço de exibição na televisão, pois as reportagens especiais, na maioria das vezes, são exibidas em formato de série ao longo da semana. Uma vez no ciberespaço, tais temas ganham lugar de destaque no webtelejornal e têm garantido uma forma de acesso que não se evapora na instantaneidade da exibição, pois permanecem virtualmente à disposição do internauta.

Como resultado do esforço intelectual de pesquisa, apuração e construção do relato jornalístico sobre os fatos da realidade, a reportagem se expande através do webtelejornal exibindo duas novas feições: o fortalecimento da presença do repórter

e uma perda de hegemonia na produção de imagens. Este texto vai se concentrar primeiramente sobre as evidências de que o webtelejornal sinaliza o fortalecimento da reportagem e, por conseguinte, da figura do repórter, ao mesmo tempo que, como já foi demonstrado, promove um apagamento do âncora. Os webtelejornais inovam o jornalismo audiovisual ao dotar o esforço de reportagem de novos espaços nos quais os repórteres podem publicar impressões e contar o que se passou nos bastidores das coberturas jornalísticas. A maior parte desses espaços são *blogs*, ou seja, os diários escritos pelos repórteres e editores, em que eles demonstram alguma liberdade para dividir com o internauta informações não publicadas nas reportagens. Tais espaços não existem nos telejornais, nos quais a presença do repórter no vídeo se limita à função de guiar a narrativa audiovisual, participação esta controlada pela busca da objetividade jornalística.

Ao longo da observação para esta pesquisa, o que se percebeu foi uma busca da reportagem audiovisual por se inserir no novo território comunicacional propiciado pelo ciberespaço, em que as possibilidades de conexão e de interatividade hipertextuais permitem o diálogo através da página *web*, na qual o receptor, em alguma medida, aproxima-se do produtor de conteúdo informativo. Em 6 de março de 2008, o webtelejornal Nacional inaugurou a seção JN Especial. O primeiro comentário, intitulado “Seja Bem-vindo!”, assinado pela jornalista Fátima Bernardes, à época apresentadora e editora do Jornal Nacional, apresentou a seção ao internauta como “*um cantinho pra vasculhar aqui no site*” em que seria possível encontrar “*outras informações, conteúdo exclusivo, fotos e vídeos*”, além de deixar “*a sua opinião, sempre*”⁸¹. A fala da jornalista reforça a ideia de que o webtelejornal consegue ir além do telejornal, pois consegue dar ao internauta “*outras informações, conteúdo exclusivo...*”. Esse primeiro comentário postado na seção *JN Especial* recebeu 41 comentários de internautas. Entre os comentários postados, dois chamam a atenção e serão destacados aqui. Ana Karina da Mata escreveu às 16h52 do dia 7 de março de 2008: “- *Fátima, achei nota 1.000 este espaço*”. Um pouco antes, às 15h48, um internauta, que não quis se identificar e registrou-se na página como anônimo, deixou o seguinte comentário: “- *Que ótimo. É sempre bom fazer algo diferente a cada dia. Os telejornais, muitas vezes se tornam injuativos (sic). Quase todos os dias, é a mesma coisa. E algo diferente prende mais atenção*

⁸¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2008/03/06/seja-bem-vindo/comment-page-3/#comments>. Acesso em: 10 mar. 2012.

de nós telespectadores. É sempre muito melhor inovar”⁸². Tais comentários sinalizaram o início de um novo diálogo entre o telejornalismo em migração para o ciberespaço e o telespectador, já de posse de sua ação de internauta.

No webtelejornal da Record, o espaço para os comentários de repórteres surgiu um ano e seis meses após a seção JN Especial, mas, logo ao nascer, também revelou potencial de comunicação inovador na relação entre quem produz e quem recebe notícias audiovisuais. Em 26 de setembro de 2009, quando o *Blog dos Correspondentes* apareceu na página do webtelejornal da Record, o primeiro comentário postado gerou 349 comentários, como comprova a FIG. 73.



FIGURA 73 - Primeiro comentário postado no *blog Correspondentes Internacionais*, do webtelejornal da Record em 26 de setembro de 2009, gerou 349 comentários e uma enquete. Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/correspondentes-internacionais/2009/09/26/a-beira-de-um-ataque/>. Acesso em: 03 set. 2009.

O comentário, escrito pelo repórter Herbert Moraes, correspondente em Israel, tratou da revelação de que o Irã possuía mais de uma instalação nuclear. O comentário do repórter se concentrou em especular sobre a iminência de um ataque americano-israelense ao Irã, “*caso o país não volte atrás na sua ambição nuclear*”⁸³. Ao final, o repórter lançou uma pergunta aos internautas: “- *E você, leitor, o que*

⁸² Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2008/03/06/seja-bem-vindo/comment-page-3/#comments>. Acesso em: 10 mar. 2012.

⁸³ Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/correspondentes-internacionais/2009/09/26/a-beira-de-um-ataque/>. Acesso em: 03 set. 2012.

acha? Responda a nossa enquete no R7". A pergunta se configurava em link que levou o internauta à página da enquete ilustrada pela FIG. 74, na qual uma segunda pergunta o aguardava: "O Irã deve ser atacado?".⁸⁴

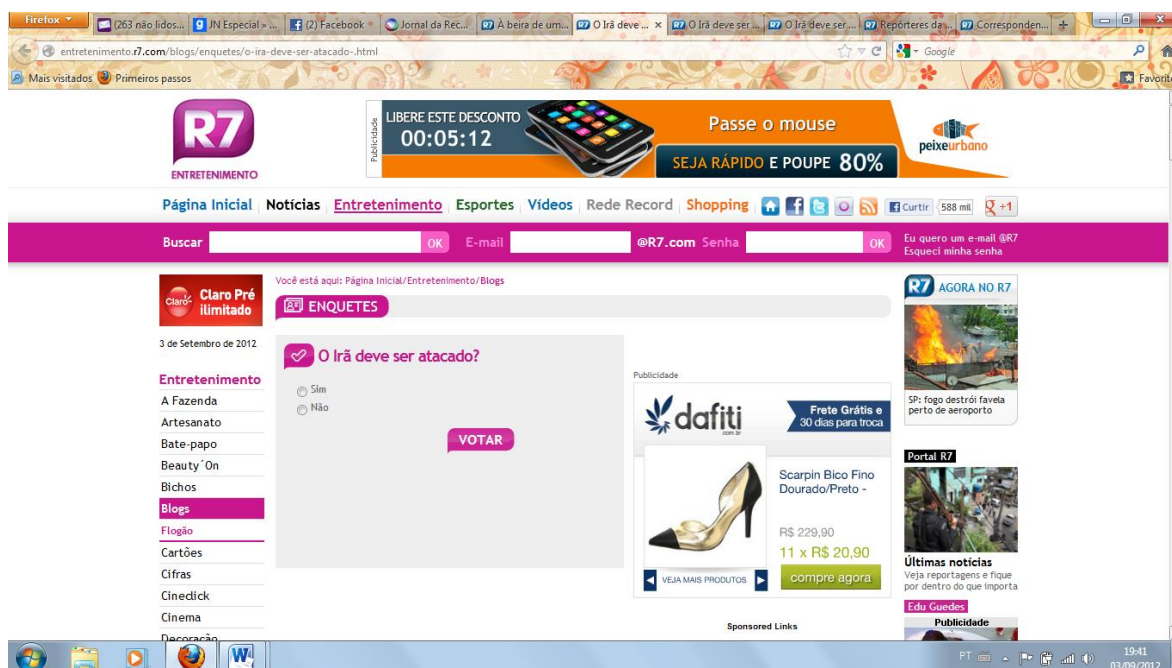


FIGURA 74 - Página web com enquete a que o internauta chegou após responder pergunta feita pelo repórter Herbert Moraes no comentário postado em *blog*, cuja ilustração se encontra acima. Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/blogs/enquetes/o-ira-deve-ser-atacado-.html>. Acesso em: 03 set. 2012.

⁸⁴ Aqui, mais uma vez, a necessidade de explorar ao máximo um formato em que as figuras impressas ocupassem a página de papel de forma a complementar o texto escrito, infelizmente, impôs espaços em branco entre as figuras, o que a diagramação deste trabalho não conseguiu resolver devido às limitações de edição oferecidas pela versão mais recente do editor de texto *World*.

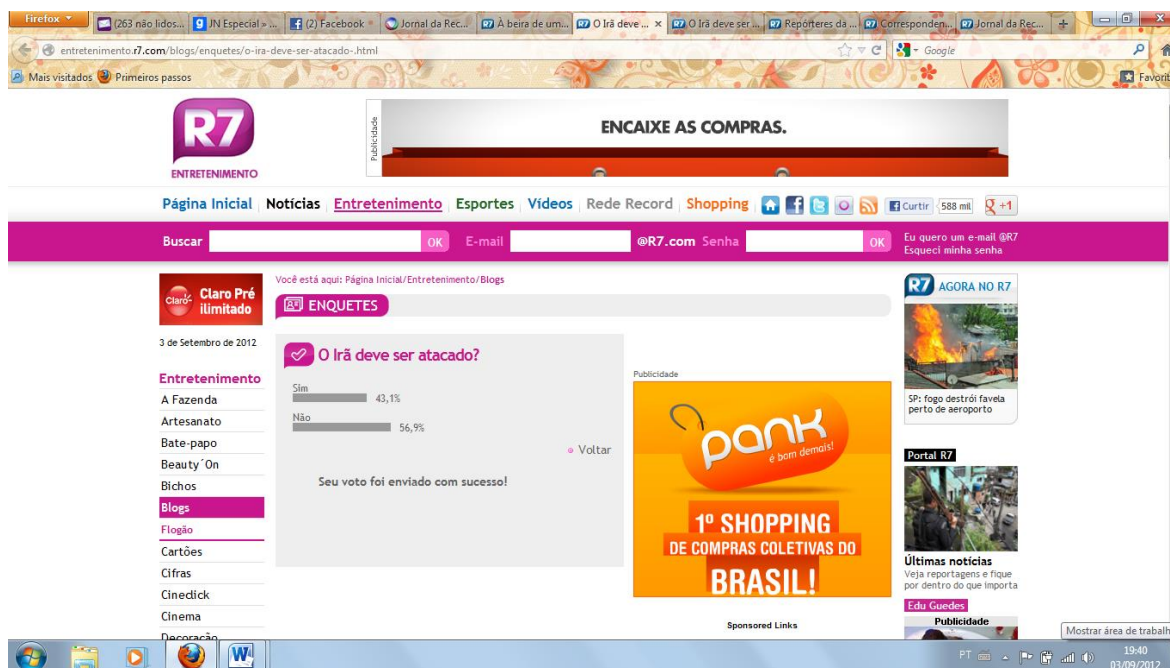


FIGURA 75 - Resultado de enquete a que o internauta respondeu a partir de pergunta feita pelo repórter Herbert Moraes em comentário postado no *blog Correspondentes Internacionais*, em 26 set. 2009.

Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/blogs/enquetes/o-ira-deve-ser-atacado-.html>. Acesso em: 03 set. 2012.

O resultado exibido no período de análise, ilustrado na FIG. 75, revelou que 56,9% internautas responderam “não” à pergunta do repórter. Outros 43,1% foram favoráveis a um possível ataque ao Irã⁸⁵. O *blog* do webtelejornal, que abriu espaço para abrigar comentários dos que produzem as reportagens traduz um percurso informativo em interação com o internauta produzido a partir da fala do repórter. O trabalho do repórter não se limitou a pesquisa, apuração e produção da reportagem audiovisual. O esforço de reportagem se desdobrou em comentário e em provocação junto ao internauta, o que revela potencial para nova intertextualidade a partir da reportagem no webtelejornal.

Enquetes e pesquisas de opinião não são novidades nos telejornais, mas a possibilidade de conexão e interação materializada de forma individualizada sobre o conteúdo assistido por parte do internauta inexistente no universo das emissões televisivas. O que se vê no webtelejornal é, de um lado, o *blog* a dizer ao internauta que a informação do telejornal pode não ter sido suficiente, que o webtelejornal pode

⁸⁵ Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/blogs/enquetes/o-ira-deve-ser-atacado-.html>. Acesso em: 03 set. 2012.

ter mais a lhe informar e, do outro lado, um receptor disposto a uma nova relação com a fonte produtora de informação.

Nesse contexto hipertextual interativo dos webtelejornais, o repórter exibido pelos *blogs* revela um profissional diverso daquele que aparece no vídeo televisivo. No período observado pela pesquisa, repórteres publicaram nos *blogs* os mais diversos comentários a partir das reportagens que produziram. Tais comentários priorizam informações sobre os bastidores do esforço de reportagem, as dificuldades ou as curiosidades que encantaram os repórteres por onde passaram. Nesses comentários chama a atenção uma intenção geral de compartilhar com o internauta o processo de produção da reportagem, algo que muito pouco o telejornal revelou ao longo de sua existência. O telejornal não é dado a mostrar suas entranhas, evidência disto é o fato de, a despeito da sua capacidade de exibir ao vivo, emitir a maior parte de seu material editado em VTs reportagens, ou seja, de uma forma controlada.

Em novembro de 2008, o *blog JN Especial* postou um comentário intitulado *Fronteiras da Amazônia: O que vc não viu na TV*, no qual a repórter Cristina Serra narra os bastidores de uma viagem de 26 dias por um trecho das fronteiras amazônicas brasileiras, em que buscou registrar a vida das populações que lá habitam e as riquezas naturais das regiões. Repórteres de telejornal tiram proveito da emoção ao construírem a narrativa jornalística, mas, nos comentários postados no *blog*, a repórter abandona a objetividade e se coloca numa postura significativamente pessoal. Ela chega a escrever o comentário em caracteres maiúsculos: “PRECISAMOS URGENTEMENTE CONHECER E ABRAÇAR A AMAZÔNIA, ESSE PATRIMÔNIO INCOMENSURÁVEL QUE A NATUREZA NOS DEU DE PRESENTE”⁸⁶. A repórter revela ainda que, nas regiões de fronteira, telefones celulares não funcionam. Em uma cidade localizada em território da Venezuela, na divisa com o estado de Roraima, a solução encontrada para se comunicar com o restante do Brasil foi pagar pela ligação em um telefone residencial. Os moradores do local aproveitam a carência na rede de telefonia para ganhar dinheiro extra. Colocam seus telefones em mesas nas calçadas e cobram pelas ligações. A repórter entendeu que deveria dividir essa informação com o internauta e chegou a postar no *blog* uma fotografia, como ilustra a FIG. 76.

⁸⁶ Transcrição literal. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2008/11/12/retratos-das-fronteiras-da-amazonia/>. Acesso em: 03 set. 2012.



FIGURA 76 - Recorte de página do *blog* do JN Especial com comentário postado pela repórter Cristina Serra em 12 nov. 2008.

Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2008/11/>. Acesso em: 19 dez. 2012.

Na fotografia postada pela repórter, pode-se observar o que aparenta ser um clima de despojamento com que ela se deixou fotografar a conversar com os habitantes do lugar, de corpo inteiro, carregando a bolsa, sem organizar os cabelos. No padrão de telejornalismo privilegiado pelos telejornais brasileiros, repórteres se preocupam em olhar para a câmera, da forma mais composta possível no que toca às roupas e à arrumação dos cabelos. São usualmente enquadrados em plano médio, de frente para o telespectador a dizer algo, mas, na fotografia compartilhada com o internauta, a repórter se despe da postura televisiva e se deixa flagrar em uma postura de despreocupação para com a câmera. Pode-se considerar que, por meio dos comentários postados, a repórter, na função de mediadora da realidade, sai do vídeo da televisão e busca assumir uma postura de internauta.

A postura de busca por uma aproximação do internauta pode ser vista ainda no segundo vídeo que a pesquisa encontrou nos arquivos disponibilizados na seção *JN no Ar*. Essa seção foi criada no webtelejornal especialmente para exibir a série de reportagens iniciada em 2010 pelo Jornal Nacional e denominada *JN no Ar*. O projeto ancora a produção das reportagens em um avião no qual equipes de jornalistas circulam por diversas regiões do País. A cada dia reportagens são produzidas em uma cidade diferente, sorteada ao vivo no estúdio, para onde a equipe parte de jato, num esforço de reportagem de cruzar o País que,

assumidamente, busca demonstrar eficiência e igualar a velocidade do telejornal à do jato, ou seja, à velocidade com que a informação é divulgada na sociedade contemporânea. O jato que possibilita o deslocamento das equipes de jornalistas carrega a metáfora da velocidade que a internet impôs à comunicação atual⁸⁷.

De agosto de 2010 até o momento deste estudo, as reportagens especiais produzidas pelo *JN no Ar* já exibiram os problemas de diversos setores: educação, saúde, transportes, segurança, a situação das comunidades indígenas, as disparidades da renda média do brasileiro, o andamento das obras prometidas pelo governo e muitos outros temas. Em 28 de agosto de 2010, por ocasião do lançamento do *JN no Ar*, o webtelejornal exibiu uma gravação feita pelo repórter Ernesto Paglia, que chama a atenção pela forma como o repórter se posiciona diante da câmera e como se dirige ao receptor. Ele não surge no vídeo enquadrado por um cinegrafista profissional. Ele entra no campo do vídeo e busca a câmera como se fosse um internauta a se enquadrar frente à câmera do próprio computador.



FIGURA 77 - Take inicial do momento em que o repórter Ernesto Paglia, veterano do telejornalismo, entra no campo do vídeo em busca da câmera para conversar com o internauta do webtelejornal Nacional.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/ernesto-paglia-convida-voce-a-ser-mais-um-tripulante-do-jn-no-ar/1321509/>. Acesso em: 14 mai. 2012.

⁸⁷ Na verdade, duas aeronaves são utilizadas: um jato de maior porte e outro menor que pousa em aeroportos mais acanhados, com pistas pequenas. A informação foi dada pelo Jornal Nacional no lançamento da série e está disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/ernesto-paglia-convida-voce-a-ser-mais-um-tripulante-do-jn-no-ar/1321509/>. Acesso em: 14 mai. 2012.

A FIG. 77 ilustra um *take* inicial do momento em que o repórter entra no vídeo para conversar com o internauta. Na busca por se passar por internauta, enquanto se ajeita em frente à câmera, o jornalista também raspa a garganta, colocando a voz no lugar. Duas atitudes muito pouco usuais em um repórter de televisão no vídeo. Assim que se “ajeita” em frente à câmera, o repórter faz um convite:

Olá, amigo internauta! Que tal se juntar a nós como tripulante do *JN no Ar*, o projeto especial do Jornal Nacional para a cobertura das eleições 2010? Eu vou embarcar em um avião junto com outros sete colegas da Rede Globo para viajar pelos 26 estados do País, além do Distrito Federal. E você poderá acompanhar tudo isso pela televisão e depois rever as reportagens feitas pra a TV aqui no *site* do Jornal Nacional, onde você terá acesso também ao conteúdo exclusivo: fotos, textos, vídeos inéditos. Tudo pra você saber dos bastidores dessa superprodução do jornalismo da Globo. Basta você embarcar conosco, apertar os cintos e clicar: g1.com.br/jn. A gente se vê por aqui⁸⁸.

O vídeo é uma produção exclusiva para o webtelejornal e busca atrair o internauta para o conteúdo do telejornal, o que legitima a ação do *site* como uma forma de expansão da informação jornalística. O enquadramento de câmera e os termos utilizados pelo repórter demonstram evidências da mútua influência entre os meios, telejornal e webtelejornal. O que se vê é um repórter que procura a câmera, coloca-se à disposição dela, ao contrário da prática no telejornalismo, em que a câmera é colocada a serviço da construção da presença do repórter no vídeo. A entrada despojada do repórter no campo do vídeo e o enquadramento consertado à vista do internauta são marcas de uma “câmera na mão”, uma câmera livre que quer contar uma história, ideia preconizada pelo cineasta brasileiro Glauber Rocha no século passado, que influenciou jovens produtores de vídeo e de documentários ao longo das últimas décadas. Com a popularização dos equipamentos de filmagens e a chegada da tecnologia digital que disseminou câmeras em todos os tipos de equipamentos de comunicação - telefones inteligentes, *tablets*, computadores -, pode-se considerar que a visão glauberiana do uso da câmera a serviço de traduzir as ideias dos indivíduos em imagens em movimento se confirma cada vez mais. As possibilidades surgidas com a tecnologia digital e com a internet, que permitiram que qualquer cidadão possa produzir imagens em movimento e compartilhá-las no ciberespaço, resultaram em uma liberdade de enquadrar. As câmeras disponíveis

⁸⁸ Transcrição literal de vídeo disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/ernesto-paglia-convida-voce-a-ser-mais-um-tripulante-do-jn-no-ar/1321509/>. Acesso em: 03 set. 2012.

em computadores e telefones celulares possuem recursos de lentes limitados, o que permite o surgimento de novas formas de enquadrar que resvalam não propriamente no enquadramento técnico perfeito ou correto, mas no quadro que interessa, no quadro que informa, que encanta, que comunica, ou no registro possível de ser feito.

Ao se passar por um internauta frente à câmera do computador, o repórter Ernesto Paglia, veterano do telejornalismo nacional, saltou do fluxo televisivo para a tela fluida do computador em busca de se adaptar ao novo estágio de comunicação imposto pelo ciberespaço. Ao contrário do âncora, cujo papel se diluiu na hipertextualidade da página *web*, a função do repórter se fortaleceu, pois segue sendo aquela de ir ao cotidiano da vida em sociedade para reportar a realidade e testemunhar os fatos. Por isso, no vídeo produzido para o webtelejornal Nacional, o repórter assumiu o papel que foi do âncora no telejornal. Coube ao repórter se dirigir diretamente ao internauta e convidá-lo para “tripular” o voo da reportagem, pois o internauta se configura como o mais recente receptor da reportagem.

O repórter Ernesto Paglia, tal como antes foi demonstrado com os exemplos dos jornalistas Herbert Moraes e Cristina Serra, buscou uma abordagem a partir da *web*. No salto para a tela fluida do webtelejornal, Ernesto Paglia tira proveito da familiaridade que possui com o telespectador, agora internauta. Trata-o por “*amigo internauta*” e, sabedor de que o interlocutor é dono do seu próprio percurso informacional, o repórter o convida a ser um “tripulante”, alguém que participa, que não se limita a assistir à viagem que é feita pelo esforço de reportagem.

O fortalecimento da reportagem no webtelejornal se dá também na medida em que o ciberespaço possibilita ao jornalismo audiovisual revelar para a esfera pública a ação de outros profissionais relevantes na produção da reportagem, que os telejornais mantiveram resguardados, ou seja, fora do campo do vídeo, a despeito de seu trabalho resultar nos conteúdos exibidos o tempo todo. No ambiente de *blogs* e de seções especiais dos webtelejornais, repórteres cinematográficos, produtores e editores saem de trás da câmera e ganham voz e rosto. Em 27 de setembro de 2010, a jornalista Adriana Caban, produtora do *JN no Ar*, surgiu no vídeo do webtelejornal para compartilhar com o internauta a fórmula de produção das reportagens da série. Na entrevista de 1 minuto e 57 segundos, a jornalista revelou, entre outras informações, que só era possível produzir as reportagens do *JN no Ar* em menos de 24h, com a equipe chegando à cidade escolhida pela manhã

e indo embora à noite, porque, na verdade, duas equipes trabalhavam simultaneamente, cada uma com um repórter e um repórter cinematográfico. No entanto, apenas um repórter apareceu no vídeo⁸⁹.

Tal como um pintor, que revela os esboços criados até conceber uma tela ou que permite ao público visitar seu ateliê; ou ainda o cirurgião que explica ao paciente o percurso de uma intervenção cirúrgica, guardadas as devidas proporções, o webtelejornal compartilha os bastidores da produção da notícia com o internauta, o que o diferencia do telejornal.



FIGURA 78 - Figura ilustra *take* do vídeo produzido para a seção *JN no Ar* do webtelejornal Nacional, em que produtora revela que duas equipes de reportagem trabalham para produzir o material que é apresentado por um repórter.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/produtora-do-jn-no-ar-fala-sobre-estrategias-para-dividir-equipes-nas-cidades-visitadas/1345770/>. Acesso em: 05 set. 2012.

A FIG. 78 traz um *take* do vídeo em que produtora da série de reportagens denominada *JN no Ar* revela para o internauta o uso de duas equipes de reportagem para produzir o material que é apresentado por um só repórter. As informações da produtora auxiliam o público internauta a desmistificar e a compreender um pouco mais o telejornalismo, o que colabora para fortalecê-lo, pois o receptor passa a ser

⁸⁹ Entrevista disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/produtora-do-jn-no-ar-fala-sobre-estrategias-para-dividir-equipes-nas-cidades-visitadas/1345770/>. Acesso em: 05 set. 2012.

informado sobre a fonte produtora e o processo de produção da informação audiovisual. No lugar do encantamento propiciado pelo show de velocidade e eficiência exibido pelo telejornal, o webtelejornal lança mão de informar sobre o seu bastidor para atrair o internauta. Ao desmitificar o fazer dos profissionais responsáveis pelas diversas funções nas etapas de produção da reportagem, o webtelejornal legitima a informação jornalística como um fazer em equipe e a fortalece perante o internauta. Ao compartilhar informações sobre a produção da reportagem, o webtelejornal sinaliza que, em seu ambiente rizomático hipertextual, reconhece no receptor do ciberespaço alguém que não se contenta mais em ficar do lado de fora da tela, mas almeja e pode atravessá-la em seu próprio percurso informativo.

Nessa ação de compartilhamento da informação e do fazer jornalístico, o webtelejornal, vez ou outra, repete a ação do pintor Diego Velásquez, que se colocou em cena no quadro *As Meninas*, representando a si próprio enquanto pintava e invertendo a expectativa do espectador. Nos comentários postados nos *blogs* dos webtelejornais, há uma preocupação em exibir os autores das imagens, em divulgar fotografias e depoimentos dos repórteres cinematográficos. Como ambiente informativo que dá voz aos atores sociais envolvidos nos contextos registrados pela reportagem, o webtelejornal inova ao trazer para o centro da página *web* aquele que sempre esteve fora de campo, do lado de fora da moldura da televisão, a despeito de ser o autor das imagens veiculadas diariamente nos telejornais. É significativo, do ponto de vista da produção da reportagem audiovisual, um vídeo gravado como conteúdo exclusivo para a seção *JN no Ar* do webtelejornal Nacional, no qual dois repórteres cinematográficos são os entrevistados, ou seja, passaram para o lado de frente da câmera, enquadrados em plano aberto e depois em *close-up*, e tiveram um momento de fala no vídeo.

Escalados para uma reportagem sobre as condições de vida no estado de Roraima, onde 88,19 % dos habitantes não têm acesso à rede de esgoto, segundo dados do IBGE divulgados pelo webtelejornal Nacional, os dois repórteres cinematográficos contaram sobre as dificuldades enfrentadas durante cobertura na cidade de Alto Alegre, no dia 6 de setembro de 2010, quando trabalharam sob chuva intensa para realizar as gravações de uma reportagem que foi ao ar no mesmo dia. O repórter Dennys Leutz, primeiro a ser entrevistado, deu o seguinte depoimento:

Foi meio desesperador, porque chovia muito, muito. Pra gente proteger o nosso equipamento, a gente tem que usar de todos os artifícios. A gente tem a capa, que ela tem uma limitação, mas que ajuda na hora de você gravar numa situação como essa. Não é uma situação ideal, mas a gente conta também com muita sorte, pra não vazar uma gota d'água, porque uma gota d'água pode botar o equipamento a perder. Fiquei bastante apreensivo, porque chovia muito. Não dava a impressão de que ia parar de chover. A gente com um tempo muito limitado pra fazer a captação das imagens pra matéria. E aí, você vê o tempo passar, a chuva cair e você não conseguir produzir nada. O negócio começa a desesperar⁹⁰.

Já o segundo repórter cinematográfico, Lúcio Rodrigues, exibiu outro ponto de vista sobre a dificuldade imposta pela chuva àquele dia de reportagem em Roraima:

Com chuva ficou mais difícil ainda, mas, aos poucos, a chuva vai se tornando parceira da gente. Acaba que ela ajuda a compor imagens e tal. Então, as dificuldades vêm. A gente pegando com jeitinho, uma coisa aqui, outra coisa ali e, no fim, tenta fazer disso algo legal⁹¹.

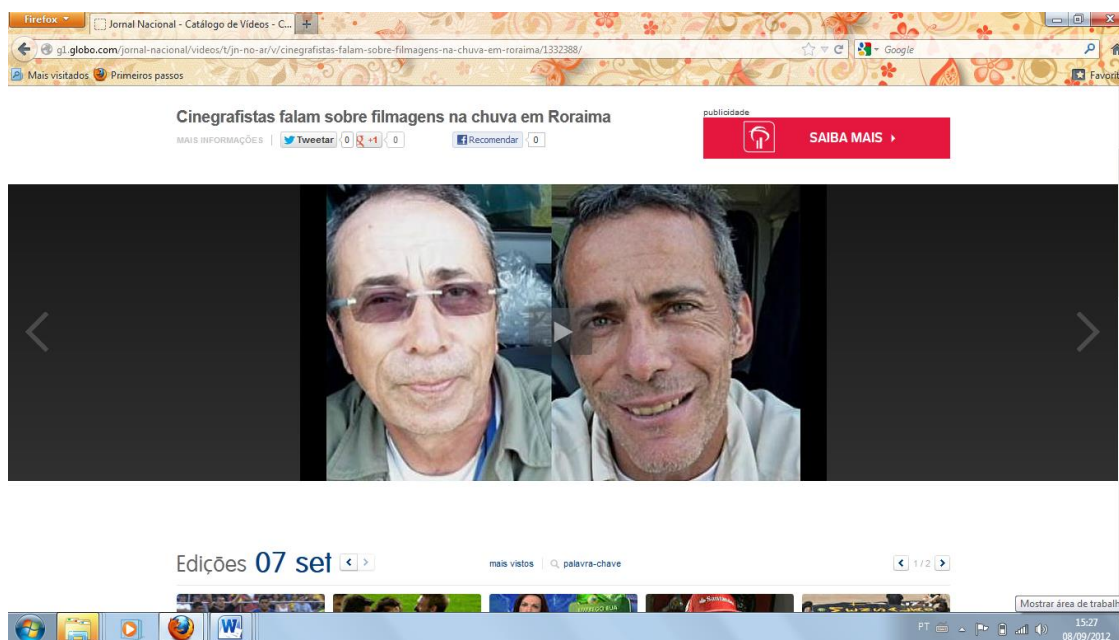


FIGURA 1 - Take inicial de vídeo em que os entrevistados são os repórteres cinematográficos Dennys Leutz e Lúcio Rodrigues - postado na seção *JN no Ar* em 06 set. 2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/cinegrafistas-falam-sobre-filmagens-na-chuva-em-roraima/1332388/>. Acesso em: 08 set. 2012.

As falas dos cinegrafistas exalam o que os move e materializam para o internauta pontos de vista dos quais pode-se inferir, pelo menos, um traço: a

⁹⁰ Fonte: [www.G1.globo.com/jornal Nacional](http://www.G1.globo.com/jornal-nacional). **Cinegrafistas falam sobre filmagens na chuva em Roraima**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/cinegrafistas-falam-sobre-filmagens-na-chuva-em-roraima/1332388/>. Acesso em: 08 set. 2012.

⁹¹ Fonte: [www.G1.globo.com/jornal Nacional](http://www.G1.globo.com/jornal-nacional). **Cinegrafistas falam sobre filmagens na chuva em Roraima**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/cinegrafistas-falam-sobre-filmagens-na-chuva-em-roraima/1332388/>. Acesso em: 08 set. 2012.

despeito de se moldar por exigências impostas pela circulação e pelo consumo de bens simbólicos, a representação imagética no telejornalismo não se pauta somente pela técnica; advém também da subjetividade e da capacidade criativa de quem, através das lentes da câmera, recorta e seleciona a realidade, mesmo que isto se dê no ritmo acelerado da demanda pela captura de imagens que serão divulgadas em seguida.

O depoimento do primeiro repórter exemplifica a postura descrita por Fernão Pessoa Ramos e Vivian Sobchack sobre a relação câmera-repórter diante do fato a ser registrado. O repórter Dennys Leutz exhibe a postura profissional de quem, diante de uma pauta a ser cumprida, não se importa com o “*tempo muito limitado pra fazer a captação das imagens pra matéria*”⁹², pois tais imagens devem ser feitas.

Já o segundo repórter, Lúcio Rodrigues, dá vazão à subjetividade no momento em que age como um homem-câmera. Ele vê a chuva intensa como um elemento a mais à disposição de seu olhar mediador. Para ele, “*a chuva vai se tornando parceira da gente. Acaba que ela ajuda a compor imagens*”⁹³. De posse desse tipo de pensamento, o repórter Lúcio Rodrigues se revela um mediador no domínio da linguagem com que exerce seu olhar, ou seja, deixa subentendido que não importa a intempérie ou a dificuldade imposta pela realidade. Uma vez que a câmera funcione, irá transformar em imagem o que estiver ao alcance do seu olhar.

⁹² Fonte: [www.G1.globo.com/jornal Nacional](http://www.G1.globo.com/jornal-Nacional). **Cinegrafistas falam sobre filmagens na chuva em Roraima**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/cinegrafistas-falam-sobre-filmagens-na-chuva-em-roraima/1332388/>. Acesso em: 08 set. 2012.

⁹³ Fonte: [www.G1.globo.com/jornal Nacional](http://www.G1.globo.com/jornal-Nacional). **Cinegrafistas falam sobre filmagens na chuva em Roraima**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/jn-no-ar/v/cinegrafistas-falam-sobre-filmagens-na-chuva-em-roraima/1332388/>. Acesso em: 08 set. 2012.

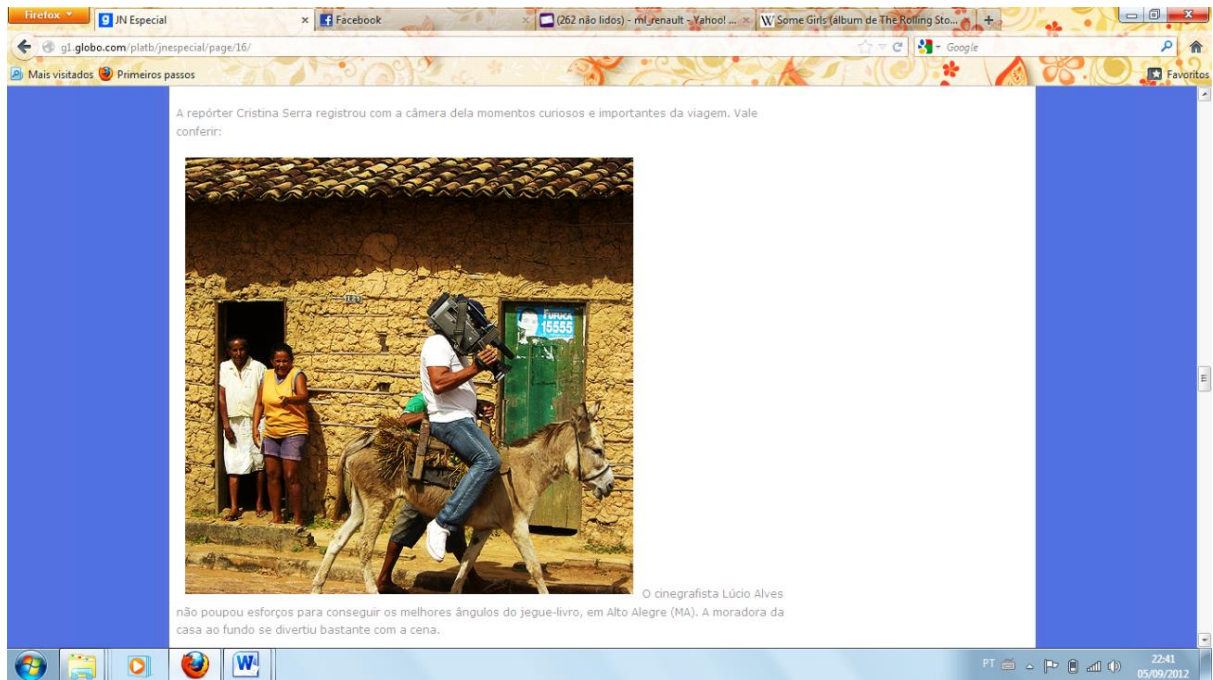


FIGURA 80 - Repórter cinematográfico Lúcio Alves montado em um jegue durante produção de reportagem em Alto Alegre, interior do estado do Maranhão, em março de 2008. Foto postada no *blog* do *JN Especial* em 26 mar. 2008.

Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/page/16/>. Acesso em: 08 set. 2012.

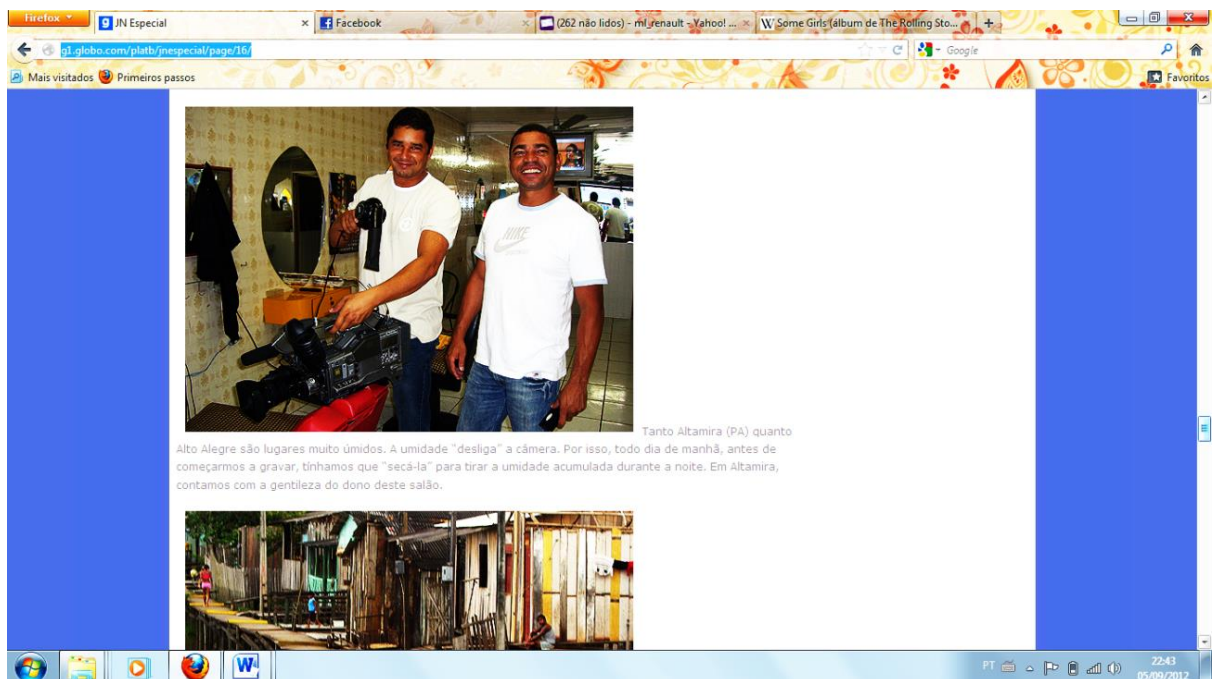


FIGURA 81 - Equipe de cinegrafia usa secador emprestado em salão de beleza localizado em Altamira no Pará pra "secar a câmera", pois o excesso de umidade do ar desligou o equipamento, segundo comentário postado na seção *JN Especial*, em 26 de março de 2008, pela repórter Cristina Serra.

Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/page/16/>. Acesso em: 08 set. 2012.



FIGURA 82 - Fotografia de equipe do cinegrafista Élder Miranda e o auxiliar Leonardo Araújo registrando trabalho de um *luthier* em Recife - postada no *blog JN no Ar* em 21 de maio de 2009 pelo editor de internet do Jornal Nacional, Alfredo Bokel. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2009/05/21/o-projeto/>. Acesso em: 08 set. 2012.

No período de observação para a pesquisa, o webtelejornal compartilhou com os internautas uma outra face da reportagem que se revela materializada em imagens registros da ação de repórteres cinematográficos. A pesquisadora encontrou, nos *blogs* e seções, fotografias de cinegrafistas andando montados em jéguê, como mostra a FIG. 80. Encontrou também repórteres cinematográficos improvisando escadas para obter melhor ângulo, como na FIG. 81, em que o editor de internet Alfredo Bokel registrou a equipe do cinegrafista Élder Miranda e o auxiliar Leonardo Araújo documentando o trabalho de um *luthier* em Recife, em 21 de maio de 2009. Ou, simplesmente, cinegrafistas posando com repórteres, como na FIG. 83 a seguir, numa demonstração de legitimação do fazer do repórter cinematográfico. Isso configura um fortalecimento da produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais como resultado de um fazer intelectual em equipe que não pode prescindir do olhar de quem, a despeito de estar fora do campo de visão do receptor, media a realidade através da câmera e é presença viva no resultado final da reportagem.



FIGURA 83 - Fotografia de dupla de repórter e repórter cinematográfico, Alan Severiano e Rogério Rocha, respectivamente, durante produção de reportagem sobre educação a distância postada em 1º de maio de 2009 pelo repórter Alan Severiano no *JN Especial*.

Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2009/05/01/profissionalizando-a-educacao-a-distancia/>. Acesso em: 08 set. 2012.

Se o telejornal é responsável também por criar intertextualidade ao fazer circular na sociedade as imagens e vozes de atores sociais diversos, ao trazer o repórter cinematográfico para a tela do computador, o webtelejornalismo inova em relação ao universo do telejornalismo, pois aprofunda para o internauta as possibilidades de conjugar realidade visível e invisível no processo de construção da narrativa jornalística. Dessa ação do webtelejornal, pode resultar mais esclarecimento sobre a forma como a representação jornalística é instituída e como se materializa para o receptor. Se, no telejornalismo, a representação se materializa nas gravações resultantes dos esforços de pesquisa, de reportagem e nos VTs editados exibidos com a presença do repórter no campo do vídeo, no webtelejornal tal materialização se estende aos *blogs* e às seções especiais que informam sobre o processo de construção da informação audiovisual. Ao migrar para o ciberespaço e adotar procedimentos que diferem ou inovam em relação ao fazer na televisão, o webtelejornalismo reproduz, mas, ao mesmo tempo, modifica o campo de representação ao se reconfigurar como uma expansão do seu antecessor, o telejornalismo.

5.3.3. A perda da hegemonia na produção de imagens noticiosas

O esforço do webtelejornal em ampliar a visibilidade sobre a reportagem e o consequente fortalecimento da narrativa jornalística pode ser compreendido como um enfrentamento à nova realidade das imagens, a partir da cultura da conexão e da linguagem multimídia da *web*, que impuseram ao telejornalismo uma evidente perda de hegemonia sobre aquilo que lhe fundamenta, ou seja, a produção das imagens em movimento. As possibilidades da tecnologia digital democratizaram a presença da câmera nos mais diversos equipamentos de uso cotidiano dos indivíduos, em ambientes públicos e privados das cidades, com vistas ao controle social e à busca por segurança na vida coletiva, entre outros fatores que praticamente entregaram a produção de imagens nas mãos de todos, ou melhor, de quem se dispuser a colocar o olhar a serviço das imagens.

É cada vez mais corriqueiro os telejornais das emissoras em análise produzirem a reportagem a partir de imagens que não são delas. São imagens que podem ser consideradas “alheias”, pois foram capturadas por câmeras que miravam outro objetivo, não necessariamente o telejornalístico. O substantivo alheio foi escolhido no sentido de definir uma imagem estrangeira, distante, que surgiu produzida por alguém de fora do aparato tecnológico e das equipes profissionais dos webtelejornais e dos telejornais. Desde sempre, o telejornal utilizou imagens alheias, imagens dos chamados cinegrafistas amadores, tratamento utilizado pelos jornalistas profissionais para classificar os que não pertencem ao círculo das redações ou à categoria profissional com formação em jornalismo, mas conseguem registrar imagens de valor jornalístico que são divulgadas pelo telejornalismo.

O webtelejornal é um cibermeio que testemunha como o telejornalismo incorporou imagens vindas de fontes as mais diversas: câmeras instaladas em aeroportos, em metrô, nas ruas das grandes cidades, nos circuitos internos de condomínios e prédios residenciais, mas, principalmente, de câmeras anônimas perante as quais o inesperado, o inédito, se apresenta. As câmeras amadoras têm registrado as mais variadas imagens que, postas em circulação pelo jornalismo, são incorporadas às telas diversas.

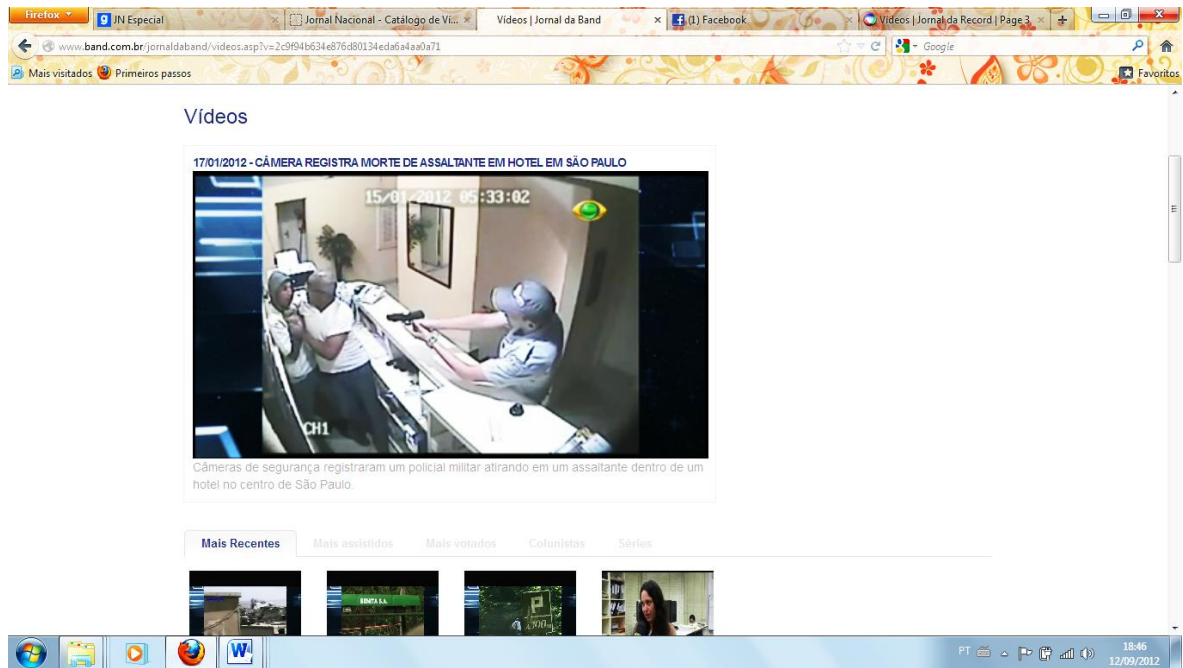


FIGURA 84 - Take de reportagem do weblejornal da Band editada com imagens feitas por câmera de circuito interno de hotel localizado no centro da cidade de São Paulo, que registrou flagrante de assalto seguido de morte de assaltante por policial militar. Reportagem exibida em 17 jan. 2012. Disponível em: <http://www.band.com.br/jornaldaband/videos.asp?v=2c9f94b634e876d80134eda6a4aa0a71>. Acesso em: 12 set. 2012.

A FIG. 84 ilustra o registro exibido pelo weblejornal da Band de um policial que flagrou um assaltante em ação dentro de um hotel no centro de São Paulo, em 17 de janeiro de 2012. A cena foi registrada por uma câmera do circuito interno do estabelecimento, câmera alheia ao jornalismo que, instalada por razões de segurança, produziu imagens nas quais os jornalistas encontraram valor de notícia e as fizeram ganhar a rede mundial de computadores.



FIGURA 85 - *Take* de reportagem com imagens creditadas a cinegrafista amador que denunciam policiais militares do Rio de Janeiro por atirar em suspeito já dominado - exibida pelo webtelejornal Nacional em 31 jul. 2012.

Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/policial-e-investigado-por-disparo-durante-sequestro-relampago-no-rio/2067837/>. Acesso em: 31 jul. 2012.

Já o registro que flagrou policiais cariocas atirando de forma cruel em um assaltante já dominado, cujo *take* está ilustrado na FIG. 85, exibido pelo webtelejornal Nacional em 31 de julho de 2012, veio da câmera de um cidadão atento, não identificado para o público.

Os enquadramentos de câmera exibidos pelas imagens alheias são, na maioria, feitos em plano aberto e não oferecem detalhes, nem contraplanos, ou seja, outros ângulos da cena filmada, o que impossibilita uma edição enriquecida por diversos ângulos, recurso que confere ritmo e credibilidade à reportagem. No entanto, tais imagens estão sendo incorporadas ao jornalismo audiovisual pelo conteúdo do registro que capturaram. Como instância produtora de bens simbólicos, o webtelejornalismo assumiu o plano aberto que os impregna como um evidente compartilhamento do olhar com o receptor, pois a democratização das tecnologias produtoras de imagens e a cultura da conexão evidenciaram ainda mais a impossibilidade de estar a todo tempo em todo lugar, na pretensa onipresença televisiva que forjou o telejornalismo. Ao migrar para o ciberespaço, o telejornalismo incorpora as imagens alheias na busca de conseguir seguir sendo um referencial do ponto de vista da informação, a partir das imagens em movimento.

A perda de hegemonia do telejornalismo sobre a produção de imagens em movimento pode ser compreendida como um novo estágio propiciado pela tecnologia digital que possibilitou ao homem contemporâneo se apropriar ainda mais da representação imagética como linguagem. Sejam as imagens trocadas como mensagens curtas entre telefones, postadas nas redes sociais, nos *blogs*, nos *sites* ou as que alcançam a esfera pública incorporadas aos cibermeios de comunicação, as imagens fluidas exalam as possibilidades da linguagem multimídia que permite a qualquer ator social produzir e compartilhar conteúdos na esfera pública virtual materializada no ciberespaço. Ao incorporar as imagens alheias a seu fazer na produção de bens simbólicos, o webtelejornalismo demonstra busca de sintonia com a sociedade da qual é reflexo e para a qual existe.

Jacques Aumont (2007) já lembrou que a multiplicação das imagens na sociedade contemporânea deve ser compreendida mais como um fenômeno de retomada da imagem visual do que propriamente como uma revolução provocada pelo excesso de imagens que invadiram o cotidiano. Para o autor, a *“revolução das imagens, se houve alguma, está distante, atrás de nós, na época em que, ao reduzirem-se progressivamente a mero registro – por mais expressivo que fosse - das aparências, perderam a força transcendente que haviam possuído”* (AUMONT, p.314). Aumont enxergou a multiplicação das imagens mais como um fenômeno capaz de evidenciar o quanto *“nossa civilização ainda continua a ser, quer se queira ou não, uma civilização da linguagem”* (AUMONT, 2007, p. 314).

5.4 Da emissão de mão única à interatividade na conexão

O internauta pode ser compreendido como um receptor-emissor que adentrou o ciberespaço de forma interativa. Como internauta, o telespectador descobriu que pode, através da tela fluida do computador, aproximar sua voz e ação dos conteúdos propostos pelas instâncias de produção de bens simbólicos. O universo virtual de atualização contínua de conteúdos e a natureza hipertextual, a oferecer caminhos a serem navegados, permitiram ao internauta ir além do que alcança como telespectador. Em relação à interação permitida pela televisão, o ciberespaço

possibilita ao internauta uma ação mais efetiva, imediata e, de certa forma, concreta. Ao longo desta análise, já se demonstrou que a interatividade hipertextual permite ao internauta participar do webtelejornalismo, seja colaborando com o envio de imagens, seja inscrevendo seu ponto de vista sobre a página *web* ao aliar comentários às reportagens, aos *blogs* de repórteres e às seções especiais. Além de analisar o nível de interação demonstrado pelos webtelejornais no período observado, esta categoria de análise traz uma subdivisão, mais à frente, que trata a interatividade a partir de uma memória acessível e controlada.

Ao se apropriar da informação ou do conhecimento que seleciona no webtelejornal, o internauta tem a possibilidade de agir de forma diversa do telespectador. Ele colabora para a expansão da reportagem ao imprimir sua inscrição no comentário postado e quando compartilha conteúdos dos webtelejornais nas redes sociais. Existe ainda a possibilidade de acesso imediato aos arquivos das edições, o que resulta em uma nova forma de memória social coletiva, arquivada pelos webtelejornais e jamais oferecida pelo telejornal. O internauta que se interessa pelo webtelejornal demonstra ser movido por um evidente traço de familiaridade com o passado eletrônico deste cibermeio. Por ocasião do episódio em que a jornalista Fátima Bernardes foi substituída na apresentação do Jornal Nacional, a internauta Clarice Almeida postou um comentário, em 7 de dezembro de 2011, na seção *JN Especial* do webtelejornal para agradecer *“em primeira mão a consideração que vocês do JN têm conosco aqui do outro lado da tela [...] por tá (sic) sempre participando o público dos acontecimentos mudanças isto é muito importante”*⁹⁴. Clarice ilustra um internauta para quem o webtelejornal parece representar uma instância de produção de conteúdo simbólico que lhe importa de tal maneira, a ponto de merecer um agradecimento inscrito na esfera pública através do diálogo possibilitado pelo webtelejornal em suas páginas *web*.

⁹⁴ Transcrição literal de trecho da mensagem na forma escrita e postada pela internauta. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2011/12/06/o-primeiro-dia-de-patricia-poeta-no-jn/#comments>. Acesso em: 08 jan. 2012.

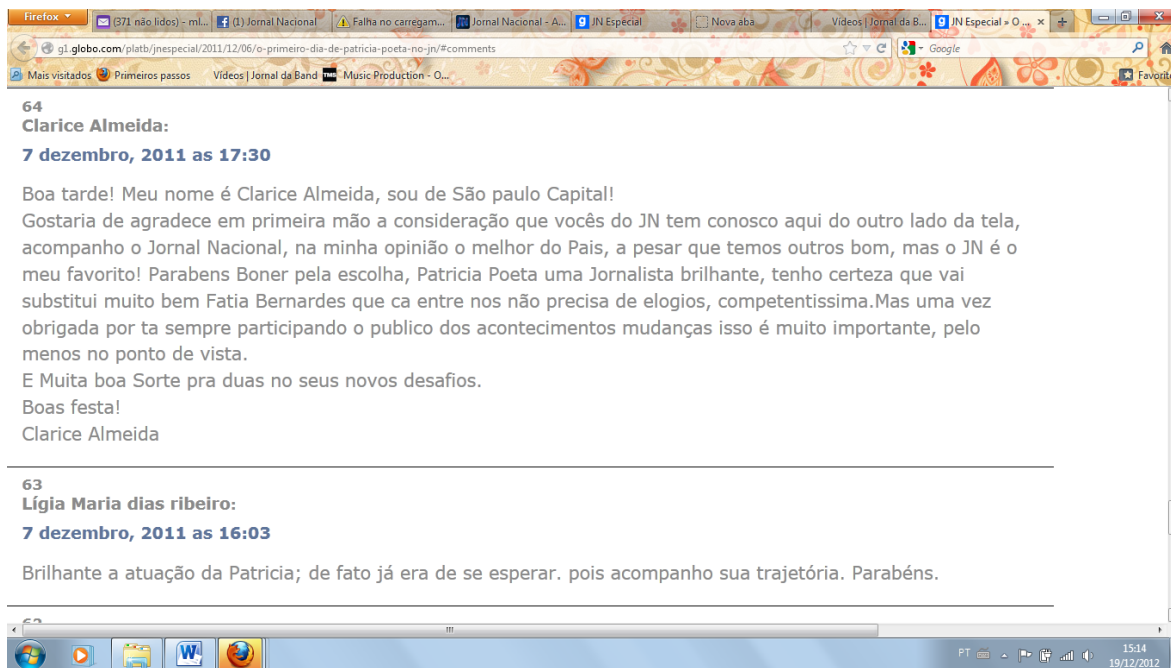


FIGURA 86 - Recorte de página *web* da seção *JN Especial* do webtelejornal Nacional com agradecimento da internauta Clarice Almeida em 07 dez. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2011/12/06/o-primeiro-dia-de-patricia-poeta-no-jn/#comments>. Acesso em: 08 jan. 2012.

Ao inscrever seu texto na página *web*, como comprova a FIG. 86 acima, a internauta Clarice Almeida materializou o espaço propiciado pelo hipertexto ao webtelejornal como um lugar de significação em que produtores e consumidores de um bem cultural trocam e produzem significações. Outras demonstrações de inscrições interativas como a de Clarice podem ser vistas no trecho demonstrado pela FIG. 86.

As formas como internautas têm inscrito seus textos nos webtelejornais são diversas. A maioria posta elogios às reportagens ou ao desempenho dos repórteres. Outros buscam inscrever-se de forma bem pessoal, como o internauta Jovani Sperafico que, diante das imagens e informações sobre a destruição causada pelo terremoto no Haiti, em janeiro de 2010, pediu que “*declamassem*” no ar um poema escrito por ele.

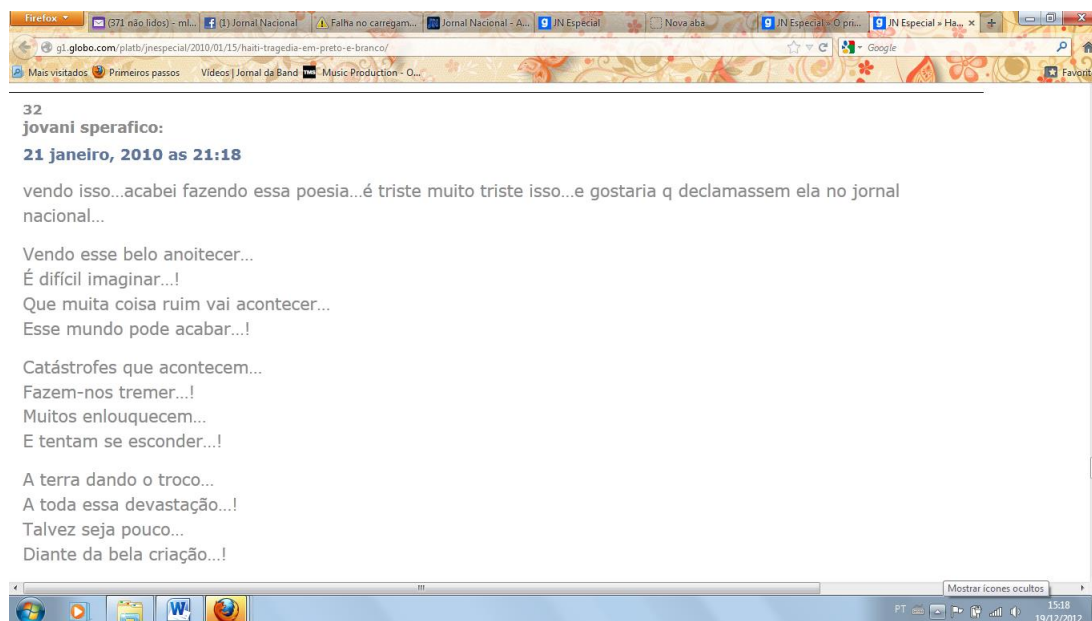


FIGURA 87 - Poema postado pelo internauta Jovani Sperafico, em 21 de janeiro de 2010, na seção *JN Especial* em repercussão à cobertura sobre a devastação causada por terremoto no Haiti. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/jnespecial/2010/01/15/haiti-tragedia-em-preto-e-branco/> Acesso em: 08 jan. 2012.

Tal como já se sabe com relação ao telejornal, a recepção de conteúdos jornalísticos se dá de forma individualizada. Uma inscrição na página do webtelejornal Nacional como a do internauta Jovani, na FIG. 87, chama a atenção pela forma como ele confia ser o webtelejornal um lugar de fala pública no qual ele busca ter um poema divulgado.

No entanto, o webtelejornal evidencia que, no que toca à interatividade, o telejornalismo pisa com relutância no ciberespaço. Apesar das inúmeras possibilidades de interação que o ambiente virtual permite, o webtelejornal se mostra como nunca um “*lugar simbólico de debates por significação que reproduz conflitos de interesses entre os produtores e consumidores de um produto cultural*” (FISKE, 1990, p.14). O conflito de interesses nesse cibermeio se dá na medida em que o webtelejornal quer se valer da interatividade para se expandir no ambiente virtual, mas, ao mesmo tempo, agarra-se a um caráter de controle sobre a voz do receptor e insiste em um diálogo ainda significativamente assimétrico com o internauta. As evidências dessa relutância do webtelejornal em lidar com a interatividade estão no fato de ele abrir suas páginas *web* de forma parcial para os comentários dos internautas e não conseguir ainda absorver a natureza de interatividade inclusiva e dialógica possibilitada pelo ciberespaço.

Ao longo do período de observação, os webtelejornais demonstraram utilizar cada vez mais a ação do internauta a favor da repercussão dos conteúdos que exhibe no ciberespaço. Isso fica evidente pelo fato de todos possuírem páginas com conexão direta para que o internauta dê demonstrações públicas nas redes sociais de que aprovou o que assistiu ou leu. Em cada página *web* que exhibe reportagens, o internauta encontra os *links* das redes sociais *Facebook*, *Google* e *Twitter*, pelas quais podem aprovar publicamente o conteúdo assistido. Ao lado de cada símbolo das redes sociais é possível ver um placar que exhibe o número de internautas que marcaram a opção “curtir” da rede social *Facebook* ou compartilharam a reportagem nestas redes. O webtelejornal da Band chega a induzir o internauta a fazer o compartilhamento, pois a opção para postar a reportagem na rede social *Facebook* surge marcada quando a página com a reportagem é atualizada. Ele é o único entre os quatro webtelejornais observados que lança mão desse expediente, como já foi demonstrado.

O webtelejornal da Record também recebe comentários nas suas páginas de exibição de reportagens, mas busca manter um controle sobre a fala do internauta.

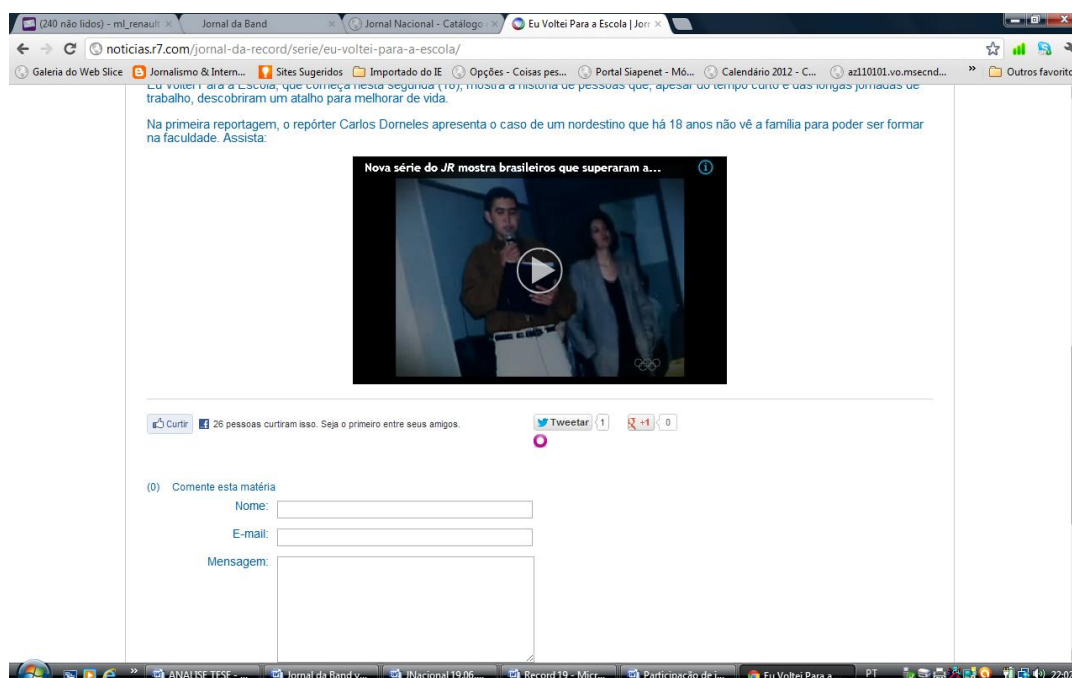


FIGURA 88 - Página do webtelejornal da Record abre espaço para que o internauta envie à redação comentário sobre a reportagem. O webtelejornal não divulga os comentários recebidos. Na contabilidade da aprovação pública da reportagem pode-se ver que 26 internautas recomendaram a reportagem através do mecanismo “curtir” da rede social *Facebook* e um internauta a compartilhou pelo *Twitter*. Reportagem exibida em 19 jun. 2012.

Disponível em: <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/serie/eu-voltei-para-a-escola/>. Acesso em: 19 jun. 2012.

A página do webtelejornal da Record exibida na FIG. 88 abre espaço para que o internauta envie à redação comentário sobre a reportagem, no entanto, os comentários não ficam disponíveis para o público. Na contabilidade da aprovação pública da reportagem pode-se ver na FIG. 88 que vinte e seis internautas recomendaram a reportagem através do mecanismo “curtir” da rede social *Facebook*. Um internauta compartilhou pelo *Twitter* a reportagem exibida em 19 de junho de 2012.

Na página *web* em que se visualiza a contabilização da demonstração pública de aprovação dos conteúdos há espaço em branco no qual o internauta pode inscrever seu texto na forma de um comentário escrito, como já é rotineiro, por exemplo, nos *sites* dos cibermeios oriundos dos jornais impressos ou das emissoras de rádio. O hipertexto garante essa possibilidade, que o webtelejornal prefere utilizar de forma parcial e controlada. No período observado, os webtelejornais ainda não conseguiram lidar com a possibilidade concreta de ter a crítica do internauta atrelada diretamente ao conteúdo exibido na página *web* de forma publicizada. Entre os quatro webtelejornais analisados, somente o webtelejornal da Band permite o comentário do internauta inscrito abaixo do vídeo ou do texto da reportagem. Os demais utilizam a estratégia de pedir ao internauta que envie o comentário para a redação. Dessa forma, o webtelejornal demonstra temer aliar críticas ao seu conteúdo. Só parecem lhe interessar as aprovações públicas. Demonstra preferir manter o texto do internauta apartado nos *blogs* e seções especiais, pois, assim, fica distanciado do debate que as reportagens possam suscitar na esfera pública.

Em três dos quatro webtelejornais observados, os *blogs* de repórteres são o único espaço em que os comentários ficam publicizados e expostos à esfera pública virtual - são os webtelejornais da Globo, Nacional e da Record. Ao não abrir espaço na página hipertextual informativa, o webtelejornalismo demonstra buscar manter uma forma de controle sobre a voz do internauta, agarrando-se ao seu passado eletrônico de emissão e diálogo assimétrico com o telespectador. A falta de espaço para que o internauta exponha sua opinião sobre os conteúdos das reportagens evidencia que o webtelejornal busca resguardar do público seu diálogo com o internauta. Isso fica evidente pela existência recente da seção intitulada *Fale conosco*.

A seção *Fale conosco* é o espaço em que o internauta pode enviar um comentário à redação. Apenas enviar. Tal comentário não fica exposto na página *web* para ser conhecido publicamente. Uma vez endereçado à redação, desaparece da cena pública da internet. Há dois anos, somente dois dos quatro webtelejornais que constituíram o *corpus* desta pesquisa mantinham essa seção destinada a receber comentários dos internautas e, portanto, mostravam-se abertos ao diálogo com o internauta. Eram os webtelejornais da Globo e Nacional, produzidos pela Rede Globo de Televisão e alojados no *site* G1. Os webtelejornais da Band e da Record ganharam a seção que recebe comentários dos internautas mais recentemente.



FIGURA 89 - Página do webtelejornal da Globo com orientações e espaço destinado a receber “os elogios, críticas e sugestões” do internauta. O modelo é similar nos outros três webtelejornais observados.

Disponível em: <http://falecomaredeglobo.globo.com/index1.aspx>. Acesso em: 21 set. 2012.

A página do webtelejornal da Globo, por exemplo, informa que recebe “os elogios, críticas e sugestões”⁹⁵ do internauta, conforme se vê na FIG. 89. A despeito de a seção *Fale conosco* estar presente nos quatro webtelejornais analisados, o que demonstra o interesse deles em ouvir o internauta sobre os conteúdos que publica, estes não informam em suas páginas o destino dos comentários, nem o tratamento

⁹⁵ Disponível em: <http://falecomaredeglobo.globo.com/index1.aspx>. Acesso em: 21 set. 2012.

dado ao diálogo proposto pelo internauta. O que é feito com tais comentários? Que uso o webtelejornal dá a eles?

A análise já inferiu e demonstrou alguns desses possíveis usos. Sugestões e reclamações podem ser transformadas em pautas para reportagens. Uma informação creditada ao jornalista Alfredo Bokel, ex-editor de internet do webtelejornal Nacional, confirmou essa conclusão. Segundo o jornalista, 70% das mensagens recebidas pela seção *Fale Conosco* são sugestões e denúncias (BONNER, 2009, p.237). Há ainda, segundo o jornalista, muitos pedidos de informação complementar aos conteúdos divulgados.

As imagens alheias produzidas por cidadãos observadores atentos da cena cotidiana são utilizadas pelo webtelejornalismo para produzir conteúdos jornalísticos. Em março de 2010, o webtelejornal Nacional informou que internautas o pautaram ao enviar reclamações sobre o atraso na entrega de correspondências pelos Correios nas regiões Norte e Nordeste do País.

Correios atrasam correspondências em todo país

Pela Internet, telespectadores do Jornal Nacional começaram a reclamar dos Correios na semana passada.



Na semana passada, o Jornal Nacional mostrou as queixas dos brasileiros que vivem nas regiões Norte e Nordeste sobre os atrasos dos Correios na entrega de correspondências.

A reportagem tinha sido sugerida pelo público que visitou a nossa página na internet. Só que, depois que ela foi ao ar, as queixas se multiplicaram e partiram de gente que mora em outras regiões.

As contas todas na mão 20 dias depois do vencimento. Os problemas com os Correios. em

Tamanho da letra A- A+

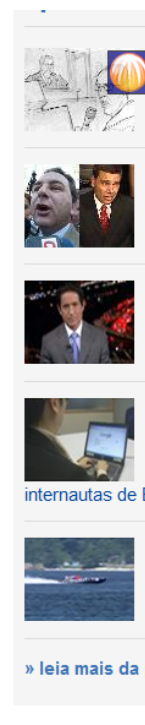


FIGURA 90 - Página em que o webtelejornal Nacional informou ter sido pautado por internautas. Reportagem publicada em 24 mar. 2010.

Disponível em: <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL1543743-10406,00-CORREIOS+ATRASAM+CORRESPONDENCIAS+EM+TODO+PAIS.html>. Acesso em: 26 mar. 2010.

Em matéria exibida no dia 24 de março, o webtelejornal Nacional informou que, após a reportagem ir ao ar, surgiram reclamações de todas as partes do País sobre atrasos nas entregas dos Correios, a empresa estatal responsável por prestar o serviço de envio e transporte de cartas e encomendas no Brasil. Conforme demonstra a FIG. 90, o webtelejornal informa que a reclamação do público “*pela internet*”⁹⁶ levou à produção da reportagem.

A pesquisa entrou em contato com os quatro webtelejornais analisados a fim de realizar entrevistas e obter informações, principalmente, sobre a relação entre webtelejornal e internauta. Dois dos webtelejornais, o da Band e o da Record, sequer responderam aos pedidos de entrevista. Por se tratar de pesquisa cujo objeto está configurado no ciberespaço, buscou-se contato com os editores chefes e editores de internet dos webtelejornais através de mensagens eletrônicas enviadas para os endereços informados nas páginas dos cibermeios. Em uma pesquisa que se preocupa com a comunicação no ciberespaço não se justificaria lançar mão de outros expedientes como telefonemas, cartas pelo correio, abordagem pessoal ou a intermediação de terceiros para se conseguir a atenção dos jornalistas responsáveis pelos webtelejornais. Esta pesquisa considerou relevante o contato por mensagem eletrônica, através dos endereços informados pelos webtelejornais em suas páginas, como método para se comprovar, na prática, como os webtelejornais reagem às solicitações que recebem do público através da *web*.

⁹⁶ Disponível em: <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL1543743-10406,00-CORREIOS+ATRASAM+CORRESPONDENCIAS+EM+TODO+PAIS.html>. Acesso em: 26 mar. 2010.

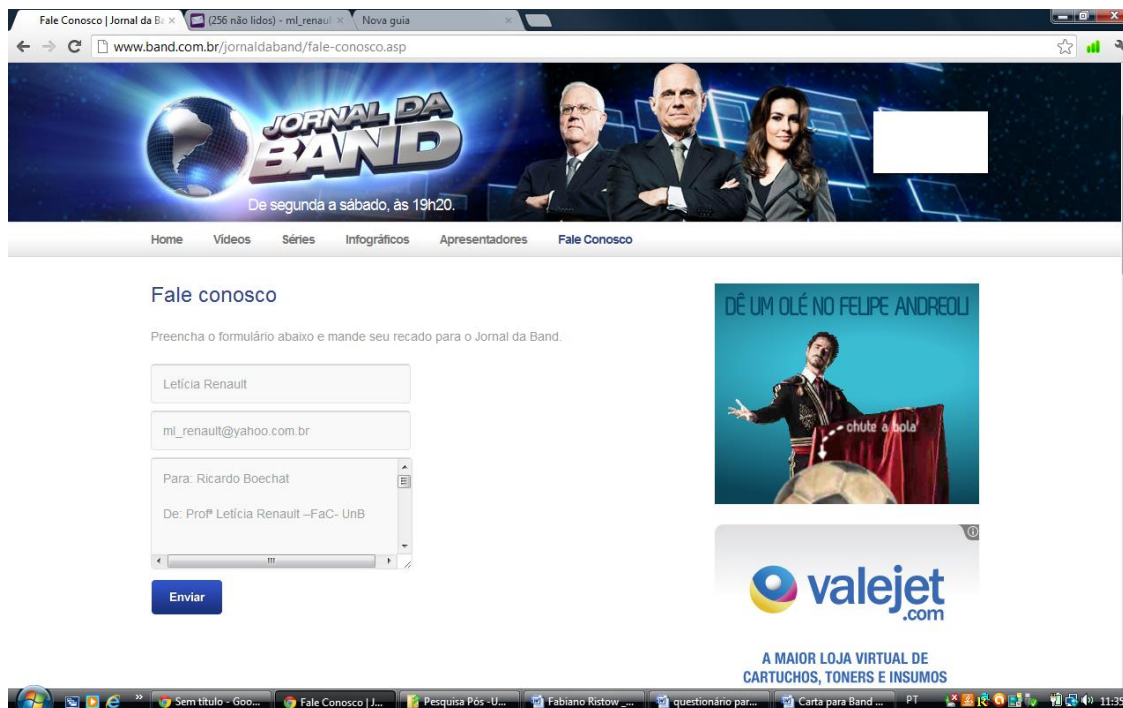


FIGURA 91 - Fac-símile de página da seção *Fale Conosco* do weblejornal da Band com mensagem encaminhada ao editor-chefe e apresentador Ricardo Boechat, às 11h35 do dia 1º de agosto de 2012, com solicitação em que a pesquisadora se apresentou e pediu entrevista. O texto completo da mensagem pode ser lido no Anexo II. A página foi arquivada pela pesquisa em 01 ago. 2012 no momento do envio da mensagem.

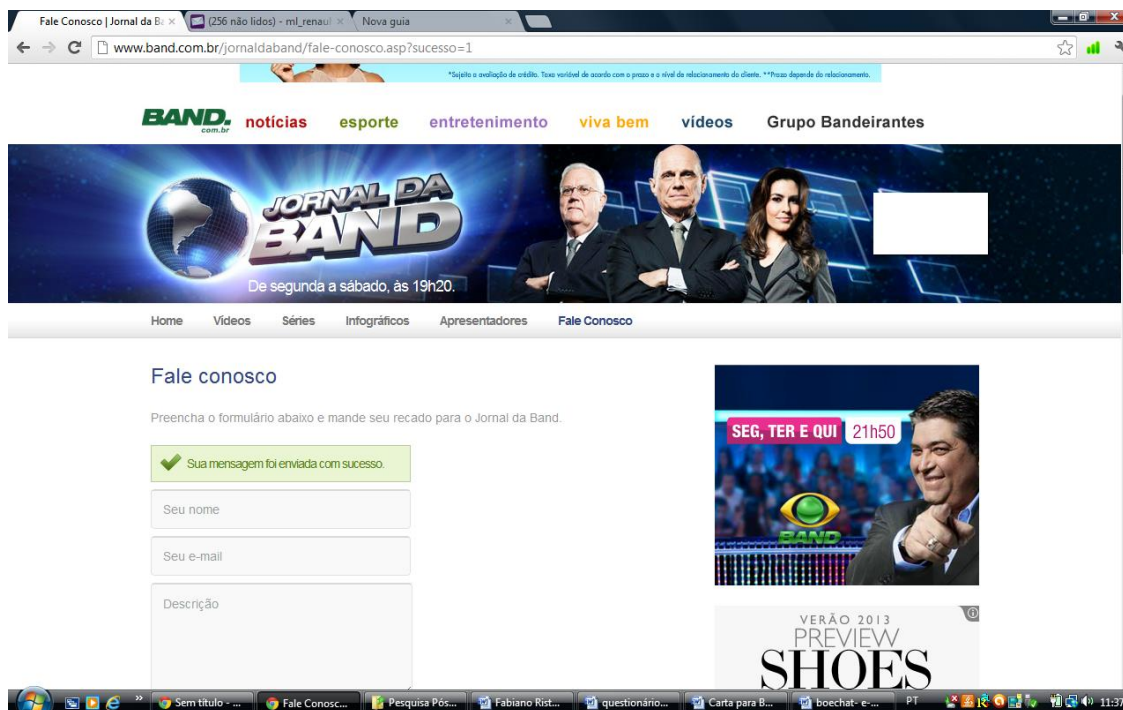


FIGURA 92 - Fac-símile de página da seção *Fale Conosco* do weblejornal da Band com resposta automática que confirmou envio de mensagem encaminhada ao editor-chefe e apresentador Ricardo Boechat, às 11h37 do dia 1º de agosto de 2012, com solicitação em que a pesquisadora se apresentou e pediu entrevista. O texto completo da mensagem pode ser lido no Anexo II. A página foi arquivada pela pesquisa em 01 ago. 2012 no momento da resposta.

A FIG. 91 exibe *fac-símile* de mensagem enviada ao jornalista Ricardo Boechat, editor-chefe e apresentador do webtelejornal da Band, com a solicitação de entrevista. Uma resposta automática de recebimento da mensagem foi gerada pela página do webtelejornal no momento do envio da mensagem, como confirma a FIG. 92. O texto completo dessa mensagem pode ser conferido no Anexo II.

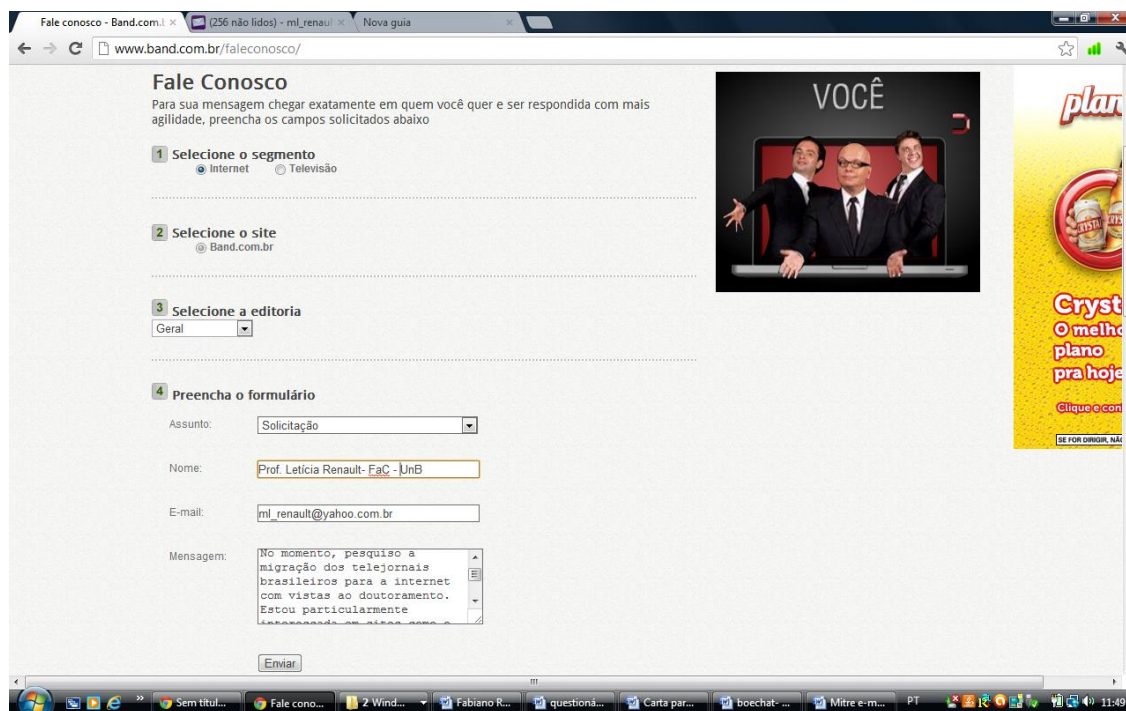


FIGURA 93 - Fac-símile de página da seção *Fale Conosco*, da Rede Bandeirantes de Televisão, com mensagem encaminhada ao jornalista Fernando Mitre, diretor Nacional de Jornalismo da emissora, às 11h49 do dia 1º de agosto de 2012, em que a pesquisadora se apresentou e solicitou entrevista. O texto completo da mensagem pode ser lido no Anexo III. A página foi arquivada pela pesquisa em 01 ago. 2012 no momento do envio da mensagem.

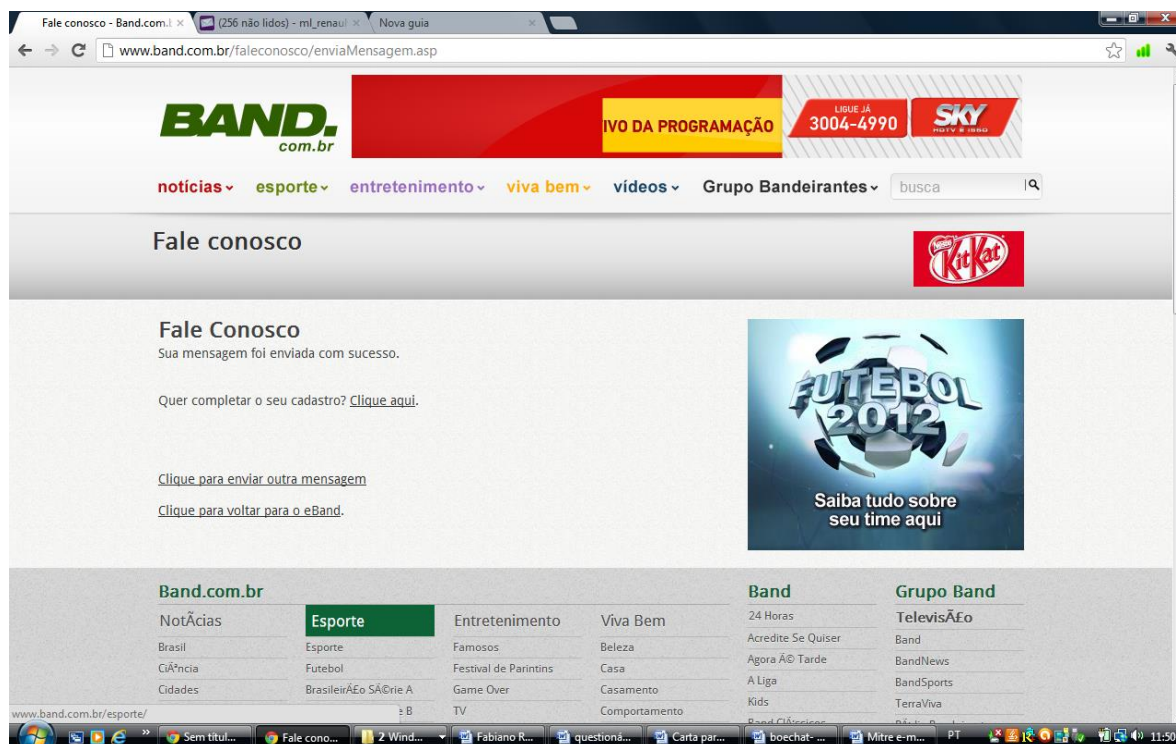


FIGURA 94 - *Fac-símile* de página da seção *Fale Conosco*, da Rede Bandeirantes de Televisão, com resposta automática à mensagem encaminhada ao jornalista Fernando Mitre, diretor Nacional de Jornalismo da emissora, às 11h49 do dia 1º de agosto de 2012, em que a pesquisadora se apresentou e solicitou entrevista. O texto completo da mensagem pode ser lido no Anexo III. A página foi arquivada pela pesquisa em 01 ago. 2012 no momento do recebimento da resposta.

Já a FIG. 94 exhibe *fac-símile* de mensagem enviada ao jornalista Fernando Mitre, diretor nacional de Jornalismo da emissora Rádio e Televisão Bandeirantes, com a mesma solicitação de entrevista. O texto completo dessa mensagem pode ser conferido no Anexo III. A FIG. 95 registrou a resposta automática de recebimento da solicitação de entrevista enviada ao diretor nacional de Jornalismo da emissora Rádio e Televisão Bandeirantes. A pesquisa não recebeu nenhuma resposta do webtelejornal da Band, seja da parte da direção nacional de Jornalismo ou da chefia do cibermeio.

O mesmo procedimento foi realizado com os demais webtelejornais. Uma mensagem com semelhante solicitação foi encaminhada ao jornalista Luis Cosme Pinto, editor-chefe do Jornal da Record, na mesma data, conforme Anexo IV. A pesquisa não recebeu nenhuma resposta do webtelejornal da Record.

O fato de os webtelejornais da Band e da Record não terem respondido à solicitação da pesquisa dá margem a, no mínimo, duas interpretações. A primeira é de que tais webtelejornais se interessam apenas pela aprovação pública através do compartilhamento pelas redes sociais. Eles mantêm a seção *Fale Conosco* para

simular interesse em dialogar com seus internautas e para não se diferenciarem dos concorrentes, que também exibem a seção, mas, na essência, não se interessam verdadeiramente por dialogar com o público e buscam manter no ciberespaço o modelo de emissão televisiva de mão única. As mensagens enviadas pela pesquisa com as solicitações de entrevistas foram parar na vala comum das mensagens não lidas dos demais internautas. Tal interpretação tem a ver com o fato de esses webtelejornais terem feito uma opção editorial por ignorar por completo o interesse do internauta em geral, entre eles, o pesquisador da área de comunicação, especificamente de jornalismo.

Tais interpretações levam a concluir que, durante o período analisado, são desiguais e oscilantes as posturas dos quatro webtelejornais, no que diz respeito a permitir interatividade de acordo com os conceitos propostos por Javier Díaz Noci: autoral ou inclusiva, características da cultura da conexão, e que levaram ao surgimento do jornalismo de código aberto (DÍAZ NOCI, 2004, p.18). No webtelejornal da Band só foi possível verificar a existência esporádica de participação inclusiva, ou seja, a colaboração do internauta na produção de conteúdo em alguma medida, quando se trata de exibir imagens alheias. Em relação aos comentários postados nas páginas, visualizou-se, parcialmente, uma interatividade autoral. O webtelejornal parece ver a participação do internauta como uma concessão eventual, algo inédito, ou talvez uma segunda opção que o beneficia em momentos de incapacidade para produzir suas próprias imagens. O fato de ser o único dos quatro observados a ser transmitido ao vivo, na íntegra pela *web*, entendeu-se, preliminarmente, como uma demonstração de mudança e abertura para o ciberespaço. Mas, ao se analisar o comportamento desse webtelejornal frente às possibilidades de interatividade, é preciso voltar atrás e concluir que ele busca manter com o internauta o mesmo diálogo assimétrico da televisão.

Já no webtelejornal da Record visualizou-se, parcialmente, uma interatividade autoral, já que o internauta encontra espaço para inscrever seu texto nas páginas *web* das reportagens especiais. Há ainda alguma intervenção esporádica na produção de conteúdo também através de imagens alheias. O diálogo com o internauta se mantém assimétrico e com forte moderação do webtelejornal, já que em suas páginas não se encontraram evidências de que as mensagens encaminhadas pelos internautas à seção *Fale Conosco* sejam respondidas ou

atendidas. O webtelejornal da Record apenas ensaia um diálogo com o internauta nos *blogs* de repórteres.



FIGURA 95 - Fac-símile de página do webtelejornal da Record com exemplo de enquete em que o internauta pode votar em uma das opções propostas. O resultado da votação fica publicado em percentuais, assim como o número de internautas que participaram. Disponível em: <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/>. Acesso em: 13 ago. 2012.

Mesmo nas enquetes de opinião que realiza com frequência, como demonstra a FIG. 95, não se verifica no webtelejornal da Record disposição para o diálogo simétrico, mas, sim, um interesse contábil na participação do público, já que o padrão das enquetes é a escolha feita a partir de perguntas prontas nas quais não é possível interferir.

Os webtelejornais Nacional e da Globo, produzidos pela Rede Globo de Televisão e alojados no portal G1, responderam à solicitação inicial de entrevista através da Globo Universidade. A Globo Universidade remeteu à pesquisa um formulário de solicitação, que foi devolvido em 30 de novembro de 2011 com todas as informações solicitadas⁹⁷. A resposta da Globo Universidade só veio cinco meses depois, após envio de nova mensagem em que se cobrou alguma posição com relação à solicitação. A partir daí iniciou-se uma troca de mensagens em que a Globo Universidade pediu sugestões de entrevistados e as questões que

⁹⁷ Formulário de solicitação de pesquisa enviado à Globo Universidade em 5 de dezembro de 2012 pode ser conferido no Anexo V.

interessavam ser perguntadas⁹⁸. A pesquisa encaminhou por mensagens eletrônicas (*e-mails*) quatro cartas com questionários dirigidos: ao editor-chefe do Jornal da Globo; ao editor de internet do Jornal da Globo; ao editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional; e ao editor de internet do Jornal Nacional. As cartas e os questionários enviados a cada um dos jornalistas podem ser conhecidos nos Anexos VIII, IX, X e XI.

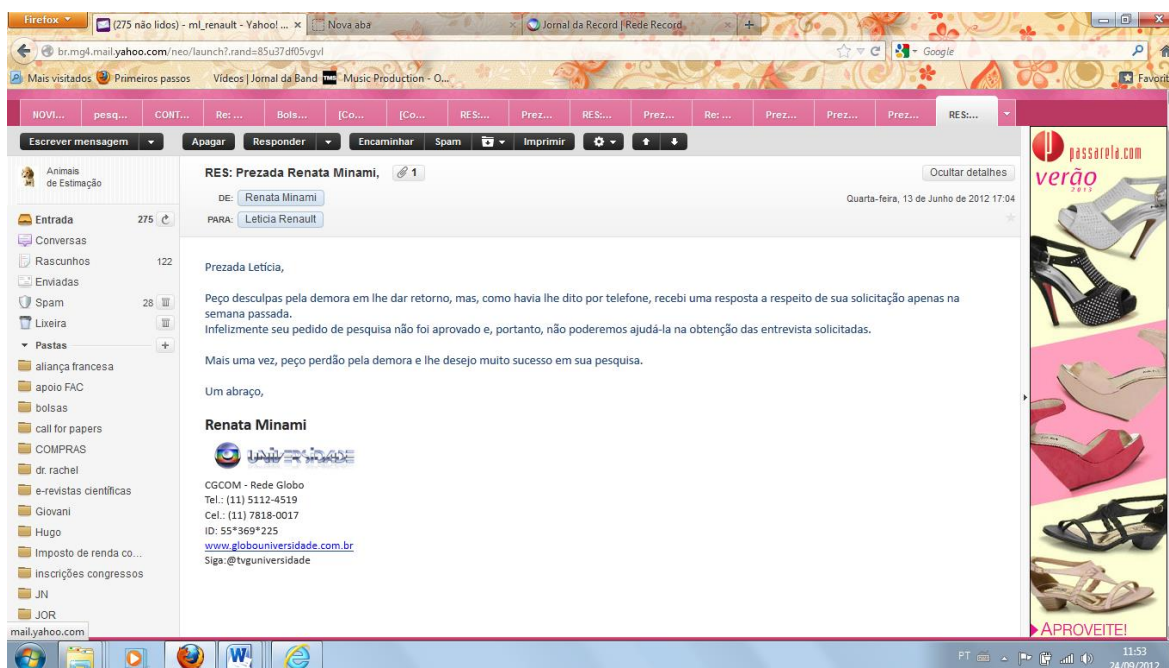


FIGURA 96 - Fac-símile de mensagem encaminhada à pesquisadora pela funcionária da Globo Universidade, Renata Minami, com resposta que negou autorização para entrevistar jornalistas responsáveis pela produção dos webtelejornais da Globo e Nacional, em 13 de junho de 2012. A pesquisa havia solicitado ainda acesso a dados sobre a participação de internautas nos webtelejornais. Observe-se que a resposta não explica o motivo da negativa.

Em 13 de junho de 2012, a Globo Universidade, na pessoa da funcionária Renata Minami, encaminhou mensagem eletrônica à pesquisadora informando que “o pedido de entrevistas não foi aprovado”, conforme mensagem ilustrada na FIG. 96. Diante da negativa de entrevista e acesso a dados, a pesquisa retornou uma mensagem buscando uma explicação para o indeferimento da solicitação.

⁹⁸A correspondência que pode ser conhecida nos Anexos VII, VIII, IX, X e XI.

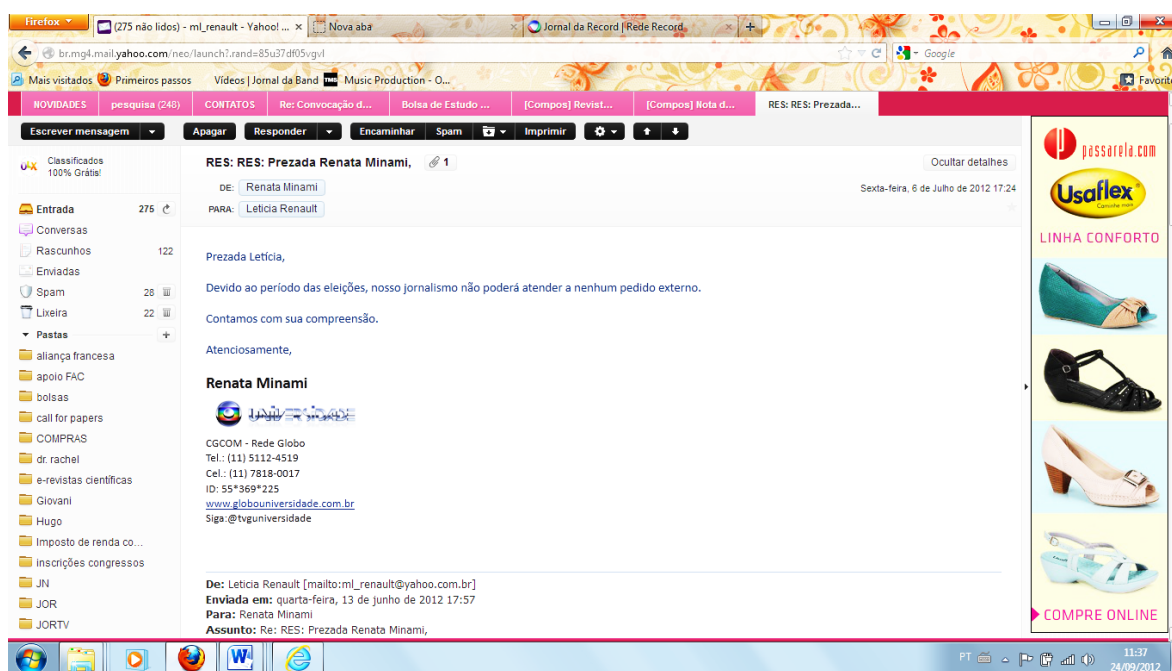


FIGURA 97 - Fac-símile de mensagem encaminhada pela funcionária da Globo Universidade, Renata Minami, em resposta à pergunta da pesquisadora sobre o motivo pelo qual a solicitação de entrevistas e informações feita em novembro de 2011 havia sido negada pela Globo Universidade. Data da resposta: 06 jun. 2012.

A alegação da Globo Universidade foi de que, *“devido ao período de eleições, nossos jornalismo não poderá atender nenhum pedido externo”*, conforme está escrito na mensagem exibida na FIG. 97. O indeferimento da solicitação de entrevistas não impediu em absoluto a análise dos webtelejornais produzidos pela Rede Globo de Televisão e alojados no portal G1. No entanto, sinaliza uma dificuldade dos produtores desses dois webtelejornais de dialogarem com a pesquisa no campo do jornalismo.

A observação demonstrou que os dois webtelejornais produzidos pela Rede Globo exibiram momentos de interação inclusiva e/ou autoral. O Nacional recebe comentários no *blog* da seção *JN Especial*, enquanto o webtelejornal da Globo inclui o internauta no vídeo através da seção de economia *Mara Luquet – informação para melhorar a vida financeira*. Os dois webtelejornais recebem sugestões e críticas através da seção *Fale Conosco*. A negativa em receber e responder as questões propostas pela pesquisa pode ser compreendida como uma evidência de desprezo para com a universidade. Ao contrário do público internauta que demonstra ter se apropriado da *web* na busca por, cada vez mais, inscrever seu texto junto aos conteúdos que as instâncias de produção de bens simbólicos propõem, o

webtelejornalismo, no período observado, demonstrou ainda não ter abandonado a natureza controladora do seu antecessor. O webtelejornalismo demonstrou resistência à fluidez do ciberespaço e parece compreender a interatividade como uma concessão ao internauta.

O webtelejornal avança em relação ao telejornal ao disponibilizar no ciberespaço as reportagens e informações que divulga. A partir da existência dos webtelejornais brasileiros, o internauta não necessita mais de recursos externos a este cibermeio para ver, rever ou voltar a ver quantas vezes lhe interessar uma reportagem. Ao disponibilizar os arquivos, o webtelejornal rompe com o modelo de exibição instantânea do telejornal e passa a ser um cibermeio que se coloca à disposição do internauta. No entanto, a visualização dos arquivos varia de um webtelejornal para outro. Ela pode ser feita de uma forma amigável ou bastante dificultada, de acordo com o *software* utilizado pelo *site*. No webtelejornal da Record, a seção *Encontre uma edição* fica no canto superior direito da página, bastante visível, mas exige paciência do interessado, pois exibe apenas um pequeno calendário com os dias da semana e a opção de escolha do dia e do mês. Dessa forma, o internauta vai ter que buscar dia a dia para encontrar uma determinada reportagem, já que a seção não oferece nenhuma referência visual através de imagens que ajudem a localizar reportagens antigas.

O webtelejornal Nacional tem a seção *Perdeu ou quer rever uma reportagem? Clique aqui*. Para rever uma reportagem, o internauta navega por datas das edições, mas tem como referência a visualização dos *takes* iniciais das reportagens com legendas sobre os assuntos, o que torna a busca mais fácil. Ainda assim, se buscar uma reportagem de um ano atrás, sem o título exato dela, o internauta vai ter que acionar o cursor aproximadamente 365 vezes para retroceder à edição que procura. Para ir a edições mais antigas, tem que despender muito tempo de pesquisa. O webtelejornal disponibiliza arquivos aproximadamente desde setembro de 2006, quando as Organizações Globo lançaram o portal G1, no qual reuniram todas as páginas eletrônicas de seus jornais.

O webtelejornal da Globo não possui uma seção específica destinada às edições anteriores. Ao acessar a seção de vídeos, o internauta encontra o mesmo mecanismo de acesso às edições anteriores do webtelejornal Nacional. O fato de o webtelejornal da Globo não chamar a atenção para as edições anteriores pode ser

interpretado como uma assimilação por parte do cibermeio de que faz parte de sua natureza disponibilizar edições anteriores. Tal serviço possibilitado pela condição hipertextual já seria algo naturalizado para esse cibermeio.

A análise compreende que a disponibilização de edições anteriores pelos webtelejornais é um avanço significativo em relação ao telejornal, pois libera para o internauta um conjunto de informações audiovisuais que representa uma memória coletiva registrada pelas lentes do jornalismo. No entanto, encontra-se em estágio inicial se observadas as possibilidades oferecidas pela linguagem multimídia e pelo hipertexto. O ambiente de conexão generalizada deve levar os webtelejornais a dotar seus conteúdos de *links* e conexões que conectem suas reportagens aos demais universos informativos no ciberespaço. No momento observado, os arquivos de reportagens exibidas ficam disponíveis nos webtelejornais de forma estanque, sem *links* que os relacionem com os demais conteúdos.

A hipertextualidade deve permitir que os arquivos dos webtelejornais sejam dotados de *links* que conectem conteúdos entre si. Um exemplo simples: uma reportagem sobre uma pesquisa a respeito da doença de Chagas é visualizada de forma isolada. Com a hipertextualidade e o grau de conexão já atingidos na atualidade, o webtelejornal já deveria permitir que o conteúdo dessa reportagem atualizasse outros *links* das demais reportagens que trataram da doença de Chagas ao longo do tempo e os exibisse na página do webtelejornal, como uma opção para quem pesquisa a informação. Esse nível de hipertextualidade nos webtelejornais brasileiros inexistente por hora. Ainda cabe ao internauta fazer as conexões que lhe interessarem.

O conjunto de edições anteriores dos webtelejornais conforma uma memória coletiva armazenada através da reportagem audiovisual construída do ponto de vista dos webtelejornais no seu registro diário da vida cotidiana das comunidades e do País. No entanto, ao utilizar *softwares* buscadores pouco amigáveis e ao não explorar as condições de hipertextualidade e de conexão atuais, os webtelejornais demonstram querer manter controle sobre seus arquivos ou, no mínimo, desinteresse em facilitar que fiquem acessíveis. Também não existe uma garantia de que todos os arquivos fiquem disponíveis ao acesso por tempo indeterminado. Deve-se considerar que o webtelejornal avançou em relação ao telejornal, mas já poderia oferecer mais ao internauta, levando-se em consideração que a tecnologia

atual oferece uma infinidade de aplicativos e caminhos hipertextuais que não justificam mais arquivos estanques em um ambiente hipertextual. Mais uma vez, pode-se concluir que, no tocante à disponibilização de arquivos na esfera pública, no momento observado, o webtelejornal brasileiro representa um avanço, mas ainda resiste à fluidez da tela virtual ao não explorar o hipertexto para oferecer mais informações ao internauta.

5.5 Negócio em expansão

Ao longo da observação, o webtelejornal configurou paulatinamente no ciberespaço uma face que perpetua o modelo de negócio representado pelo telejornal brasileiro. No início desta pesquisa, somente os webtelejornais da Band e o Nacional exibiam anúncios publicitários⁹⁹. Os demais eram territórios virtuais ocupados apenas por informação jornalística. Nos últimos dois anos, a escalada de ocupação dos webtelejornais pelos anúncios comerciais foi intensa. Os anúncios de produtos diversos expandiram sua presença das seções laterais para o alto das páginas e para o interior das seções informativas. Eles, literalmente, invadiram o espaço de exibição da reportagem. O webtelejornal da Band, por exemplo, chega a repetir o modelo comercial do telejornal, obrigando o internauta a assistir a um comercial pago antes da exibição de uma reportagem. Nesse webtelejornal, é possível ver o modelo de negócio comercial colonizando o ciberespaço nos mesmos moldes da exibição em *broadcasting*. Os outros três webtelejornais analisados exibem os comerciais dos anunciantes após a exibição das reportagens, o que permite ao internauta fugir do apelo comercial, interrompendo a execução do vídeo após assistir à reportagem.

⁹⁹ Quadro comparativo exibido no Anexo I mostra que, em 2010, dos seis webtelejornais que migravam telejornais de rede do horário nobre, quatro não veiculavam qualquer anúncio publicitário. Eram eles, os webtelejornais: da Record, Rede TV News, Repórter Brasil (canal público) e SBT Brasil.



FIGURA 98 - Exibição obrigatória de comercial antes de reportagem no webtelejornal da Band. Disponível em: <http://videos.band.com.br/Exibir/Em-visita-a-Aparecida-Dilma-defende-postura-adotada-no-deba/2c9380e22cc2a9a0012cc91d0ff52bed?channel=587>. Acesso em: 26 set. 2012.

A FIG. 98 exibe um *take* de vídeo com anúncio de um fabricante de computadores a que o internauta é obrigado a assistir antes de ter acesso ao vídeo da reportagem exibida em 26 de setembro de 2012 pelo webtelejornal da Band.

Os webtelejornais já conseguiram atrair o olhar de grandes anunciantes brasileiros. Em suas páginas podem ser encontrados anúncios de cervejarias, de um banco público como a Caixa Econômica Federal e/ou do maior banco privado do País, além de muitos *sites* de vendas pela internet. O crescimento da presença dos anúncios publicitários nos quatro webtelejornais analisados pode ser compreendido como reflexo direto do acesso ao computador no Brasil e da expansão do uso da internet no cotidiano da população.

The screenshot shows the home page of the Record news website. At the top, there is a CAIXA advertisement. Below it, the website's navigation menu includes 'Notícias', 'Entretenimento', 'Esportes', 'Vídeos', and 'Rede Record'. The main content area features a search bar, a calendar for June 2012, and a navigation menu with options like 'O Programa', 'Apresentadores', 'JR Denúncia', 'Séries', 'Blogs', 'Enquetes', 'Vídeos', and 'Envie sua sugestão'. The main content area includes a news article titled 'Poluição do ar das grandes cidades provoca risco à saúde e pode causar câncer' and a Groupon advertisement for liposuction with a 70% discount.

FIGURA 99 - Home apresenta anúncio de banco público patrocinador do webtelejornal da Record. Link do anúncio publicitário leva o internauta para o site do banco. Disponível em: <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/>. Acesso em: 14 jun. 2012.

The screenshot shows a video player on the G1 Globo website. The video player displays an Itaú advertisement with the text 'Itaú. Feito para você :-)'. The background of the advertisement is orange with a blue Itaú logo. The video player also shows the title of the video: 'Mara Luquet mostra se vale a pena investir em ouro'. The website's navigation menu includes 'G1', 'Mara Luquet', 'Conecte', 'VC no JG', 'Fale Conosco', 'Redação', 'Vídeos', and 'Princípios editoriais'. The video player also shows the text 'PUBLICIDADE: AGUARDE 91 SEGUNDOS'.

FIGURA 100 - Patrocinador da seção *Finanças Pessoais* do webtelejornal da Globo é o maior banco privado do País no momento observado. *Fac-símile* de página web da edição de 14 jun. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/MaraLuquet.html>. Acesso em: 14 jun. 2012.

A configuração do webtelejornalismo como negócio foi pensada no início da primeira década do século. Uma nota publicada pela jornalista Monica Bergamo no jornal Folha de São Paulo informou, em 20 de novembro de 2000, que a Rede Globo procurava “*executivos com experiência em internet no mercado paulistano. Quer um CEO para tocar o portal da empresa*”¹⁰⁰. A expansão do negócio se deu na medida da expansão da infraestrutura tecnológica e do acesso da população ao computador e à internet, o que incidiu diretamente sobre a necessidade do telejornalismo de buscar um lugar no ciberespaço, configurando-se em webtelejornalismo, sem abandonar seu caráter de negócio e de concorrência em busca de conquistar mercado consumidor de informação audiovisual. A análise dos quatro webtelejornais aponta o webtelejornalismo brasileiro a conjugar cada vez mais a face de mercadoria com a face de significação, como apontou Pierre Bourdieu (2005, p.102).

¹⁰⁰ BERGAMO, Monica. Classificados. In: Coluna Monica Bergamo. *Folha de São Paulo*. São Paulo. 20 novembro. 2000. Ilustrada. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2011200007.htm>. Acesso: 10 out. 2011.

CONCLUSÃO

A questão original desta pesquisa consistia em verificar como o telejornal migra para a *web* e se reconfigura no ciberespaço. A partir da análise apresentada no Capítulo V chega-se a um conjunto de conclusões sobre essa transição. A primeira delas diz respeito à natureza que o telejornal assume ao se reconfigurar no ciberespaço. A análise demonstrou que o ambiente hipertextual multimídia reconfigura o telejornal como um cibermeio, que aqui se chamou webtelejornal, constituído por páginas *web* cuja característica primeira é a virtualidade, ou seja, tais páginas podem ser acessadas e consultadas de acordo com o interesse do internauta, independentemente da instantaneidade exigida na exibição pelo telejornal.

No período observado, os quatro webtelejornais migram paulatinamente para a *web* suas reportagens no momento em que são levadas ao ar pelo telejornal. Uma vez disponíveis nas páginas dos webtelejornais, as reportagens televisivas se libertam do arcabouço do telejornal e ganham fluidez no ambiente hipertextual, que é fragmentado e rizomático. As reportagens se libertam dos blocos televisivos, da ancoragem que formata e centraliza a informação audiovisual e se reconfiguram como vídeos, que são unidades informativas à disposição do interesse e da ação do internauta.

Ao se configurar como cibermeio, o webtelejornal abandona definitivamente a instantaneidade de exibição exigida pelo telejornal e sua natureza virtual o leva a ultrapassar seu antecessor no que diz respeito às possibilidades de ser acessado pelo internauta. Os quatro webtelejornais analisados se apresentaram como conjuntos de páginas hipertextuais carregadas de informação virtualmente atualizável, ou seja, informação que existe sem estar presente na instantaneidade e que pode ser acessada a uma ação do internauta. Tais webtelejornais demonstraram que são capazes de se manifestar em momentos e locais diversos, sem estar presos a um determinado lugar geográfico ou tempo em particular. O webtelejornal está na rede e, tal como ela, não possui centro, meio, nem fim, como se dá com o telejornal, delimitado por blocos entre intervalos comerciais inseridos nos espaços cronometrados das grades de programação das emissoras de

televisão. O webtelejornal pode ser acessado a partir de sua página principal - *home* -, pelo *link* de uma determinada reportagem, pelo *blog* de repórteres ou por uma das suas seções informativas. Os quatro webtelejornais analisados comprovam o conceito de virtualidade proposto por Pierre Lévy, pois se mantêm à disposição do internauta para a atualização da informação audiovisual quando a este interessar.

No conjunto de conclusões apontadas pela análise deve ser destacado que a ação do webtelejornal no ciberespaço pode ser caracterizada pelo transbordamento, ou seja, ele é um cibermeio que possibilita a expansão da informação audiovisual graças às possibilidades hipertextuais de conexão. O webtelejornal possibilita a expansão da reportagem ao levá-la para um ambiente em rede, no qual informações apuradas jornalisticamente e imagens produzidas por repórteres cinematográficos reverberam pela ação dos internautas em formas materializadas, entre outras, pelas redes sociais. Trata-se de reverberação diversa da possibilitada pela televisão, que se dá pela interação ao longo do tempo.

Essa ação de transbordamento da informação no ciberespaço materializa uma nova forma de reverberação de conteúdos jornalísticos que difere daquela possibilitada pela televisão. Se, a partir do telejornal, telespectadores podem comentar ou gravar reportagens, no webtelejornal o internauta pode, em ações efetivas, compartilhar tais conteúdos na rede mundial de computadores. O transbordamento da informação verificado nos webtelejornais analisados se dá de forma imediata e concreta. Imediata, pois o internauta consegue repercuti-la no ciberespaço sem depender de intermediação do cibermeio ou de outro suporte tecnológico. E, de forma concreta, pois os comentários e as observações feitas pelo internauta ficam inscritos junto aos conteúdos informativos, senão nas páginas dos webtelejornais, nas páginas das redes sociais. O ambiente multimídia hipertextual permite ao internauta compartilhar *links* de reportagens nas redes sociais, em *blogs* e até em mensagens eletrônicas privadas, o que materializa novas formas de apropriação da informação por ele. Na ação de transbordar, o webtelejornal ultrapassa o telejornal por expandir o universo de informação do internauta ao abrir-lhe de forma efetiva no ciberespaço o acesso a outros ambientes virtuais, que também vão muni-lo de informação e ajudá-lo no seu cotidiano em uma sociedade complexa, como a contemporânea.

O webtelejornal ultrapassa o telejornal, ainda, por carregar consigo e disponibilizar para o internauta informações sobre a rotina interna do fazer jornalístico, que é revelado em videorreportagens disponibilizados nas páginas *web*. Enquanto o telejornal quase nada revela ao telespectador sobre seus bastidores, o webtelejornal inverteu esta lógica e descortina para o internauta partes do processo de produção de algumas reportagens. Em três dos quatro webtelejornais analisados foram encontrados exemplos de reportagens ou de comentários postados em *blogs*, em que os jornalistas dividem com o público informações sobre o processo de apuração, seleção e produção das reportagens.

A despeito de se tratar de memória fruto da construção do real a partir dos pontos de vista do webtelejornal, a memória disponibilizada pelos arquivos dos webtelejornais é coletiva, pois narra o dia a dia dos indivíduos e tece suas histórias na vida em sociedade. Configura-se como um tipo de memória controlada - pois, tal como é disponibilizada, pode ter arquivos de vídeo retirados do ar ao sabor editorial das empresas. Trata-se, entretanto, de acesso inédito se comparado aos telejornais, que não permitem ao cidadão brasileiro livre acesso a seus extensos arquivos de imagens e áudios, mesmo sendo produzidos por empresas que operam amparadas em concessões do Estado.

Como cibermeio, o webtelejornal não impera no ciberespaço. É um caminho possível no ambiente rizomático da *web*, conforme o conceito proposto por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995) e, portanto, o ato de assistir a ele ou interagir em suas páginas nasce mais da decisão do internauta do que da imposição dos horários de um canal de televisão. Dessa forma, do ponto de vista do serviço de informação prestado à sociedade, o webtelejornal demonstrou reconfigurar na *web* o acesso e a fruição dos conteúdos jornalísticos, pois possibilita um transbordamento da informação audiovisual a partir de suas páginas *web*, uma vez que se configura como um meio de comunicação na rede, por onde se passa e de onde é possível se conectar a outros *sites*. A análise leva à conclusão de que o webtelejornal consegue virtualmente promover uma conexão maior entre o internauta e a fonte produtora de informação, como se dá, por exemplo, com o *site* do Departamento de Reumatologia da Universidade Federal de São Paulo, que disponibiliza conteúdos para médicos e pacientes e é divulgado pelo webtelejornal Nacional, produzido pela Rede Globo de Televisão e alojado no portal de informações G1.

O webtelejornal deve ainda ser compreendido como mais uma manifestação da expansão da linguagem audiovisual na sociedade contemporânea, agora em estágio multimídia. Como lembrou Jacques Aumont (1993), trata-se sempre de uma civilização da linguagem que, na atualidade, em decorrência das inúmeras extensões tecnológicas à disposição dos indivíduos, apropria-se das imagens em movimento com áudios e as utiliza cada vez mais para se comunicar corriqueiramente. No entanto, as novas formas hipermidiáticas nascem ancoradas nas que as antecederam, responsáveis por conformar o olhar do público para as imagens advindas de novos suportes, como afirmou Sergei Eisenstein, em suas *Notas de um Diretor de Cinema*: “assim como o filme silencioso reclamava o som, o filme sonoro reclamava a cor” (MCLUHAN, 1974, p.67). Ao observar o webtelejornal, pode-se parafrasear o cineasta e concluir que o telejornal reclamava o ciberespaço.

Diante disso, pode-se concluir que as imagens audiovisuais jornalísticas virtuais do webtelejornalismo aprofundam a representação imagética da vida em sociedade, se considerada a perspectiva apresentada por André Rouillé (2004), de um mundo que se transformou em imagem a partir do advento da fotografia. Os quatro webtelejornais são cibermeios que comunicam na tela do computador. Por isso, podem ser compreendidos como fontes imagéticas, dentro desta primeira e mais ampla imagem que é a tela fluida, porta de entrada por onde se materializam todas as demais imagens disponibilizadas no ciberespaço, não apenas as do jornalismo. Ao contrário da tela compacta da televisão, que só permite a exibição de um gênero por vez, o que obriga informação e entretenimento a se revezarem no vídeo, a tela do computador permite a convivência simultânea de diversas janelas exibidoras de conteúdos, o que coloca o webtelejornalismo na condição de não ter mais garantia de exibição e audiência. Ele demanda o interesse do público para ser acessado e exibido.

O problema que se apresentou à pesquisa a partir do interesse por esse novo cenário de produção e divulgação da informação jornalística audiovisual indagou se a *web* impôs ao telejornalismo *broadcast* uma perda de monopólio da exclusividade em duas frentes vitais para o modelo de telejornalismo produzido no Brasil. A primeira indagação dizia respeito à perda de exclusividade sobre o território da informação audiovisual atual e instantânea, ao vivo, que é a marca registrada do texto audiovisual telejornalístico. A análise demonstrou que, entre os quatro

webtelejornais pesquisados, somente um, o webtelejornal da Band, é emitido ao vivo simultaneamente à edição televisiva. Os demais três webtelejornais demonstraram buscar resguardar a televisão como território maior da emissão ao vivo e somente migram suas reportagens para a web após a exibição televisiva. No entanto, comprovou-se a utilização cada vez mais frequente, por parte dos quatro webtelejornais, de imagens alheias produzidas por câmeras que não fazem parte das equipes profissionais de suas redações, o que sinaliza que a web, aliada à disseminação de tecnologias voltadas para a produção de imagens digitais na sociedade, cada vez mais, impõe ao jornalismo audiovisual uma concorrência na captura de imagens com potencial jornalístico.

A segunda questão dizia respeito à perda da posse simbólica sobre aquilo que é considerado em televisão aberta como o horário nobre de transmissões, ou seja, o *prime time*¹⁰¹. A investigação confirmou que, na web, a informação e os arquivos de reportagens estão à disposição do internauta, desobrigando-o de esperar pela informação audiovisual no *prime time* televisivo. Isso confirma a hipótese aventada no início da investigação de que o ciberespaço, através do webtelejornal, em alguma medida, desapossou o telejornal do horário nobre cativo de exibição de informação jornalística audiovisual. Evidência maior dessa mudança está no fato de que todos os quatro webtelejornais observados são divulgados insistentemente por seus respectivos telejornais, legitimados por estes como fontes de acesso contínuo, de confirmação e de complementação das informações por eles divulgadas.

A análise confirmou que o webtelejornal reconfigura pouco a pouco a prática do telejornalismo, à medida que dialoga com o internauta, expondo os bastidores da produção, dando voz a outros profissionais da equipe, como cinegrafistas e produtores, raramente mostrados pelo telejornal. Se a reportagem ainda é produzida e construída a partir das mesmas etapas e dos mesmos critérios do telejornal, em que a câmera seleciona, fragmenta, reordena e unifica o real, o webtelejornal demonstrou que, ao desmontar os blocos televisivos e levar a reportagem para o ciberespaço em vídeos individuais, dota o texto jornalístico audiovisual de uma liberdade impensável na televisão.

¹⁰¹ Considera-se horário nobre, o *prime time*, o horário noturno a partir das 20h, quando a maioria dos cidadãos chega do trabalho, fica em casa com tempo livre e a televisão, historicamente, alcançou as maiores audiências.

Essa fragmentação em meio a um universo virtual hipertextual de conexão múltipla e imediata faz sobressair o poder do particular, do que é genuíno, daquilo que se mantém, senão verdadeiro, ao menos original. O internauta livre para escolher só acessa o que lhe apresenta sentido e escreve seu próprio texto a partir do seu interesse. Por isso, o texto audiovisual do webtelejornal expande a reportagem e abandona o modelo da apresentação ancorada, fruto da produção em estúdio, artificializada com vistas ao empacotamento da informação centralizada no apresentador.

Sob o aspecto da continuidade entre os meios de comunicação, o webtelejornal deve ser compreendido como uma expansão do telejornal no paradigma da cultura da conexão e da tecnologia digital, o que atende ao conceito de cibermeio proposto por Javier Díaz Noci (2004). Como cibermeio, ele demonstra ultrapassar seu antecessor eletrônico, conforme o que observou Marshall McLuhan (1974), para quem as uniões híbridas geram libertação de energia e, logo, mudança. O encontro do telejornal com a *web* permite a atualização virtual da informação, o que a liberta da emissão instantânea e das grades de programação televisivas, além de elevar a informação audiovisual a um novo patamar de interatividade para o receptor. Como adaptações reconfiguradas para a *web*, dos seus antecessores televisivos, os webtelejornais se firmam como mais uma fonte de informação a se somar às diversas que alimentam o cidadão na atualidade.

Sob o aspecto do acesso à informação diversificada que contemple o que reza o artigo 5º da Constituição Federal, em seu inciso XIV: “*É assegurado a todos o acesso à informação*”, o webtelejornalismo deve ser compreendido como nova opção informativa que, a despeito de ser produzida por empresas hegemônicas e tradicionais, demonstra características que reconfiguram as práticas e os fazeres profissionais pressionadas principalmente pela sociedade internauta e não apenas telespectadora.

A análise dos quatro webtelejornais apontou ainda que o webtelejornalismo brasileiro busca conjugar a face de significação e produção de sentidos no ciberespaço com a face de mercadoria, como apontou Pierre Bourdieu (2005). A observação demonstrou que, nos últimos dois anos, ocorreu um crescimento da ocupação das páginas dos webtelejornais por anúncios comerciais. Se, no início da pesquisa, apenas dois entre os quatro analisados vendiam espaços publicitários,

agora todos o fazem. Os anúncios de produtos diversos expandiram sua presença nas seções laterais para o alto das páginas e para o interior das seções informativas e, por fim, invadiram o espaço de exibição das reportagens. O webtelejornal da Band, por exemplo, obriga o internauta a assistir a um comercial pago antes da reportagem. Nos outros três webtelejornais, a reportagem tem prioridade de exibição e o vídeo publicitário vem em seguida. A pesquisa apontou que a venda de espaços publicitários não é a única forma de comercialização presente no webtelejornalismo brasileiro. Há ainda a venda de assinaturas mensais que dão direito aos internautas a ter acesso a conteúdos exclusivos. Entre os quatro webtelejornais analisados, vendem assinatura os dois que estão alojados no portal G1. São eles os webtelejornais da Globo e o Nacional.

O estudo do webtelejornalismo se mostrou instigante por ter imposto o desafio de conseguir observar, simultaneamente, duas telas tecnológicas produtoras de bens simbólicos e de sentido na sociedade contemporânea. A pesquisa aprofundou os estudos de comunicação no campo do jornalismo audiovisual, do telejornalismo, com a firme convicção de que tal linguagem, forma de informação hegemônica em audiência no País, tem muito a amadurecer em sua fase hipertextual. Tal potencialidade se torna relevante, pois o ciberespaço é um ambiente cultural múltiplo que, a despeito de estar sendo colonizado pelo negócio, ainda guarda a liberdade de gerar espaços comunicacionais independentemente de concessões públicas que, uma vez autorizadas pelo Estado brasileiro, se têm mantido intocadas até os dias atuais.

O trabalho revelou ainda a dificuldade, o descaso, senão a falta de respeito pela pesquisa acadêmico-científica no campo da comunicação no Brasil por parte das empresas que detêm concessões públicas para operar canais de televisão. Foi extremamente frustrante não obter respostas de duas empresas e não obter autorização de uma terceira para entrevistar jornalistas e ter acesso às informações contidas nas mensagens enviadas pelos internautas. Tais negativas de diálogo com a pesquisa não impediram a investigação. No entanto, levam à constatação de que tais empresas jornalísticas repetem no ciberespaço as práticas anacrônicas e antidemocráticas de seu histórico eletrônico.

Por fim, considera-se que, nesta fase inicial, o webtelejornal pode ser compreendido como um cibermeio que, em alguma medida, vem potencialmente

colaborar para a produção de conteúdos simbólicos que levem ao “*diálogo incessante e múltiplo que a humanidade mantém consigo mesma*”, como salientou Pierre Lévy (1999).

REFERÊNCIAS

Referências bibliográficas:

AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e telejornalismo do analógico ao virtual**. 2004. Tese (Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. 10.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 2001.

ALTHUSSER, L. P. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. 7.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

AUMONT, JACQUES. **A Imagem**. 13.ed. Campinas, SP: Papirus, 1993.

BASCKO, Bronislaw. **Imaginação social**. In: Enciclopédia Einaudi, s.1. Lisboa: Imprensa Nacional\Casa da Moeda, Editora Portuguesa, 1985.

BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. **Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

BECKER, Beatriz. 500 anos do descobrimento no noticiário da TV. In: VIZEU, A.; PORCELLO, F.; MOTA, C. (orgs). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006, pp.65-97.

BENEDIKT, Michael. **Cyberspace: first steps**. MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1991.

BENJAMIN, Walter. **Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política**. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 1992.

_____. **Magia e técnica; arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BONNER, WILLIAN. **Jornal Nacional: Modo de Fazer**. São Paulo: Globo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2005. (Coleção Estudos)

_____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRAGA, José Luiz. Interação e Recepção. In: NETO, Antônio Fausto *et al.* (orgs.). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. Porto Alegre: Ed. EDIPUCRS, 2001. v.2, pp.109-136.

BUCCI, Eugênio. **A TV aos 50** – Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.

_____. **Brasil em tempo de TV**. 3.ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CARVALHO, José Murilo de. Fundamentos da política e da sociedade brasileira. In: AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antônio Octávio (orgs.). **Sistema Político Brasileiro**: uma introdução. 2.ed. São Paulo: Ed. UNESP, 2007. pp.19-31.

CASSETTI, Francesco; DI CHIO, Federico. **Análisis de la televisión**. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós Iberica, 1999.

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. In: ANTOUN, Henrique (org.). **WEB 2.0**: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

DELEUZE, Gilles. **A Imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 2007. (2ª reimpressão, 2009).

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. vol. 1. São Paulo: Ed. 34, 1995. 96 p. (Coleção TRANS)

FATORELLI, Antonio; BRUNO, Fernanda (orgs.). **Limites da imagem**: tecnologia e estética na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

FISKE, John. **Television Culture**. London: Routledge, 1990.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. 8.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. (Coleção tópicos).

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

GERVAISEAU, Henri. Dziga Vertov - do cinema verdade à arte da passagem entre imagens. **Revista Cinemais**, Rio de Janeiro, n.1, pp.57-68, set/out 1996.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. (1ª reimpressão).

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. 13.ed. Campinas, SP: Papyrus, 2009. (Coleção Ofício de Arte e Forma).

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. São Paulo: Edusc, 2001.

KERCKHOVE, Derrick. **A Pele da Cultura**: Investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

KRAUSS, Rosalind. Fotografia e Surrealismo. In: KRAUSS, Rosalind. **O fotográfico**. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

LEÃO, Lúcia. **O Labirinto da Hipermídia** - Arquitetura e Navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993. (8ª reimpressão).

_____. **Cibercultura**. 3.ed. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. 7.ed. São Paulo; Paz e Terra, 2005.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Ed. 2008.

_____. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

_____. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

MCLUHAN, Herbert Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4.ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1974.

MCLUHAN, Herbert Marshall. Visão, som e fúria. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. 7.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

MALRAUX, André. **O Museu imaginário**. Lisboa: Edições 70, 2000.

MATTOS, Sérgio. A evolução histórica da televisão brasileira. In: VIZEU, Alfredo. PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de Telejornalismo no Brasil**. História, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

MONTORO, Tânia. **Câmera na Mão e Violência no Telão**. Texto apresentado ao NP Cultura da Mídia, Compós. Bauru-SP: 2006.

MORIN, Edgar. **As Estrelas**: Mito e Sedução no Cinema. São Paulo: José Olímpio Editora, 1990.

_____. **O Cinema ou o Homem Imaginário**. Lisboa: Editora Relógio d'Água, 1997.

MOTA, Célia Ladeira. O gesto e a palavra: representações sobre cidadania no telejornal. In: VIZEU, A.; PORCELLO, F.; MOTA, C. (orgs). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

MOTA, Maria Regina de Paula. **A época eletrônica de Glauber: um estudo sobre cinema e TV**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.

_____. Entre máquinas, redes e pessoas. In: MOTA, Regina (org.). **Cultura da conexão: novos formatos para produção do conhecimento**. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2010.

MOTA, Maria Regina de Paula. **TV pública – a democracia no ar**. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 1992.

NEDER, Ricardo T. (org.). **A teoria crítica de Andrew Feenberg: racionalização democrática, poder e tecnologia**. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina\CDS\UnB\Capes, 2010.

NORA, Pierre. O Retorno do Fato. In: LE GOFF, Jacques; NORA, P. **História: novos problemas**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1978.

PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, 21 set. 1999.

_____. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos *et al.* **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 25. Salvador, 2002.

PELLEGRINI, Tania. Narrativa verbal e narrativa visual: possíveis aproximações. In: PELLEGRINI, Tânia *et al.* **Literatura, cinema e televisão**. São Paulo: Editora Senac, Instituto Itaú Cultural, 2003. pp.15-35.

PITTA, Danielle Perin Rocha. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand**. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

POPPER, Karl Raimund. **Conhecimento Objetivo: uma abordagem evolucionária**. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1975. (Espírito do nosso tempo, v.13).

PORTO, Sérgio Dayrell. **Análise de discurso: O caminho das seis leituras interpretativas em massa folhada**. Brasília: Casa das Musas, 2010.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In: HAMBURGER, Esther; BUCCI, Eugênio (orgs.). **A TV aos 50**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

QUADROS, Cláudia Irene. Uma breve visão histórica do jornalismo online. In: HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marialva (orgs.). **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

RAMOS, Fernão Pessoa. A cicatriz da tomada: documentário, ética e imagem-intensa. In: RAMOS, Fernão Pessoa (org.). **Teoria contemporânea do cinema**. vol.II. São Paulo: Ed. Senac, 2004. pp.159-226.

RAMOS, Fernão Pessoa (org.). **Teoria contemporânea do cinema**. vol.II. São Paulo: Ed. Senac, 2004.

RENAULT, Letícia. **Comunicação e política nos canais de televisão do Poder Legislativo no Brasil**. Belo Horizonte: ALMG, 2004.

RIBEIRO, Lavina Madeira. **Comunicação e Sociedade: Cultura, Informação e Espaço Público**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

ROUILLÉ, André. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

STAM, Robert. Introduction: the theory and practice of Adaptation. In: STAM, Robert; RAENGO, Alessandra (eds.). **Literature and Film: a guide to the theory and practice of film adaptation**. Malden, Oxford, Carlton: Blackwell Publishing Ltd, 2005.

SOBCHACK, Vivian. Inscrevendo o espaço ético: dez proposições sobre morte, representação e documentário. In: RAMOS, Fernão Pessoa (org.). **Teoria contemporânea do cinema**. vol.II. São Paulo: Ed. Senac, 2004, pp.127-158.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Notícias e serviços: um estudo sobre o conteúdo dos telejornais da Rede Globo. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 23, n. 37, pp. 125-144, 1o. sem. 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2008.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (org.). **A Sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo (org.). **A Sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de Telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

VIZEU, A.; PORCELLO, F.; MOTA, C. (orgs.). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

ZUNZUNEGUI, Santos. **Pensar La Imagen**. 4.ed. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.

Fontes eletrônicas:

BERGAMO, Monica. Classificados. In: Coluna Monica Bergamo. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 20 novembro. 2000. Ilustrada. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2011200007.htm>. Acesso em: 10 out. 2011.

CABRERA GONZÁLEZ, M.A. **Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia**. 2000. Disponível em: http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm. Acesso em: 01 mar. 2010.

DÍAZ NOCI, Javier. **Los géneros ciberperiodísticos: un aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos e su tipología**. In: CONGRESSO IBEROAMERICANO DE PERIODISMO DIGITAL, 2., 2004, Santiago de Compostela. Disponível em: <http://www.upf.edu/depeca/GRP/cibermedios/fitxes/javierdiaznoci.htm>. Acesso em: 30 mar. 2010.

IBGE/PNAD 2008. **Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 21 mar. 2011.

LOPES, José Reinaldo; ANGELO, Cláudio. Brasil tem gravura mais velha do continente americano. **Folha de São Paulo**. 23 fev. 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/1052315-brasil-tem-gravura-mais-velha-do-continente-americano.shtml>. Acesso em: 24 fev. 2012.

LÓPEZ GARCIA, Guillermo (ed.). **El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet**. Valencia: Serviço de Publicações da Universidade de Valência. Valência: 2005. Disponível em: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2010.

_____. **Las informaciones de las televisiones en Internet: análisis de las páginas web de Tele 5 y Antena 3**. In: CONGRESSO HISPANO-LUSO DE COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO "LA TELEVISIÓN QUE QUEREMOS... HACIA UNA TV DE CALIDAD", 2005, Huelva, nov. 2005. Disponível em: <http://www.uv.es/=guilopez/documentos/>. Acesso em: 01 jul. 2010.

_____. Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología. In: LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.). **El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet**. Valencia: Serviço de Publicações da Universidade de Valência. Valência, 2005, pp. 55-86. Disponível em: <http://www.uv.es/demopode/libro1/GuillermoLopez2.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2010.

LÓPEZ GARCIA, Guillermo; ALONSO, Jaime; PALACIOS, Marcos. Tipología de Cibermeios. In: NOCI, Javier Diaz e PALACIOS, Marcos (eds.). **Ciberperiodismo:**

métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar em perspectiva comparada. Salvador, BA: 2007. Disponível em: http://www.ehu.es/servicios/se_az/ciberperiodismo.pdf. Acesso em: 02 set. 2009.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>. Acesso em: 6 jun. 2010.

MOTA, Célia Maria dos Santos Ladeira. **Representações da Identidade Nacional na TV**. 2008. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília. Brasília, 2008. Disponível em: www.fac.un.br . Acesso em: 04 ago. 2009.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: **Projeto História**. São Paulo, n.10, p.7-28, dez. 1993. Disponível em: <http://www.pucsp.br/projeto-historia/downloads/revista/PHistoria10.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2011.

PALACIOS, Marcos; DÍAZ NOCI, Javier (eds.). **Ciberperiodismo: Métodos de Investigación**: Una aproximación multidisciplinar em perspectiva comparada. Salvador. Dez. 2007. Disponível em: http://grupojol.files.wordpress.com/2011/04/2009_palacios_noci_livro_esp.pdf. Acesso em: 08 jan. 2011.

RENAULT, Letícia. O Esquema é notícia. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2. GT História da Mídia Audiovisual. Florianópolis, 2004. Disponível em: <http://paginas.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/2o-encontro-2004-1>. Acesso em: 15 set. 2010.

RIBEIRO, Lavina Madeira. Ciência como Critério de Verdade no Imaginário das Representações Midiáticas. **Revista Interin**: PPGCOM-UTP, nº 8. Curitiba, PR, dezembro de 2009. Disponível em: http://www.utp.br/interin/revista_interin.htm. Acesso em: 10 jan. 2011.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Notícias e serviços: um estudo sobre o conteúdo dos telejornais da Rede Globo. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 23, n. 37, p. 125-144, 1o. sem. 2002. Disponível em: http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/viewFile/135/3385. Acesso em: 08 out. 2011.

Endereços consultados na web:

<http://www.alexa.com>

<http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-home/es>

<http://www.band.com.br/jornaldaband>

<http://g1.globo.com/>

<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/>

<http://g1.globo.com/jornal-nacional/>

<http://www.ibge.gov.br/home/>

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2011/default.shtm>

<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo>

<http://noticias.r7.com/jornal-da-record/>

ANEXOS

ANEXO I

TABELA 1

Quadro comparativo das seções disponibilizadas pelas primeiras páginas dos *sites* de seis webtelejornais brasileiros resultante de observação para descrição do objeto de análise¹⁰².

Webtele jornal	Última edição	Atualização de notícias	Seção especial	Enquete	As mais vistas
Jornal da Band	Sim	Plantão	Não	Não	Não
Jornal Nacional	Sim	Notícias do G1	Segundo turno das eleições\ JN no ar	O JN quer saber	As mais lidas do <i>site</i> do JN
Jornal da Record	Não. Envia para o R7.	Não	Séries Especiais	Sim	Não
Rede TV News	Sim	Veja também	Não	Não	Não
Repórter Brasil	Sim, a despeito de ser o mais lento para disponibilizar conteúdos.	Notícias Agência Brasil	Não	Pergunta do dia	Não
SBT Brasil	Sim, mas não identifica data	Não	Reportagens Especiais	Não	Mais lidas

Fonte: *sites* das emissoras. Acesso no período de: 09, 10 e 11 out. 2010.

¹⁰² O critério adotado para ordenar os webtelejornais nas tabelas foi a ordem alfabética. Já a ordem das seções foi, em primeiro lugar, a disponibilização de texto audiovisual na página e, em seguida, as que se fizeram mais presentes no momento da pesquisa.

TABELA 2

Quadro comparativo das seções disponibilizadas nas primeiras páginas dos *sites* de seis webtelejornais brasileiros resultante de observação para descrição do objeto de análise.

Webtelejornal	Contato com a redação	História do telejornal	Acesso ao arquivo de edições anteriores	Material exclusivo para web	Informações sobre a equipe que faz	Anúncios publicitários
Jornal da Band	Fale conosco	Não	Parcial. Está dentro do <i>link</i> "Outros vídeos" e só disponibiliza recentes.	Não	Apenas dos três apresentadores	Sim
Jornal Nacional	Fale conosco (fale com a empresa)	Sim	Sim	Blog do JN	Sim	Sim
Jornal da Record	Entre em contato	Não	Parcial, a partir de 07 out. 2010	Não	Sim	Não
Rede TV News	Não	Sim	Sim	Não	Apenas dos três apresentadores	Não
Repórter Brasil	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Não
SBT Brasil	Comunique erro	Sim	Parcial. A partir de 13 ago. 2010	Não	Apenas dos dois apresentadores	Não

Fonte: *sites* das emissoras. Acesso no período de: 09, 10 e 11 out. 2010.

ANEXO II

Brasília, 1 de agosto de 2012.

Para: Ricardo Boechat

De: Prof^a Letícia Renault – FaC - UnB

Caro jornalista,

Sou professora da Universidade de Brasília, onde leciono Telejornalismo. No momento, pesquiso a migração dos telejornais brasileiros para a internet com vistas ao doutoramento. Estou particularmente interessada em *sítes* como o do Jornal da Band, que proporcionam um novo espaço ao telejornalismo. Na intenção de observar e compreender as possibilidades que a internet oferece ao telejornalismo, a telespectadores e internautas, entro em contato com os profissionais envolvidos na produção de telejornais e seus *sítes* em busca de informações, práticas profissionais e pontos de vista que colaborem com a pesquisa. Esta é uma pesquisa que me motiva muito, tal como o jornalismo de televisão.

Agradeço-lhe antecipadamente se puder dedicar algum tempo da sua rotina pesada de redação para responder às questões que lhe envio a seguir por intermédio do setor responsável da Band. Suas respostas são extremamente relevantes para o fortalecimento da produção científica sobre o telejornalismo, fonte de informação hegemônica no Brasil. Se necessitar de mais informações sobre esta pesquisadora, acesse o *link* do meu currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>. Nesse endereço, você encontra minha produção como pesquisadora, a atuação anterior como repórter de televisão e dados que confirmam o vínculo institucional de minha pesquisa de doutorado no Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

Se, a partir das questões que proponho, lhe ocorrer alguma sugestão, por gentileza, fique à vontade para enviá-la. Tenho certeza de que suas sugestões podem enriquecer a pesquisa. Permaneço à sua disposição para fornecer informações e esclarecer qualquer dúvida quanto às perguntas que lhe envio. Meus telefones e *e-mail* seguem abaixo.

Atenciosamente,

Profª Letícia Renault

Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação-FaC
Universidade de Brasília - UnB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília - DF
55.61.93453000
55.61.37938170
ml_renault@yahoo.com.br

Questões para a pesquisa

1 - Por que o Jornal da Band tem uma página na internet? Qual é a importância da página eletrônica do Jornal da Band?

2 - Como são discutidos e escolhidos os conteúdos exibidos na página eletrônica? A equipe do Jornal da Band tem independência em relação ao portal da Band? A equipe realiza reuniões de pauta com a equipe do portal? A equipe do portal tem autoridade editorial sobre os conteúdos disponibilizados pelas páginas dos telejornais que abriga?

3 - Os repórteres, produtores e repórteres cinematográficos do Jornal da Band recebem alguma orientação de produção especificamente voltada para o resultado do conteúdo que é disponibilizado no *site*?

4 - Como foi desenvolvido e definido o formato da página: a partir das condições técnicas e da capacidade da banda larga no Brasil? A partir dos exemplos de *sites* de telejornais internacionais?

5 - Qual é o tamanho da equipe responsável pela página do Jornal da Band na internet em relação ao total de profissionais envolvidos na produção do telejornal? É uma equipe exclusiva para o *site*? Se nessa equipe existem profissionais de outras áreas de formação, além de jornalistas, quais são eles?

6 - Qual é a participação do telespectador internauta através do *site*? O *site* do Jornal da Band tem números diários, semanais ou mensais que ilustrem essa participação? Seria possível ter acesso aos dados que comprovem tal participação de forma quantitativa e qualitativa?

7 - Como o *site* do Jornal da Band recebe, avalia e considera sugestões enviadas pelo internauta? Tais sugestões chegam a influenciar a pauta diária do telejornal ou a do *site*? Se a resposta for afirmativa, quais são os exemplos dessa participação?

8 - É possível comparar o Jornal da Band, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista dos conteúdos pautados?

9 - É possível comparar o Jornal da Band, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista da audiência?

10 - É possível comparar a equipe que produz o Jornal da Band, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista das preocupações que movem os profissionais, obrigações, tipo de formação e habilidades que precisam ter?

11 - O que atrai o internauta no *site* do Jornal da Band?

12 - Existem planos de expansão para o *site* do Jornal da Band? Quais são eles?

13 - O *site* do Jornal da Band pode ser considerado um webtelejornal?

14 - A equipe do *site* do Jornal da Band tem alguma percepção sobre as diferenças entre o internauta e o telespectador no tocante ao que um e outro esperam de um telejornal e de um webtelejornal?

15 - Esta pesquisadora poderia acompanhar o trabalho da equipe do *site* do Jornal da Band por um dia ou algumas horas? Se a resposta for positiva, como podemos agendar essa visita?

ANEXO III

Brasília, 1 de agosto de 2012.

Para: Fernando Mitre - Direção Nacional de Jornalismo do Grupo Bandeirantes de Comunicação.

De: Prof^a Letícia Renault - FaC - UnB

Caro jornalista,

Sou professora da Universidade de Brasília, onde leciono Telejornalismo. No momento, pesquiso a migração dos telejornais brasileiros para a internet com vistas ao doutoramento. Estou particularmente interessada em *sites* como o do Jornal da Band, que proporcionam um novo espaço ao telejornalismo. Na intenção de observar e compreender as possibilidades que a internet oferece ao telejornalismo, a telespectadores e internautas, entro em contato a direção de Jornalismo da Band em busca de autorização para ter contato com os profissionais envolvidos na produção do Jornal da Band e seu *site* para obter informações, conhecer práticas profissionais e pontos de vista que colaborem com a pesquisa. Esta é uma pesquisa que me motiva muito, tal como o jornalismo de televisão.

Se concordar em colaborar, eu gostaria de lhe enviar por *e-mail* algumas questões e agradeço-lhe, antecipadamente, se puder dedicar algum tempo da rotina pesada de redação para respondê-las. As respostas são extremamente relevantes para o fortalecimento da produção científica sobre o telejornalismo, fonte de informação hegemônica no Brasil. Se necessitar de mais informações sobre esta pesquisadora, acesse o link do meu currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>. Nesse endereço, estão minha produção como pesquisadora, a atuação anterior como repórter de televisão e dados que confirmam o vínculo institucional de minha pesquisa de doutorado no Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

Certa da sua colaboração, aguardo resposta para lhe enviar as questões por escrito.

Atenciosamente,

Profª Letícia Renault

Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação-FaC
Universidade de Brasília-UnB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília-DF
55.61.93453000
55.61.37938170
ml_renault@yahoo.com.br

Questões para a pesquisa

1 - Por que o Jornal da Band tem uma página na internet? Qual é a importância da página eletrônica do Jornal da Band?

2 - Como são discutidos e escolhidos os conteúdos exibidos na página eletrônica? A equipe do Jornal da Band tem independência em relação ao portal da Band? A equipe realiza reuniões de pauta com a equipe do portal? A equipe do portal tem autoridade editorial sobre os conteúdos disponibilizados pelas páginas dos telejornais que abriga?

3 - Os repórteres, produtores e repórteres cinematográficos do Jornal da Band recebem alguma orientação de produção especificamente voltada para o resultado do conteúdo que é disponibilizado no *site*?

4 - Como foi desenvolvido e definido o formato da página: a partir das condições técnicas e da capacidade da banda larga no Brasil? A partir dos exemplos de *sites* de telejornais internacionais?

5 - Qual é o tamanho da equipe responsável pela página do Jornal da Band na internet em relação ao total de profissionais envolvidos na produção do telejornal? É uma equipe exclusiva para o *site*? Se nessa equipe existem profissionais de outras áreas de formação, além de jornalistas, quais são eles?

6 - Qual é a participação do telespectador internauta através do *site*? O *site* do Jornal da Band tem números diários, semanais ou mensais que ilustrem essa participação? Seria possível ter acesso aos dados que comprovem tal participação de forma quantitativa e qualitativa?

7 - Como o *site* do Jornal da Band recebe, avalia e considera sugestões enviadas pelo internauta? Tais sugestões chegam a influenciar a pauta diária do telejornal ou a do *site*? Se a resposta for afirmativa, quais são os exemplos dessa participação?

8 - É possível comparar o Jornal da Band, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista dos conteúdos pautados?

9 - É possível comparar o Jornal da Band, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista da audiência?

10 - É possível comparar a equipe que produz o Jornal da Band, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista das preocupações que movem os profissionais, obrigações, tipo de formação e habilidades que precisam ter?

11 - O que atrai o internauta no *site* do Jornal da Band?

12 - Existem planos de expansão para o *site* do Jornal da Band? Quais são eles?

13 - O *site* do Jornal da Band pode ser considerado um webtelejornal?

14 - A equipe do *site* do Jornal da Band tem alguma percepção sobre as diferenças entre o internauta e o telespectador no tocante ao que um e outro esperam de um telejornal e de um webtelejornal?

15 - Esta pesquisadora poderia acompanhar o trabalho da equipe do *site* do Jornal da Band por um dia ou algumas horas? Se a resposta for positiva, como podemos agendar essa visita?

ANEXO IV

Brasília, 1 de agosto de 2012.

Para: Luis Cosme Pinto- editor chefe do Jornal da Record

De: Prof^a Letícia Renault - FaC - UnB

Prezado jornalista,

Sou professora da Universidade de Brasília, onde leciono Telejornalismo. No momento, pesquiso a migração dos telejornais brasileiros para a internet com vistas ao doutoramento. Estou particularmente interessada em *sites* como o do Jornal da Record, que proporcionam um novo espaço ao telejornalismo. Na intenção de observar e compreender as possibilidades que a internet oferece ao telejornalismo, a telespectadores e internautas, entro em contato com os profissionais envolvidos na produção de telejornais e seus *sites* em busca de informações, práticas profissionais e pontos de vista que colaborem com a pesquisa. Esta é uma pesquisa que me motiva muito, tal como o jornalismo de televisão.

Se concordar em colaborar, eu gostaria de lhe enviar por *e-mail* algumas questões e agradeço-lhe, antecipadamente, se puder dedicar algum tempo da rotina pesada de redação para respondê-las. Suas respostas são extremamente relevantes para o fortalecimento da produção científica sobre o telejornalismo, fonte de informação hegemônica no Brasil. Se necessitar de mais informações sobre esta pesquisadora, acesse o *link* do meu currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>. Nesse endereço, você encontra minha produção como pesquisadora, a atuação anterior como repórter de televisão e dados que confirmam o vínculo institucional de minha pesquisa de doutorado no Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

Certa da sua colaboração, aguardo resposta para lhe enviar as questões por escrito.

Atenciosamente,

Profª Letícia Renault

Departamento de Jornalismo
Universidade de Brasília - UnB

55.61.93453000

55.61.37938170

ml_renault@yahoo.com.br

ANEXO V

Formulário de Solicitação de Pesquisa enviado à Rede Globo em 25 de novembro de 2011.

Formulário de Solicitação de Auxílio à Pesquisa – Rede Globo		Nº: 00/2011
Instruções:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. A Rede Globo auxilia somente pesquisadores de pós-graduação, regularmente matriculados em universidades. 2. A emissora auxilia pesquisas preferencialmente relacionadas às suas áreas de atuação, por exemplo: telejornalismo, mídia, teledramaturgia, televisão, engenharia de telecomunicações, etc. 3. Para iniciar o processo de pesquisa, o solicitante deve juntar, a este formulário, ofício assinado pelo orientador do projeto, em papel timbrado da universidade, confirmando o objetivo da pesquisa e o vínculo acadêmico; 4. O solicitante deve preencher os campos abaixo com as principais informações do projeto de maneira sucinta e clara; 5. O solicitante deve destacar o atual estado da pesquisa, se já foi apresentada em anais de congresso, capítulos de livros ou outras informações que considerar relevantes; 6. O solicitante deve incluir um resumo do projeto com, <u>no máximo</u>, vinte laudas, apresentando os seguintes tópicos: introdução (caracterização do problema, questões, hipóteses); objetivos; argumentação teórica; justificativas; metodologia; cronograma das atividades; e referências; 7. Se a solicitação incluir entrevistas, indicar sugestões de profissionais e a lista das perguntas; 8. Se o pedido for referente a vídeos, descrever o material: nome do programa, período em que foi exibido e o episódio ou trecho que será analisado; 9. Conferir antecipadamente se as informações solicitadas não estão no site do Memória Globo (www.memoriaglobo.globo.com) ou em outros sites da emissora; 10. A análise da documentação pode levar de 30 a 60 dias; 11. O preenchimento deste e dos demais documentos não garante a aprovação da pesquisa; 12. Com a aprovação, será exigido do solicitante que assine o “Termo de Auxílio à Pesquisa”. Só após a entrega deste termo assinado é que a pesquisa poderá ser iniciada. 13. Os documentos podem ser enviados por e-mail ou pelo correio. 14. Solicitamos que o pesquisador encaminhe uma cópia da dissertação ou tese para arquivo do Globo Universidade após apresentação à banca examinadora da sua universidade. 		
Dados pessoais do solicitante		
Nome: MARIA LETICIA RENAULT CARNEIRO DE ABREU E SOUZA	Profissão: PROFESSORA ASSISTENTE FAC-UnB, JORNALISTA, DOUTORANDA NO PPG-FACUnB.	
Telefones: 61-37978170 61-93453000	E-mail: ml_renault@yahoo.com.br	
RG: 2323568-SSP-MG	Endereço: SQN 112 BLOCO G APTO 607 ASA NORTE BRASÍLIA DF CEP: 70762-070	
CPF: 436757786-49	CV Lattes (link): http://lattes.cnpq.br/1884233308806543	
Informações sobre o projeto		
Título: Webtelejornalismo: telejornalismo na era da conexão.	Instituição: Universidade de Brasília- UnB Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UnB - PPG-FACUnB.	
	Data máxima para finalizar a pesquisa com a TV Globo: abril de 2012.	
Orientadora: Profª Drª Lavina Madeira Ribeiro-PPG-FAC UnB	CV Lattes do orientador: http://lattes.cnpq.br/3821768109747979	
Indique o nível da pesquisa (mestrado, doutorado, etc):		
DOUTORADO		
Descreva a área principal (p. ex: jornalismo):		
JORNALISMO		
Acrescente até cinco subáreas (p. ex: esportes):		
TELEJORNALISMO DE REDE		

WEBTELEJORNALISMO: sites dos telejornais, páginas dos telejornais de rede no portal G1, com enfoque maior nas páginas do Jornal Nacional e do Jornal da Globo.		
Resumo (no máximo, 1000 caracteres):		
<p>A pesquisa se interessa pela migração para a <i>web</i> dos telejornais produzidos pelas redes brasileiras de televisão aberta, com o objetivo de analisar se ocorreram reconfigurações na passagem do telejornalismo para o webtelejornalismo. Entende-se por webtelejornalismo o telejornalismo produzido para ser divulgado na <i>web</i>. Ele pode ser compreendido como uma expansão do telejornalismo tradicional produzido pelas maiores redes de televisão aberta. Com a expansão das condições técnicas e de acesso da população brasileira à internet, pode-se considerar que o telejornalismo hegemônico produzido pelas redes de televisão aberta tem estendido sua ação comunicativa para o ambiente da <i>web</i>, como estratégia para expandir seu território de enunciação e público, pois o telejornal, considerado o meio de informação mais popular no Brasil, chega a seis décadas de existência na televisão no País, enfrentando a concorrência da <i>web</i> e buscando espaço nela. É objeto desta tese a análise dessa nova forma de produção de informação telejornalística no ambiente virtual.</p>		
Objetivos (no máximo, 1000 caracteres):		
<p>O objetivo geral da pesquisa é analisar a possibilidade de existência de uma ação potencialmente emancipadora proporcionada pela Comunicação através do fenômeno de migração do telejornalismo para a rede mundial de computadores, simultâneo à tentativa de apropriação do uso da câmera de vídeo por jornais impressos em suas páginas eletrônicas. O objetivo específico busca investigar se os formatos telejornalísticos disponibilizados na esfera pública abstrata propiciada pela internet são inovadores, se modificam, aperfeiçoam o <i>texto</i> televisivo ou se mantêm meras reiteraões do telejornalismo tradicional?</p>		
Material solicitado (descrever com, no máximo, 1000 caracteres):		
<p>Entrevistas com editor de <i>web</i> do Jornal Nacional e outros profissionais que façam a página do JN no G1, visita à redação, coleta de dados e de exemplos da participação de internautas nas páginas dos telejornais (comentários, pedidos, <i>feedbacks</i> de reportagens e similares).</p>		
Informações relevantes (no máximo, 1000 caracteres):		
<p>Esta pesquisa percorre um caminho novo nas investigações sobre o telejornalismo. Ela se interessa por observar e estudar uma fronteira na comunicação, um território de passagem, que deve alicerçar a convergência entre telejornalismo e webjornalismo. Ela parte da premissa de que a <i>web</i> vem reforçar ainda mais a relevância da imagem técnica televisiva, como linguagem que comunica, faz sentido e que passa a ser cada vez mais utilizada não só pelos meios audiovisuais como também pelos antigos meios analógicos que migraram para a <i>web</i>, como jornais e rádios.</p>		
Anexos enviados		
¹⁰³ (X) Ofício da Faculdade	(X) Resumo do Projeto	

Brasília, 25 de novembro de 2011.

Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza
Profª Assistente do Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação – UNB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília -Brasil
Para uso interno do Globo Universidade:

Atendido por:		E-mail:
Aprovado ()	Não aprovado ()	Data:

ANEXO VI

Brasília, 29 de novembro de 2011.

Sra.
Carla Dórea Bartz
Globo Universidade

Assunto: solicitação de apoio à pesquisa de Doutorado

Na condição de professora orientadora do Programa de Pós Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB venho solicitar à Globo Universidade apoio à pesquisa de doutorado em andamento realizada pela Profª Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza, regularmente matriculada no PPG\FAC- UnB, matrícula número 090064216. A aluna Letícia Renault desenvolve trabalho na Linha de Pesquisa - Imagem e Som, em que estuda a migração dos telejornais de rede para a internet, com projeto de tese intitulado “*Webtelejornalismo: telejornalismo na era da conexão*”. O trabalho está em fase de pesquisa de campo, já tendo sido aprovado no Exame de Qualificação. A partir de agora há a necessidade de realização de pesquisa junto aos setores responsáveis pelas páginas dos telejornais no portal G1 e nas redações dos telejornais. Segue anexo a esta solicitação o currículo Lattes da doutoranda.

Atenciosamente;

Profª. Drª. Lavina Madeira Ribeiro
PPG\FAC-UnB

ANEXO VII

Troca de mensagens eletrônicas com a Globo Universidade com vistas a conseguir entrevistar os editores-chefe e editores de internet dos webtelejornais da Globo e Nacional.

Firefox (275 não lidos) - ml_renault - Yahoo! ... x Nova aba

br.mg4.mail.yahoo.com/neo/launch?rand=85u37d05vgvl

Mais visitados | Primeiros passos | Vídeos | Jornal da Band | Music Production - O...

YAHOO! MAIL

Busca

NOVIDADES | pesquisa (... | CONTATOS | Re: Convo... | Bolsa de E... | [Compos]... | [Compos]... | RES: RES: ... | Prezada R... | RES: Prez... | Prezada C...

Escrever mensagem | Apagar | Responder | Encaminhar | Spam | Imprimir

Classificados 100% Grátis!

Entrada 275

Conversas

Rascunhos 122

Enviadas

Spam 28

Lixeira

Pastas

- aliança francesa
- apoio FAC
- bolsas
- call for papers
- COMPRAS
- dr. rachel
- e-revistas científicas
- Giovani
- Hugo
- Imposto de renda co...
- inscrições congressos

Prezada Carla Bartz,

DE: Leticia Renault
Terça-feira, 6 de Dezembro de 2011 9:05

PARA: carla.bartz@vlglobo.com.br

cc: ml_renault@yahoo.com.br

Prezada Carla Bartz,

enviei-lhe ontem por sedex a documentação exigida para que eu possa entrevistar e ter contato com os profissionais relevantes para meu projeto de tese de doutorado na UnB. Seguiram o formulário, o ofício da Prof^a Dra. Lavina Ribeiro, minha orientadora, acompanhado de cópia do meu currículo lattes e o projeto de pesquisa.

Peço-lhe a gentileza, se possível, de me informar quando receber o envelope.

Desde já lhe agradeço as informações.

Desejo-lhe bom final de ano e Natal!

Att,

Prof^a Leticia Renault

ml_renault@yahoo.com.br
<http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>

passarela.com verão 2012

11:43 24/09/2012

Firefox (275 não lidos) - ml_renault - Yahoo! ... x Nova aba

br.mg4.mail.yahoo.com/neo/launch?rand=85u37d05vgvl

Mais visitados | Primeiros passos | Vídeos | Jornal da Band | Music Production - O...

YAHOO! MAIL

Busca

NOVIDADES | pesquisa (... | CONTATOS | Re: Convo... | Bolsa de E... | [Compos]... | [Compos]... | RES: RES: ... | Prezada R... | RES: Prez... | Prezada C...

Escrever mensagem | Apagar | Responder | Encaminhar | Spam | Imprimir

Animais de Estimação

Entrada 275

Conversas

Rascunhos 122

Enviadas

Spam 28

Lixeira

Pastas

- aliança francesa
- apoio FAC
- bolsas
- call for papers
- COMPRAS
- dr. rachel
- e-revistas científicas
- Giovani
- Hugo
- Imposto de renda co...
- inscrições congressos
- JN
- JOR
- JORTV
- Machu Pichu
- mamãe

Prezada Renata Minami,

DE: Leticia Renault
Terça-feira, 6 de Dezembro de 2011 9:15

PARA: renata.minami@vlglobo.com.br

cc: ml_renault@yahoo.com.br

Prezada Renata Minami,

Já mantive contato anterior com a Carla Bartz e fui orientada a me dirigir a vc na ausência dela. Enviei ontem por sedex a documentação exigida para que eu possa entrevistar e ter contato com os profissionais relevantes para meu projeto de tese de doutorado na UnB. Seguiram o formulário, o ofício da Prof^a Dra. Lavina Ribeiro, minha orientadora, acompanhado de cópia do meu currículo lattes e o projeto de pesquisa.

Peço-lhe a gentileza, se possível, de me informar quando receber o envelope. Permaneço a disposição de vcs, pois necessito que todo o processo esteja liberado até fevereiro para que eu possa realizar a pesquisa de campo.

Desde já lhe agradeço.

Desejo-lhe bom final de ano e Natal!

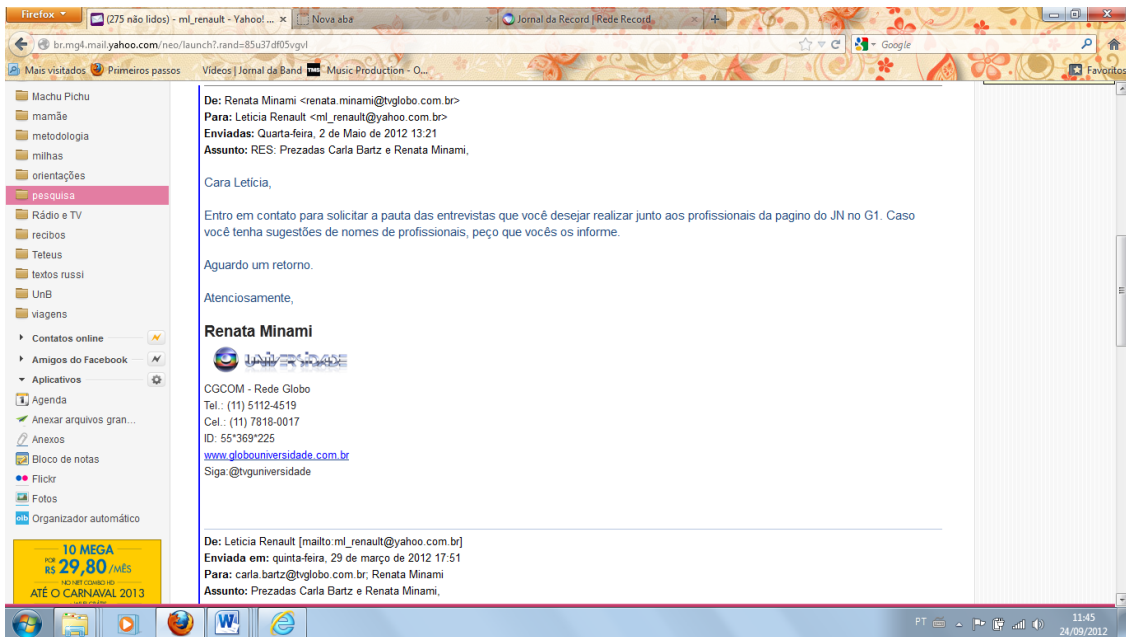
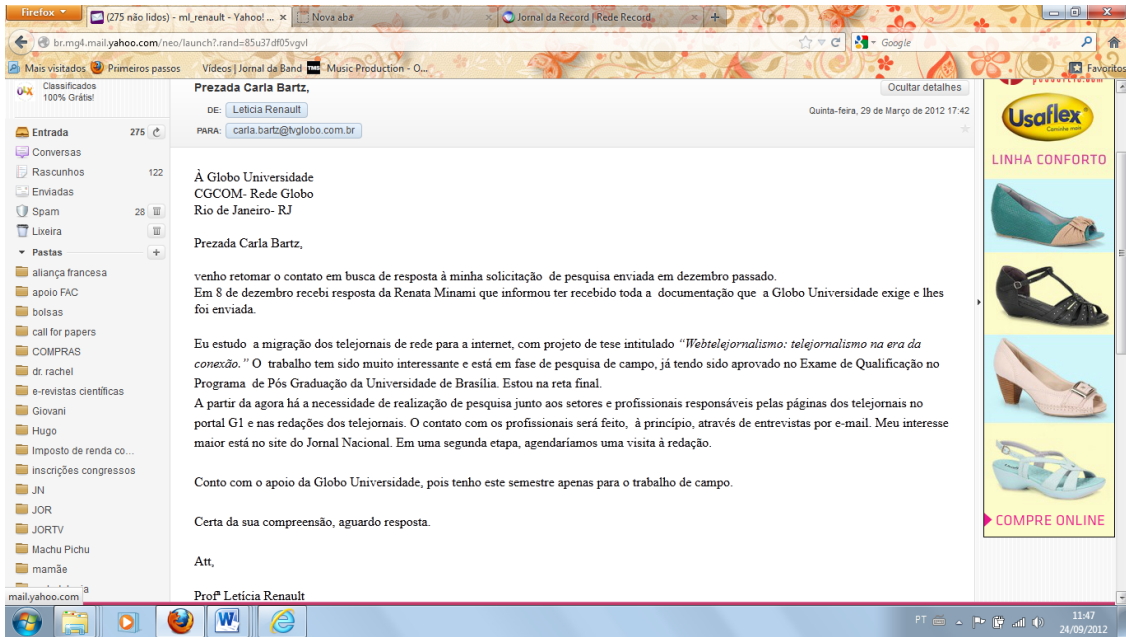
Prof^a Leticia Renault

ml_renault@yahoo.com.br
<http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>
Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação - FaC
Universidade de Brasília - UnB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília - DF - Brasil

passarela.com verão 2012

APROVEITE!

11:46 24/09/2012



Firefox - (275 não lidos) - ml_renault - Yahoo! ... x Nova aba

br.mg4.mail.yahoo.com/neo/launch?rand=85u37df05vgvl

Mais visitados: Primeiros passos Vídeos | Jornal da Band Music Production - O...

Classificados 100% Grátis

Entrada 275

Conversas

Rascunhos 122

Enviadas

Spam 28

Lixeira

Pastas

alliança francesa

apoio FAC

bolsas

call for papers

COMPRAS

dr. rachel

e-revistas científicas

Giovani

Hugo

Imposto de renda co...

inscrições congressos

JN

JOR

JORTV

Machu Pichu

mamãe

Re: RES: Prezadas Carla Bartz e Renata Minami, 1

DE: Leticia Renault

PARA: Renata Minami

Quarta-feira, 2 de Maio de 2012 15:48

Prezada Renata,

Meu interesse maior à princípio é conversar com os editores de web do JN, jornalista Fabiano Ristow e do Jornal da Globo, Renato Vieira. A pauta lhe será encaminhada até a semana que vem. Também necessito de ter informações sobre o número de acessos às páginas destes telejornais, sobre o volume e o tipo de participação dos internautas nos sites.

Muito obrigada pela resposta. Eu já estava preocupada, pois enviei-lhes minha solicitação no ano passado.

Att,

Profa Leticia Renault

ml_renault@yahoo.com.br
<http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>
 Departamento de Jornalismo
 Faculdade de Comunicação - FaC
 Universidade de Brasília - UnB
 Campus Darcy Ribeiro
 Brasília- DF- Brasil

61-93453000
 61-37978170

De: Renata Minami <renata.minami@tvglobo.com.br>
 Para: Leticia Renault <ml_renault@yahoo.com.br>
 Enviado: Quarta-feira, 2 de Maio de 2012 13:04

passarela.com

Usaflex

LINHA CONFORTO

COMPRE ONLINE

11:49
24/09/2012

Firefox - (275 não lidos) - ml_renault - Yahoo! ... x Nova aba

br.mg4.mail.yahoo.com/neo/launch?rand=85u37df05vgvl

Mais visitados: Primeiros passos Vídeos | Jornal da Band Music Production - O...

Classificados 100% Grátis

Entrada 275

Conversas

Rascunhos 122

Enviadas

Spam 28

Lixeira

Pastas

alliança francesa

apoio FAC

bolsas

call for papers

COMPRAS

dr. rachel

e-revistas científicas

Giovani

Hugo

Imposto de renda co...

inscrições congressos

JN

JOR

JORTV

Machu Pichu

mamãe

Prezada Renata Minami, 4

DE: Leticia Renault

PARA: Renata Minami

Sexta-feira, 25 de Maio de 2012 13:14

Prezada Renata Minami,

espero que tudo esteja bem com vc.

Conforme meu pedido anterior, encaminho-lhe as perguntas para as entrevistas com os jornalistas que podem colaborar com a pesquisa. O questionário é o mesmo, mas redigi uma carta dirigida a cada profissional. São eles: os editores chefes, William Bonner e Jorge Sacramento e os editores de internet do JN, Fabiano Ristow e do Jornal da Globo, Renato Vieira.

Quero lhe agradecer antecipadamente por estar fazendo a ponte com estes profissionais.

Fico no aguardo das respostas que vão colaborar de forma relevante para esta pesquisa que me empolga muito, pois enfrenta um tema novo, ainda pouco compreendido pela academia.

Vc pode, por gentileza, confirmar o recebimento desta mensagem?

Um abraço e bom fim de semana,

Leticia Renault

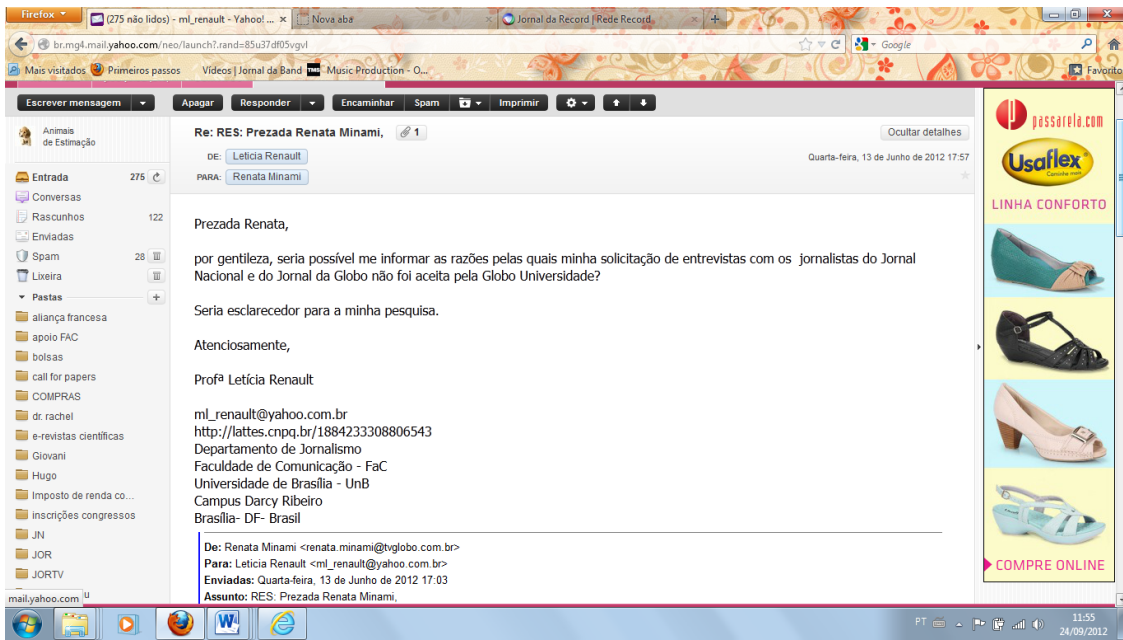
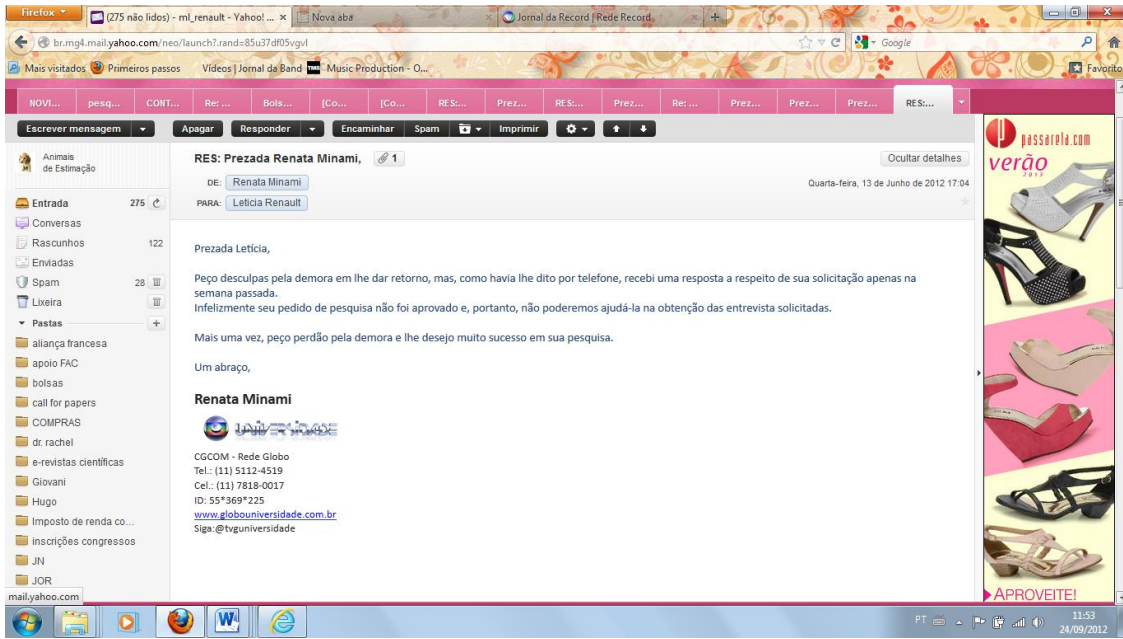
ml_renault@yahoo.com.br
<http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>
 Departamento de Jornalismo
 Faculdade de Comunicação - FaC
 Universidade de Brasília - UnB
 Campus Darcy Ribeiro

passarela.com

verão 2012

APROVEITE!

11:51
24/09/2012



Firefox - (275 não lidos) - ml_renault - Yahoo! ... x Nova aba

br.mg4.mail.yahoo.com/neo/launch?rand=85u37d05vgvl

Mais visitados: Primeiros passos Vídeos | Jornal da Band Music Production - O...

Escrever mensagem Apagar Responder Encaminhar Spam Imprimir

Animais de Estimação

Re: RES: Prezada Renata Minami, 1 Ocultar detalhes

DE: Leticia Renault

PARA: Renata Minami

Quarta-feira, 13 de Junho de 2012 17:57

Prezada Renata,

por gentileza, seria possível me informar as razões pelas quais minha solicitação de entrevistas com os jornalistas do Jornal Nacional e do Jornal da Globo não foi aceita pela Globo Universidade?

Seria esclarecedor para a minha pesquisa.

Atenciosamente,

Profª Leticia Renault

ml_renault@yahoo.com.br
<http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>
 Departamento de Jornalismo
 Faculdade de Comunicação - FaC
 Universidade de Brasília - UnB
 Campus Darcy Ribeiro
 Brasília- DF- Brasil

De: Renata Minami <renata.minami@tvglobo.com.br>
 Para: Leticia Renault <ml_renault@yahoo.com.br>
 Enviadas: Quarta-feira, 13 de Junho de 2012 17:03
 Assunto: RES: Prezada Renata Minami.

passarela.com
 Usaflex
 LINHA CONFORTO

COMPRE ONLINE

mail.yahoo.com

11:55
24/09/2012

Firefox - (275 não lidos) - ml_renault - Yahoo! ... x Nova aba

br.mg4.mail.yahoo.com/neo/launch?rand=85u37d05vgvl

Mais visitados: Primeiros passos Vídeos | Jornal da Band Music Production - O...

Escrever mensagem Apagar Responder Encaminhar Spam Imprimir

Animais de Estimação

Re: RES: Prezada Renata Minami, 1 Ocultar detalhes

DE: Leticia Renault

PARA: Renata Minami

Quarta-feira, 13 de Junho de 2012 17:57

Prezada Renata,

por gentileza, seria possível me informar as razões pelas quais minha solicitação de entrevistas com os jornalistas do Jornal Nacional e do Jornal da Globo não foi aceita pela Globo Universidade?

Seria esclarecedor para a minha pesquisa.

Atenciosamente,

Profª Leticia Renault

ml_renault@yahoo.com.br
<http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>
 Departamento de Jornalismo
 Faculdade de Comunicação - FaC
 Universidade de Brasília - UnB
 Campus Darcy Ribeiro
 Brasília- DF- Brasil

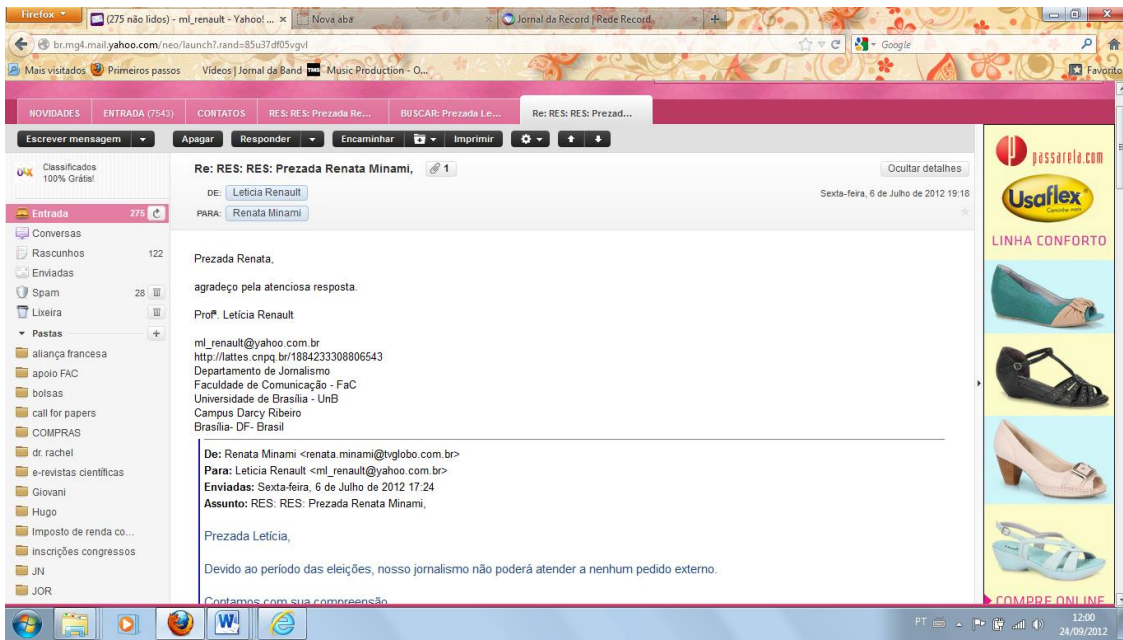
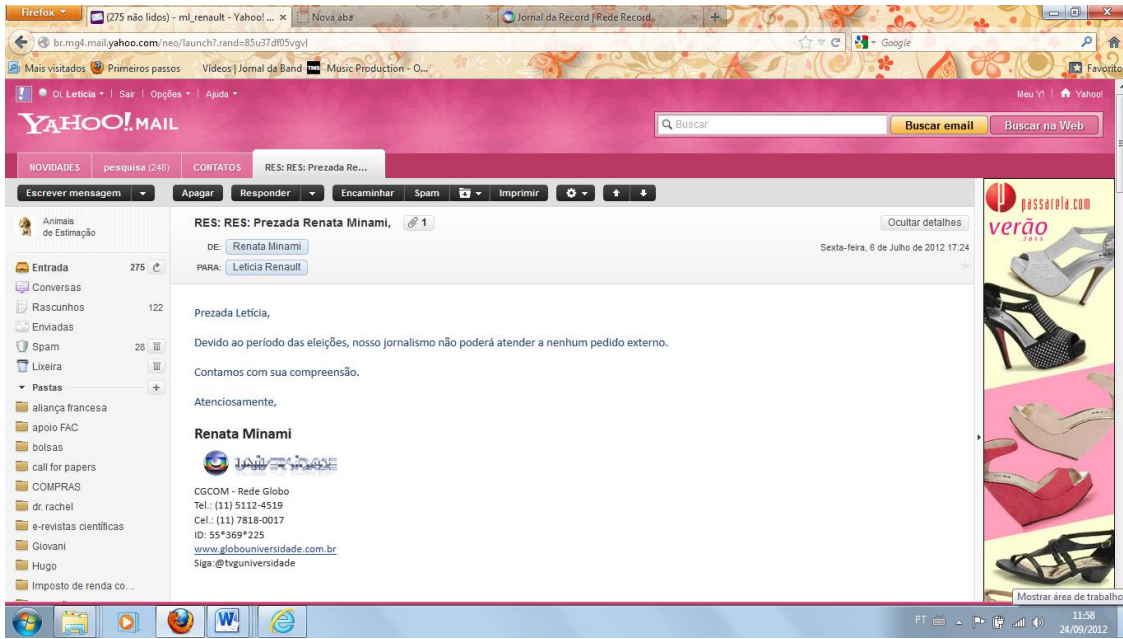
De: Renata Minami <renata.minami@tvglobo.com.br>
 Para: Leticia Renault <ml_renault@yahoo.com.br>
 Enviadas: Quarta-feira, 13 de Junho de 2012 17:03
 Assunto: RES: Prezada Renata Minami.

passarela.com
 Usaflex
 LINHA CONFORTO

COMPRE ONLINE

mail.yahoo.com

11:55
24/09/2012



ANEXO VIII

Brasília, 10 de maio de 2012.

Para: Jorge Sacramento – Editor-chefe do Jornal da Globo

De: Prof^a Leticia Renault – FaC- UnB

Prezado Jornalista Jorge Sacramento,

Sou professora da Universidade de Brasília, onde leciono Telejornalismo. No momento, pesquiso a migração dos telejornais brasileiros para a internet com vistas ao doutoramento. Estou particularmente interessada em *sites* como o do Jornal da Globo, que proporcionam um novo espaço ao telejornalismo. Na intenção de observar e compreender as possibilidades que a internet oferece ao telejornalismo, a telespectadores e internautas, entro em contato com os profissionais envolvidos na produção de telejornais e seus *sites* em busca de informações, práticas profissionais e pontos de vista que colaborem com a pesquisa. Esta é uma pesquisa que me motiva muito, pois enfrenta um tema ainda pouco compreendido pela academia.

Agradeço-lhe antecipadamente se puder dedicar algum tempo da sua rotina pesada de redação para responder às questões que lhe envio a seguir por intermédio do setor responsável da Globo Universidade. Suas respostas são extremamente relevantes para o fortalecimento da produção científica sobre o telejornalismo, fonte de informação hegemônica no Brasil. Se necessitar de mais informações sobre esta pesquisadora, acesse o *link* do meu currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>. Nesse endereço, você encontra minha produção como pesquisadora, a atuação anterior como repórter de televisão e dados que confirmam o vínculo institucional de minha pesquisa de doutorado no Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

Se, a partir das questões que proponho, lhe ocorrer alguma sugestão, por gentileza, fique à vontade para enviá-la. Tenho certeza de que suas sugestões podem enriquecer a pesquisa. Permaneço à sua disposição para fornecer informações e esclarecer qualquer dúvida quanto às perguntas que lhe envio. Meus telefones e *e-mail* seguem abaixo.

Atenciosamente,

Profª Letícia Renault

Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação-FaC
Universidade de Brasília - UnB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília - DF
55.61.93453000
55.61.37938170
ml_renault@yahoo.com.br

Questões para a pesquisa

1 - Por que o Jornal da Globo tem uma página na internet? Qual é a importância da página eletrônica do Jornal da Globo? Quando ela entrou no ar?

2 - Como são discutidos e escolhidos os conteúdos exibidos na página eletrônica? A equipe do JG tem independência em relação ao G1? A equipe realiza reuniões de pauta com a equipe do *site* do JG? A equipe do G1 tem autoridade editorial sobre os conteúdos disponibilizados pelas páginas dos telejornais que abriga?

3 - Os repórteres, produtores e repórteres cinematográficos do Jornal da Globo recebem alguma orientação de produção especificamente voltada para o resultado do conteúdo que é disponibilizado no *site*?

4 - Como foi desenvolvido e definido o formato da página: a partir das condições técnicas e da capacidade da banda larga no Brasil? A partir dos exemplos de *sites* de telejornais internacionais?

5 - Qual é o tamanho da equipe responsável pela página do Jornal da Globo na internet em relação ao total de profissionais envolvidos na produção do telejornal? É uma equipe exclusiva para o *site* do JG? Se nessa equipe existem profissionais de outras áreas de formação, além de jornalistas, quais são eles?

6 - Qual é a participação do telespectador internauta através do *site*? O *site* do Jornal da Globo tem números diários, semanais ou mensais que ilustrem essa participação? Seria possível ter acesso aos dados que comprovem tal participação de forma quantitativa e qualitativa?

7 - Como o *site* do Jornal da Globo recebe, avalia e considera sugestões enviadas pelo internauta? Tais sugestões chegam a influenciar a pauta diária do telejornal ou a do *site*? Se a resposta for afirmativa, quais são os exemplos dessa participação?

8 - É possível comparar o Jornal da Globo, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista dos conteúdos pautados?

9 - É possível comparar o Jornal da Globo, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista da audiência?

10 - É possível comparar a equipe que produz o Jornal da Globo, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista das preocupações que movem os profissionais, obrigações, tipo de formação e habilidades que precisam ter?

11 - O que atrai o internauta no *site* do Jornal da Globo?

12 - Existem planos de expansão para o *site* do Jornal da Globo? Quais são eles?

13 - O *site* do Jornal da Globo pode ser considerado um webtelejornal?

14 - A equipe do *site* do JG tem alguma percepção sobre as diferenças entre o internauta e o telespectador no tocante ao que um e outro esperam de um telejornal e de um webtelejornal?

15 - Esta pesquisadora poderia acompanhar o trabalho da equipe do *site* do Jornal da Globo por algumas horas? Se a resposta for afirmativa, como podemos agendar essa visita?

ANEXO IX

Brasília, 10 de maio de 2012.

Para: Renato Vieira- editor de internet do Jornal da Globo

De: Prof^a Letícia Renault –FaC- UnB

Prezado Jornalista Renato Vieira,

Sou professora da Universidade de Brasília, onde leciono Telejornalismo. No momento, pesquiso a migração dos telejornais brasileiros para a internet com vistas ao doutoramento. Estou particularmente interessada em *sites* como o do Jornal da Globo, que proporcionam um novo espaço ao telejornalismo. Na intenção de observar e compreender as possibilidades que a internet oferece ao telejornalismo, a telespectadores e internautas, entro em contato com os profissionais envolvidos na produção de telejornais e seus *sites* em busca de informações, práticas profissionais e pontos de vista que colaborem com a pesquisa. Esta é uma pesquisa que me motiva muito, pois enfrenta um tema ainda pouco compreendido pela academia.

Agradeço-lhe antecipadamente se puder dedicar algum tempo da sua rotina pesada de redação para responder às questões que lhe envio a seguir por intermédio do setor responsável da Globo Universidade. Suas respostas são extremamente relevantes para o fortalecimento da produção científica sobre o telejornalismo, fonte de informação hegemônica no Brasil. Se necessitar de mais informações sobre esta pesquisadora, acesse o *link* do meu currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>. Nesse endereço, você encontra minha produção como pesquisadora, a atuação anterior como repórter de televisão e dados que confirmam o vínculo institucional de minha pesquisa de doutorado no Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

Se, a partir das questões que proponho, lhe ocorrer alguma sugestão, por gentileza, fique à vontade para enviá-la. Tenho certeza de que suas sugestões podem enriquecer a pesquisa. Permaneço à sua disposição para fornecer informações e esclarecer qualquer dúvida quanto às perguntas que lhe envio. Meus telefones e *e-mail* seguem abaixo.

Atenciosamente,

Profª Letícia Renault

Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação-FaC
Universidade de Brasília - UnB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília - DF
55.61.93453000
55.61.37938170
ml_renault@yahoo.com.br

Questões para a pesquisa

1 - Por que o Jornal da Globo tem uma página na internet? Qual a importância da página eletrônica do Jornal da Globo? Quando ela entrou no ar?

2 - Como são discutidos e escolhidos os conteúdos exibidos na página eletrônica? A equipe do JG tem independência em relação ao G1? A equipe G1 realiza reuniões de pauta com a equipe do *site* do JG? A equipe do G1 tem autoridade editorial sobre os conteúdos disponibilizados pelas páginas dos telejornais que abriga?

3 - Os repórteres, produtores e repórteres cinematográficos do Jornal da Globo recebem alguma orientação de produção especificamente voltada para o resultado do conteúdo que é disponibilizado no *site*?

4 - Como foi desenvolvido e definido o formato da página: a partir das condições técnicas e da capacidade da banda larga no Brasil? A partir dos exemplos de *sites* de telejornais internacionais?

5 - Qual é o tamanho da equipe responsável pela página do Jornal da Globo na internet em relação ao total de profissionais envolvidos na produção do telejornal? É uma equipe exclusiva para o *site* do JG? Se nessa equipe existem profissionais de outras áreas de formação, além de jornalistas, quais são eles?

6 - Qual é a participação do telespectador internauta através do *site*? O *site* do Jornal da Globo tem números diários, semanais ou mensais que ilustrem essa participação? Seria possível ter acesso aos dados que comprovem tal participação de forma quantitativa e qualitativa?

7 - Como o *site* do Jornal da Globo recebe, avalia e considera sugestões enviadas pelo internauta? Tais sugestões chegam a influenciar a pauta diária do telejornal ou a do *site*? Se a resposta for afirmativa, quais são os exemplos dessa participação?

8 - É possível comparar o Jornal da Globo, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista dos conteúdos pautados?

9 - É possível comparar o Jornal da Globo, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista da audiência?

10 - É possível comparar a equipe que produz o Jornal da Globo, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista das preocupações que movem os profissionais, obrigações, tipo de formação e habilidades que precisam ter?

11 - O que atrai o internauta no *site* do Jornal da Globo?

12 - Existem planos de expansão para o *site* do Jornal da Globo? Quais são eles?

13 - O *site* do Jornal da Globo pode ser considerado um webtelejornal?

14 - A equipe do *site* do JG tem alguma percepção sobre as diferenças entre o internauta e o telespectador no tocante ao que um e outro esperam de um telejornal e de um webtelejornal?

15 - Esta pesquisadora poderia acompanhar o trabalho da equipe do *site* do Jornal da Globo por algumas horas? Se a resposta for afirmativa, como podemos agendar essa visita?

ANEXO IX

Brasília, 10 de maio de 2012.

Para: Renato Vieira- editor de internet do Jornal da Globo

De: Prof^a Letícia Renault – FaC- UnB

Prezado Jornalista Renato Vieira,

Sou professora da Universidade de Brasília, onde leciono Telejornalismo. No momento, pesquiso a migração dos telejornais brasileiros para a internet com vistas ao doutoramento. Estou particularmente interessada em *sites* como o do Jornal da Globo, que proporcionam um novo espaço ao telejornalismo. Na intenção de observar e compreender as possibilidades que a internet oferece ao telejornalismo, a telespectadores e internautas, entro em contato com os profissionais envolvidos na produção de telejornais e seus *sites* em busca de informações, práticas profissionais e pontos de vista que colaborem com a pesquisa. Esta é uma pesquisa que me motiva muito, pois enfrenta um tema ainda pouco compreendido pela academia.

Agradeço-lhe antecipadamente se puder dedicar algum tempo da sua rotina pesada de redação para responder às questões que lhe envio a seguir por intermédio do setor responsável da Globo Universidade. Suas respostas são extremamente relevantes para o fortalecimento da produção científica sobre o telejornalismo, fonte de informação hegemônica no Brasil. Se necessitar de mais informações sobre esta pesquisadora, acesse o *link* do meu currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>. Nesse endereço, você encontra minha produção como pesquisadora, a atuação anterior como repórter de televisão e dados que confirmam o vínculo institucional de minha pesquisa de doutorado no Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

Se, a partir das questões que proponho, lhe ocorrer alguma sugestão, por gentileza, fique à vontade para enviá-la. Tenho certeza de que suas sugestões podem enriquecer a pesquisa. Permaneço à sua disposição para fornecer

informações e esclarecer qualquer dúvida quanto às perguntas que lhe envio. Meus telefones e *e-mail* seguem abaixo.

Atenciosamente,

Profª Letícia Renault

Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação-FaC
Universidade de Brasília - UnB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília - DF
55.61.93453000
55.61.37938170
ml_renault@yahoo.com.br

Questões para a pesquisa

1 - Por que o Jornal da Globo tem uma página na internet? Qual é a importância da página eletrônica do Jornal da Globo? Quando ela entrou no ar?

2- Como são discutidos e escolhidos os conteúdos exibidos na página eletrônica? A equipe do JG tem independência em relação ao G1? A equipe do portal G1 realiza reuniões de pauta com a equipe do *site* do JG? A equipe do G1 tem autoridade editorial sobre os conteúdos disponibilizados pelas páginas dos telejornais que abriga?

3 - Os repórteres, produtores e repórteres cinematográficos do Jornal da Globo recebem alguma orientação de produção especificamente voltada para o resultado do conteúdo que é disponibilizado no *site*?

4 - Como foi desenvolvido e definido o formato da página: a partir das condições técnicas e da capacidade da banda larga no Brasil? A partir dos exemplos de *sites* de telejornais internacionais?

5 - Qual é o tamanho da equipe responsável pela página do Jornal da Globo na internet em relação ao total de profissionais envolvidos na produção do telejornal? É uma equipe exclusiva para o *site* do JG? Se nessa equipe existem profissionais de outras áreas de formação, além de jornalistas, quais são eles?

6 - Qual é a participação do telespectador internauta através do *site*? O *site* do Jornal da Globo tem números diários, semanais ou mensais que ilustrem essa participação? Seria possível ter acesso aos dados que comprovem tal participação de forma quantitativa e qualitativa?

7 - Como o *site* do Jornal da Globo recebe, avalia e considera sugestões enviadas pelo internauta? Tais sugestões chegam a influenciar a pauta diária do telejornal ou a do *site*? Se a resposta for afirmativa, quais são os exemplos dessa participação?

8 - É possível comparar o Jornal da Globo antes e depois da existência do *site* do ponto de vista dos conteúdos pautados?

9 - É possível comparar o Jornal da Globo antes e depois da existência do *site* do ponto de vista da audiência?

10 - É possível comparar a equipe que produz o Jornal da Globo, antes e depois da existência do *site*, do ponto de vista das preocupações que movem os profissionais, obrigações, tipo de formação e habilidades que precisam ter?

11 - O que atrai o internauta no *site* do Jornal da Globo?

12 - Existem planos de expansão para o *site* do Jornal da Globo? Quais são eles?

13 - O *site* do Jornal da Globo pode ser considerado um webtelejornal?

14 - A equipe do *site* do JG tem alguma percepção sobre as diferenças entre o internauta e o telespectador no tocante ao que um e outro esperam de um telejornal e de um webtelejornal?

15 - Esta pesquisadora poderia acompanhar o trabalho da equipe do *site* do Jornal da Globo por algumas horas? Se a resposta for afirmativa, como podemos agendar essa visita?

ANEXO X

Brasília, 10 de maio de 2012.

Para: Fabiano Ristow - editor de internet do Jornal Nacional

De: Prof^a Letícia Renault - FaC- UnB

Prezado Jornalista Fabiano Ristow,

Sou professora da Universidade de Brasília, onde leciono Telejornalismo. No momento, pesquiso a migração dos telejornais brasileiros para a internet com vistas ao doutoramento. Estou particularmente interessada em *sites* como o do Jornal Nacional, que proporcionam um novo espaço ao telejornalismo. Na intenção de observar e compreender as possibilidades que a internet oferece ao telejornalismo, a telespectadores e internautas, entro em contato com os profissionais envolvidos na produção de telejornais e seus *sites* em busca de informações, práticas profissionais e pontos de vista que colaborem com a pesquisa. Esta é uma pesquisa que me motiva muito, pois enfrenta um tema ainda pouco compreendido pela academia.

Agradeço-lhe antecipadamente se puder dedicar algum tempo da sua rotina pesada de redação para responder às questões que lhe envio a seguir por intermédio do setor responsável da Globo Universidade. Suas respostas são extremamente relevantes para o fortalecimento da produção científica sobre o telejornalismo, fonte de informação hegemônica no Brasil. Se necessitar de mais informações sobre esta pesquisadora, acesse o *link* do meu currículo na Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1884233308806543>. Nesse endereço, você encontra minha produção como pesquisadora, a atuação anterior como repórter de televisão e dados que confirmam o vínculo institucional de minha pesquisa de doutorado no Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília.

Se, a partir das questões que proponho, lhe ocorrer alguma sugestão, por gentileza, fique à vontade para enviá-la. Tenho certeza de que suas sugestões podem enriquecer a pesquisa. Permaneço à sua disposição para fornecer informações e esclarecer qualquer dúvida quanto às perguntas que lhe envio. Meus telefones e *e-mail* seguem abaixo.

Atenciosamente,

Profª Letícia Renault

Departamento de Jornalismo
Faculdade de Comunicação-FaC
Universidade de Brasília - UnB
Campus Darcy Ribeiro
Brasília - DF
55.61.93453000
55.61.37938170
ml_renault@yahoo.com.br

Questões para a pesquisa

1 - Por que o Jornal Nacional tem uma página na internet? Qual é a importância da página eletrônica do Jornal Nacional?

2 - Como são discutidos e escolhidos os conteúdos exibidos na página eletrônica? A equipe do JN tem independência em relação ao G1? A equipe do portal G1 realiza reuniões de pauta com a equipe do *site* do JN? A equipe do G1 tem autoridade editorial sobre os conteúdos disponibilizados pelas páginas dos telejornais que abriga?

3 - Os repórteres, produtores e repórteres cinematográficos do JN recebem alguma orientação de produção especificamente voltada para o resultado do conteúdo que é disponibilizado no *site*?

4 - Como foi desenvolvido e definido o formato da página: a partir das condições técnicas e da capacidade da banda larga no Brasil? A partir dos exemplos de *sites* de telejornais internacionais?

5 - Qual é o tamanho da equipe responsável pela página do JN na internet em relação ao total de profissionais envolvidos na produção do telejornal? É uma equipe exclusiva para o *site* do JN? Se nessa equipe existem profissionais de outras áreas de formação, além de jornalistas, quais são eles?

6 - Qual é a participação do telespectador internauta através do *site*? O *site* do JN tem números diários, semanais ou mensais que ilustrem essa participação? Seria possível ter acesso aos dados que comprovem tal participação de forma quantitativa e qualitativa?

7 - Como o *site* do JN recebe, avalia e considera sugestões enviadas pelo internauta? Tais sugestões chegam a influenciar a pauta diária do telejornal ou a do *site*? Se a resposta for afirmativa, quais são os exemplos dessa participação?

8 - É possível comparar o JN antes e depois da existência do *site* do ponto de vista dos conteúdos pautados?

9 - É possível comparar o JN antes e depois da existência do *site* do ponto de vista da audiência?

10 - É possível comparar a equipe que produz o JN antes e depois da existência do *site* do ponto de vista das preocupações que movem os profissionais, obrigações, tipo de formação e habilidades que precisam ter?

11 - O que atrai o internauta no *site* do JN?

12 - Existem planos de expansão para o *site* do JN? Quais são eles?

13 - O *site* do JN pode ser considerado um webtelejornal?

14 - A equipe do *site* do JN tem alguma percepção sobre as diferenças entre o internauta e o telespectador no tocante ao que um e outro esperam de um telejornal e de um webtelejornal?

15 - Esta pesquisadora poderia acompanhar o trabalho da equipe do *site* do JN por um dia ou algumas horas? Se a resposta for afirmativa, como podemos agendar essa visita?

GLOSSÁRIO

Âncora de telejornal: profissional responsável pela apresentação do telejornal. Desempenha funções editoriais e, em determinadas redações, tem autorização da emissora para tecer comentários sobre as informações exibidas. Apesar de copiar o padrão americano de telejornalismo, no que toca à figura do âncora, nem sempre os telejornais brasileiros se pautam por escalar para a ancoragem jornalistas experimentados que tenham construído ao longo do tempo, no vídeo, uma imagem testada na reportagem nacional e internacional, o que lhes garante credibilidade junto ao telespectador.

Badoo: rede social para quem quer conhecer pessoas para namorar. No momento observado pela pesquisa, era a terceira rede social no mundo, com a maior audiência no Brasil.

Chat: neologismo surgido a partir da internet que no Brasil designa conversação, bate-papo em tempo real. É um espaço que permite a discussão “textual”, por escrito, em tempo real entre vários internautas. Os *chats* permitem a realização de fóruns de discussão *on-line* na internet.

CD-ROM: Compact Disc Read-Only Memory. Disco digital compacto para armazenamento e leitura de áudios. Desenvolvido em 1985.

Cursor: nome dado ao pequeno ícone que guia o internauta pela página na tela do computador. A cada movimento no *mouse* do computador, o cursor realizará, na tela, o que deseja o internauta. Ao localizar o cursor sobre as setas, o internauta aciona vídeos e áudios.

Espelho de telejornal: é a uma lista que dá ordem interna ao telejornal. É o resultado prático das reuniões de pauta e prevê quais equipes vão produzir cada reportagem e em que bloco e horário cada uma vai ao ar. Ao longo de um dia de produção em uma redação de televisão, o espelho vai sendo modificado ou não de acordo com o surgimento de novos assuntos ou o grau de dificuldade de produção das reportagens. O espelho traduz a organização interna da redação de televisão, a forma motivada, arbitrária e administrada com que o telejornal é planejado e executado.

DVD (*digital record*): disco digital compacto que armazena vídeo e áudio. Tem maior capacidade que o CD-ROM.

Facebook: é a maior rede social de relacionamento na *web* na atualidade e permite que os usuários publiquem seus perfis, vídeos e fotos, compartilhem notícias e opiniões, troquem mensagens. Em dezembro de 2010 contava com 500 milhões de usuários cadastrados, segundo a Agência de Notícias *France Press*. Em agosto de 2011 alcançou 700 milhões, segundo a *Folha de São de Paulo*. Paralelo à expansão dos usuários pelo mundo, passou a divulgar anúncios publicitários. Lançada em 4 de fevereiro de 2004, foi criada por três estudantes da Universidade de Harvard, entre

eles Mark Zuckerberg, que se tornou o proprietário do negócio. Facebook tem ações em bolsa e valor de mercado estimado em US\$ 66,5 bilhões, segundo o Jornal Folha de São Paulo, em 16 ago. 2011. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/960072-valor-do-facebook-e-estimado-em-us-665-bilhoes.shtml>.

Ilha de edição: equipamento em que imagens e sons são selecionados e organizados. As imagens e os sons gravados de forma bruta (desordenados, sem roteiro) são organizados de acordo com o *script* da matéria que será levada ao ar. A edição digital facilitou o processo de edição, pois é não linear, ou seja, é possível localizar e cortar o material bruto com rapidez e quantas vezes for necessário. Além disso, a edição em computador permite a inclusão de artes e outros recursos visuais.

LinkedIn: rede social voltada para relacionamentos profissionais no mundo dos negócios. Foi lançada em maio de 2003. Em junho de 2011, LinkedIn tinha 33,9 milhões de visitantes únicos, e cresceu 63% em comparação ao ano anterior.

My Space: no momento pesquisado, a rede social *My Space* estava em declínio e já era considerada a ex-maior rede social do mundo, tendo sido superada pelo *Facebook*. Foi criada em 2003.

Mouse: palavra que vem do inglês e significa rato. Foi escolhida para batizar o equipamento que funciona como acessório ligado ao computador por um fio e auxilia o internauta a operar o teclado e navegar pela tela. Foi substituído pela tecnologia em que é possível navegar a partir de toques no visor da tela.

MP-3: sigla que define um dos primeiros tipos de compressão de áudio digitalizado com alta qualidade e perdas quase imperceptíveis ao ouvido humano. Abreviatura de MPEG 1 Layer-3.

Orkut: rede social que hoje pertence ao Google, gigante mundial de produtos e ferramentas digitais. Através do *Orkut*, os usuários podem se relacionar com amigos, conhecer pessoas e informar dados pessoais, chamados de “perfis”. Segundo o *site* Alexa.com, que faz o *ranking* dos sítios de internet, o Orkut tinha mais de 66 milhões de usuários ativos no mundo em julho de 2012. Mais da metade desses usuários estão no Brasil. 20,44% estão na Índia. O Orkut foi criado em 2004. Informações disponíveis em: www.alexacom.com.

Raccords: são ligações entre os planos cinematográficos que garantem a relação de continuidade e sentido à narração do filme.

Rebatedor: superfície plana como uma placa de isopor ou de cartão com a propriedade de ser brilhante e, com isso, refletir boa parte da luz que o atinge. Por isso é utilizado para rebater a luz do sol ou de um refletor sobre uma pessoa ou um objeto. Em um país tropical, com luz intensa, como o Brasil, o rebatedor é um equipamento de primeira necessidade presente nos carros de reportagem, pois elimina as sombras projetadas pelo sol intenso a partir do meio da manhã até o cair da tarde.

Scanner: aparelho de leitura ótica que permite converter imagens, fotos, ilustrações e textos em papel para o formato digital que pode ser exibido e manipulado em computador. O *scanner* pode ser considerado o aparelho substituto das máquinas copiadoras, do tipo xerox, no ambiente do ciberespaço.

SMS: sigla que significa *Short Message Service* e define o serviço de mensagens curtas enviadas por telefone celular, *web* ou outros sistemas móveis de comunicação.

Tablet: trata-se de um novo conceito de equipamento pessoal que lembra uma prancheta de mão e é dotado de tela *touchscreen*, acionada por toques, que permite acesso à *web* e a arquivos diversos como livros, jornais, visualização de vídeos, fotos, organização pessoal. Não se trata de um computador, nem de um telefone inteligente, embora possua algumas das funcionalidades destes aparelhos.

Take: na linguagem cinematográfica significa “tomada”. É o resultado de uma tomada de câmara, de um enquadramento de câmara. Durante a produção de um filme, os *takes* são numerados e demarcados com o uso da claquete antes do início da tomada. A gravação segue o roteiro. Em telejornalismo, o processo foi simplificado e não há uso da claquete. Os *takes* são as imagens que vêm em sequência na gravação da reportagem. Para a edição do telejornal o *take* ideal deve ter em média 10 segundos de duração.

Tweet: mensagem de até 140 caracteres que é enviada e recebida por meio do *website* da rede social *Twitter*. Os *tweets* são enviados por telefone celular, *tablets* e computadores através de mensagens curtas, os SMS (*Short Message Service*) ou por *softwares* específicos. Os *tweets* são atualizados automaticamente e exibidos em tempo real no perfil do usuário da rede social *Twitter*.

Twitter: rede social e servidor que permite o envio de mensagens de texto, os chamados *tweets*. As mensagens são atualizações recebidas em tempo real por todos os usuários que tenham assinado para recebê-las de um determinado usuário. Tais mensagens podem ser reenviadas de forma que tenham a capacidade de repercutir em rede com muita velocidade. Pela internet o serviço é gratuito, mas pode ser cobrado pelas operadoras de telefonia. O Twitter foi criado em 2006. O americano Jack Dorsey, desenvolvedor de *softwares* e empresário, é apontado como seu principal desenvolvedor.

Videocassete: aparelho de uso doméstico que grava imagens e sons em fita magnética em diversos formatos para posterior reprodução. Criado nos anos 60 do século passado, só foi comercializado no final da década de 1970 e se tornou uma alternativa para gravar e fazer reutilizações da programação de TV. Foi superado pela tecnologia DVD.

VT: a sigla vem de videoteipe e passou a designar a fita com a reportagem editada, pronta para ir ao ar no telejornal. Tal abreviatura designa para os jornalistas de televisão o resultado da pauta a cumprir, da reportagem em produção ou a reportagem exibida no ar.

Zapping: de acordo com o verbete do dicionário Caudas Aulete, a palavra *zapping* significa a série de mudanças rápidas entre diferentes canais de televisão, feita por meio do controle remoto, para procurar um programa ou fugir aos comerciais. De origem inglesa, caiu no uso corrente em português.