

SELMA MIRANDA DOS PRAZERES

TELEJORNALISMO NA ERA DIGITAL: INTERATIVIDADE E ACESSO À
INFORMAÇÃO

UNESP-BAURU
2011

SELMA MIRANDA DOS PRAZERES

TELEJORNALISMO NA ERA DIGITAL: INTERATIVIDADE E ACESSO À INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Jornalismo à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.

Orientadora: Prof.^a Dra. Ana Silvia Lopes Davi Médola

UNESP-BAURU
2011

SELMA MIRANDA DOS PRAZERES

TELEJORNALISMO NA ERA DIGITAL: INTERATIVIDADE E ACESSO À INFORMAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Jornalismo à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.

Orientadora: Prof.^a Dra. Ana Silvia Lopes Davi Médola

Banca examinadora

Ana Silvia Lopes Davi Médola
Orientadora
Universidade Estadual Paulista

Jean Cristtus Portela
Examinador
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Giuliano Tamura Aranha
Examinador
Repórter de rede e apresentador Tem Notícias

Data de aprovação
25/11/2011

AGRADECIMENTOS

A Deus por me permitir viver essa experiência maravilhosa.

À minha irmã tão querida, Vanessa, que sempre acreditou no meu potencial e que esteve ao meu lado em todos os momentos da minha vida.

À Claudinha, que abriu meus olhos para um universo que eu não conhecia e que me ajudou a trilhar um novo caminho.

Ao meu amor e parceiro Carlos, que viveu cada dia do curso comigo, descobrimos juntos o que é ser jornalista (ele até se tornou um crítico dos meios).

À minha família, simplesmente por existir e tornar a minha vida mais feliz.

À minha orientadora, professora Ana Silvia, que me orientou de forma brilhante, mesmo sendo a mulher mais ocupada que eu já conheci.

À FAPESP, que possibilitou que eu me debruçasse por completo em minha pesquisa.

À UNESP, por ter sido minha segunda casa ao longo desses quatro anos, por ter me aberto os olhos para um mundo novo, por me ensinar como ser uma jornalista.

A todos, meu muito obrigada!

*“[...] a construção de um telejornal é um
processo sempre aberto à revisão”
Aline Maria Grego Lins*

SUMÁRIO

1.0 RESUMO	8
2.0 INTRODUÇÃO	9
3.0 A CONSTRUÇÃO DO TELEJORNALISMO NO BRASIL	12
3.1 O JORNALISMO	12
3.2 TELEVISÃO NO BRASIL	13
3.3 UMA HISTÓRIA: O TELEJORNALISMO NO BRASIL	17
3.4 TELEJORNALISMO: CARACTERÍSTICAS	25
4.0 PARA ENTENDER O TELEJORNALISMO NA ERA DIGITAL	28
4.1...E HOVE A “INTERNET”	28
4.2 COMUNIDADES VIRTUAIS	30
4.3 JORNALISMO NA REDE: PARTICIPAÇÃO E COLABORAÇÃO	32
4.4 DEMOCRATIZAÇÃO LIMITADA: EXCLUSÃO DA REDE	35
4.5 TELEVISÃO EM TRANSIÇÃO E A TV DIGITAL	36
4.5.1 INTERATIVIDADE	39
4.5.2 TV DIGITAL INTERATIVA E SUAS POTENCIALIDADES	40
4.5.3 INTERATIVIDADE PLENA	42
4.5.4 CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS	43
4.6 TELEJORNALISMO EM TRANSIÇÃO	43
4.7 TELEJORNALISMO NA ERA DIGITAL	44
5.0 ANÁLISES DOS OBJETOS DE PESQUISA	47
5.1 “JORNAL HOJE”	47
5.2 GRAVAÇÃO DO CORPUS	49
5.3 TABELAS	49
5.4 SEMIÓTICA E AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS	62
5.4.1 CONTRIBUIÇÃO	64
5.4.2 MAIS INFORMAÇÃO	65
5.4.3 VALORIZAÇÃO DA OPINIÃO	67
5.4.4 EXCLUSIVIDADE	68
5.4.5 PERSONALIZAÇÃO	69
5.5 SOBRE AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS NO “JORNAL HOJE”	69
5.6 INDICADORES	71
5.7 “JORNAL GLOBO NEWS”	74

5.7.1 GRAVAÇÃO DO <i>CORPUS</i>	74
5.7.2 TABELAS	74
5.7.3 “JORNAL GLOBO NEWS” E “JORNAL HOJE”, DIFERENTES PÚBLICOS E PROPOSTAS	83
5.8 QUADRO DAS POTENCIALIDADES	85
 6.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS	 87
 7.0 REFERÊNCIAS	 90
 ANEXOS	 98

1.0 RESUMO

Este trabalho de Conclusão de Curso teve por finalidade investigar quais recursos interativos estarão disponíveis para o telejornalismo com a chegada da televisão digital e como esses recursos poderão ser usados como instrumentos para a ampliação do acesso à informação jornalística. Para tanto, foi feita uma reflexão sobre a produção de sentido e a prática discursiva, com ênfase nas alterações nos enunciados telejornalísticos no contexto da convergência midiática. Foram analisados dois telejornais, o “Jornal Globo News” e o “Jornal Hoje”, ambos da rede Globo. O referencial teórico-metodológico utilizado na leitura dos telejornais foi o da semiótica discursiva de linha francesa, com ênfase nas estratégias enunciativas dos conteúdos interativos, por considerar que estes referenciais sustentam o estudo dos processos de produção de sentido. O “Jornal Hoje” foi analisado enquanto produto que propõe nos conteúdos apresentados introduzir novas formas de relação de comunicação, privilegiando a perspectiva de interatividade por parte dos telespectadores. Isso porque os conteúdos remetem a audiência a interferir por meio de outra mídia, notadamente o computador, acessando o site do telejornal para poder participar. Assim, observa-se que se o conteúdo já se manifesta convergente, os suportes ainda não estão integrados, pelo menos nessa fase de transição. O “Jornal Globo News” foi analisado enquanto representante de um telejornal produzido e veiculado já na plataforma digital, o que não significa que possa ser considerado de imediato interativo. Foram ainda realizadas entrevistas com especialistas e pesquisadores da área temática da pesquisa, que contribuíram para o amadurecimento e crescimento da mesma. Por meio da análise dos objetos foi possível elaborar o “QUADRO DAS POTENCIALIDADES”, com os recursos interativos que poderão ser utilizados pelos telejornais, e foram encontradas cinco diferentes tipos de estratégias enunciativas, utilizadas para convencer os telespectadores a interagirem com os telejornais (Contribuição, Mais informação, Valorização da opinião, Exclusividade e Personalização), o que revelou que a efetiva implantação da televisão digital no Brasil deverá modificar a forma de produção e consumo de informação.

Palavras-chave: Telejornalismo; interatividade; televisão digital, informação

2.0 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa é resultado do questionamento e da curiosidade da pesquisadora em saber das mudanças pelas quais o telejornalismo deverá passar com a chegada da televisão digital no Brasil. Na realidade a televisão está se transformando inserida na conjuntura de digitalização das mídias. A partir da internet as pessoas se habituaram a selecionar conteúdo, a ter à sua disposição informação atualizada constantemente, a se manter conectado a outras pessoas, a não serem apenas consumidoras dos produtos oferecidos pela rede, mas produtores e divulgadores de seu próprio conteúdo e dialogarem também com outros produtores de conteúdo, ou seja, a internet se tornou por natureza interativa e acena para a possibilidade de determinadas relações comunicativas se constituírem em uma via de mão dupla. Mas vale frisar que não são todos produtores de conteúdo na internet, muitos são apenas observadores e consumidores de produtos produzidos por grupos hegemônicos.

Uma das consequências do amplo uso da internet, é que as pessoas foram se habituando a um meio de comunicação que possibilita o diálogo e que agrega diversas outras ferramentas. Assim, ao longo dos anos 1990 e 2000 os meios de comunicação foram se aprimorando e se adequando à nova demanda, que exigia mais ferramentas e mais diálogo nos processos comunicacionais, abrindo espaço para o desenvolvimento das mídias digitais. A tecnologia digital (aquilo que se pode mostrar a partir do código binário zero e um e que permite a conversão de conteúdos de uma mídia para outra) possibilitou a criação de novas mídias e a modernização das já existentes. Como explica Cannito, “Vivemos um período de profunda transformação social e política, e a tecnologia digital é a maior revolução que já ocorreu na história das mídias” (2010, p. 15), quando as mídias ou já nasceram ou estão se tornando digitais, caracterizando a era digital, na qual as mídias tendem a ser digitais para atender aqueles usuários que desejam estar sempre conectados. E os anseios dos usuários não são atendidos necessariamente por meio de um computador, pois constantemente são criados dispositivos móveis e portáteis, como o *Iphone*, com acesso à internet e que serve, entre outras coisas, como celular. Assim, a televisão, principal meio de comunicação do século XX e já

não tão hegemônica como outrora, está também se modernizando e se inserindo no contexto das inovações tecnológicas possibilitadas pelo digital.

E se a televisão está mudando, os seus produtos também deverão mudar e se adequar à nova realidade. Assim, o objetivo dessa pesquisa é investigar como a interatividade, uma das potencialidades da TV digital, poderá ser utilizada no telejornalismo para ampliar o acesso à informação, pois os telejornais são o principal -se não for o único- meio de informação para a maioria das pessoas (PEREIRA, 2008), o que torna fundamental uma pesquisa que visa aprimorar a forma de produção de informação.

Para atingir seu objetivo, essa pesquisa se baseou em obras como a de Manuel Castells com sua “Sociedade em rede”, que explica a influência da internet nos atuais meios de comunicação, em autores como Henri Jenkins, Valdecir Becker, Carlos Montez, André Lemos e vários outros, como Newton Cannito, com “A televisão na era digital”, onde o autor apresenta diversos conceitos e ideias ligadas à televisão digital e à interatividade. Outra forma de atingir os objetivos da pesquisa foi por meio de entrevistas com pesquisadores da área, como Fernando Crocomo e Maria Cristina Gobbi e por meio da análise de seus objetos de pesquisa, “Jornal Globo News” e o “Jornal Hoje”, da Rede Globo de televisão. O “Jornal Hoje” telejornal de plataforma analógica, foi escolhido como objeto por representar o momento de transição pelo qual o telejornalismo está passando, pois a televisão ainda precisa de outra mídia para interagir de forma mais efetiva com seus telespectadores, pois ainda não é uma mídia convergente. No “Jornal Hoje” o telespectador é convidado diversas vezes a interagirem via computador. Por isso, foi feita a gravação de uma semana – de 06 a 11 de dezembro de 2010- do Telejornal, onde foi observada e analisada cada matéria, tendo a Semiótica Francesa como método, com o intuito de descobrir as estratégias enunciativas utilizadas pelos destinadores do Telejornal para convencer seus destinatários a interagir pelo site e para buscar indícios de como a interatividade poderá ser utilizada como instrumento para ampliação do acesso à informação quando a televisão digital se efetivar no Brasil. O “Jornal Globo News”, por sua vez, foi escolhido para que fosse feito um comparativo com o “Jornal Hoje”, pois aquele representa um telejornal produzido e veiculado já na plataforma digital, o que não significa que possa ser considerado de imediato interativo, com a análise desse

objeto buscou-se detectar se esse telejornal utiliza seu potencial interativo, já que sua plataforma permite o uso dos recursos interativos.

No capítulo “A construção do telejornalismo”, o leitor irá encontrar uma breve retrospectiva da História da televisão e principalmente da História do telejornalismo no Brasil, com os acontecimentos mais importantes dessa história entre 1950 até os anos 2000 e as características que adquiriram os telejornais ao longo desses anos. Já no capítulo “Telejornalismo na era digital”, discute-se a importância e a influência da internet na modernização e na construção dos meios de comunicação e como está sendo desenvolvida e implantada a televisão digital no Brasil. Nesse capítulo é abordado também o telejornalismo na fase de transição entre a televisão analógica, que ainda precisa do computador para interagir com seus telespectadores, e a televisão digital e quais são as perspectivas de mudanças para o telejornalismo na era digital. No capítulo “Análise dos objetos” estão os resultados da análise do “Jornal Hoje” e do “Jornal Globo News”, incluindo as tabelas com os eventos que ocorreram nos telejornais ao longo da semana de gravação. Há também o QUADRO DAS POTENCIALIDADES: construído com base na bibliografia, nas entrevistas e na análise dos *corpus* dessa pesquisa, o QUADRO aponta os potenciais recursos interativos que poderão ser utilizados pelo telejornalismo com a televisão digital. Nesse capítulo estão expostas também as cinco estratégias enunciativas encontradas no “Jornal Hoje”, utilizadas para convencer os telespectadores a interagirem com o telejornal (Contribuição, Mais informação, Valorização da opinião, Exclusividade e Personalização).

Assim, essa pesquisa buscou saber dos recursos interativos que o telejornalismo poderá dispor com a implantação da televisão digital no Brasil e de como esses recursos poderão ser utilizados como instrumento para ampliação do acesso à informação.

3.0 A CONSTRUÇÃO DO TELEJORNALISMO NO BRASIL

3.1 O Jornalismo

O jornalismo é a atividade que tem por objetivo informar as pessoas sobre os acontecimentos e na atual sociedade midiaticizada já não é mais possível imaginar a vida sem que se saiba dos fatos cotidianos que acontecem ao redor do mundo. O jornalismo, como afirma Eugênio Bucci, “ é o discurso que se destina ao atendimento do direito à informação”¹. Um direito de fato, pois a informação é um bem social, “[...] produzida pela experiência do indivíduo no universo de suas relações em sociedade - portanto, a informação em sua gênese é propriedade coletiva” (CHEIDA, 1999, p.83). Assim, o jornalismo é a instituição que surge para que as pessoas tomem conhecimento dos fatos que fazem parte do universo em que estão inseridas, e os jornalistas são os profissionais responsáveis por transformar as informações, matéria prima do jornalismo, em notícias inteligíveis para as pessoas.

Com o passar dos anos, o jornalismo cresceu em importância -passou a ser buscado pelas pessoas, que estavam cada vez mais interessadas em tomar ciência dos acontecimentos- e começou a ser produzido em larga escala, para atender muitos ao mesmo tempo, tornando-se uma atividade industrial de corporações que visavam interesses econômicos e políticos. Regina Villela explica que “[...] é crucial entender sem romantismo, idealismo ou ilusão, que jornalismo é uma atividade econômica como metalurgia, agricultura ou qualquer outra” (2008, p.12). Atividade essa que teve início em 1609 na Alemanha, com a criação de jornais periódicos (TOURINHO, 2009) e desde então cresceu e foi se modernizando. Seguindo as inovações tecnológicas, o jornalismo ganhou variadas formas impressas, chegou ao rádio, migrou para a televisão e hoje está ganhando também o ciberespaço, coexistindo em todos esses meios atualmente. Entretanto, esta pesquisa irá tratar de forma mais aprofundada do jornalismo praticado na televisão.

¹ BUCCI, Eugênio. Definição de jornalismo. Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=e-Vw_KtwEa0
Acesso em fev. de 2011.

3.2 Televisão no Brasil

A televisão chegou ao Brasil em 1950, trazida pelo empresário Francisco de Assis Chateaubriand. Dono dos Diários associados, cadeia nacional de jornais e emissoras de rádio, Chateaubriand viu na televisão mais uma possível fonte de lucro. Assim, o empresário adquiriu por cinco milhões de dólares mais de 300 toneladas de equipamentos da RCA Victor, associada da NBC. No dia 18 de setembro de 1950 entrava no ar a TV Tupi- PRF-3, canal 3 (PRADO, 2005). Era o início da televisão no Brasil, posteriormente a quinta rede de televisão do mundo e a primeira na América Latina.

Desde sua chegada em 1950, a televisão foi ganhando cada vez mais importância no Brasil. Como afirma Cancio, “a televisão trouxe para a sociedade o poder de transmitir informação com o fascínio da imagem real, antes apenas imaginada por meio das transmissões radiofônicas”(2005, p.28). Mas é fato que no Brasil a TV ganhou uma importância maior que em outros países, pois sempre foi grande o número de pessoas que não tinham poder aquisitivo para comprar aparelhos mais caros, assim, para esses, restou a televisão. E foi por ser, para muitos, o único aparelho possível de ser comprado (CANNITO, 2010), que a televisão ganhou tamanha importância.

Milhões de brasileiros encontram na televisão sua principal fonte de informação, diversão e cultura (HAGEN, 2008). Como afirma Rezende, “no caso brasileiro, a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso as notícias e entretenimento para grande parte da população” (2000, p. 23). A importância da televisão no Brasil pode ser comprovada pelo enorme número de televisores adquiridos no país de 1994 a 2004, quando os brasileiros compraram cerca de 40 milhões de aparelhos de TV (PORCELLO, p.50). De acordo com o Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica (Procel), da Eletrobrás, o aparelho elétrico mais presente nas casas dos brasileiros é a televisão, superando inclusive a geladeira , pois a TV está em 97,1% das casas brasileiras, com uma

média de 1,41 aparelho por residência, ou seja, em várias casas existe mais de uma TV; já a geladeira está presente em 96% das residências².

A maior parte dos brasileiros não lê revistas e jornais todos os dias, mas, normalmente, não passa um dia sequer sem ver TV. É por meio da televisão que milhões de brasileiros apreendem o mundo. Para Barbeiro, “a televisão é um fenômeno de massa de grande impacto na vida social. Ela é um dispositivo audiovisual através do qual a sociedade pode divulgar seus feitos, anseios, sonhos, crenças para toda a humanidade” (2002, p. 16).

O grande sucesso da televisão não aconteceu somente no Brasil, por todo o mundo ela foi bem sucedida, sendo considerada como o grande veículo de comunicação de massa do século XX (FERRAZ, 2009). Cabe aqui um esclarecimento de Manuel Castells sobre mídia de massa, ele explica que,

“Se as pessoas tiverem algum nível de autonomia para organizar e decidir seu comportamento, as mensagens enviadas pela mídia deverão interagir com seus receptores e, assim, o conceito de mídia de massa refere-se a um sistema tecnológico [a mensagem enviada de um para muitos], não a uma forma de cultura, a cultura de massa” (1999, p.420-421)

A televisão é também uma das principais responsáveis pelo sentimento de integração e pertencimento entre as pessoas. Tem-se a ideia de uma comunidade imaginada³ graças, em grande parte, a televisão, pois por meio dela tem-se o conhecimento do que acontece com o outro e que esse “outro” está assistindo o mesmo que você. Assim, a TV é a grande responsável pela sensação de integração nacional dos brasileiros (COUTINHO, 2008). A televisão ainda é responsável por fomentar os debates, por informar as pessoas do que acontece em seu bairro e no mundo. A televisão é onde as coisas acontecem. Como coloca Cannito, “assistir à televisão, antes de tudo, configura a experiência de construção de uma esfera

² Brasil tem mais TV que geladeira, diz estudo. Disponível em:

< http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL23738-9356,00.html > Acesso em jan.2011.

³ “Comunidade imaginada” foi um termo cunhado por Benedict Anderson, estudioso das origens do nacionalismo. Para ele os meios de comunicação são, em grande parte, responsáveis pelo sentimento de pertencimento que se tem a certa localidade. “Comunidade imaginada” pelo fato de que, por menor que seja um país, jamais os seus membros irão conversar ou mesmo conhecer todos os integrantes da população, apenas sabe-se da existência desses principalmente pelos meios de comunicação (ANDERSON, 2008).

pública de debates em uma comunidade, uma experiência de interação” (2010, p.20).

Cabe ressaltar que, mesmo sendo a televisão um veículo de massa por natureza, não consideramos o telespectador como sendo passivo ou qualquer afirmação do gênero, pois o público não se mantém inerte ou “passivo” diante do conteúdo televisivo que recebe. Cada qual reage a tal conteúdo a seu modo. Como coloca Silva,

“[...] apesar do seu caráter fortemente massivo, o conteúdo televisivo nem sempre é recebido de modo homogêneo pelo público: seus efeitos culturais e psicológicos obedecem a uma série de variáveis, dentre elas fatores sociais, econômicos, educacionais, além da própria conjuntura em que o telespectador está inserido” (2009, p. 13).

É evidente que a televisão exerce influência sobre as pessoas, porém, o telespectador interpreta a mensagem que recebe. Mesmo que o telespectador fique tão somente sentado na frente da televisão assistindo, ele não é passivo, pois está todo tempo reagindo, interna ou externamente, ao conteúdo que lhe é transmitido. Diante da televisão as pessoas esboçam raiva, alegria, tristeza, emoção. Como assegura Wolton,

“A televisão não manipula os cidadãos. Evidentemente os influencia, mas todas as pesquisas ao longo de meio século, provam que o público sabe assistir as imagens que recebe. Não é jamais passivo. Nem neutro. O público filtra as imagens em função de seus valores, ideologias, lembranças, conhecimentos...Em poucas palavras, o público é inteligente” (2006, p. 6 *apud* TEIXEIRA, 2009, p.37)

Assim, a televisão é e continua sendo, no caso do Brasil, um importante meio para os brasileiros se manterem informados e para ter entretenimento para toda família sem ter que sair de casa. Mesmo com o desenvolvimento de novas tecnologias, que colocam a disposição das pessoas novas formas de saber o mundo, a televisão se mantém forte nos lares brasileiros. Como afirma Barbeiro, “a televisão é a janela para o eterno e o presente[...]” (2002, p. 15).

Abaixo um quadro elaborado a partir das “Fases do desenvolvimento da TV no Brasil”, de Sérgio Mattos (2002), que irá contribuir para um melhor entendimento das características que a televisão e os telejornais foram adquirindo no Brasil ao longo dos anos.

Fases da televisão brasileira	
1 Fase elitista (1950-1964)	A televisão era um artigo de luxo. Só os mais ricos tinham acesso a ela, pois seu preço era bastante elevado
2 Fase populista (1964-1975)	A televisão passou a ser considerada um exemplo de modernidade; ditadura militar no país, que impõe a censura e por isso mesmo há a ascensão dos programas de auditório e de programas de baixo nível
3 Fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985)	As redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir de forma intensa e profissional os seus próprios programas com estímulos de órgãos oficiais.
4 Fase da transição e da expansão internacional (1985-1990)	Fim da ditadura militar e início da Nova República-intensificação da exportação de programas.
5 Fase da globalização e da TV paga (1990-2000)	O Brasil busca a modernidade e a televisão se adapta à redemocratização.
6 Fase da convergência e da qualidade digital (2000-...)	Desenvolvimento tecnológico propicia meios de comunicação com mais interatividade, com a internet e posteriormente a televisão.

3.3 Uma história: o telejornalismo no Brasil

No dia 22 de setembro de 1950 nascia o telejornalismo no Brasil, com o telejornal “Imagens do Dia”, produção da TV Tupi canal 6 de São Paulo, de Assis Chateaubriand. Apresentado por Ruy Resende, o telejornal produzia um noticiário que “ [...] constava de uma seqüência de filmes dos últimos acontecimentos” (SAMPAIO, 1971, p.23 apud REZENDE, 2000, p.105) e que não tinha horário fixo para ir ao ar. Em 1952 a TV Tupi criou outro noticiário, o “Telenotícias Panair”, que entrou no lugar do “Imagens do dia”, entrava no ar todos os dias às 21h.

Entretanto, o telejornal que alcançou maior sucesso na TV de Chateaubriand foi o “Repórter Esso”. Esse telejornal foi criado por publicitários e era propaganda dos Estados Unidos contra o nazismo, durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), planejado para ser um noticiário local a ser implantado em diversos países. Assim, ele foi introduzido no Brasil primeiro no rádio, inserido na programação da Rádio Nacional, com formato, linguagem e conteúdo inovador (VILLELA, 2008). Em 1952 o “Repórter Esso” foi inserido na programação da TV Tupi do Rio de Janeiro, apresentado por Gontijo Teodoro, e em 1953 o telejornal é implantado também na TV Tupi São Paulo. Na verdade esse telejornal ficou sob a responsabilidade de uma agência de publicidade, que entregava o programa pronto para a Tupi, que apenas colocava o telejornal no ar (MATTOS, 2002). “O ‘Repórter Esso’ ganhou a audiência e se tornou “o telejornal mais importante da TV brasileira da década de 1950 [...]” (REZENDE, 200, p.105), veiculando notícias nacionais e internacionais às 19h45. Seu apresentador, Gontijo Teodoro, apresentou o telejornal por mais de 18 anos⁴, o que trouxe dificuldade para o apresentador conseguir outro emprego quando o “Repórter Esso” chegou ao fim, pois sua voz havia ficado marcada com esse Telejornal.

Nessa fase inicial do telejornalismo, era forte a influência do rádio, pois a televisão no Brasil surgiu no período em que o rádio era o meio de comunicação mais importante e popular (MATTOS, 2002) e o Brasil não possuía uma indústria cinematográfica forte como a dos Estados Unidos e da Europa, por isso, os telejornais tinham como modelo o jornalismo praticado no rádio e incorporaram o

⁴ Gontijo Teodoro. Disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Gontijo_Teodoro > Acesso em mai. 2011.

estilo e a linguagem de seu antecessor e “assim se faziam os telejornais ‘radiovisíveis’”, como afirma Mota (2010, p.141). As notícias eram lidas por um apresentador nos moldes do jornalismo radiofônico e o principal diferencial da televisão, as imagens, eram utilizadas de forma escassa. Segundo Leandro e Costa, os noticiários eram escritos sob a forma de um texto telegráfico e apresentados de maneira forte e vibrante, copiado da locução de rádio (1977 apud REZENDE, 2000) e a maior parte das matérias, devido às dificuldades técnicas de gravações externas, eram lidas ao vivo, com poucas inserções de filmes ao longo do telejornal. No visual, os telejornais desse período eram parecidos, com uma mesa, uma cartela com o nome do patrocinador e uma cortina de fundo. Uma outra característica dos telejornais desse período vale ser destacada: Por que os telejornais tinham seus nomes inspirados em marcas, como “Repórter ESSO” e “Telenotícias PANAIR”? Isso se deve ao fato de a televisão brasileira ter seguido desde o início o modelo de televisão comercial dos Estados Unidos, apoiado na publicidade, por isso os programas eram identificados por seus patrocinadores (MATTOS, 2002). Eram os patrocinadores que decidiam as características do programa e ficava à cargo da emissora providenciar os estúdios e os equipamentos necessários à produção e veiculação dos programas (PRIOLLI, 1985 apud MATTOS, 2002).

Na tentativa de mudar o estilo radiofônico tão presente nos telejornais até então, em 1962 a TV Excelsior, criada em 1960, lançou o “Jornal de Vanguarda”, idealizado por Fernando Barbosa Lima, um telejornal que marcou época devido as novidades que trazia, com a participação de jornalistas como Cid Moreira, Sérgio Porto, Gilda Muller, Ana Arruda, Jatobá (MOTA, 2010) e cronistas especializados como apresentadores, entre eles Millor Fernandes e João Saldanha. O objetivo do telejornal era formar uma opinião pública e como Regina Mota explica a figura do repórter foi introduzida pela primeira vez nesse telejornal, o que modificou a relação do público com a notícia, que passa a ter uma pessoa que angula os fatos (2010, p. 142). Os comentaristas e jornalistas ficavam ao vivo no estúdio para dar notícias rápidas que chegavam na hora. Outra inovação desse telejornal é que ele era nacional, com um bloco de dez minutos chamado “Edição nacional”, entrando no meio dos telejornais locais das outras emissoras da Excelsior. Rezende afirma que “a qualidade jornalística desse noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos [...]” (2000, p. 107). O “Jornal de Vanguarda” foi o programa de maior

reconhecimento da televisão brasileira da década de 1960 e ganhou o título de melhor telejornal do mundo na Espanha, além de ser utilizado como material didático das aulas do filósofo e educador canadense Marshall MacLuhan (MOTA, 2010, p. 142). Mas com a ditadura militar (1964-1985) e o Ato Institucional nº 5, a própria equipe do telejornal decidiu extingui-lo.

Em 1965 nascia no Brasil a Rede Globo de televisão, um marco na história da televisão, pois a TV Globo, com o apoio financeiro e técnico do grupo americano Time-Life (MATTOS, 2002), primou desde sua origem pela alta qualidade técnica de seus produtos. Em 1962, foi assinado um acordo entre a empresa norte-americana Time-Life e as Organizações Globo, de Roberto Marinho. Tal acordo proporcionou a Marinho o acesso a um capital em torno de 6 milhões de dólares, valor que garantiu recursos para comprar equipamentos e infraestrutura para a Globo, em contrapartida a Time-Life teria participação em 45 % de todos os lucros recebidos pelo funcionamento da TV Globo (DULLES, 1980, p.290 apud MATTOS, 2002, p. 95). O acordo Time-Life, entretanto, contradizia o artigo 160 da Constituição brasileira de 1964, que não permitia que empresas estrangeiras tivessem direito de propriedade sobre os meios de comunicação.

A Rede Globo também importou novas estratégias de comercialização, criando patrocínios, vinhetas da passagem, *break* e outras inovações (FURTADO, 1988 apud MATTOS, 2002), elementos que são utilizados até hoje pelas emissoras, que tornaram a Rede e suas produções profissionais. Mas vale lembrar que o modelo no qual se basearam os profissionais da TV Globo foi baseado nas experiências externas, principalmente a norte-americana. Daí em diante a TV Globo se tornou um exemplo a ser seguido pelas demais emissoras.

Em setembro de 1969 a Rede Globo colocou no ar o “Jornal Nacional”, tendo Cid Moreira, com sua voz grave, como apresentador até 1996. Esse telejornal se caracterizava pelo profissionalismo e pelo apuro técnico e tinha o diferencial de ser o primeiro telejornal em rede do Brasil, sendo transmitido de forma simultânea para São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba. O objetivo da TV Globo era competir com o líder de audiência “Repórter Esso”, da TV Tupi. Mas a TV de Assis Chateaubriand vinha passando por um longo período de crise e em 31 de dezembro de 1970, chegou ao fim o “Repórter Esso”, “o primeiro a dar as últimas” e “testemunha ocular da história” (Esquenazi, 1993, p.25

apud REZENDE, 2000, p. 111). A partir de então o “Jornal Nacional” tornou-se um sucesso de audiência e de faturamento publicitário.

A década de 1960 foi um período marcante para a televisão no Brasil, pois ela começou a se modernizar tecnicamente, porém, esse período coincide também com o início da ditadura militar no Brasil, que afetou os meios de comunicação de massa, principalmente a televisão, pois esses meios passaram a difundir as ideologias militares e também a incentivar o consumo de bens duráveis e não-duráveis (MATTOS, 2002), pois os militares queriam adotar um modelo econômico para o desenvolvimento do Brasil. Nessa época, os telejornais de uma forma geral se afastaram da realidade brasileira, devido aos limites impostos pela censura, o que fez com que os programas de entretenimento ganhassem espaço nas TVs.

Mas uma novidade tecnológica transformou o modo de fazer telejornalismo também a partir da década de 1960, que marca a chegada do videoteipe no Brasil. Encomendado para registrar a inauguração de Brasília, a fita de vídeo permitia a gravação e a regravação de conteúdos, dispensando o uso de filme. Outra novidade foi a possibilidade de transmissões via satélite, viabilizando a formação de redes de televisão. Entretanto, mesmo com as inovações tecnológicas, os telejornais ainda tinham a influência do rádio e como coloca Rezende, “caracterizavam-se pelo aproveitamento insatisfatório de seu potencial mais informativo, a imagem” (2000, p. 108).

A década de 1970 caracterizou-se pelo aperfeiçoamento técnico da televisão e a Rede Globo fez o mesmo com suas produções, o que deu origem à expressão “padrão globo de qualidade”. Borelli e Priolli definem o padrão Globo de qualidade como

“[...] uma injunção de alguns fatores que podem ser historicamente observados. Trata-se de uma articulação entre padrão de produção, tecnologia e uma proposta específica capaz de criar uma personalidade na programação aceita, em um determinado momento, como a melhor entre produtores e receptores. A TV Globo é, sem dúvida, a implementadora de um modelo vencedor de padrão de qualidade que, desde os anos 70, vem norteando todas as demais televisões brasileiras” (2000, p. 79).

Nesse período fica clara também a influência do telejornalismo norte-americano no Brasil, quando surgem os mitos da imparcialidade e objetividade; a própria Rede Globo criou seu manual de telejornalismo baseado no livro *“Television*

News”, de Irving Fang, de 1972. Na realidade desde seu surgimento a televisão sofreu influência norte-americana, como na estrutura comercial, na produção, roteiros e técnicas administrativas (MATTOS, 2002). Por ser a emissora pioneira na importação do modelo norte-americano, o telejornalismo da Rede Globo eliminou o improviso, deu ritmo para os telejornais e determinou uma duração fixa para eles (REZENDE, 2000). Mas, apesar de a Rede Globo ter importado dos Estados Unidos muitos dos padrões para sua produção, esses padrões sofreram modificações quando foram introduzidos no modelo de televisão brasileiro, o que é natural, pois foram adaptados à realidade do país. Como explica Squirra,

“[...] apesar do conceito de Rede de televisão ter sido introduzido no país nos anos 1960- quando a Rede Globo se aproximou dos padrões técnicos e de produção norte-americanos a partir do acordo Time-Life- nem todas as formas de produção daquele país foram importadas imediatamente ou copiadas de forma fiel ao modelo original. E quando o foram, não seguiram apropriadamente a experiência pragmática aplicada no Estados Unidos” (1993, p 120)

No plano político, ao longo da década de 1970 a ditadura militar se tornou menos autoritária e teve início a anistia política e os movimentos sindicais. Nessa conjuntura, em 4 fevereiro de 1979 estreava na TV Tupi o programa “Abertura”, um espécie de revista eletrônica exibida aos domingos a noite, que teve por volta de sessenta edições (MOTA, 2010). Sob a direção de Fernando Barbosa Lima, “Abertura” debatia política, fazia entrevistas com pessoas polêmicas, como Ulisses Guimarães, e formou, segundo Mota, “um dos melhores times de intelectuais, artistas e jornalistas já reunidos na televisão brasileira” (2010, p. 143) . Foi a primeira vez, depois do período de censura, que um programa discutia a política brasileira. Como afirma Regina Mota, “foi o programa que começou a abrir as portas da televisão, por isso o nome foi perfeito para demonstrar que era possível voltar a discutir política brasileira” (2010, p.144). “Abertura” contava com a participação, por meio de comentários e matérias, do cineasta Glauber Rocha, que entrava no ar sem o auxílio de roteiros pois, segundo ele, quem precisava de roteiro eram os mestres de cerimônia (MOTA, 2010, p. 147). Glauber se mostrava irreverente e descontraído e falava o que lhe vinha à mente aos entrevistados. O programa “Abertura” ficou no ar somente até julho de 1980, quando a TV Tupi saiu do ar, mas é até hoje lembrado por ter representar o início da redemocratização da TV no Brasil.

Mas os telejornais ainda sofriam com as imposições dos militares, que não permitiam conteúdos que pudessem ameaçar o “bem-estar aparente” dos brasileiros. Esse pode ser um dos motivos pelos quais muito brasileiros que viveram o período da ditadura acreditam que o país estava melhor nas mãos dos militares, que o Brasil não tinha problemas “como os de hoje”. Em 1973 o então presidente Médici fez a seguinte declaração:

“Sinto-me feliz, todas as noite, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranqüilizante após um dia de trabalho” (MATTOS, p. 104).

Dessa forma, os governos militares exigiam que as emissoras de TV produzissem produtos culturais e de qualidade técnica, o que limitou a atuação dos telejornais, que mais falavam sobre os acontecimentos internacionais do que do próprio Brasil. Os militares criaram facilidades nas telecomunicações, como os satélites e as redes de microondas, contribuindo para o desenvolvimento técnico da televisão (MATTOS, 2002) e utilizando os canais para promover os ideais do regime, mas também impuseram a censura e foram os responsáveis por criar uma falsa ideia de tranquilidade entre os brasileiros.

Em 1980 a TV Tupi, com problemas financeiros, vai à falência e é cassada pelo governo. Logo novos protagonistas surgem no cenário da televisão brasileira, pois as emissoras da TV Tupi se tornaram novas redes de televisão: o SBT, Sistema Brasileiro de Televisão em 1981, de Silvio Santos, e a Rede Manchete, de Adolpho Bloch em 1983. Os telejornais produzidos pelo SBT na década 1980 foram peculiares pelo forte apelo popular, com notícias que exploravam sofrimento e a violência. O telejornal “Aqui e Agora” estreou na TV Tupi em 4 de junho de 1979, mas com o fim da Tupi, o SBT incorporou o telejornal em 1981. O “Povo na TV, como foi nomeado, continuou como um programa vespertino e com a mesma estruturação temática e organizativa do “Aqui e Agora” (ROXO, 2010), um híbrido de programa de auditório e jornalismo. Em 1984 o telejornal chega ao fim, pois sua audiência não trazia lucros e seu apresentador, Wilton Franco foi preso acusado de charlatanismo (teria sido conivente com Robert Lengruber, que se dizia médium e realizava “curas” no programa).

Devido à imagem negativa que o SBT adquiriu junto aos telespectadores e aos críticos de televisão, em 1988 houve uma reformulação do departamento de jornalismo da emissora, com o intuito de trazer novamente credibilidade e audiência, e foram contratados importantes nomes do jornalismo, como Marcos Wilson e Luís Fernando Emediato, do jornal “Estado de São Paulo”, e Boris Casoy, então editor chefe da “Folha de São Paulo”, para ser editor e âncora do “Telejornal Brasil” (ROXO, 2010). Boris Casoy se consagrou como âncora⁵, fazendo comentários e dando sua opinião sobre os acontecimentos, e o “TJ Brasil” atraiu publicidade e conquistou a audiência (REZENDE, 2000). Squirra afirma que Boris Casoy “[...] tem realizado trabalho muito próximo do padrão original de âncora” (1993, p. 124). Devido ao sucesso de Boris Casoy no telejornal, outras emissoras investiram na figura do âncora, como a Cultura, com Carlos Nascimento e a Bandeirantes, com Marília Gabriela.

O Brasil importou dos Estados Unidos a figura do âncora. O nome âncora (*anchorman*) surgiu nos Estados Unidos ainda na década de 1950 e está ligado à figura do apresentador. Esse profissional tem um grande prestígio nas TVs americanas e recebem também os maiores salários, Squirra explica que “eles são profundamente confiáveis para sua audiência e extremamente ativos em todos os assuntos que envolvem a nação” (1993, p.66) e hoje não são somente apresentadores dos telejornais, mas editores-chefe deles, tornando os telejornais a imagem do âncora (SQUIRRA, 1993). Walter Cronkite considerado por Squirra como “[...]o mais importante âncora da CBS [Columbia Broadcasting System] e da história do telejornalismo norte americano” (1993, p.67), define o “homem – âncora” literalmente como

“Basicamente, é um jornalista com a paciência e a curiosidade de ler, com a maior isenção possível, os jornais impresso do dia; esse jornalista deve ter uma visão de mundo, dispor de uma cultura humanística e histórica que lhe permita descobrir, mesmo em uma pequena anedota, a sua importância trágica ou a sua terrível comicidade; alguém em condições de estar permanentemente chocado com a realidade, mas com o poder de se apresentar diante dos telespectadores sem que olhos e músculos reflitam qualquer tipo de comoção indesejável; alguém que acompanha, na

⁵ Apesar de Boris Casoy ser considerado por muitos como o primeiro âncora do Brasil, Rezende (200) explica em seu livro que Joelmir Beting foi âncora do “Jornal da Bandeirantes” na primeira metade das década de 1980.

redação, o nascimento e o desenvolvimento da notícia; uma pessoa capaz de sofrer, durante dez minutos, para escrever um bom texto de duas linhas e, ao mesmo tempo, improvisar com naturalidade e conhecimento de causa uma locução de dois minutos sobre algum acontecimento de última hora; alguém com ar de serenidade e respeito pelos outros; traços corretos, boa voz, um ritmo dialogal de leitura e- exigência suprema! - um ar inteligente”⁶ (VIEIRA, 1991, p. 194 apud SQUIRRA, 1993, p. 119).

Assim, esse profissional do telejornalismo norte-americano é mais que um simples apresentador, esse profissional é, segundo Squirra, “a expressão máxima da credibilidade e orientação editorial do programa [...] (1993, p 121) e no caso do Brasil, essa função parece estar mais ligada às funções de apresentação ou a um ou outro comentário desse apresentador que exerce bem a locução. Vale aqui a explicação de Squirra sobre a “opinião” do âncora nos telejornais norte-americanos: “a opinião do âncora nos Estados Unidos não é externada de forma clara, mas sim, na condução do noticiário, no processo de escolha dos temas, no aprofundamento dado[...]” (1993, p. 127). Mas é natural que um modelo sofra adaptações ao chegar a uma realidade diferente daquela em que foi criado, como é o caso da ancoragem importada dos Estados Unidos.

Em 1991 entrava no ar no SBT o telejornal “Aqui Agora”. Inspirado no telejornal argentino “*Nuevodiário*”, o “Aqui Agora” estreou às 18h30 do dia 20 de maio, e foi um sucesso de audiência, com figuras emblemáticas como o repórter policial Gil Gomes, que dispensava a montagem tradicional das matérias jornalísticas por uma narração aos moldes do rádio, como explica Marco Roxo, “Gil Gomes não fazia script, nem usava teipes. Entrava em cena ao vivo, no calor dos acontecimentos” (2010, p. 190). Entretanto, o telejornal recebeu muitas críticas devido ao sensacionalismo de seu conteúdo e teve de passar por uma reformulação, pois como afirma Paternostro, o telejornal era “[...] sensacionalista, apelativo, recheado de reportagens policiais com ação, aventura, flagrantes, denúncias, violência e tensão” (2006, p. 39). Após a reformulação, o telejornal se tornou mais sóbrio, com menos reportagens externas relacionadas à investigação policial e com destaque para as notícias diárias informativas. Mesmo assim, no dia 6 de dezembro de 1997 o “Aqui Agora” foi extinto devido a problemas financeiros, pois o telejornal

acumulava vários processos por danos morais, devido ao próprio formato do telejornal, que já não era mais único, pois havia sido copiado por outros telejornais e ainda por que foi noticiado que os Estúdios Disney, que haviam feito um acordo com o SBT, exigiram o horário do telejornal para exibir sua programação (ROXO, 2010).

Com características semelhantes ao “Aqui Agora”, em 1995 a Rede Record lançou um dos seus telejornais mais polêmicos, o “Cidade Alerta”. Apresentado por Ney Gonçalves Dias, era inicialmente um programa local de São Paulo, mas logo em seguida virou um programa em rede, como um telejornal que priorizava notícias policiais e o sensacionalismo. Os vários apresentadores que passaram pelo telejornal se tornaram figuras polêmicas, pois era comum adotarem uma postura de “justiceiros” e falar o que lhes viesse à mente. Passaram pelo “Cidade Alerta” nomes como Gilberto Barros, José Luiz Datena e Marcelo Rezende. Em 2005 o telejornal foi tirado do ar pela baixa audiência, mas voltou à grade da emissora em 2011 novamente com a apresentação de José Luiz Datena. Outro acontecimento que marcou o telejornalismo da Record foi a contratação de Boris Casoy em 1997 para comandar o “Jornal da Record”.

Além do destaque para a figura do âncora, o telejornalismo da década de 1990 é marcado pela profissionalização, pela qualidade técnica e também pelo fato de os telejornais passarem a se abrir mais no diálogo com os telespectadores, seja por meio de ligações, cartas ou mesmo pela visita direta do telespectador nas emissoras dos telejornais, como foi o caso do “Aqui Agora”. A década de 1990 é marcada também pelo estímulo de coberturas externas, no palco dos acontecimentos. Como afirma Veloso, “a década de 1990 é marcada pelo jornalismo ‘ao vivo’, a partir da cobertura da Guerra do Golfo, em 1991” (1998, p. 10).

3.4 Telejornalismo: características

Os telejornais são os responsáveis por trazer os acontecimentos do mundo para a casa de brasileiros que de outra forma não teriam como se informar, pois a televisão está presente em mais de 90% das casas brasileiras (CROCOMO, 2007) e seu custo é relativamente baixo se comparado ao preço de uma assinatura de internet ou jornal. Assim, é inegável a importância que os telejornais adquiriram no Brasil como veiculadores de notícias. Dessa forma, a informação transmitida pela

televisão deve clara e compreensível para diferentes públicos. Com mais de 60 anos de existência no Brasil, os telejornais desenvolveram uma linguagem própria, que leva em consideração as características do meio televisivo, pois as pessoas nem sempre estão sentadas e direcionando toda atenção para a televisão. É comum as pessoas “ouvirem” televisão, enquanto realizam outras atividades.

Hoje, nesse momento em que a maioria dos telejornais são veiculados na plataforma analógica, os telespectadores não têm possibilidade de parar a notícia de um telejornal e assistir novamente, eles têm apenas uma chance de compreender o conteúdo daquela notícia, a apreensão deve ser imediata. Assim, a linguagem dos telejornais deve ser clara, objetiva e precisa, para que as notícias sejam inteligíveis para os telespectadores, pois como afirma Rezende, “o emprego de uma linguagem incompatível com o nível cultural da maioria do público receptor pode comprometer a compreensão da mensagem” (200, p. 61). Como a televisão fala a um público diversificado, diferentes classes sociais, regiões distintas, diferentes idades, a linguagem deve ser simples, sem palavras rebuscadas ou que não possam ser entendidas. Como explica Traquina,

Os jornalistas precisam comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais existentes em uma sociedade. Para atingir esse público heterogêneo, a linguagem jornalística deve possuir certos traços que vão no sentido de ser compreensível: a) frases curtas; b) parágrafos curtos; c) palavras simples (evitar palavras polissilábicas); d) uma sintaxe direta e econômica; e) a concisão; e f) a utilização de metáforas para incrementar a compreensão do texto” (2005, p. 46).

Outra característica inerente aos telejornais é o uso das imagens. A possibilidade de poder apresentar uma notícia com imagens em movimento é o grande diferencial da televisão, é essa possibilidade que faz com que o conteúdo mostrado pela televisão pareça real aos que estão assistindo. Por meio de uma câmera, os telespectadores podem acompanhar em tempo real o desenrolar dos acontecimentos. Mas a imagem por si só não basta, é necessário que as imagens estejam casadas com um bom texto, para dar fluência à matéria. Como afirma Rezende, “[...] a TV não pode prescindir do verbal. A palavra ‘ancora’ o visual, completando-o, ambigüizando-o ou desambigüizando-o” (2000, p. 47). A imagem necessita de um texto que dê sentido a ela e que seja compreendido pelos

telespectadores. Um acontecimento importante é notícia mesmo sem imagem, é comum nos telejornais uma notícia ser transmitida apenas com a foto e a localização de um repórter.

Outra particularidade dos telejornais é a oralidade. O texto noticioso, apesar de ser previamente escrito ou planejado, deve assumir um tom de conversa, para manter o interesse e a atenção do telespectador no fato noticiado. Um tom muito formal pode desinteressar e distrair o telespectador. De acordo com Rezende, os telejornais “[...] buscam nas estratégias do coloquial os recursos para uma comunicação mais eficaz, decisão que se justifica pela presença intensa do coloquialismo na realidade cultural brasileira” (2000, p. 60). Com a oralidade, o telespectador tem a sensação de participar de um diálogo com seu interlocutor, no caso os apresentadores dos telejornais. Por isso mesmo, é preponderante a função fática na TV, proposta por Jakobson, que serve para prolongar e manter a comunicação entre os interlocutores. Segundo Rezende, “ao cumprir a função fática, o discurso da TV se estabelece como um contato permanente entre o emissor e o receptor, por meio de um espetáculo contínuo levado diretamente ao telespectador que o recebe no aconchego do meio familiar” (2000, p. 36). É possível observar em diversos telejornais a tentativa de aproximação com o telespectador por meio de colocações como: “A sua opinião é muito importante para nós”; “Você conhece...” “Você sabia..”. Como se naquele momento a instituição telejornal se desfizesse e tivesse início um bate papo informal.

A década de 1990 assinalou a chegada da internet no Brasil e os primeiros anos do século XXI foram marcados pelo aperfeiçoamento e desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação e a televisão, que no caso do Brasil ficou muito tempo à margem desse processo, está agora inserida no contexto das inovações tecnológicas com a possibilidade da transmissão digital terrestre dos seus sinais audiovisuais. A televisão digital está aos poucos sendo implantada no Brasil e as suas novas ferramentas, principalmente a interatividade, deverão modificar os paradigmas do telejornalismo praticado no século passado.

4.0 PARA ENTENDER O TELEJORNALISMO NA ERA DIGITAL

4.1...E houve a “INTERNET”

Os últimos vinte anos foram marcados pelo aperfeiçoamento tecnológico e pela criação de novas formas de comunicação, sendo a internet a principal delas, a qual influenciou todos os demais meios de comunicação existentes e aqueles que ainda estavam por vir. A internet surgiu devido ao receio do governo norte-americano de ter seu esquema de comunicação invadido pela União soviética. Assim, em 1958 foi criada nos Estados Unidos a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA), com objetivo de buscar tecnologias que não centralizassem o processamento de dados⁷, que fazia parte do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (DARPA). Na década de 1960 os pesquisadores da ARPA deram início a um projeto que impedisse a tomada do sistema de comunicação norte-americano pelos soviéticos, em caso de guerra nuclear. A consequência desse trabalho foi a criação de uma rede, que não podia ser controlada a partir de nenhum ponto e que era formada por milhares de redes de computadores⁸ independentes, com diversas formas de conexão.

Assim surgiu a ARPANET, a primeira rede de computadores, que entrou em funcionamento em setembro de 1969 (CASTELLS, 1999). A partir de então essa rede se difundiu e foi apropriada por diversos países e indivíduos, cada qual com sua finalidade. Mas a internet se popularizou de fato a partir da década de 1990, pois o pesquisador britânico Timothy Berners-Lee e Robert Cailliau criaram a linguagem global do hipertexto (*hyper text transfer protocol*, protocolo de transferência de hipertexto -HTTP) e elaboraram o primeiro navegador de rede em outubro de 1990⁹. Esse protocolo foi necessário para distribuir informações pela Internet “e para que essa distribuição fosse possível foi necessário criar uma forma

⁷ OLIVEIRA, Marcos de. Primórdios da Rede. Pesquisa FAPESP, n° 180, p. 17-25, fev.2011.

⁸ O 1° computador é de 1941, o Z3, o primeiro computador programável do mundo, desenvolvido em Berlim, na Alemanha, por Konrad Zuse. Mas o primeiro computador pessoal (PC) data de 1981, popularizado pela *International Business Machines* (IBM) (OLIVEIRA, 2011).

⁹ Criação da WWW completa 20 anos.

Disponível em < <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1041775-6174,00-PROPOSTA+DE+CRIACAO+DA+WORLD+WIDE+WEB+COMPLETA+ANOS.html>>
Acesso em fev.2011

padronizada de comunicação entre os clientes e os servidores da Web e entendida por todos os computadores ligados à Internet”¹⁰. O HTTP permitiu que fosse criada a *World Wide Web*, Rede de Alcance Mundial, que organizava os sites da internet por informação e possibilitava que os usuários encontrassem os conteúdos por eles pesquisados (CASTELLS, 1999). Passados mais de 20 anos da criação da WWW, segundo Hamadun Touré, chefe da União Internacional de Telecomunicações, em janeiro de 2011 o número de usuários de internet no mundo alcançou os dois bilhões¹¹.

No Brasil, em 1989 o Ministério de Ciência e Tecnologia criou a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP) com o intuito de “implementar o primeiro *backbone*”¹² nacional, difundir a tecnologia internet e capacitar recursos humanos na área de redes”¹³. Neste primeiro momento a internet tinha acesso limitado ao meio acadêmico e científico. Mas em 1995 o Ministério das Comunicações e o Ministério de Ciência e Tecnologia criaram o Comitê Gestor de Internet (CGI), com a atribuição de “coordenar e integrar todas as iniciativas de serviços Internet no país, promovendo a qualidade técnica, a inovação e a disseminação dos serviços ofertados”¹⁴. A partir de então a internet se difundiu no Brasil e continua em plena expansão, de acordo com pesquisa realizada pelo IBOPE Nielsen¹⁵ divulgada em março de 2011, 73,9 milhões de pessoas têm acesso à internet no Brasil, número que coloca o Brasil como o 5º país com maior número de conexões à internet, atrás da China, Estados Unidos, Japão e Índia.

A internet foi a responsável por criar um novo espaço virtual, chamado ciberespaço. O ciberespaço agrupa, como coloca Nicola, “ a nova sociedade da

¹⁰ Hypertext Transfer Protocol. Disponível em < http://pt.wikipedia.org/wiki/Hypertext_Transfer_Protocol>. Acesso em mar.2011.

¹¹ Internet alcança a marca de 2 bilhões de usuários. Disponível em < <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/01/26/internet-alcanca-marca-de-2-bilhoes-de-usuarios-diz-onu.jhtm>> Acesso em mai. 2011.

¹² Traduzido do inglês: espinha dorsal. É a espinha dorsal da internet , termo utilizado para identificar a rede principal pela qual os dados de todos os clientes da Internet passam.

¹³ A RNP e a história da internet brasileira. Disponível em < <http://www.rnp.br/noticias/imprensa/2002/not-imp-marco2002.html> > Acesso em mai.2011.

¹⁴ História da Internet no Brasil. Disponível em < http://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_da_Internet_no_Brasil> Acesso em mai.2011.

¹⁵ Pesquisa disponível em <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=cald&docid=EA0526673CE1740D832578570054B23B>

informação; uma sociedade que se reorganiza num espaço sociotécnico, suportada por uma linguagem hipertextual de códigos, o HTML, que consiste em diferentes nós de texto digital”(NICOLA, 2004, p. 26). O espaço virtual resultado das novas tecnologias digitais associada à cultura contemporânea passou a criar assim uma nova relação entre a técnica e a vida social, chamada cibercultura (LEMOS, 2008). A cibercultura, convergência entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias digitais, passou a abrir espaço para que novas e diferentes formas de relações sociais acontecessem, uma socialidade que acontece por meio da rede.

O proliferamento da internet otimizou e facilitou a comunicação entre as pessoas, ela colocou em contato pessoas em diferentes pontos do globo, que tinham o telefone como a forma mais rápida para se comunicar. A internet oferece recursos como o Skype¹⁶ que permite a comunicação via internet onde os interlocutores podem se ouvir e ver simultaneamente, assim como o MSN¹⁷, que possui esses mesmos recursos. As pessoas podem também encontrar todo tipo de informação que desejarem por meio de uma rápida pesquisa, pois a internet possui um banco de dados vastíssimo à disposição dos usuários. Mas o grande diferencial da internet com relação aos demais meios de comunicação é que na internet tudo depende do usuário, diferente da televisão, por exemplo, que segue um fluxo, ao acessar a internet o usuário comanda suas ações e escolhe por qual caminho seguir para atingir o objetivo daquele momento, seja baixar um vídeo ou fazer uma pesquisa escolar. Por isso mesmo, a internet é caracterizada como o meio de comunicação interativo universal (CASTELLS, 1999), de forma que os usuários são os responsáveis por atingir ou não um objetivo ao acessar a rede.

4.2 Comunidades virtuais

Como a internet possibilita a comunicação entre pessoas de qualquer ponto do mundo, tornou-se comum nesta sociedade interconectada, a formação de comunidades virtuais. Em seu livro “Comunidade imaginadas” (publicado no Brasil em 1989), Benedict Anderson fala sobre as origens do sentimento nacionalista e explica que uma nação é ao mesmo tempo soberana, limitada e imaginada como

¹⁶ Skype. Disponível em: <http://www.skype.com/intl/pt/welcomeback/>

¹⁷ MSN. Disponível em: <http://br.msn.com/>

uma comunidade. O conceito de “Comunidade Imaginada” se deve ao fato de que na realidade, por menor que seja um país, jamais iremos ver, conversar, ou mesmo conhecer todos os seus membros, mas sabemos da existência dessas pessoas e que dividimos com elas muitas características culturais semelhantes. Hoje, com cibercultura, o conceito de “comunidades imaginadas” ganhou nova significação. Com o desenvolvimento de novas tecnologias e o aumento significativo da importância do computador e da internet, o conceito de Anderson ganha uma forma de aplicação na web, pois as pessoas agora fazem parte de diversas comunidades imaginadas virtuais.

Como coloca Lemos, “as comunidades virtuais eletrônicas são agregações em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras ou demarcações territoriais fixas” (LEMOS, 2008, p. 87) . Os usuários fazem parte de comunidades virtuais que tenham algo em comum com ela. Grandes comunidades surgem em torno de séries ou franquias de filme como Harry Potter e Matrix, onde os fãs se reúnem para discutir sobre a obra ou até mesmo sugerir outros rumos para a história. (*fan fiction*- ficção de fãs). Gostos e interesses em comum fazem com que as pessoas tenham o desejo de fazer parte de uma comunidade virtual. Mas esse tipo de relação virtual é de certa forma mais efêmera, o usuário deixa a comunidade quando essa passa a não mais fazer parte de seus interesses, como aponta Jenkins, “as pessoas realizam investimentos apaixonados, mas de curto prazo, nas comunidades on-line elas sempre se deslocam para outro lugar quando o grupo chega a conclusões que vão contra suas próprias convicções e desejos” (JENKINS, 2009, p. 313)

“Novas formas de comunidade estão surgindo: essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns. Os membros podem mudar de um grupo a outro, à medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo”.¹⁸

Esse nova forma de aplicação do conceito de comunidades imaginadas porém, não parece se dar da mesma forma como acontece com a nação, pois o sentimento que une pessoas de uma mesma nação são de certa forma mais fortes e

¹⁸ JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2ª edição. São Paulo: Aleph. 2009. Pág. 57

profundos, enquanto que as pessoas membros de uma mesma comunidade virtual partilham apenas uma afinidade, formando laços mais frágeis, como explica Castells, “a rede é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos” (1999, p. 445).

4.3 Jornalismo na rede: participação e colaboração

A internet foi a responsável por difundir a ideia de uma cultura participativa, pois diferentemente dos demais meios de comunicação, pois na rede ele pode colaborar com seu conhecimento nas comunidades virtuais, pode expressar suas próprias idéias por meio de blogs, por meio das redes sociais ou mesmo fazendo comentários nos conteúdos postados por outras pessoas.

Na internet qualquer pessoa que queira produzir conteúdos e tenha um conhecimento mínimo necessário, pode se tornar produtor. O *youtube*¹⁹ é um site que permite que os usuários postem e assistam vídeos em formato digital, grande parte dos vídeos são produzidos pelos próprios usuários ou registram flagrantes da vida cotidiana. Em 2011 o site comemorou a marca de 48 horas de vídeos registrados por minuto²⁰. Já o *twitter*²¹, que é uma rede social e servidor de microblogging, conta com 75 milhões de cadastros²², feitos desde 2006, e permite ao usuário produzir e receber informações de seus contatos, com mensagens de até 140 caracteres. O *facebook*²³, rede social fundada em 2004 por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, ex-estudantes da Universidade Harvard, atingiu a marca de 500 milhões de usuários no segundo semestre de 2010. O crescente número de ferramentas que possibilitem a atuação direta do usuário tornou-se uma característica da internet e tem agradado aqueles

¹⁹ Disponível em: < www.youtube.com.br >

²⁰ Youtube comemora 48 horas de vídeos registrados por minuto. Disponível em < http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0_OI5148804-El12884_00-YouTube+comemora+horas+de+videos+registrados+por+minuto.html >

Acesso em mai. 2011.

²¹ Disponível em: www.twitter.com

²² Número de usuários. Disponível em < <http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/tag/numero-de-usuarios/> >

Acesso em mai.2011.

²³ Disponível em: www.facebook.com

que desejam ser produtores de conteúdo²⁴ e despertado outros para a atuação nesse meio de comunicação. A internet, de certa forma, deu voz aos que não encontraram espaço nas mídias tradicionais como rádio e televisão.

Aproveitando a nova forma de comunicação, o jornalismo também migrou para a internet e ainda está se adaptando às ferramentas desse novo meio. Os grandes jornais, como a “Folha de S. Paulo”, mantêm sites com atualizações constantes de notícias e publicam também as matérias que têm sua versão original no impresso. Mas o problema é que muitas vezes não há uma adaptação das matérias para a linguagem apropriada da internet, acontece apenas uma transferência de conteúdo. A leitura na tela do computador é fisicamente mais lenta que no impresso, 20% ou 30% mais lenta que no papel²⁵ e o usuário de internet busca por informações mais concisas, pois caso deseje se aprofundar no assunto pode acessar um hipertexto, assim, o texto jornalístico para internet deve ser claro, objetivo e sintético e não uma simples colagem do conteúdo impresso. Os canais de televisão e as rádios também mantêm sites com informações sobre a programação, seus artistas e etc. Como afirma Castells, “a presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade[...]” (1999, p. 565). Mas diversos portais de notícia já nasceram na rede e não descendem diretamente dos jornais impressos²⁶ e conquistaram os usuários, pois basta abrir um desses portais de notícia para se atualizar dos últimos acontecimentos, a exemplo do G1²⁷, o portal de notícias da Rede Globo ou ainda o R7²⁸, da Rede Record.

Web 1.0 é como foi chamada a primeira geração da internet, na qual a principal característica era a grande quantidade de informação à disposição dos usuários, mas esse permanecia com espectador dos conteúdos visitados. Já a web 2.0, termo creditado a Tim O'Really²⁹, está relacionado a segunda geração da internet, onde o usuário passa a ser também produtor de conteúdo, como explica

²⁴ Nem todos que participam das redes sociais, das comunidades virtuais e dos sites de compartilhamentos de vídeos querem ser produtores.

²⁵ Fundamentos de Texto, Interação, Hipertexto e Hipermídia.

Disponível em: < http://www.stefanelli.eng.br/webpage/am_texto.html > Acesso em fev.2011.

²⁶ Na verdade grande parte dos portais de notícias estão ligados a algum conglomerado de mídia.

²⁷ Disponível em: www.g1.com.br

²⁸ Disponível em: www.r7.com

²⁹ COUTINHO, Clara Pereira; JUNIOR, João Batista. Blog e Wick: os futuros professores e a web 2.0.

Disponível em:

< <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7358/1/Com%20SIIE.pdf> > Acesso em jan. 2011.

Alex Primo: “é a segunda geração de serviços na rede, buscando ampliar as formas de produção cooperada e compartilhamento de informações online”³⁰. Assim, a internet surge como um espaço de pluralidades de culturas e de democratização da produção. Qualquer pessoa, desde de que munida do conhecimento e das ferramentas necessárias, pode se tornar produtor de conteúdo. O próprio jornalismo ganhou novas feições na internet, pois muitos usuários passaram a produzir e a divulgar conteúdos noticiosos na rede e abriu espaço também para os que não querem ser produtores mas participantes, a maioria dos sites noticiosos permitem que os usuários participem enviando conteúdos, como um vídeo ou uma foto ou façam comentários a respeito da matéria lida.

Diferentes nomes surgiram para caracterizar o jornalismo praticado pelos cidadãos não jornalistas: como jornalismo *open source*, colaborativo e participativo. O jornalismo *open source* (código aberto) tem relação com o termo da informática que caracteriza programas com código de funcionamento aberto e que pode ser modificado por todos (DOURADO, 2011). Assim, essa forma de jornalismo se caracteriza pela participação de qualquer pessoa possibilitada pelas ferramentas disponíveis. Como afirma Brambilla, “O jornalismo open source tem como ponto de partida a agregação do trabalho espontâneo de interagentes que compartilhem os mesmos interesses [...]” (2006, p.71 apud DOURADO, p.29). Já a produção colaborativa integra a audiência no processo de produção e distribuição da informação, ou seja, a audiência tem um comprometimento maior e conta com a participação de outros para a obtenção do produto final. Já na produção colaborativa, o controle está nas mãos da instituição jornalística, que planeja e divulga o produto, contando com a participação da audiência por meio do envio de conteúdos relacionados àquela matéria. De acordo com Alves, a audiência participa do desenvolvimento da notícia não mais como fonte, mas como fornecedora de conteúdos jornalísticos (2010). Assim, o que caracteriza essas novas formas de jornalismo é a participação mais efetiva da audiência, pois como explica Brambilla, todos eles “[...] têm por base a elaboração da mensagem pelo público leigo. É um

³⁰ PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20222/1/Alex+Fernando+Teixeira+Primo.pdf> Acesso em jan.2011

modelo horizontal de produção, fortemente inspirado nas comunidades de desenvolvedores de software livre ou de código-fonte aberto (*open source*)”³¹.

4.4 Democratização limitada: exclusão da rede

Entretanto, apesar de a internet ter possibilitado que pessoas comuns se tornassem produtoras de conteúdo, de ser um meio que possibilita ao usuário fazer suas escolhas pessoais, de democratizar a informação e de expressar e difundir diferentes culturas, o acesso à internet não está disponível para maioria das pessoas no caso do Brasil, pois a internet, diferente da televisão aberta e do rádio, é um serviço pago diretamente pelo usuário. No Brasil, de uma população de 190.732.694³², tem acesso à internet, 73,9 milhões³³, o que deixa fora da rede mais da metade da população brasileira, tornando-se esses excluídos digitais. Na tentativa de amenizar esse exclusão, o governo federal lançou em maio de 2010 o Plano Nacional da Banda Larga (PNBL), com o objetivo de universalizar a internet de rápida no Brasil, pois apenas 21% dos domicílios, ou 5.3 a cada 100 brasileiros, possuem acesso ao serviço de banda larga. Uma das expectativas é disponibilizar o serviço de 11,9 milhões de domicílios para cerca de 40 milhões de domicílios até 2014. O custo da tarifa deve ser de R\$ 15, para o plano com incentivos, com velocidade de até 512 kbps (quilobits por segundo) e com limitação de downloads e de R\$ 35 para o plano comum, com velocidade entre 512 e 784 kbps³⁴.

Mesmo não estando disponível a todos, o que se pode observar, é que a internet surgiu como um meio de comunicação diferente dos existentes até então, pois os objetivos buscados via internet dependem tão somente do usuário e de suas escolhas pessoais, tornando a internet um meio interativo por natureza. A internet permitiu também, diferente da televisão e do rádio, que o usuário se tornasse produtor e difusor de conteúdo na rede, sem precisar de muitos recursos para isso. Uma das conseqüências dessa nova forma de uso de um meio de comunicação foi

³¹ BRAMBILLA, Ana Maria. Jornalismo participativo e colaborativo. Disponível em: <http://www.pontoeletronico.fumec.br/jd/entrevista.asp?cod=126> Acesso em fev. 2011.

³² IBGE, censo 2010. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1766 Acesso em mar.2011.

³³ Idem ref. 9

³⁴ Governo lança plano nacional da banda larga. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/05/governo-lanca-plano-nacional-da-banda-larga.html>> Acesso em mai.2011.

que uma parte dos consumidores começou a não mais se satisfazer com meios de mão única, como na maior parte das vezes o é a televisão, por exemplo, e passaram a exigir mais diálogo e participação. Essas exigências podem ser consideradas como um dos motivos pelos quais a televisão está se modernizando e se inserindo, depois de tanto tempo no caso do Brasil, na conjuntura das inovações tecnológicas. A televisão digital está em fase de implantação, ainda que lenta, e novas possibilidades estão surgindo para este tradicional meio de comunicação no Brasil.

4.5 Televisão em transição e a TV digital

Desde a década de 1990 houve um considerável avanço das tecnologias, a internet passou a permitir cada vez mais interatividade, houve o surgimento e aperfeiçoamento de novos meios de comunicação móveis, como o , *Iphone* e *Ipad* e tantos outros. A televisão, com a possibilidade do digital, está então inserida no processo de modernização e evolução dos meios de comunicação, pois como afirma Becker e Montez “ como qualquer outra mídia ou veículo de comunicação, a TV também está envolvida em um constante processo de evolução e adaptação às novas necessidades sociais” (2004, p. 25) e hoje passa por diversas mudanças, pois a transmissão televisiva analógica esta aos poucos sendo substituída pela digital.

A televisão digital é a transmissão digital dos sinais audiovisuais (BECKER; MONTEZ, 2004). No digital tudo pode ser transformado em zeros e uns, a linguagem oficial dos sistemas digitais. Como afirma Teixeira, “ [a televisão digital] trata-se do mais avançado investimento tecnológico no mercado de entretenimento e comunicação de massa” (2009, p. 139). O telespectador, agora usuário, está cada vez mais exigente e ávido por mais controle diante da TV. Como afirma Cannito, “o desenvolvimento da televisão pode ser resumido como um gradual autoconhecimento de como suas potencialidades tecnológicas e estéticas podem atender com mais eficiência as eternas demandas culturais da espécie humana” (2010, p. 213).

As pesquisas relacionadas à TV digital tiveram início no final da década de 1980 e se firmaram na década de 1990 (BECKER, 2002). Existem hoje no mundo três principais padrões de televisão digital: o *ATSC-Advanced Television Systems Committe*, dos Estados Unidos, lançado em 1993, o *DVB-T- Terrestrial Digital Video Broadcasting System*, da Europa, lançado também em 1993, e o *ISDB-T- Terrestrial*

Integrated Services Digital Broadcasting, do Japão, lançado em 1999 (CROCOMO, 2007). No Brasil, as pesquisas com a TV digital tiveram início em dezembro de 2003, quando o Governo brasileiro editou o decreto 4.901/2003, o qual instituiu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital. De acordo com o Decreto, a televisão digital deveria “promover a inclusão social, a diversidade cultural do país e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia digital, visando a democratização da informação”³⁵. Neste mesmo período, o governo também abriu licitação de 22 editais para pesquisas a serem feitas por consórcios de universidades, as quais deveriam propor os padrões para o SBTVD.

Em junho de 2006 o presidente Lula assinou o decreto 5.820/06, que dispunha sobre a implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre, fazendo a opção pelo modelo japonês de TV digital. Em seu artigo 4º o decreto diz que “o acesso ao SBTVD-T será assegurado ao público em geral, de forma livre e gratuita, a fim de garantir o adequado cumprimento das condições de exploração objeto das outorgas”³⁶. O prazo dado para a implantação do sistema a partir de 2006 foi de sete anos e a previsão para que as transmissões analógicas se encerrem é em 2016. No dia 02 de dezembro de 2007 aconteceram as primeiras transmissões de televisão digital no Brasil, ocorrida na cidade de São Paulo. De acordo com a Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão – SET, a cobertura de transmissão digital tem possibilidade de abranger uma população de 72 milhões de pessoas, mas até o fim de 2009, apenas 2 milhões de conversores (embutidos ou externos) haviam sido vendidos.

A televisão digital apresenta vantagens consideráveis se comparada ao modelo analógico:

- Imagem: será mais nítida, pois com a alta definição os programas poderão ser transmitidos em formato e qualidade de cinema, a chamada tela de cinema, ou 16:9, conhecida também como

³⁵ Brasil. Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003, artigo 1º. Institui o Sistema Brasileiro de televisão digital. Disponível em

< www.mc.gov.br/tv-digital/decreto-no-4901-de-26-de-novembro-de-2003 >

Acesso em out. de 2010.

³⁶ Brasil. Artigo 4º do Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T. Disponível em

< www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/decreto/d5820 >

Acesso em out. de 2010.

Widescreen. Um monitor analógico apresenta entre 480 e 525 linhas de vídeo, já um televisor *Full HD* (de alta definição) pode mostrar 1920 pixels na horizontal e 1080 na vertical.

- Som: como ocorre em DVDs, o som poderá ser *surround*, som que proporciona ao telespectador um ambiente mais realístico do programa que ele está assistindo.
- TV móvel: o sinal da TV digital poderá ser transmitido para televisores móveis, como aqueles utilizados em veículos (CANNITO, 2010). O telespectador poderá assistir TV dentro de automóveis em movimento, sem que a imagem ou o som falhe.
- TV portátil: o sinal da TV digital poderá ser transmitido para dispositivos pessoais, como celulares e Laptops.
- Multiprogramação: será possível às emissoras a utilização da frequência digital para transmitir simultaneamente até quatro canais diferentes. Cada canal analógico ocupa uma faixa de 6MHz, mas nas plataformas digitais essa mesma faixa permite até quatro sinais diferentes, mas em definição standard (qualidade semelhante ao da TV analógica) ou a utilização integral de 6MHz para transmitir apenas um canal em alta definição- HDTV. Veja a ilustração abaixo que resume as possibilidades de acesso à TV digital:

A partir do segundo semestre de 2011 todo o Brasil deverá estar preparado para receber o sinal digital, de acordo com o Superintendente de Serviços de Comunicação de Massa da Anatel, Ara Apkari Minassian, o qual anunciou que até o final de julho, estará concluído o planejamento para a alocação de canais digitais, em atendimento ao disposto no Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006³⁷. De acordo com o Site Oficial da Televisão Digital Brasileira, o Brasil possui hoje 102 emissoras de TV com tecnologia digital, que cobrem 480 municípios – o equivalente a 87,7 milhões de pessoas, ou 45,98% da população brasileira. “A expectativa é que a cobertura do Sistema Brasileiro de Televisão Digital seja igual ou superior à

³⁷ A partir do segundo semestre de 2011, todo o Brasil estará preparado para receber o sinal digital. Disponível em: < <http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=621> > Acesso em jun.2011.

cobertura analógica atual antes mesmo de 2016, ano em que está previsto o fim das transmissões analógicas”³⁸.

4.5.1 Interatividade

A interatividade é a grande promessa da TV digital no Brasil, pois com ela surgem muitas novas possibilidades para o telespectador. De todas as potencialidades da TV digital, a interatividade é a de maior impacto nas relações entre a televisão e os telespectadores (NETO, 2009). A interatividade na televisão digital é mediada por aplicativos de computadores, controlados por um *middleware* (TEIXEIRA, 2009), que de acordo com Sanches, “é uma camada de software que possibilita as aplicações para TV digital desempenhar funcionalidades inerentes ao seu contexto” (2008). No caso do Brasil o *middleware* é o Ginga, que foi criado a partir de pesquisas dos laboratórios Telemídia, da PUC-Rio e do LAViD, da Universidade Federal da Paraíba-UFPB.

O termo interatividade “é uma palavra da moda”, como afirma Alex Primo³⁹, usada nas mais diversas situações e para qualificar os mais diversos tipos de equipamentos, jogos, brinquedos. O fato é que não há um conceito único que defina tal termo. Mesmo na comunicação, a interatividade está longe de ser uma unanimidade, como afirma Teixeira, “as definições de ‘interatividade’, apesar de algumas predominâncias de sentido, parecem longe de ser um consenso na comunicação (2009, p.29). Para Becker e Montez interatividade “é um processo ou ação que pode ser descrita como mútua e simultânea da parte de dois participantes, normalmente trabalhando em direção de um mesmo objetivo” (2004, p.48). Marco Silva afirma que a interatividade “está na disposição ou pré-disposição para mais interação, para uma hiper-interação, para bidirecionalidade (fusão emissão-recepção), para participação e intervenção (1999, apud TEIXEIRA, 2009, p. 126). Mas a interatividade não se dá apenas quando o telespectador interfere diretamente em uma programação ou quando ele se torna também emissor de conteúdo. Aliás, cabe ressaltar que a simples ação de o telespectador sentar-se diante da televisão e

³⁸ Sinal do SBTVD cobre hoje 480 municípios. Disponível em: <http://www.dtv.org.br/index.php/sinal-do-sbtvd-cobre-hoje-480-municipios/> Acesso em jun. 2011.

³⁹ Em entrevista ao programa “Livro Aberto”.

assistir ao conteúdo recebido já é uma forma de interação, pois o público não se mantém inerte ou passivo diante do conteúdo televisivo que recebe. Cada qual reage ao conteúdo a seu modo, como coloca Silva,

“[...] apesar de seu caráter fortemente massivo, o conteúdo televisivo nem sempre é recebido de modo homogêneo pelo público: seus efeitos culturais e psicológicos obedecem a uma série de variáveis, dentre elas fatores sociais, econômicos, educacionais, além da própria conjuntura em que o telespectador está inserido” (2009, p.13)

A interatividade inserida no contexto da televisão digital trata-se de uma nova ferramenta tecnológica que irá possibilitar ao telespectador o uso de recursos televisivos adicionais, desde o acesso a informações como a sinopse de um filme, até a participação direta em um programa de auditório, recursos esses que deverão ser elaborados gradualmente, de acordo com as possibilidades tecnológicas e políticas. André Lemos quando ele explica que:

“A noção de interatividade está diretamente ligada aos novos media digitais. O que compreendemos por interatividade nada mais é que uma forma de interação técnica, de cunho eletrônico-digital, diferente da interação analógica que caracterizou os media tradicionais” (2008, p. 112)

Ou seja, a interação existe na TV analógica desde muito tempo, temos diversos exemplos da participação do telespectador na programação televisiva, seja por meio de cartas, email, SMS, ligações. Assim, antes tínhamos uma interação analógica, que se utilizava de outros meios para contar com a participação do telespectador, hoje, com a televisão digital, temos uma interação que utiliza os recursos digitais e que poderá contar com a participação do telespectador de forma direta.

4.5.2 TV digital interativa e suas potencialidades

Com todos os recursos interativos possibilitados pelo digital, a televisão poderá ser de fato interativa. Becker define a TV digital Interativa (TVDI) como “a

combinação da TV digital com a tecnologia da interatividade, por meio do telefone, cabo, satélite ou mesmo sem canal de retorno (interatividade local), viabilizada por softwares instalados no terminal de acesso” (2006). Para Teixeira a televisão interativa é como “um amplo conjunto de fatores que nos devem condicionar a novos comportamentos diante da tela e consequentemente a uma nova tela” (2009, p. 21).

Mas qual a utilidade da interatividade na televisão digital, quais serão os benefícios para as pessoas? Para Ferraz, “espera-se que a interatividade seja útil para melhorar a participação do público na TV, permitir o acesso a serviços e tornar a televisão mais informativa ou divertida” (2009, p. 38). A interatividade vai possibilitar ao usuário solicitar e receber informações instantaneamente, independente do programa assistido (BECKER, 2006). Como assegura Crocomo, “são inúmeras as possibilidades, basta saber como utilizar os recursos e como garantir informação, entretenimento e serviços para a população de maneira mais eficiente e educativa” (2007, p. 120). Assim, a TVDI irá ampliar as possibilidades oferecidas pela televisão, em um processo em busca de mais participação do telespectador.

Mas pouco vai adiantar todo esse potencial da TVDI se as pessoas não se interessarem ou não souberem o que podem e como fazer para desfrutar desses recursos interativos. Ficará a cargo dos produtores de conteúdo a tarefa de chamar a atenção dos telespectadores, fazer com que eles sintam vontade de participar (CANNITO, 2010). Existe um envolvimento com as pessoas com a programação. Assim, as aplicações interativas devem aproveitar esse envolvimento e chamar o telespectador a interagir. Não se deve ignorar a relação entre o usuário e o conteúdo (CROCOMO, 2007). É fato que a televisão motiva e muito as pessoas, então, esse pode ser o segredo para que as pessoas descubram do que poderão desfrutar com a interatividade. Então, a usabilidade⁴⁰ dos recursos interativos devem ser levadas em consideração. As interfaces interativas devem ser agradáveis, interessantes e fáceis de usar. Como afirma Becker,

[...] a construção da usabilidade de programas e dispositivos da TV digital interativa é algo extremamente importante para garantir uma melhor qualidade de vida para a população em geral, bem como para

⁴⁰ “A usabilidade está ligada a facilidade de uso” (TEIXEIRA, 2009, p.14).

os idosos e para as pessoas menos alfabetizadas tecnologicamente. O sucesso neste empreendimento pode depender da existência de padrões de usabilidade predefinidos de acordo com as características e expectativas da população brasileira. Os padrões de usabilidade podem aumentar as chances de sucesso de um projeto ‘tecnologicamente guiado’ como a TV digital interativa e evitar que ele venha a se construir em mais um fator de divisão e exclusão social em nosso país. Em resumo, a usabilidade pode definir o sucesso de projetos como alfabetização digital e consequente inclusão digital” (2006).

Os recursos interativos irão fortalecer os vínculos entre os programas e os telespectadores, irão provocar mais imersão e envolvimento. Afinal, já está mais do que na hora da televisão abrir-se em um diálogo mais efetivo e próximo com seu público. Como importante meio que é, a televisão deve se abrir para sua audiência. Hoje, com a evolução tecnológica dos meios de comunicação, as pessoas anseiam por mídias mais interativas e que ouçam o que elas têm a dizer. Para o futuro há espaço para uma nova evolução. “O exercício de pensar, planejar e produzir a nova TV aberta é que deve mostrar o rumo a lhe ser dado, passando a integrar esses novos recursos de interatividade no dialogo da TV” (CROCOMO, 2007, p. 109), pois o importante não é defender a interatividade como paradigma absoluto, mas sim entender em que medida ela deve ser utilizada e qual a forma mais apropriada para a televisão(CANNITO, 2010).

4.5.3 Interatividade plena

Grande parte dos recursos interativos disponíveis para televisão digital são pré - determinados por um designer. Os telespectadores interagem de forma reativa, respondendo a estímulos pré-determinados. O que é natural neste momento, pois trata-se de uma nova tecnologia, com restrições ainda, mas que, com o passar do tempo, deve oferecer ao telespectador uma interatividade que irá permitir uma participação mais efetiva, possibilitada pelo canal de retorno. Quando existe o canal de retorno acontece o fenômeno chamado de bidirecionalidade, algo que a transmissão digital terrestre de hoje ainda não tem. Para que o canal de retorno se torne viável são necessários a associação a uma outra tecnologia e também a uma empresa de telecomunicações mediando essa comunicação (CANNITO, 2010). Com

o canal de retorno seria possível atingir o nível máximo de interatividade, a chamada interatividade plena⁴¹.

4.5.4 Convergência das mídias

Graças ao aperfeiçoamento e desenvolvimento tecnológico, as mídias estão se convertendo em digitais ou já nasceram com essa característica. Na verdade, como explica Crocomo, “é digital tudo o que se pode mostrar e contar com números, e que tem uma magnitude que pode apresentar um conjunto limitado de estados ou valores” (2007, p. 58), o que possibilita que os conteúdos digitais possam ser convertidos em diferentes suportes. Temos assim diversas mídias digitais, como a televisão digital, o *Iphone*, o *Ipad* e outros tantos, que possuem em comum a linguagem binária. Dessa forma temos uma sociedade cada vez mais midiaticizada, como explica Castells, “Vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação” (1999,p.421).

E as transformações pelas quais a televisão vêm passando, graças a tecnologia digital, a inserem em um macro-contexto comunicacional, que é o da convergência midiática, onde a telefonia móvel e fixa, o computador, a internet e a própria televisão digital interativa formarão uma plataforma de comunicação única e integrada (CANNITO, 2010), atendendo as exigências dos usuários, que querem ter acesso aos conteúdos em diferentes suportes. Como define Jenkins, a convergência refere-se

“[...] ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”(2009, p.29)

4.6 Telejornalismo em transição

O sinal terrestre da televisão digital⁴² ainda não está disponível em todo território nacional e mesmo quando estiver, certamente levará tempo até que todos

⁴¹ A interatividade plena acontece quando o usuário mantém um contato direto com a emissora, podendo receber e enviar conteúdo.

possam usufruir dessa nova tecnologia. Assim, enquanto a televisão digital não está ao alcance de todos, e se aproveitando de todo o potencial da internet, diversos programas de televisão têm se utilizado da rede para interagir com a audiência, vivenciando um momento de transição, quando ainda é preciso recorrer à internet para interagir de forma mais efetiva com o telejornal. Diversos telejornais convidam seus telespectadores a interagirem via internet e/ou preparam conteúdos exclusivos para os que acessarem o site do mesmo. Exatamente por isso esta pesquisa tem como um de seus objetos o “Jornal Hoje”, da Rede Globo, pois após observação dos variados telejornais transmitidos pelos canais abertos brasileiros, esse telejornal foi o que mais se destacou, pois propõe nos conteúdos apresentados introduzir novas formas de relação de comunicação, privilegiando a perspectiva de interatividade por parte dos telespectadores. Isso porque os conteúdos remetem a audiência a interferir por meio de outra mídia, notadamente o computador, acessando o site do telejornal para poder participar. Dessa forma, é possível concluir que os telejornais estão experimentando uma estética integrada com os gostos dos consumidores da televisão, contando com a internet para dialogar e contar com participação da audiência. Com a televisão digital espera-se que a interação audiência – emissora possa acontecer diretamente pela televisão.

4.7 Telejornalismo na era digital

Com a efetiva implantação da televisão digital o telejornalismo também deverá passar por profundas transformações e precisará se adequar a nova realidade do digital, incorporar os novos recursos e modificar sua maneira de informar, como afirma Crocomo, “o telejornalismo, tal qual o conhecemos na atualidade, deverá obrigatoriamente incorporar os novos recursos” (2007, p.52).

Com o digital será possível produzir um telejornalismo mais dinâmico e segmentado, com informação sob demanda e veiculação de vídeos simultâneos. A cobertura das notícias poderá ser feita de forma mais aprofundada, como coloca Lopez e Gobbi, o telespectador poderá escolher as informações que deseja receber e em quais conteúdos ele vai querer se aprofundar, além de poder acessar a

⁴² O sinal digital da televisão já existe no Brasil via satélite, via cabo e via internet, entretanto essa transmissão digital é paga e não cobre todas as localidades brasileiras.

contextualização de um fato. Para a prática jornalística os recursos interativos vão possibilitar novas abordagens para a produção da notícia e novas exigências também serão feitas ao profissional do jornalismo que trabalha com televisão. Esses profissionais devem estar preparados para produzir conteúdos diferenciados e para lidar com as novidades tecnológicas, ou seja, repensar sua forma de trabalhar o telejornalismo, pois como coloca Leite,

“[...] o futuro do jornalismo na era das novas tecnologias, neste caso em especial na TV digital, se baseará no domínio das ferramentas tecnológicas em conjunto com a capacidade de elaboração de um pensamento crítico de consistência, que fará a diferença entre os jornalistas e as pessoas comuns que estão distribuindo informação” (2009, p. 52)

Com a televisão digital abre-se também a possibilidade de o telejornalismo se tornar mais participativo, com o envio de vídeos por parte dos telespectadores para as emissoras⁴³, pois os jornalistas na maior parte das vezes não estão onde as notícias acontecem e hoje saem cada vez menos das redações em busca de acontecimentos. Assim, com um canal de retorno disponível, os telespectadores poderão enviar vídeos com acontecimentos potenciais para se tornarem uma notícia. Nesse contexto de tantas evoluções tecnológicas, está-se abrindo espaço para que as pessoas contribuam com sua cultura, e expandir a oportunidade para participação significa uma ampliação da diversidade cultural, como coloca Jenkins, “o momento atual de transformação midiática está reafirmando o direito que as pessoas comuns têm de contribuir ativamente com sua cultura” (2009, p. 189).

Assim, a interatividade irá possibilitar a ampliação do acesso à informação, pois como afirma Lopez e Gobbi, “com a nova tecnologia digital é possível aumentar a quantidade de informação oferecida ao telespectador [...]” Com a TVDI será possível produzir um telejornal menos superficial, mais democrático e que dialogue diretamente com seu público, o qual poderá⁴⁴ se tornar um participante ativo,

⁴³ Não que isso não aconteça hoje, com a TV analógica, isso acontece, como no telejornal “NA HORA CERTA” (NHC), que vai ao ar no telejornal ParanáTV, da Rede Paranaense de Comunicação (RPC), afiliada da Rede Globo no Estado do Paraná, que veicula vídeos enviados pelos telespectadores. Com a TV digital esse processo deverá ser facilitado, com o envio de vídeos diretamente pela televisão, dependente é claro, de um canal de retorno.

⁴⁴ Não estamos afirmando que todos serão produtores de conteúdo e que todos os telespectadores irão enviar vídeos. Com o digital abre-se essa possibilidade para aqueles que assim desejarem.

enviando e recebendo conteúdos. Os profissionais do telejornalismo devem estar a par das mudanças e cientes de que novas exigências serão feitas, visto que o telejornalismo irá passar por mudanças significativamente positivas, pois como afirma Lins, “[...] a construção de um telejornal é um processo sempre aberto à revisão” (2008, p. 85).

Entretanto, como se viu acima, o sinal terrestre da televisão digital⁴⁵ ainda não está disponível em todo território nacional e mesmo quando estiver, certamente levará tempo até que todos possam usufruir dessa nova tecnologia. Assim, enquanto a televisão digital não chega, e se aproveitando de todo o potencial da internet, diversos programas de televisão tem se utilizado da rede para interagir com a audiência, vivenciando um momento de transição, quando ainda é preciso recorrer à internet para interagir de forma mais efetiva com o telejornal.

⁴⁵ O sinal digital da televisão já existe no Brasil via satélite, via cabo e via internet, entretanto essa transmissão digital é paga e não cobre todas as localidades brasileiras.

5.0 ANÁLISES DOS OBJETOS DE PESQUISA

Foram escolhidos como objetos dessa pesquisa o “Jornal Hoje” e o “Jornal Globo News”, ambos da rede Globo. A metodologia de análise escolhida foi a Semiótica de linha francesa. A semiótica é a ciência geral dos signos, dos sistemas de significação e a Semiótica Francesa possui um caráter de teoria do texto, pois ela procura explicar os sentidos de um texto pelo exame de seu conteúdo, para encontrar os mecanismos de produção e de recepção de um texto. Como explica Barros, “A semiótica tem por objeto o texto, ou melhor, procura descrever e explicar *o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz*” (2002, p.7). A Semiótica Francesa é vinculada a uma teoria da linguagem e na concepção de que a língua é uma instituição social, por isso, ela é fundamentada nas teorias da linguagem e do discurso. Assim, por permitir a descoberta do que um texto diz e como ele faz para dizer o que diz, os *corpus* dos objetos foram analisados com base nos princípios da Semiótica Francesa.

5.1 “Jornal Hoje”

Esse telejornal foi escolhido como objeto da presente pesquisa por ser um produto que propõe nos conteúdos apresentados introduzir novas formas de relação de comunicação, privilegiando a perspectiva de interatividade por parte dos telespectadores. Isso porque os conteúdos remetem a audiência a interferir por meio de outra mídia, notadamente o computador, acessando o site do telejornal para poder participar. Dessa forma, foi possível observar que se o conteúdo já se manifesta convergente, os suportes ainda não estão integrados, pelo menos nessa fase de transição. Assim, esse telejornal, de plataforma analógica, foi escolhido como objeto por representar um momento de transição pelo qual o telejornalismo está passando, pois a televisão ainda precisa de outra mídia para interagir de forma mais efetiva com seus telespectadores, pois ainda não é uma mídia convergente, como no caso do “Jornal Hoje”, que convida diversas vezes seus telespectadores a interagirem via computador.

O “Jornal Hoje” é um dos telejornais mais antigos da TV Globo, com vocação de telejornal-revista⁴⁶, foi ao ar pela primeira vez em 21 de abril de 1971, com apresentação de Léo Batista e Luiz Jatobá. Atualmente o telejornal é apresentado por Sandra Annenberg e Evaristo Costa, que dividem a bancada do telejornal desde 2004. O “Jornal Hoje” nasceu como uma revista diária, com matérias sobre arte, espetáculos e entrevistas. Inicialmente era restrito ao Rio de Janeiro, de onde herdou o horário do já extinto “Show da Cidade”. Em 1974 o Telejornal passou a ser exibido em todo o Brasil e contava com as participações de Rubem Braga e Nelson Motta. No início dos anos 2000 Carlos nascimento tornou-se editor chefe do telejornal e passou a dividir a bancada com Carla Vilhena, substituída mais tarde por Sandra Annenberg. Em fevereiro de 2004 Evaristo Costa, que fazia a apresentação da previsão do tempo, juntou-se a Sandra Annenberg e desde então os dois apresentam o telejornal.

O “Jornal Hoje” vai ao ar atualmente (outubro de 2011), de segunda a sábado, das 13h20 às 13h50 e além das tradicionais matérias, notas, links, vários “quadros” integram o telejornal ao longo da semana. São eles: “Cabine JH” (dicas de moda), “Hoje em casa” (com dicas sobre decoração e utilização dos espaços de uma casa), “Tô de folga” (com dicas de turismo), “Hoje em forma” (com dicas sobre saúde e bem-estar), “Dicas domésticas”, “Mercado de trabalho” (com informações sobre trabalho para pessoas empregadas e para aquelas que estão em busca de um emprego), “Vai dar o que falar” (aborda propostas polêmicas) e “Minha história”. Com uma linguagem coloquial, o “Jornal Hoje” se destaca por ser um telejornal que prioriza as matérias de serviço e pela tentativa constante de manter diálogo com os telespectadores, que são sempre convidados a interagir por meio do site do telejornal.

⁴⁶ História do Jornal Hoje. Disponível em: < [http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-
hoje.html](http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html)>. Acesso em dez.2010.

5.2 Gravação do corpus

Foi feita a gravação de uma semana – de 06 a 11 de dezembro de 2010- do “Jornal Hoje”, onde foi observada e analisada cada matéria em que os telespectadores eram convidados a interagir, na busca por descobrir as estratégias enunciativas utilizadas para convencer o telespectador a interagir pelo site do Telejornal e na busca por indícios de como a interatividade poderá ser utilizada como instrumento para ampliação do acesso à informação quando a televisão digital se efetivar no Brasil.

5.3 Tabelas

Logo abaixo estão as tabelas (seis no total) divididas por dias da semana, de segunda-feira, dia 06 de dezembro, até sábado, dia 11 de dezembro. Nessas tabelas constam todos os eventos diários que ocorreram no telejornal, como matérias, quadros, previsão do tempo, em ordem de ocorrência. Os eventos interativos estão numerados de 1 a 18 na terceira coluna.

SEGUNDA-FEIRA, 06 DE DEZEMBRO DE 2010 Horário do Jornal: 13h15- 13h45 Tempo do Jornal sem intervalos: 28'05" Tempo total do Jornal: 30'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada.	1'43"	Não
Matéria 1: Crianças desaparecidas.	2'33"	Não
Matéria 2: Erro médico: menina recebe vaselina na veia em vez de soro.	2'04"	Não
Quadro "Mercado de trabalho": Trabalhos temporários de final de ano.	3'32"	1 - Sim: Na volta para o estúdio a apresentadora Sandra Annenberg diz: "Depois do Jornal Hoje você pode participar de um bate – papo com o consultor do SEBRAE" Evaristo: "Ele vai dar dicas de como montar um negocio extra pra aumentar sua renda agora no final do ano." Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje
Matéria 3: Bifê não aparece em festa de formatura.	2'03"	Não
Previsão do tempo com Flavia Alvarenga.	1'15"	2 Sim. São colocadas imagens de um cinegrafista amador que gravou um tornado em Minas Gerais.
Nota coberta: Deslizamento de terra na Colômbia e chuvas na Venezuela.	20"	Não
Editorial "O mundo em um minuto".	1'	Não

Nota coberta: Confusão em manifestação na Grécia	20"	Não	
Matéria 4: Os exercícios e os benefícios para os idosos.	1'55"	Não	
Matéria 5: Fluminense tem motivos para comemorar, pois se tornou campeão brasileiro.	2'26"	Não	
Quadro "Você faz a notícia": Como cuidar dos cabelos encaracolados.	2'24"	3 Sim. Esse quadro atende ao pedido do telespectador que deseja ver certa matéria ser produzida e levada ao ar. Antes da chamada para a matéria, Sandra e Evaristo batem papo sobre cabelos; depois Sandra diz: "E atendendo aos pedidos das nossas telespectadoras, vamos falar sobre cabelos encaracolados." Surge em GC o nome do quadro e a matéria tem início. Na volta para o estúdio Evaristo diz: "Mande também sua sugestão de reportagem para o Jornal Hoje. Nós lemos todas as mensagens. E só entrar na nossa página na internet". Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje Sandra: "E no nosso endereço eletrônico tem outras notícias dessa segunda-feira". São colocadas três notas cobertas e ao final Sandra sugere que o telespectador vá até o site para saber mais. Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje	

Tabela1: "Jornal Hoje" segunda-feira, 06/12/2010

TERÇA-FEIRA, 07 DE DEZEMBRO DE 2010 Horário do Jornal: 13h15- 13h45 Tempo do Jornal sem intervalos: 24'52" Tempo total do Jornal: 30'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada.	1'25"	Não
Link: Goleiro Bruno é condenado a quatro anos e meio de prisão.	-	Não
Nota coberta: A polícia de Minas identificou vários suspeitos do assassinato de um jovem de 19 anos , espancado até a morte.	30"	Não
Nota coberta: Polícia recebeu a lista com os nomes dos 25 funcionários que estavam de plantão no dia em que a menina Sthephannie Teixeira recebeu vaselina na veia. Todos devem ser ouvidos.	30"	Não
Nota coberta: Tanque do exército invade lanchonete.	25"	Não
Matéria 1: Direitos de usos de serviços bancários.	1'56"	4 Sim. Na volta para o estúdio Sandra diz: “E lá na nossa pagina na internet você encontra outras informações sobre os direitos dos correntistas”. Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo “+” e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje
Previsão do tempo com Flavia Alvarenga	1'48"	Não
Matéria 2: Voluntários do projeto “Amigos da escola” da rede Globo.	2'	Não

Link: O criador do polêmico site WikiLeaks foi detido hoje em Londres depois de se apresentar a polícia.	-	Não	
Nota coberta: Caso super curioso. Em Liverpool uma menininha nasceu com dois dentes, veja só.	20"	Não	
Nota simples: O consumo diário de pequenas doses de aspirina pode reduzir em 20% os riscos de morte por alguns tipos de câncer.	-	Não	
Matéria 3: Como fazer a barba sem ferir a pele	3'45"	5	Sim. Ao final da matéria entra ao vivo o repórter Diego Bertozzi, que dá mais dicas de como fazer a barba sem se ferir e ao final o repórter diz: “Todas essas dicas já estão em nossa página na internet.” Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo “+” e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje
Nota coberta: A polícia prendeu hoje no Rio o irmão de um dos chefes do tráfico da Vila Cruzeiro, o Mãozinha.	30"	Não	
Matéria 4: A posição do Brasil no Programa Internacional de Avaliação da Educação.	40"	Não	
Propaganda interna: O Profissão Repórter dessa semana irá falar sobre a violência nas escolas.	-	Não	
Matéria 5: Receita de sobremesa que pode até virar presente.	2'	6	Sim. Ao final da matéria Sandra diz: “Nós preparamos um receita exclusiva pros nossos internautas, um bolinho. Pra quem adora chocolate então, ta assim ó” (Sandra faz gesto de muito com as mãos). “Dê uma olhadinha em nossa página na internet” . Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo “+” e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje

Tabela 2: “Jornal Hoje” terça-feira 07/12/2010

QUARTE-FEIRA, 08 DE DEZEMBRO DE 2010

Horário do Jornal: 13h15- 13h45

Tempo do Jornal sem intervalos: 24'04"

Tempo total do Jornal: 30'

REFERENCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	1'45"	Não
Link: Um aluno do curso de Educação Física matou um professor com uma faca; Matéria 1	2'45	7 Sim. Na matéria que entra em seguida à participação ao vivo da repórter são exibidas imagens da universidade onde o crime ocorreu, cedidas por um cinegrafista amador.
Matéria 2: Como mudar a situação de violência nas escolas?	2'40"	8 Sim Ao longo da matéria são inseridas imagens de violência nas escolas, gravadas por diferentes cinegrafistas amadores.
Matéria 3: Duas irmãs siamesas que há dez meses estavam unidas pela barriga, foram separadas por uma cirurgia delicada. Os médicos disseram que a operação foi um sucesso e que as meninas se recuperaram bem.	2'07"	Não
Previsão do tempo com Flavia Alvarenga	48"	Não
Nota simples: Liberada hoje a consulta ao último lote de restituição do imposto de renda.	-	9 Sim. Evaristo diz: "Quem ainda não recebeu a restituição e não estiver nessa lista é porque caiu na malha fina. Confira acessando a nossa pagina na internet" Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje
Link: Dia de Nossa Senhora da Conceição, uma grande festa acontece em Pernambuco.	-	Não
Link: Os 30 anos da morte do beatle John Lennon.		Não
Edição do Jornal Hoje de 08 de dezembro de 1980, que noticiava a morte de John Lennon, é colocada no ar.	1'40"	Não

Editoria "O mundo em um minuto".	1'	Não	
Nota coberta: Quadro "É curioso": Professor se submeteu a uma cirurgia na cabeça para implantar uma câmera digital. Tudo que a câmera captar será transmitido cada minuto pela internet.	27"	Não	
Matéria 4: Pesquisadores de Santa Catarina comprovaram que a dança tem o mesmo efeito dos exercícios físicos para as pessoas mais velhas.	2'15"	Não	
Matéria 5: Quais modelos de biquínis estão na moda e quais combinam com cada tipo de corpo.	2'	Não	

Tabela 3: "Jornal Hoje" quarta-feira 08/12/2010

QUINTA-FEIRA, 09 DE DEZEMBRO DE 2010 Horário do Jornal: 13h15- 13h45 Tempo do Jornal sem intervalos: 25'29" Tempo total do Jornal: 30'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	1'25"	Não
Matéria 1: Policiais paraguaios cobram propina de motoristas brasileiros que atravessam a fronteira da Ponte da Amizade.	2'	Não
Link: Polícia faz operação em favelas da zona Oeste do Rio de Janeiro e checam denúncias de que traficantes do Complexo do Alemão estariam escondidos na região.	-	Não
Matéria 2: Desabamento de casas na zona Oeste de São Paulo deixa famílias desabrigadas.	2'05"	10 Sim. A matéria começa com imagens gravadas pelos moradores vítimas do desabamento.
Quadro "Vai dar o que falar". Evaristo: "O que você acha de tirar a carteira de motorista aos 16 anos?" Sandra: "Essa proposta que está na câmara dos deputados é o sonho dos adolescentes e o pesadelo para os pais. O que você acha disso?"	4'	11 Sim. Ao final da matéria entra ao vivo a repórter Giovana Teles, que traz dois entrevistados, um com uma opinião favorável e outro com opinião contrária a proposta de tirar a carteira de motorista aos 16 anos. Após ouvir a opinião dos entrevistados a repórter pergunta diretamente ao telespectador: "E você, é a favor ou contra essa proposta? Diga o que você acha, deixe a sua opinião na página do Jornal Hoje na internet" Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje Na volta para o estúdio Sandra diz: "A gente quer saber muito né, do internauta, o que ele acha disso, porque de fato é uma proposta muito polêmica" .
Nota coberta: A nova prova do ENEM.	35"	Não
Previsão do tempo com Flavia Alvarenga.	50"	Não

Nota simples: Crescimento do PIB.	-	Não	
Matéria 3: Funcionários de um hospital criaram uma gincana diet para emagrecer.	2'35"	Não	
Editorial "O mundo um minuto"	1'	Não	
Matéria 4: Rock in Rio 2011.	1'40"	Não	
Matéria 5: Como a internet pode ser usada para o bem.	2'05"	12 Sim. Na volta para o estúdio Evaristo diz: "Nós mesmos ficamos aqui, totalmente ligados durante o Jornal com nossos telespectadores". E Sandra complementa: "Super conectados. E se você tem alguma dica pra compartilhar com a gente, e só entrar na nossa pagina na internet AGORA". Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje	

Tabela 4: "Jornal Hoje" quinta-feira 09/12/2010

SEXTA-FEIRA, 10 DE DEZEMBRO DE 2011 Horário do Jornal: 13h15- 13h45 Tempo do Jornal sem intervalos: 26'59" Tempo total do Jornal: 30'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	1'22"	Não
Link: Assassinato do prefeito de Jandira	-	Não
Matéria 1: Desrespeito aos deficientes físicos	2'30"	13 Sim. Na volta para o estúdio Sandra diz: "Na nossa pagina na internet você encontra detalhes sobre as leis que garantem o acesso aos deficientes." Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje
Link: A partir de agora os homossexuais têm direito a pensão e outros benefícios do companheiro	-	14 Sim. Ao final da matéria a repórter Giovana Telles diz: "Outras informações sobre o assunto você encontra na pagina do Jornal Hoje na internet" . Não apareceu, como de costume, o site do Jornal na tela.
Matéria 2: Comprar sem ver o produto. É preciso tomar alguns cuidados e seguir um manualzinho de compras.	2'20"	Não
Nota coberta: Uma equipe de reportagem da LBV morreu após a queda de um avião em Minas Gerais	22"	Não
Nota coberta: Duas turistas alemãs ficaram feridas num acidente no Porto do Recife	15"	Não
Nota coberta: As notas de 50 e 100 reais entram em circulação na próxima segunda-feira em todo o país.	15"	Não
Matéria 3: Uma aula sobre saúde. No Maranhão um grupo de idosos voltou pra escola pra aprender a se alimentar melhor.	2'	Não
Propaganda interna: No Globo Repórter de hoje: O sexo na vida brasileira, mitos e verdades.	-	Não
Previsão do tempo com Flávia Alvarenga	43"	Não

Resultado da enquete de ontem	-	15 Sim. Sandra diz: “Ontem nós perguntamos aos internautas: Vocês concordam que adolescentes de 16 anos possam tirar a carteira de motorista? E adivinha só a resposta?” Evaristo: “Mais de 20 mil internautas deixaram a sua opinião na nossa página na internet, 62% concordam e 38% discordam.”
Link: A iraniana condenada à morte por apedrejamento não foi libertada. O Irã desmentiu a informação que circulou de que Sakineh Ashtiani estaria livre.	-	Não
Nota coberta: Uma cadeira vazia representou hoje o prêmio Nobel da Paz.	25”	Não
Nota coberta: A polícia inglesa vai abrir uma investigação para apurar os protestos violentos que pararam ontem a capital inglesa. Nem a família real inglesa escapou da ira dos manifestantes.	25”	Não
Matéria 4: Zoológico sem grades e sem janela.	3’27”	Não
Quadro “To de folga”. Sandra: “ No ‘to de folga’ de hoje nós vamos embarcar pro Nordeste. Um passeio no litoral Sul de Pernambuco ”. Evaristo: “ E é só você dar uma ESTICADINHA pra conhecer um pouquinho de Alagoas ”.	3’15”	16 Sim. Na volta para o estúdio Evaristo diz: “ E você pode rever esse roteiro e também dar sugestões de passeio lá na nossa página na internet ”. Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo “+” e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje

Tabela 5: “Jornal Hoje” sexta-feira 10/12/2010

SÁBADO, 11 DE DEZEMBRO DE 2010 Horário do Jornal: 13h15- 13h45 Tempo do Jornal sem intervalos: 23'52" Tempo total do Jornal: 30'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	1'03"	Não
Link: Preso um diretor de uma das torcidas organizadas do Atlético Mineiro suspeito de matar um torcedor do Cruzeiro.	-	Não
Matéria 1: A justiça decretou a prisão temporária dos quatro acusados de assassinar o prefeito de Jandira na grande São Paulo.	45"	Não
Matéria 2: Há duas semanas do natal e não falta gente batendo perna por aí. Mas o que os consumidores não perceberam ainda é que além de gastar dinheiro com essa maratona, eles gastam também muitas calorias.	1'48"	Não
Matéria 3: Mariana diz: "E hoje, sábado, é dia de lavar o carro. Você provavelmente acha que é fácil, não tem segredo. Mas não é bem assim. Uma lavagem errada pode manchar, riscar a pintura e até danificar o motor" .	2'	Não
Previsão do tempo.	32"	Não
Matéria 4: Centenário de Noel Rosa. Mariana diz: "E no dia do centenário de Noel Rosa o Jornal Hoje faz um convite pra você. Vamos dar uma volta por Vila Izabel? Bairro carioca que guarda lembranças do Poeta da Vila, um dos criadores do samba" .	2'25"	17 Sim. Na volta para o estúdio Mariana diz: "Ficou com gosto de 'quero mais'? Tem mais Noel Rosa na nossa página na internet." Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje
Quadro "Dicas domésticas" (de natal). Como decorar uma mesa para a ceia de natal.	55"	Não

Matéria 5: Terminou com um acordo modesto a Conferência do Clima em Cancun, no México.	30"	Não	
Especial "Crônicas de New York". A fotografia é o tema da coluna de hoje.	3'30"	18 Sim. Na volta para o estúdio Mariana diz: " Ficou com vontade de ir a New York? Então vá a nossa página na internet e viaje para lá virtualmente ". Surge em GC o logo do Jornal junto ao símbolo "+" e o site do Jornal: www.globo.com/jornalhoje	
Nota coberta: Vários bairros do Rio de Janeiro ficaram sem luz essa manhã.	32"	Não	
Matéria 6: Em pleno século XXI o Brasil ainda tem cerca de 10 mil índios que vivem isolados. Você vai ver agora uma cena rara, o contato entre agentes da FUNAI e os quase desconhecidos Corubos.	5'05	Não	

Tabela 6: "Jornal Hoje" sábado 11/12/2010

5.4 Semiótica e as estratégias enunciativas

Para que se compreenda a análise do objeto “Jornal Hoje” é preciso antes tomar contato com alguns conceitos fundamentais da semiótica. De acordo com Barros (2002), para construir o sentido de um texto, a semiótica concebe o seu plano de conteúdo por meio de seu percurso gerativo, o qual é composto por três etapas: a primeira recebe o nome de nível fundamental ou das estruturas fundamentais, nele aparece a significação como uma oposição semântica mínima, como explica Fiorin, “A semântica do nível fundamental abriga as categorias semânticas que estão na base da construção de um texto” (2009, p.21); a segunda é o nível narrativo ou das estruturas narrativas, onde a narrativa é organizada a partir do ponto de vista de um sujeito. Com relação ao nível narrativo, Fiorin (2009) explica que uma narrativa complexa é estruturada em uma sequência canônica que compreende quatro fases: a manipulação, a competência, a performance e a sanção. Na fase da manipulação, um sujeito age sobre o outro com o intuito de fazê-lo querer e/ou dever fazer alguma coisa; Barros explica que “[...] na manipulação, o destinador propõe um contrato e exerce a persuasão para convencer o destinatário a aceitá-lo” (2002, p.28). Existem quatro tipos principais de manipulação, explicados por Fiorin:

“Quando o manipulador propõe ao manipulado uma recompensa, ou seja, um objeto de valor positivo, com a finalidade de levá-lo a fazer alguma coisa, dá-se a tentação. Quando o manipulador o obriga a fazer por meio de ameaças, ocorre uma intimidação. Se o manipulador leva a fazer manifestando um juízo positivo sobre a competência do manipulado, há uma sedução. Se ele impele à ação, exprimindo um juízo negativo a respeito da competência do manipulado, sucede uma provocação” (FIORIN, 2009, p. 30)

Na fase da competência o sujeito que irá realizar a transformação central da narrativa é dotado de um querer e/ou dever, e/ou saber, e/ou poder fazer, esses são os chamados objetos modais, cuja obtenção é necessária para realizar a performance principal. Na fase da performance é onde se dá a transformação de um estado a outro, a transformação central da narrativa, é a fase onde o sujeito cumpre seu objetivo, alcança uma meta. E finalmente na fase da sanção constata-se que a performance se realizou e há o reconhecimento do sujeito que operou a transformação. Ocasionalmente nessa fase são distribuídos prêmios e castigos, mas sempre estará presente a constatação de que a performance aconteceu. A terceira

etapa do percurso gerativo se sentido é o nível discursivo ou das estruturas discursivas, onde a narrativa é assumida pelo sujeito da enunciação. Fiorin explica que

“discurso é uma unidade do plano do conteúdo, é o nível do percurso gerativo de sentido em que formas narrativas abstratas são revestidas por elementos concretos. Quando um discurso é manifestado por um plano de expressão qualquer, temos um texto” (2009, p.45).

Feitas essas observações teóricas com relação à semiótica, podemos voltar a análise do “Jornal Hoje”. A observação e análise dos eventos ocorridos no “Jornal Hoje” revelou diferentes estratégias enunciativas, formas de persuasão, utilizadas para convencer o telespectador a interagir pelo site do telejornal. Todos os conteúdos extras e formas de participação pelo site do telejornal, certamente se devem à tentativa dos enunciadores do telejornal de buscar proximidade com seus telespectadores e atender às expectativas de um consumidor mais participativo, que quer opinar, sugerir, ações tão comuns hoje às mídias digitais. De acordo com Fiorin, quando se produz um enunciado, o enunciador realiza um fazer persuasivo, ou seja, tenta convencer o enunciatário a aceitar o que ele diz. Para conseguir exercer essa persuasão, o enunciador se utiliza de procedimentos argumentativos (2009). Os eventos em que as estratégias eram utilizadas foram chamados aqui de eventos interativos e estão enumerados nas tabelas acima de 1 a 18 na terceira coluna. Foi possível distinguir cinco diferentes categorias de estratégias enunciativas principais. São elas: Contribuição; Mais informação; Valorização da opinião; Exclusividade e Personalização. Vale lembrar que as análises a seguir são do ponto de vista do sujeito destinador, ou seja, dos enunciadores do “Jornal Hoje”, que criam um efeito de sentido de participação- de acordo com o Dicionário de Semiótica “Efeito de sentido [...] é a impressão de ‘realidade’ produzida pelos nossos sentidos, quando entram em contato com o sentido, isto é, com uma semiótica subjacente” (2008, p.155-156).

Por questões metodológicas, os apresentadores e repórteres do telejornal serão chamados nas análises de destinador e o telespectador destinatário, pois

segundo o Dicionário de Semiótica, esses termos designam em sua acepção mais geral os dois actantes da comunicação⁴⁷.

5.4.1 Contribuição

Essa estratégia foi assim chamada pela constatação de que os destinadores do Telejornal criam um efeito de sentido de valorização da contribuição do telespectador pelo site, como se esse passasse a ser, com a contribuição, integrante do telejornal, seja por uma sugestão de pauta ou pelo envio de fotos ou vídeos com conteúdos noticiosos. Nos eventos 2, 3, 7, 8, 10, 12 e 16 pode-se observar essa valorização. Vejamos o exemplo do evento interativo 3:

Segunda-feira, 06/12/10

Quadro “Você faz a notícia”. A matéria exibida nesse quadro atende à sugestão de pauta do telespectador. A matéria desse dia ensinava as telespectadoras a cuidarem de seus cabelos encaracolados. Antes do início da matéria, os apresentadores começaram um bate papo informal (com muitos sorrisos) sobre a eterna insatisfação das mulheres com seus cabelos. Vamos dividir o trecho a ser analisado em letra A e B:

A- Ao chamar a matéria, a apresentadora do telejornal diz:

“E atendendo aos pedidos de nossas telespectadoras, vamos falar sobre cabelos encaracolados”

O objeto-valor desse texto é a participação, um pedido foi aceito (“e atendendo aos pedidos”), fazendo da participação pelo site um valor positivo. No nível narrativo, observamos no texto acima a quarta fase da sequência canônica, a sanção, pois constata-se que a performance do sujeito se realizou e por isso o mesmo recebeu um prêmio: ver sua sugestão de pauta atendida. A partir desse texto, que evidencia uma sanção, podemos pressupor que houve anteriormente uma manipulação por tentação (“envie sua sugestão de reportagem para o Jornal Hoje”), que foi aceita pelo sujeito dotado da competência do saber e poder fazer, e que realizou a

⁴⁷ GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. Dicionário de Semiótica. São Paulo: Contexto, 2008.

performance ao enviar sua sugestão pelo site. Temos então a passagem de um sujeito inicialmente em estado disjunto para um estado conjunto com o objeto participação.

B- Na volta para o estúdio, depois da exibição da matéria, Evaristo diz:

“Mande também sua sugestão de reportagem para o Jornal Hoje, Nós lemos todas as mensagens. É só entrar na nossa página na internet”

Esse texto cria um efeito de sentido de “valorização” daqueles telespectadores que mandarem sua sugestão de pauta: “nós lemos todas as mensagens”, assim, sua mensagem também será lida. No nível narrativo, temos mais evidente no texto acima a primeira fase da sequência canônica, a manipulação, nesse caso a manipulação por tentação, pois o manipulador propõe ao manipulado uma recompensa, um objeto de valor positivo, ser lido e atendido, assim como o enunciatário que aceitou a manipulação e teve sua sugestão de pauta atendida, uma matéria que falasse sobre cabelos encaracolados. Com relação às demais fases da sequência canônica do texto, não é possível saber se o enunciatário cedeu ou não à manipulação, o texto não dá pistas disso. Cabe aqui uma observação quanto ao momento em que o destinador desse texto se dirige ao destinatário. Quando o destinador (na figura do apresentador) diz: “Mande também sua sugestão de reportagem para o Jornal Hoje, Nós lemos todas as mensagens. É só entrar na nossa página na internet”, o mesmo enfatiza a palavra “todas” por meio de um tom mais alto e firme (“**TODAS**”), certamente como forma de garantir ao telespectador que escrever para o telejornal que ele será de fato lido.

5.4.2 Mais informação

Nos textos que fazem parte desta estratégia pode-se observar que o destinador profere discursos, definidos por Barros como a “[...] narrativa ‘enriquecida’ pelas opções do sujeito da enunciação que assinalam os diferentes modos pelos quais a enunciação se relaciona com o discurso que enuncia” (2002, p.85), que levam o destinatário a acreditar que pelo site ele terá mais detalhes, mais informações que àquelas transmitidas pelo telejornal, aqui o manipulador propõe ao manipulado uma gratificação pela visita ao site, mais informação, ou seja,

há uma manipulação por tentação. Essa estratégia pode ser notada nos eventos interativos 4, 5, 9, 13, 14, 17 e 18. Vejamos o exemplo do evento interativo 17:

Sábado, 11/12/10

A matéria trata do centenário do nascimento de Noel Rosa.

Ao chamar a matéria, a apresentadora Mariana Godoy, de forma descontraída, faz um convite direto ao telespectador: “E no dia do centenário de Noel Rosa o Jornal Hoje faz um convite pra você. Vamos dar uma volta por Vila Izabel? Bairro carioca que guarda lembranças do Poeta da Vila, um dos criadores do samba”. O trecho analisado será o que foi dito pela apresentadora na volta para o estúdio, quando terminou a matéria a apresentadora diz:

“Ficou com gosto de quero mais? Tem mais Noel Rosa na nossa página na internet.”

O texto acima evidencia a primeira fase da sequência canônica, a manipulação e nesse caso uma manipulação por tentação, pois o destinatário que aceitar essa manipulação e que, dotado das competências modais, realizar a performance proposta, será recompensado com mais informação a respeito de Noel Rosa. Entretanto, nesse texto não é possível saber se o destinatário aceitou ou não a manipulação. O destinatário pode escapar da manipulação e isso é “[...] recusar-se a participar do jogo do destinador [...]” (BARROS, 2002, p. 33), ou seja, nem todos os destinatários irão visitar e participar do site do Telejornal, pois o destinatário, na execução de um fazer interpretativo, julga se o discurso proferido pelo manipulador lhe serve ou não. Fiorin explica que em uma narrativa os objetos modais, o querer, o dever, o saber e o poder fazer, são elementos necessários para se realizar a performance (visitar o site do telejornal), ou seja, mudar de um estado disjunto para um estado conjunto com o objeto. Mas “[...] quando se diz que um querer, um dever, um saber, um poder estão presentes numa narrativa, pressupõe também a existência de um não querer, um não dever, um não saber e um não poder.” (FIORIN, 2009, p. 32). Quando ao final da matéria a destinadora do telejornal diz: “Ficou com gosto de quero mais? Tem mais Noel Rosa na nossa página na internet”, no exato momento em que ela diz **“tem mais”**, surge em GC (gerador de caracteres) o logotipo do telejornal junto ao símbolo “+” e o site do Jornal Hoje, e isso se repete sempre que o telespectador é convidado a interagir pelo site do

telejornal, criando sempre um efeito de sentido de que o telespectador pode ter mais informações pelo site.

5.4.3 Valorização da opinião

Nessa estratégia enunciativa o destinador do Telejornal articula um discurso com efeito de sentido de valorização da opinião dos telespectadores, que são incentivados a responder perguntas ou enquetes feitas durante o telejornal, mas que só permitem a participação àqueles que acessarem o site do telejornal. Vejamos o exemplo do evento interativo 11:

Quinta-feira, 09/12/10, quadro “Vai dar o que falar” (quadro que normalmente aborda propostas políticas polêmicas). Essa matéria polemizava a proposta da Câmara dos Deputados de permitir que aos 16 anos se possa tirar a carteira de motorista.

Vejamos a análise de dois trechos da matéria, que serão divididos em letra A e B:

A- No final da matéria a repórter Giovana Teles diz:

“E você, é a favor ou contra essa proposta? Deixe a sua opinião na página do Jornal Hoje na internet”

Nesse texto está evidente a primeira fase da sequência canônica, a manipulação, e nesse caso uma manipulação por sedução, quando o manipulador leva o manipulado a realizar algo manifestando um juízo positivo sobre ele. Pressupõe-se que o destinador do telejornal julga o destinatário competente para realizar a ação de entrar no site e votar na enquete. Neste primeiro momento não é possível verificar se o destinatário irá aceitar ou não a manipulação.

B- Quando termina a matéria, na volta para o estúdio, a apresentadora diz:

“A gente quer saber muito né, do internauta, o que ele acha disso, porque de fato é uma proposta muito polêmica”

No nível narrativo desse texto aparece novamente a manipulação. Mas até aí não é possível descobrir se o destinatário “internauta” cedeu à manipulação. Entretanto, no dia seguinte a essa matéria, (sexta, 10/12/10) a apresentadora do telejornal diz:

“Ontem nós perguntamos aos internautas: Vocês concordam que adolescentes de 16 anos possam tirar a carteira de motorista? E adivinha só a resposta?” Evaristo:

“Mais de 20 mil internautas deixaram a sua opinião na nossa pagina na internet, 62% concordam e 38% discordam.” Nesse texto é possível constatar que um sujeito, dotado das competências modais do querer e do poder participar, realizou a performance, ele entrou no site do telejornal e votou na enquete. Tem-se então a passagem de um sujeito inicialmente em estado disjunto para um estado conjunto com o objeto enquete.

5.4.4 Exclusividade

A estratégia enunciativa de exclusividade acontece quando os destinadores do Telejornal, ao propor conteúdos produzidos “especialmente” para os destinatários que acessarem o site do Jornal, criam um efeito de sentido de exclusividade, pois somente aqueles telespectadores que acessarem o site do telejornal terão acesso a algo exclusivo e especial produzido para eles. Temos um exemplo dessa estratégia no evento interativo 6, vejamos:

Terça-feira, 07/12/10

A matéria fala sobre uma receita que pode se tornar um presente de natal. Para anunciar a matéria o apresentador diz: “Você já almoçou? Que tal um receita que pode até virar presente”. Quando termina a matéria a apresentadora diz:

“Nós preparamos uma receita exclusiva pros nossos internautas, um bolinho. Pra que adora chocolate então, ta assim ó [a apresentadora faz um gesto de “muito” com as mãos]. Dê uma olhadinha em nossa página na internet”

No nível narrativo, o texto acima evidencia a primeira fase da sequência canônica, a manipulação, e nesse caso uma manipulação por tentação, pois o destinatário que aceitar a manipulação e visitar o site, será recompensado com um conteúdo exclusivo (receita). Por meio do texto mencionado, não é possível saber se o destinatário irá ceder ou não à manipulação, isso dependerá de seu fazer interpretativo. Quando o destinador do discurso diz: “Nós preparamos uma receita exclusiva pros nossos internautas, um bolinho. Pra que adora chocolate então, ta assim ó [a apresentadora faz um gesto de “muito” com as mãos]. Dê uma olhadinha em nossa página na internet”, ele se comporta de maneira descontraída e com

muitos sorrisos. No trecho **“pra que adora chocolate então, ta assim ó”**, onde o destinador gesticula com as mãos em sinal de “muito”, ele dá a entender que o destinatário que acessar o site terá mais que uma receita, terá sim muitas outras, destinadas principalmente para aqueles que gostam de chocolate.

5.4.5 Personalização

Nessa estratégia enunciativa o destinador do telejornal convida o destinatário a interagir pelo site do telejornal para ter a possibilidade de dialogar diretamente pelo site (por meio de um chat) com um destinador que possui um discurso que o interessa. Como no evento interativo 1. Vejamos:

Segunda-feira, 06/12/10

A matéria, inserida no quadro “Mercado de trabalho”, fala sobre as demandas de trabalhos temporários de final de ano. Quando a matéria termina, no estúdio os apresentadores avisam:

“Depois do Jornal Hoje você pode participar de um bate papo com um consultor do SEBRAE. Ele vai dar dicas de como montar um negócio extra pra aumentar sua renda agora no final do ano”.

No nível narrativo desse texto é mais evidente a primeira fase da sequência canônica, a manipulação, e nesse caso a manipulação por tentação, ou seja, o destinatário que aceitar a manipulação e que dotado das competências modais do poder e querer fazer, realizar a performance, ou seja entrar no site e participar do bate papo com o consultor do SEBRAE, irá aprender a montar um negócio extra e poderá aumentar sua renda.

5.5 Sobre as estratégias enunciativas no “Jornal Hoje”

A classificação das estratégias enunciativas em cinco diferentes categorias foram assim divididas para mostrar as diversas maneiras que os enunciadores do telejornal utilizam para tentar convencer os telespectadores a interagirem pelo site do telejornal, todas elas têm como plano de fundo a intenção dos destinadores do telejornal de convencer o telespectador a **“participar”**. Na relação enunciativa do

“EU” que falo para o “TU” que escuta há valores que são colocados em circulação. No caso do “Jornal Hoje” acontece a valorização da participação. Assim, todas as estratégias do “EU” que falo (os enunciatários do “Jornal Hoje”) é para que o “TU” destinatário do discurso (enunciatários do Telejornal) acredite que ele precisa de mais informação e o site do Telejornal é onde ele vai conseguir suprir suas necessidades informativas. Os eventos interativos são como indicadores de que existe algo mais e exclusivo para os visitantes do site.

Um sujeito está sempre em relação a um objeto ou a outro sujeito. No caso da relação entre o destinador do Telejornal e o destinatário, deve haver uma relação de conjunção, pois a emissora existe em função de seu sujeito-receptor e para estar sempre em uma relação de conjunção (união) com esse, a emissora utiliza diversas estratégias enunciativas. O discurso do telejornal é sempre eufórico, positivo, nele não é apresentado o percurso do antissujeito, aquele destinatário que não irá ceder à manipulação ou aquele destinatário que, apesar de ter sugerido uma pauta no site, não teve sua solicitação atendida pelos destinadores do telejornal.

Outra característica recorrente do Jornal Hoje é a postura dos apresentadores ao longo de todo o telejornal, eles mantêm uma atmosfera descontraída, com muitos sorrisos, de bate papo com os telespectadores, sempre os convidando a participar, fazem perguntas diretas a eles, o que cria um efeito de contato com quem está assistindo ao telejornal, tem-se dessa forma um simulacro de diálogo, de troca. Mas na realidade, há por parte dos destinadores do telejornal uma manipulação de massa que atinge individualmente um telespectador (discurso com amplo uso de vocativos). A estrutura discursiva do telejornal cria um efeito de sentido de um para um, mas de fato não há personalização, mas sim um todo englobante, mas que faz com que o destinatário se sinta contemplado.

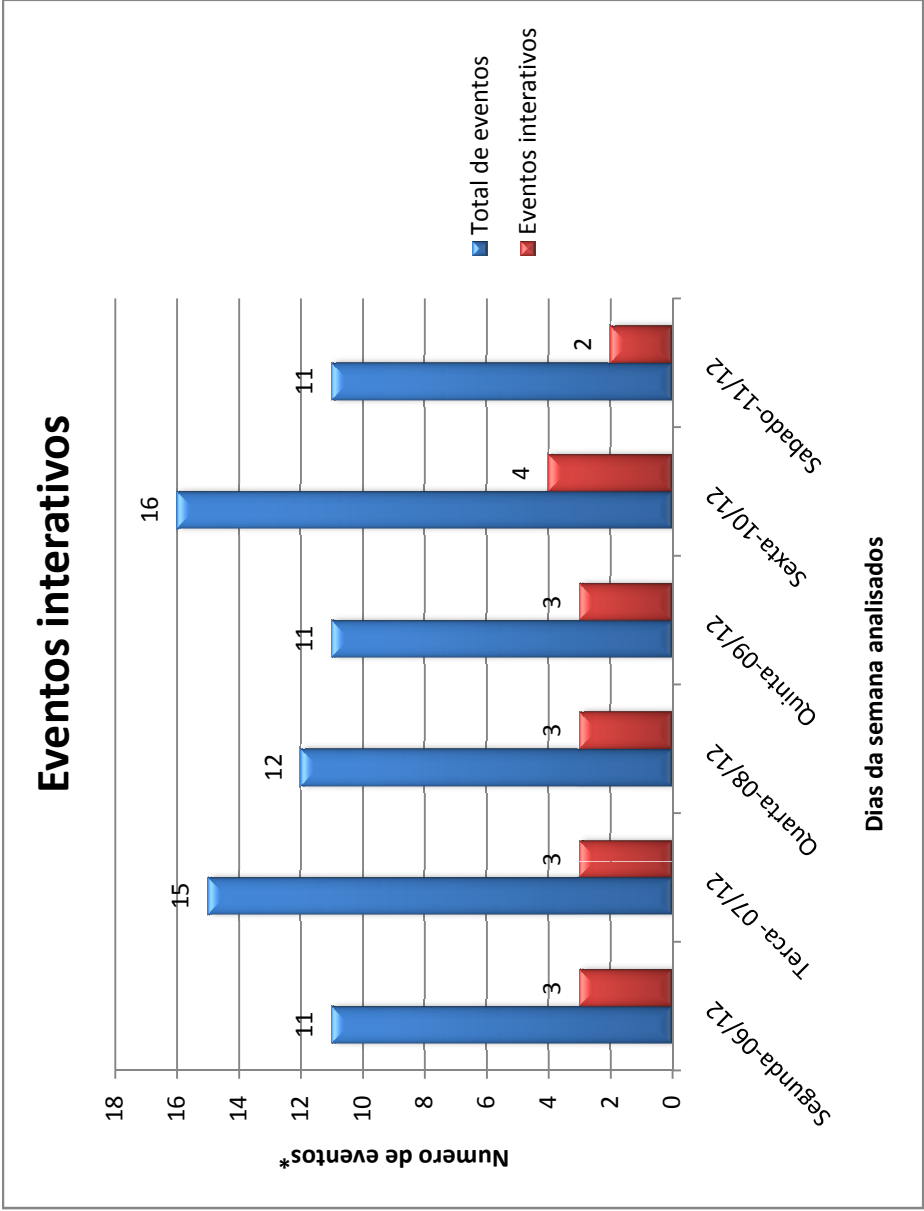
Como a Semiótica Francesa estuda a linguagem, ela dialoga com outras formulações teóricas, como a linguística. Na maior parte dos eventos interativos do “Jornal Hoje”, foi possível detectar, principalmente, uma das funções de linguagem criadas por Roman Jakobson, a função conativa. Samira Chalhub, estudiosa das funções da linguagem de Jakobson, explica que a função conativa enfatiza o receptor de uma mensagem: “quando a mensagem está orientada para o destinatário, trata-se aí da função conativa. Esta palavra tem sua origem no termo latino *conatum*, que significa tentar influenciar alguém através de um esforço” (1995, p. 22). Tanto é a tentativa de convencer alguém de algo que a função conativa é

chamada também de apelativa “[...] numa função verbal do emissor de se fazer notar pelo destinatário, seja através de uma ordem, exortação, chamamento ou invocação, saudação ou súplica” (CHALHUB, 1995, p. 22). A função conativa é expressa principalmente por meio de vocativos, como “você” e sentenças imperativas, que tentam convencer o destinatário a fazer algo. Na maior parte dos eventos interativos analisados, o apresentador/destinador ou repórter/destinador, incita o telespectador a interagir pelo site tratando-o por “você” e emitindo sentenças imperativas, como: “Mande também sua sugestão de reportagem” (evento interativo 3); “E você, é a favor ou contra essa proposta? Diga o que você acha, deixe a sua opinião na página do Jornal Hoje na internet” (evento interativo 11). Logo, é possível constatar por diversos momentos, a recorrência da função conativa nos discursos produzidos pelos enunciatários do “Jornal Hoje”.

A necessidade do “Jornal Hoje” convidar o telespectador a interagir por meio de outro suporte é característica desse momento pré-convergente, pois a televisão analógica não permite os mesmos recursos interativos da internet. Uma das principais características que os telejornais foram adquirindo ao longo dos anos é a de veicular apenas os principais acontecimentos e não se aprofundar em qualquer um deles. Com a internet como aliada, abre-se então uma perspectiva para o aprofundamento e prolongamento das notícias. Com o digital a televisão deverá se tornar uma mídia convergente e permitir recursos similares àqueles da internet.

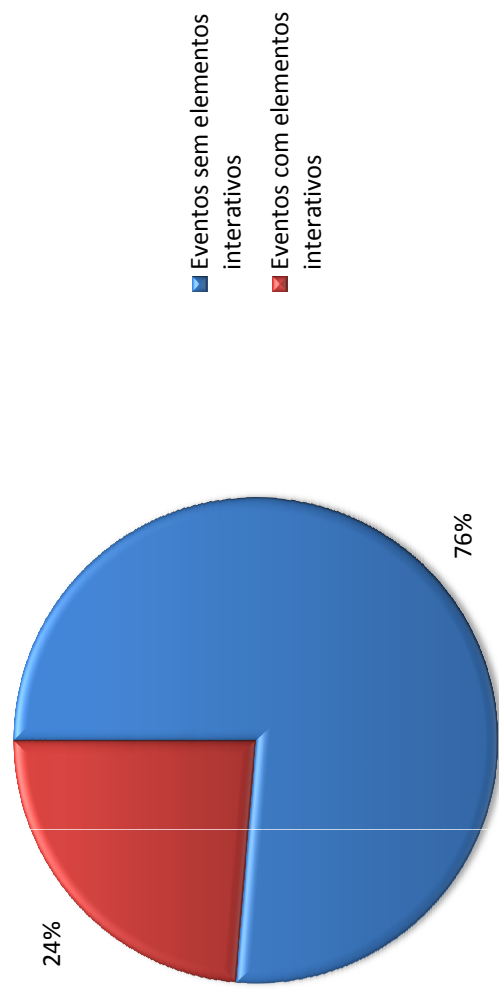
5.6 Indicadores

Os indicadores a seguir foram elaborados a partir dos eventos interativos ocorridos na semana de gravação do *corpus*, com o objetivo de mostrar a porcentagem do “Jornal Hoje” que pode ser considerada interativa e em quais editorias esses eventos ocorreram.

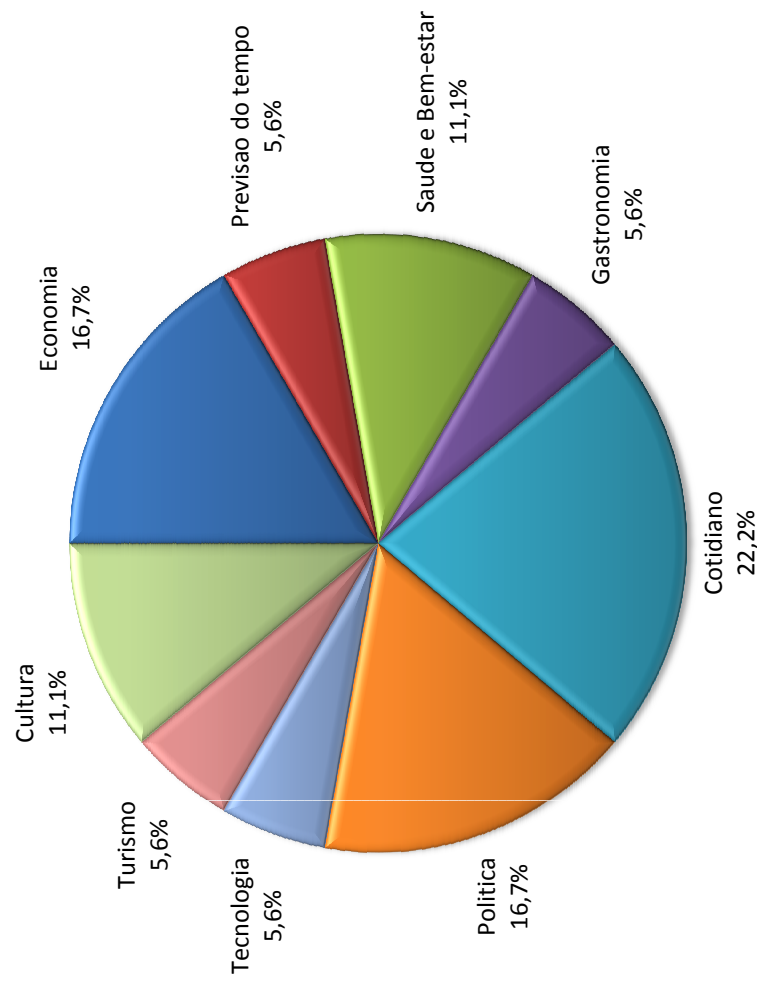


* Os eventos foram as ocorrências dentro do telejornal: matéria, link, quadros, previsão do tempo, nota simples e nota coberta.

Porcentagem interativa do Jornal Hoje na semana de 06 a 11/12/2010



Editoriais em que ocorreram eventos interativos no Jornal Hoje, na semana de 06 a 11/12/2010



5.7 “Jornal Globo News”

O “Jornal Globo News” foi escolhido como objeto dessa pesquisa pelo fato de ser produzido e veiculado na plataforma digital. Assim, seria possível observar os recursos interativos que são, ou não, utilizados por esse telejornal e assim fazer um comparativo com o “Jornal Hoje”, de plataforma analógica. Inicialmente a hipótese era que esse telejornal fazia amplo uso de recursos interativos e que por isso mantinha com seus telespectadores uma relação de proximidade.

A Globo News é o canal de notícias 24 horas por dia das Organizações Globo e foi criado em 15 de outubro de 1996, pela jornalista Alice Maria⁴⁸. O “*Jornal Globo News*” é um telejornal transmitido pela Globo News, que informa a cada hora as principais notícias no Brasil e no mundo. O telejornal é conhecido pela rapidez com que divulga os principais acontecimentos, atualizados a cada nova edição⁴⁹. Buscou-se saber mais a respeito desse telejornal, desde quando está no ar, quem são seus apresentadores, porém, essas informações não foram encontradas nas fontes oficiais da Globo News, foram encontradas apenas algumas informações no Wikipédia.

5.7.1 Gravação do *corpus*

Para uma comparação mais próxima com o “Jornal Hoje, foi escolhida a edição das 13h do “Jornal Globo News”, a qual tem em média 25 minutos de duração. Foi feita a gravação entre os dias 22 e 27 de agosto de 2011, de segunda a sábado. No sábado, entretanto, foi realizada a gravação do “Jornal Globo News” edição das 12h, pois a edição das 13h é exibida somente de segunda a sexta-feira.

5.7.2 Tabelas

Logo abaixo estão as tabelas (seis no total) divididas por dias da semana, de segunda-feira, dia 22 de agosto, até sábado, dia 27. Nessas tabelas constam todos os eventos diários que ocorreram no telejornal, como matérias, notas, links, todos em ordem de ocorrência.

⁴⁸ Globo News. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Globo_News> Acesso em out. de 2011

⁴⁹ Jornal Globo News. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornal_da_Globo_News> Acesso em out. de 2011

SEGUNDA-FEIRA 22 AGOSTO 2011 Horário do Jornal: 13h Intervalo: um de 1'25" Tempo total do Jornal: 25'			
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO	
Escalada	47"	Não	
Nota simples: A batalha de Trípoli	1'13"	Não	
Matéria: A batalha de Trípoli	1'52"	Não	
Nota simples: Crise na Líbia	35"	Não	
Matéria: Líderes internacionais pedem renúncia imediata de Kadafi	1'18"	Não	
Nota coberta: ONU vai apoiar a Líbia no caminho para a democracia, afirma Secretário-Geral	45"	Não	
Nota simples: Com a iminente queda de Kadafi, rebeldes focam na retomada da produção de petróleo	55"	Não	
Editorial "Brasil": matéria: Continuam internados os 57 recrutados que passaram mal no treinamento	2'58"	Não	
Matéria: Passa bem o recém nascido encontrado numa rua da grande São Paulo	2'05"	Não	
INTERVALO	1'25"	Não	
Nota coberta: Aeroporto é leilado na Bovespa	37"	Não	
Nota simples: Mais demissões no Ministério do Turismo	27"	Não	
Matéria: Peritos apuram queda de camarote no show de Ivete Sangalo que feriu 35	2'47"	Não	
Nota coberta: Bando rouba caminhão de eletrônicos em São Paulo	40"	Não	
Matéria: Terminou a greve dos operários no Maracanã no Rio de Janeiro	1'20"	Não	

Tabela 7: "Jornal Globo News" de segunda-feira, 22 de agosto de 2011

TERÇA-FEIRA, 23 AGOSTO DE 2011 Horário do Jornal: 13h Intervalo: um de 1'11" Tempo total do Jornal:25'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	47"	Não
Link: Ministro da Agricultura diz que vai atuar "com a melhor equipe disponível"	1'57"	Não
Matéria: Demétrio Vilagra assume prefeitura garantindo transparência	24"	Não
Nota simples: Brasileiros gastaram US\$1,7 bilhão em julho no exterior	33"	Não
Por telefone ao vivo repórter Camila Bonfim de Brasília: Mantega pede contenção de gastos no Senado	2'50"	Não
Matéria: Comandante da PM/RJ diz que policiais militares participaram de morte da juíza	2'08"	Não
Matéria: Crianças apreendidas em São Paulo fazem quebra-quebra no Conselho Tutelar	1'46"	Não
INTERVALO	1'11"	Não
Nota simples: A batalha de Trípoli	51"	Não
Matéria: A batalha de Trípoli	2'04"	Não
Matéria: Informações e rumores são usados como armas no conflito da Líbia	1'09"	Não
Matéria: OTAN reafirma que Kadafi não é alvo de seus bombardeios	31"	Não
Nota coberta: ONU cria comissão de inquérito para investigar repressão a manifestantes na Síria	42"	Não
Matéria: Justiça de Nova York confirma retirada de acusações contra Dominique Strauss-Kahn	1'19"	Não
Nota simples: Standard and Poor's anuncia saída do presidente	30"	Não
Nota simples: Costa Leste Americana em alerta para a chegada do furacão Irene	23"	Não
Nota coberta: Não havia drogas no organismo de Amy Winehouse	24"	Não
Matéria: Falta um mês para o Rock in Rio	2'07"	Não

Tabela 8: "Jornal Globo News" de terça-feira, 23 de agosto de 2011

QUARTA-FEIRA, 24 AGOSTO DE 2011 Horário do Jornal: 13h Intervalo: um de 1' Tempo total do Jornal:25'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	50"	Não
Matéria: Rebeldes oferecem US\$ 1,6 milhão pela captura de Muammar Kadafi	57"	Não
Matéria: Combates entre forças rebeldes e forças leais a Kadafi continuam em Trípoli	1'41"	Não
Nota coberta: Jornalistas que estavam impedidos de deixar hotel em Trípoli são liberados	37"	Não
Matéria: Goran Hadzic se declara inocente de acusações de crimes de guerra	30"	Não
Nota coberta: Ativista indiano que luta contra a corrupção se disse disposto a fazer greve de fome até a morte	1'	Não
Nota coberta: França vai anunciar cortes para evitar rebaixamento da nota da dívida pública	1'	Não
Nota simples: Juros de crédito bancário recuam pelo 2º mês consecutivo	16"	Não
INTERVALO	1'	Não
Nota coberta: Marcha Unificada reúne mais de 5 mil em Brasília	34"	Não
Boletim: Votação de recursos para a saúde preocupa o Palácio do Planalto	1'15"	Não
Matéria: Ataques contra caixas eletrônicos assustam Sorocaba, no interior paulista	1'50"	Não
Matéria: Menores de idade envolvidos em atos infracionais: um problema em alta	2'35"	Não
Matéria: Treze pessoas seguem internadas após passarem mal em curso da Marinha –RJ	2'04"	Não
Matéria: Falta insulina no programa de controle da prefeitura de Duque de Caxias , RJ	2'25"	Não
Nota simples: Lançado o site "Observatório da Corrupção"	30"	Não
Editoria Internacional: Nota simples: Cargueiro espacial russo explode e pedaços da nave caem na Sibéria	12"	Não
Nota coberta: Confrontos marcam primeiro dia de greve geral no Chile	28"	Não

Nota coberta: Furacão Irene volta a ganhar força no caminho para os EUA	52"	Não
Matéria: Mar invadiu ruas e calçadas em Niterói, na região metropolitana do Rio	1'09"	Não

Tabela 9: "Jornal Globo News" de quarta-feira, 24 de agosto de 2011

QUINTA-FEIRA, 25 AGOSTO DE 2011
Horário do Jornal: 13h
Intervalo: um de 1'
Tempo total do Jornal: 25'

REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	48"	Não
Nota simples: A Batalha de Trípoli	58"	Não
Matéria: Em nova mensagem, Kadafi pede união dos líbios contra "intervenção estrangeira"	1'03"	Não
Matéria: Jornalistas seqüestrados em Trípoli são liberados	25"	Não
Nota simples: Três incidentes envolvendo jornalistas desde o início da batalha de Trípoli	23"	Não
Matéria: Líder italiano se reúne com primeiro-ministro do Conselho de Transição da Líbia	40"	Não
Nota simples: Liga Árabe reconhece governo rebelde e Líbia vai voltar à Organização	37"	Não
Nota coberta: Com a ofensiva, imagens da casa de Kadafi são reveladas	1'20"	Não
Participação, no estúdio, de Daniel Chaves, pesquisador do Laboratório Tempo do Presente, sobre a crise na Líbia	7'05"	Não
Matéria: Em jantar com autoridades, Presidente Sírio fala da importância do mês sagrado do Ramadan	50"	Não
INTERVALO	1'	Não
Nota simples: Desemprego atinge o menor nível para o mês de julho desde 2002	38"	Não
Matéria: Trabalhadores que estavam em van e em ônibus foram assaltados no Rio	1'40"	Não
Matéria: Preso no Rio falso taxista suspeito de assaltar e estuprar mulheres	1'32"	Não
Boletim: Ex-banqueiro Salvatore Cacciola pode deixar a prisão a qualquer momento	28"	Não
Boletim: Campinas terá o terceiro prefeito em menos de uma semana	45"	Não
Boletim: Déficit da Previdência cai 19,45% nos primeiros sete meses do ano	50"	Não
Nota coberta: Manifestantes chilenos fecham as ruas da capital, Santiago, com barricadas	35"	Não

Tabela 10: "Jornal Globo News" de quinta-feira, 25 de agosto de 2011

SEXTA-FEIRA, 26 AGOSTO DE 2011 Horário do Jornal: 13h Intervalo: um de 1'14" Tempo total do Jornal:25'		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	45"	Não
Matéria: Atentado contra a ONU na Nigéria	1'14"	Não
Matéria: Ban Ki- Moon: Atentado foi ataque contra quem se dedica a ajudar os outros	28"	Não
Nota simples: Governo brasileiro condena e repudia atentado na Nigéria	20"	Não
Editoria Economia: Nota simples: Contas do Governo têm maior superávit para julho em 14 anos	34"	Não
Nota simples: Governo dos Estados Unidos revisa para baixo crescimento do país no segundo semestre	1'05"	Não
Matéria: Furacão Irene: Moradores e turistas deixam ilha na Carolina do Norte	1'12"	Não
Nota coberta: Obama diz que americanos precisam levar a sério a ameaça do furacão	32"	Não
Editoria Brasil: Polícia Civil envia hoje inquérito ao MP sobre mortes no Parque Glória, RJ	2'	Não
Boletim: Trabalhador rural é assassinado no Pará	33"	Não
INTERVALO	1'14"	Não
Matéria: PM frustra tentativa de assalto no Morumbi	1'25"	Não
Nota coberta: Bando explode mas não consegue arrombar caixa eletrônico na Grande São Paulo	39"	Não
Matéria: Viúva negra vai ser julgada à revelia por matar 4 ex-maridos - RJ	1'51"	Não
Matéria: Rebeldes lutam para consolidar controle sobre a capital Trípoli	1'31"	Não
Nota simples: União Africana ainda não reconhece Conselho Nacional de Transição como governo Líbia	31"	Não
Boletim: Embaixador da Líbia no Brasil coloca cardo à disposição do conselho de Transição	44"	Não

Nota coberta: Jovem de 16 anos morre em confronto entre policiais e manifestantes no Chile	48"	Não
Matéria: Jovens madrugam para comprar ingresso para o show de Justin Bieber em SP	1'53"	Não

Tabela 11: "Jornal Globo News" de sexta-feira, 26 de agosto de 2011

SÁBADO, 27 AGOSTO DE 2011 Horário do Jornal: 12h Intervalo: um de 1'41" Tempo total do Jornal:		
REFERÊNCIA	TEMPO	EVENTO INTERATIVO
Escalada	51"	Não
Nota coberta: Furacão Irene cai para categoria 1 com ventos de 140Km/h	1'03"	Não
Link: Furacão Irene chega à Carolina do Norte com vento de 140Km/h	3'10"	Não
Matéria: Prefeito de Nova York reforça pedido para que moradores deixem as casas	33"	Não
Nota coberta: Mudanças de horários e cancelamento de voos para Nova York	36"	Não
Link com meteorologista: Furacão Irene chega à Carolina do Norte com vento de 140Km/h	6'23"	Não
Matéria: sábado de aparente tranquilidade na capital Líbia	1'10"	Não
Nota coberta: Novos protestos na Síria	33"	Não
INTERVALO	1'41"	Não
Boletim: Três pessoas morreram num engavetamento de 9 veículos em Sorocaba-SP	35"	Não
Matéria: Feirinha da madrugada, em SP, reabre após três semanas	2'20"	Não
Nota coberta: Um dos bandidos mais procurados pela polícia de São Paulo foi preso em Sergipe	32"	Não
Matéria: Homem atropelado por ex-coordenador da Lei Seca tem morte cerebral confirmada	1'37"	Não

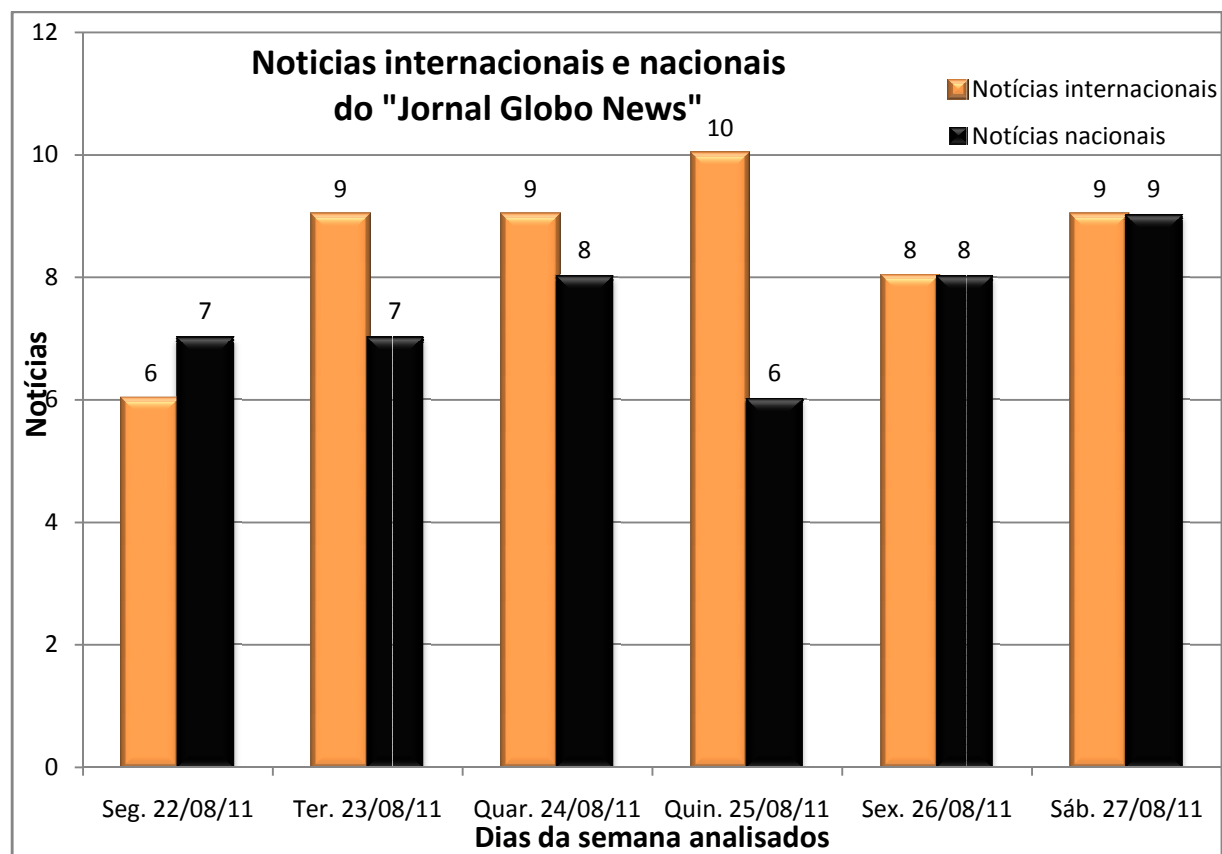
Matéria: Viúva negra condenada a 18 anos de prisão pela morte de um dos ex-maridos	1'50"	Não
Nota simples: Seis pessoas morrem em chacina no Nordeste do Pará	15"	Não
Matéria: Polícia apreende cerca de 4 milhões de reais em notas falsas	1'12"	Não
Nota simples: Ex-jogador Sócrates recebe alta hoje de manhã	16"	Não
Matéria: Brasil bate a Rússia e garante vaga na final do Grand Prix	29"	Não
Nota simples: EUA vence a Sérvia e vai enfrentar o Brasil na final do Grand Prix	13"	Não
Matéria: Sebastian Vettel foi o mais rápido no treino classificatório para o GP da Bélgica	1'10"	Não

Tabela 12: Jornal "Globo News" Sábado, 27 de agosto de 2011

5.7.3 “Jornal Globo News” e “Jornal Hoje”, diferentes públicos e propostas

A análise do corpus do “Jornal Globo News” não evidenciou qualquer evento interativo ou convite por parte dos destinadores do telejornal com a intenção de chamar seus telespectadores para interagir, não houve evento interativo ao longo da semana analisada.

Mas apesar de não haver eventos interativos no “Jornal Globo News”, foi possível estabelecer alguns comparativos desse telejornal com o “Jornal Hoje”. A partir da análise do “Jornal Globo News” foi possível identificar suas principais características e como esse telejornal se diferencia do primeiro objeto dessa pesquisa. Diferente do “Jornal Hoje” que valoriza a participação, o objeto valor do “Jornal Globo News” é a informação, a notícia. O telejornal é apresentado diariamente por uma jornalista, Leila Sterenberg e no sábado por Raquel Novaes, porém em três dias da semana não apareceu o nome da apresentadora, diferente do “Jornal Hoje, onde os apresentadores desempenham um papel fundamental na busca de proximidade com seus telespectadores. Não aparecem ao longo das matérias os créditos de reportagem ou imagem (apenas o nome do repórter). Diversas matérias não têm passagem; o título da matéria ou nota permanece na tela ininterruptamente enquanto se fala dela; as cabeças de matéria são longas (muitas vezes têm mais de um minuto); não há previsão do tempo. Em momento algum do telejornal o narrador chama o telespectador pelo vocativo “você”, não há o uso da função conativa, tão presente no “Jornal Hoje”. O telespectador não é convidado a interagir pelo controle remoto ou por qualquer outra forma, já no “Jornal Hoje” o telespectador é convidado diversas vezes a interagir pelo site do telejornal. Enquanto o “Jornal Hoje” está experimentando uma estética de infoentretenimento (jornal revista) o “Jornal Globo News” está na esteira da informação. Outra característica observada no “Jornal Globo News” é que há uma divisão clara do telejornal em dois grandes blocos: notícias internacionais e nacionais. O telejornal privilegia as notícias internacionais, o que leva ao questionamento de qual seria o público alvo desse telejornal. O fato é que há um predomínio de notícias internacionais e muitas notícias dão conta das repercussões de acontecimentos internacionais no Brasil. Observe o gráfico abaixo:



Após a análise do “Jornal Globo News” constatou-se que esse telejornal, apesar de produzido e veiculado na plataforma digital, parece não valorizar a proximidade e interatividade com o telespectador. Ao longo da semana, não houve qualquer chamamento direto ao telespectador (“você”, por exemplo), nem o convite para o telespectador interagir pelo site. O telespectador que dispuser do equipamento SKY HDTV e da assinatura de um plano de canais, tem a possibilidade de acessar, durante o telejornal, um menu, pelo controle remoto, com seis “editorias”, são elas: Jornal Globo News, com as principais manchetes do telejornal, Tecnologia, Economia, Plantão, Esporte e Mundo. Quando o telespectador clica pelo controle remoto em uma dessas editorias, tem acesso às últimas manchetes relacionadas a cada temática, com um segundo clique ele pode ler um breve resumo daquela notícia. Ao acessar esse menu, abre-se uma tela à direita do vídeo, que mantém o fluxo do telejornal, e à esquerda o telespectador tem acesso ao menu de notícias. Além de poder gravar o telejornal no aparelho HD, outra possibilidade que o telespectador tem é a de pausar o telejornal, mesmo ao vivo, e depois continuar do ponto onde parou, chegando ao fluxo ao vivo, se assim desejar.

Apesar de oferecer as opções de interatividade acima citadas, o “Jornal Globo News” se apresenta como um telejornal mais “distante” dos telespectadores se comparado ao “Jornal Hoje”, e sua interatividade se dá em caráter mais reativo. Durante a semana de gravação do telejornal, mais de três vezes não apareceu o nome da apresentadora, o telejornal não chama pelos telespectadores, nem faz perguntas de forma direta, privilegia as notícias internacionais e parece não levar em consideração a empatia com os telespectadores. Apesar de ser produzido e transmitido na plataforma digital, as opções de interatividade com o telejornal se restringem ao menu de notícias, e ao longo do telejornal não há qualquer menção a esse menu ou incentivo para os telespectadores acessarem o mesmo. Durante a gravação do *corpus*, realizada em na loja da SKY, “União Sky Bauru”, alguns funcionários se quer sabiam da existência desse menu interativo. Assim, diferente do “Jornal Hoje” que valoriza a participação do telespectador, o “Jornal Globo News” tem a prerrogativa de ser um canal informativo. Não se pode dizer que um telejornal seja melhor que outro, mas sim que têm públicos e propostas editoriais diferentes.

5.8 Quadro das potencialidades

O quadro abaixo foi elaborado a partir de pesquisa bibliográfica, da análise dos *corpus* e de entrevistas com pesquisadores e especialistas em TV digital. Nele estão algumas das potencialidades para telejornalismo a partir do uso dos recursos interativos da televisão digital. Os recursos interativos simples ou internos são aqueles mais reativos, que trazem informações adicionais junto com a transmissão do sinal audiovisual da televisão. Os recursos interativos externos ou complexos são aqueles que dependem de um canal de retorno e necessitam de um aparato tecnológico mais complexo para se tornarem efetivos.

Recursos interativos simples	Recursos interativos complexos
Receber a contextualização da notícia	Diálogo direto com a emissora
Ver entrevistas na íntegra	Participação direta no telejornal por meio de uma <i>webcam</i>
Acessar conteúdos explicativos, como infográficos e animações	Enviar sugestões de pauta
Receber vídeos	Enviar conteúdos como fotos e vídeos
Acessar glossário de termos utilizados	Responder a enquetes
Acessar a previsão do tempo	Acessar a links relacionados à matéria
Acessar informações sobre as fontes	Participar de chats
Ter acesso à matéria na íntegra	
Acessar informações como endereços e telefones	
Acessar informações adicionais relacionadas à matéria	
Assistir vídeos simultaneamente ao fluxo do telejornal	
Assistir novamente matérias que já foram ao ar	

Quadro das potencialidades

6.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os homens vivem imersos cada qual em sua cultura específica. Na sociedade, encontramos diversos frutos da cultura. A tecnologia é um desses frutos. O desenvolvimento tecnológico trouxe a internet e sua difusão no Brasil ao longo da década de 1990 e ocasionou às pessoas uma percepção diferente de meio de comunicação. Na internet todas as escolhas dependem do usuário, ela deu espaço para os que desejavam ser produtores de conteúdo e permitiu, de certa forma, o diálogo entre os grandes produtores de conteúdo e seus consumidores. Apesar de nem todos os produtores midiáticos da internet possibilitarem o diálogo com seus consumidores, a maioria é aberta para receber um *feed back* daqueles que consomem seus produtos. Logo, a internet modificou a relação das pessoas com os meios de comunicação, pois aquelas passaram a ser mais exigentes na busca por participação e diálogo com os produtores.

Dentre outros motivos, foi por caracterizar uma mídia pouco interativa e com programação limitada que a televisão veio perdendo sua audiência ao longo de alguns anos no Brasil, principalmente entre os mais jovens. Sucessos de audiência como o Big Brother Brasil (BBB) e as novelas da Rede Globo, que em sua maioria obtinham sucesso, têm cada vez mais dificuldade em manter o telespectador sentado na frente da telinha. O BBB 11 terminou essa edição com o pior ibope de sua história e diversos autores de novela estão constantemente fazendo alterações nas tramas para agradar e manter a audiência, como fez Walcyr Carrasco na novela das 19h “Morde e Assopra”, considerada um fracasso já no primeiro mês de exibição. A Rede Globo chegou aos 46 anos de sua existência com o menor ibope desde a sua fundação.⁵⁰

A televisão mantém praticamente o mesmo formato há muitos anos, mas o avanço e desenvolvimento de tecnologias possibilitaram que a televisão começasse a passar por um processo de transformação. A TV paga, seja via satélite ou cabo, já apresenta diferenciais com relação à TV aberta, como transmissão digital e mais interatividade diretamente pela televisão. Mas agora, com a possibilidade da

⁵⁰ A queda de audiência da TV Globo. Disponível em: < <http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/a-queda-de-audiencia-da-tv-globo>> Acesso em abr. 2011.

transmissão digital terrestre dos sinais para TV aberta, muitas novas perspectivas se abrem, com a TV móvel e portátil, multiprogramação, melhor imagem e som e ainda a interatividade, a maior promessa da televisão digital no Brasil, pois o Governo Federal tem a pretensão de diminuir a exclusão digital no país com essa potencialidade da televisão digital.

A televisão está passando por um processo de transformação possibilitado pelo digital e seus produtos também deverão passar. O telejornalismo, ainda o principal meio pelo qual a maioria dos brasileiros se informa, poderá ampliar o acesso das pessoas à informação por meio da apropriação da interatividade em sua produção. Com a interatividade os telespectadores poderão se aprofundar nas matérias que desejarem, poderão acessar informações sobre as fontes, assistir entrevistas na íntegra, todos esses recursos por meio de uma interatividade local, e posteriormente, com o aperfeiçoamento tecnológico e políticas específicas, possibilitar a interatividade plena, por meio de um canal de retorno que permita a comunicação direta entre o telespectador e os produtores do telejornal.

A televisão digital no Brasil, com pouco mais de quatro anos, possui hoje, de acordo com o Site Oficial da Televisão Digital Brasileira, 102 emissoras de TV com tecnologia digital, que cobrem 480 municípios – o equivalente a 87,7 milhões de pessoas, ou 45,98% da população brasileira. Mas esse número não garante o pleno aproveitamento do potencial da televisão digital, é apenas um primeiro passo, pois garante apenas que o sinal digital estará disponível.

Assim, o “Jornal Hoje”, da Rede Globo foi escolhido como objeto pelo fato de representar o momento de transição pelo qual a televisão aberta está passando (pois a televisão digital e seus recursos ainda não estão disponíveis em todo território nacional) quando ainda é preciso recorrer a outra mídia, principalmente o computador, para permitir uma interatividade mais efetiva com os telespectadores. O “Jornal Hoje” convida diversas vezes seus telespectadores a interagirem pelo site do telejornal, então, buscou-se, por meio da análise dos eventos que chamamos de interativos, indícios de como a interatividade poderá ser utilizada quando da efetivação da televisão digital no Brasil e buscou-se, com base na Semiótica Francesa, as estratégias enunciativas utilizadas pelos enunciadores do telejornal para convencer seus enunciatários a interagir pelo site do telejornal. Foi possível distinguir cinco diferentes tipos de estratégias enunciativas principais. São elas: Contribuição; Mais informação; Valorização da opinião; Exclusividade e

Personalização. Já o “Jornal Globo News” foi escolhido como objeto pela hipótese inicial de que esse telejornal fazia um amplo uso de recursos interativos e também para estabelecer um comparativo entre esse telejornal (digital) e o “Jornal Hoje” (analógico). Assim, esperava-se que esse telejornal fizesse amplo uso dos recursos interativos e mantivesse uma relação de proximidade com seus telespectadores, mas se deu exatamente o contrário, pois os destinadores do “Jornal Globo News” criam um efeito de sentido de distanciamento de seus telespectadores e os recursos interativos que o telejornal oferece se limitam a um menu de notícias, o que permite concluir que a interatividade não está ligada necessariamente a uma tecnologia, mas à disposição de se fazer uso efetivo dela. Também não se pode dizer que um telejornal seja melhor que outro, mas apenas que têm públicos e propostas diferentes. Como resultado de toda essa pesquisa, foi elaborado o “Quadro das potencialidades”, que lista alguns dos possíveis recursos que poderão ser utilizados nos telejornais para ampliação do acesso à informação dos telespectadores, para aqueles que assim desejarem.

Não é possível afirmar que a interatividade na televisão aberta vai acontecer de fato, pois dependerá de várias e complexas questões, tanto no âmbito político quanto das próprias emissoras, pois produzir conteúdos interativos exigirá mais dos profissionais produtores de conteúdo e a contratação de pessoas capacitadas para desenvolver e administrar as interfaces que permitam a interatividade. Entretanto essa pesquisa procurou mostrar que com as potencialidades da televisão digital, o telejornalismo poderá ampliar e muito as informações transmitidas pelos telejornais e proporcionar aos telespectadores a compreensão mais a fundo da realidade que os cerca.

7.0 REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo. Companhia das letras. 2008.

A queda de audiência da TV Globo. Disponível em: <
<http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/a-queda-de-audiencia-da-tv-globo>> Acesso em abr. 2011

A RNP e a história da internet brasileira. Disponível em
< <http://www.rnp.br/noticias/imprensa/2002/not-imp-marco2002.html> > Acesso em mai.2011.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. 4. ed. Ática, 2002.

Brasil. Decreto n° 4.901, de 26 de novembro de 2003, artigo 1°. Institui o Sistema Brasileiro de televisão digital. Disponível em:
< www.mc.gov.br/tv-digital/decreto-no-4901-de-26-de-novembro-de-2003>
Acesso em: out. de 2010.

Brasil. Artigo 4° do Decreto n° 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T. Disponível em:
<www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-200/2006/decreto/d5820>
Acesso em: out. de 2010.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. O telejornalismo na era digital. Disponível em
<<http://sbpior.kamotini.kinghost.net/sbpior/admior/arquivos/coordenada7beatrizbecke.r.pdf>>

BECKER, Valdecir *et al.* Recomendações de Usabilidade para a TV digital interativa. Disponível em: < <http://www.lbd.dcc.ufmg.br:8080/colecoes/wtvd/2006/Paper3.pdf>>. Acesso em: jul. 2010.

BECKER, Valcedir e MONTEZ, Carlos. **TV digital interativa**: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: I2TV, 2004.

BORELLI, Silvia H. S; PRIOLLI, Gabriel (coord.). **A Deusa Ferida**: Por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus, 2000.

Brasil. Artigo 4° do Decreto n° 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T. Disponível em
<www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-200/2006/decreto/d5820>

Acesso em out. de 2010.

Brasil. Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003, artigo 1º. Institui o Sistema Brasileiro de televisão digital. Disponível em

< www.mc.gov.br/tv-digital/decreto-no-4901-de-26-de-novembro-de-2003>

Acesso em out. de 2010.

Brasil tem mais TV que geladeira, diz estudo. Disponível em:

< http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL23738-9356,00.html>

Acesso em jan.2011.

BRAMBILLA, Ana Maria. Jornalismo participativo e colaborativo. Disponível em:

<http://www.pontoeletronico.fumec.br/jd/entrevista.asp?cod=126> Acesso em fev.

2011.

BUCCI, Eugênio. Definição de jornalismo. Disponível em

http://www.youtube.com/watch?v=e-Vw_KtwEa0

Acesso em fev. de 2011.

CABRAL, Águeda Miranda. A edição não linear digital e a construção da notícia no telejornalismo contemporâneo. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1148-1.pdf>>

CANCIO, Marcelo. **Telejornalismo descoberto**: a origem da notícia no jornalismo televisivo regional. Campo Grande: Ed. UFMS, 2005.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus. 2010.

Cartilha da TV Digital. Disponível em : < <http://www.dtv.org.br/index.php/entenda-a-tv-digital/50/>> Acesso em mar.2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 1V.

CIRNE, Livia; FERNANDES, Marcelo; PÔRTO, Ed. Perspectivas da interatividade no telejornalismo da TV Digital Brasileira. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs). **Televisão digital**: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009. P. 84-107)

CORRÊA, Cynthia Harumy Watanabe. Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede. Disponível em: <

<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/226/122>> Acesso em

nov. 2010.

COUTINHO, Clara Pereira; JUNIOR, João Batista. Blog e Wick: os futuros professores e a web 2.0. Disponível em:

< <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7358/1/Com%20SIIIE.pdf>>

Acesso em jan. 2011.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

Criação da WWW completa 20 anos.

Disponível em < <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1041775-6174,00-PROPOSTA+DE+CRIACAO+DA+WORLD+WIDE+WEB+COMPLETA+ANOS.html>>

Acesso em fev.2011

CHEIDA, Marcel J. Fundamentos deontológicos no jornalismo: uma introdução. Revista- Revista da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, V.2, n.2, 1999. P. 82-100.

Cidades onde a televisão digital já está no ar. Disponível em: <

<http://www.dtv.org.br/index.php/onde-ja-tem-tv-digital/cidades-onde-a-tv-digital-esta-no-ar/>> Acesso em jun.2011.

CROCOMO, Fernando Antonio. **TV Digital e produção interativa**: a comunidade manda notícias. Florianópolis: Ed. da UFSC. 2007

CUCHE, Denys. **A noção de cultura em ciências sociais**. Bauru: EDUSC.1999

DOURADO, Mariana. **Estratégias enunciativas do Jornalismo Participativo na TV**. 2011. Dissertação (mestrado em Comunicação)- Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp. Bauru.

Evolução da TV digital. Disponível em: < <http://www.dtv.org.br/index.php/onde-ja-tem-tv-digital/evolucao-da-tv-digital/>> Acesso em jun.2011.

FECHINE, Yvana (2008). **Televisão e presença**: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação da Letras e Cores/Centro de Pesquisas Sociossemióticas.

FERRAZ, Carlos. Análise e perspectivas da interatividade na TV digital. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs). **Televisão digital**: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009. P. 15-43.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 14. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

Fórum do Sistema Brasileiro de Televisão Digital. A partir do segundo semestre de 2011, todo o Brasil estará preparado para receber o sinal digital. Disponível em: < <http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=621>> Acesso em jun.2011.

Fundamentos de Texto, Interação, Hipertexto e Hiperímia .

Disponível em: < http://www.stefanelli.eng.br/webpage/am_texto.html> Acesso em fev.2011.

Gontijo Teodoro. Disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Gontijo_Teodoro>
Acesso em mai. 2011.

Governo lança plano nacional da banda larga. Disponível em:
< <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/05/governo-lanca-plano-nacional-da-banda-larga.html>> Acesso em mai.2011.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008.

HAGEN, Sean. Jornalismo, mito e linguagem: uma abordagem teórica dos apresetadores-estrela. In: VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. P. 29-45.

História da Internet no Brasil. Disponível em
< http://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_da_Internet_no_Brasil>
Acesso em mai.2011

História do Jornal Hoje. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>>. Acesso em dez.2010.

Hypertext Transfer Protocol. Disponível em
< http://pt.wikipedia.org/wiki/Hypertext_Transfer_Protocol>. Acesso em mar.2011.

IBGE, censo 2010. Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1766>
Acesso em mar.2011.

Internet alcança a marca de 2 bilhões de usuários. Disponível em
< <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/01/26/internet-alcanca-marca-de-2-bilhoes-de-usuarios-diz-onu.jhtm>>
Acesso em mai. 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

JOLY, Ana Vitória. A interatividade na Televisão Digital - um estudo preliminar. Universidade Federal de São Carlos, 2001. Disponível em
<<http://www.bocc.uff.br/pag/joly-ana-interatividade-tv-digital-port.pdf>>

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 8.ed. São Paulo: Ática, 2006.

LEITE, Jailma Simone Gonçalves. Jornalismo interativo na TV digital. Revista eletrônica Temática, n° 05, p. 1-53, maio de 2009.

LEMES, Sara. A possibilidade de inclusão social e digital. Disponível em

<: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=560TVQ005>>.

Acesso em :19 abr. 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LINS, Aline Maria Grego. Fabilismo: incertezas na construção do telejornalismo. In: VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LOPEZ, Rene e GOBBI, Maria Cristina. Telejornalismo e TV Digital: usos para interatividade. Disponível em

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2141-1.pdf>. >

LUSTOSA, Carmen. Internet, Televisão e os Rumos do Telejornalismo. Disponível em:

<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=285DAC001>>

MSN. Disponível em: <http://br.msn.com/>

MOTA, Regina. O programa “Abertura” e a épica de Glauber Rocha. In: GOULART, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. P. 137-153.

NETO, José Dias Paschoal. As TVs universitárias como espaços de experimentação da interatividade na TV digital. In: NUNES, Pedro (Org.) **Mídias digitais e interatividade**. João Pessoa: Ed Universitária da UFPB, 2009

NICOLA, Ricardo. **Cibersociedade**: quem é você no mundo on-line? São Paulo: Senac, 2004.

OLIVEIRA, Marcos de. Primórdios da Rede. Pesquisa FAPESP, n° 180, p. 17-25, fev.2011.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

PEREIRA, Livia Cirne de Azevedo. Os avanços tecnológicos no telejornalismo brasileiro: de 1950 a Era digital. 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-livia-avancos-tecnologicos.pdf>> Acesso em: jul. de 2010.

PORCELLO, Flávio. Mídia e poder: os dois lados de uma mesma moeda: A influência política da TV no Brasil. In: VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. P. 47-79.

PRADO, Flávio. **Ponto eletrônico**. 3. ed. São Paulo: Limiar, 2005.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. Disponível em:
<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20222/1/Alex+Fernando+Teixeira+Primo.pdf> Acesso em jan.2011.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

RNP e a história da internet brasileira. Disponível em
 <<http://www.rnp.br/noticias/imprensa/2002/not-imp-marco2002.html> > Acesso em mai.2011.

ROSA, Almir Antonio. **Televisão digital terrestre**: sistemas, padrões, modelos. Tese de Doutorado. PUC-SP, 2005.

ROXO, Marco. A volta do “Jornalismo cão” na TV. In: GOULART, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. P. 154-193.

SANCHES, Giovana, ARAÚJO, Tadeu, PORANGABA, Tiago, MORGADO, Eduardo. A interatividade como complemento ao conteúdo telejornalístico na TV digital. Disponível em:
 <http://tvdilab.inf.pucpcaldas.br/tvdi2008/cd_TVDI2008/pdf/TVDI2008GiovanaSanches.pdf>

SILVA, Sivaldo Pereira da. TV digital, democracia e interatividade. In: NUNES, Pedro (Org.) **Mídias digitais e interatividade**. João Pessoa: Ed Universitária da UFPB, 2009.

Sinal do SBTVD cobre hoje 480 municípios. Disponível em:
<http://www.dtv.org.br/index.php/sinal-do-sbtvd-cobre-hoje-480-municipios/>
 Acesso em jun. 2011.

Skype. Disponível em: <http://www.skype.com/intl/pt/welcomeback/>

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo**: produção e técnica. São Paulo: Brasiliense, 1990.

SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Orgs). **Televisão digital**: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Sobre o Jornal da Cultura. Disponível em
 < <http://www.tvcultura.com.br/jornal-da-cultura/sobre-o-programa>>
 Acesso em nov. de 2010.

TEIXEIRA, Lauro. **Televisão digital**: interação e usabilidade. Goiania: Ed. UCG, 2009.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo**: o que você vai ver a seguir. Vitória: Espaço Livros, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística- uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado. Bastidores do telejornalismo: a seleção de notícias no Jornal da Globo. Revista- Revista da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, V.7, n° 1 e 2, 1998. ISSN 1517-8846. P. 7-32

VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clark Kent**- São super-homens os Jornalistas? São Paulo, Summus, 1991, p.194

VILLELA, Regina. **Profissão**: jornalista de TV- telejornalismo aplicado na era digital. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

VIZEU, Alfredo (org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

Youtube comemora 48 horas de vídeos registrados por minuto. Disponível em < <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI5148804-EI12884,00-YouTube+comemora+horas+de+videos+registrados+por+minuto.html>> Acesso em mai. 2011.

Anexos

ANEXOS

Entrevistas com pesquisadores e especialistas em televisão digital e interatividade

Yvana Carla Fechine de Brito

Possui graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1986), mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1997 e 2001, respectivamente). Atualmente é professora adjunta II da Universidade Federal de Pernambuco (Departamento de Comunicação Social, Programa de Pós-graduação em Comunicação) e pesquisadora-associada ao Centro de Pesquisas Sociosemióticas (PUCSP - USP - CNRS). Atuou profissionalmente como jornalista por mais de 12 anos, trabalhando em empresas como Rede Globo, TV Jornal/SBT, Jornal do Brasil e O Globo. Suas atividades de ensino e pesquisa estão voltadas principalmente para: linguagens audiovisuais, vídeo e televisão, TV digital, mídias digitais, telejornalismo, transmissão direta na TV, semiótica e mídias, educação para as mídias. Publicou, entre outros, *Televisão e Presença. Uma abordagem semiótica da transmissão direta* (Estação das Letras/CPS, São Paulo, 2008). É coautora e editora (com Alexandre Figueirôa) de *Guel Arraes, um inventor no audiovisual brasileiro* (CEPE, 2008). Com Sebastião Squirra, organizou *Televisão digital: desafios para a comunicação* (Sulina, 2009) e, juntamente com Ana Claudia de Oliveira, editou: *Imagens Técnicas; Semiótica da arte; Visualidade, urbanidade, intertextualidade* (Hacker, 1998).

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

Costumo entender a interatividade na TV a partir de uma equação simples proposta por Vicente Gosciola: Interatividade = comunicação + escolha. O que distingue os distintos níveis de interatividade são os tipos de escolha facultada.

Jostein Gripsrud e Laura Brendal sugerem, por exemplo, alguns critérios para se avaliar o quão interativo é um programa de TV, e estou de acordo com eles:

Frequência: qual a frequência com que os espectadores são convidados a interagir

Extensão: quantas escolhas são disponibilizadas

Influência: qual o impacto das escolhas no que está sendo exibido.

No caso da TV digital, essa “equação” pode ser operada não apenas pelo canal de retorno, mas também pela propriedade da multiprogramação (interatividade por meio dos canais auxiliares).

A televisão digital apresenta diversos recursos, como a INTERATIVIDADE, uma das principais promessas da TV digital brasileira. Assim sendo, que possibilidades surgem para o telejornalismo com a chegada dessa nova tecnologia?

Creio que os aplicativos interativos podem dar uma importante contribuição a partir da disponibilização de conteúdos adicionais e correlacionados àqueles ofertados no fluxo principal. Também podem estimular, a depender do modo como venhamos a operar com o canal de retorno, uma maior pluralidade de vozes nos conteúdos ofertados.

A disponibilidade e o uso de recursos interativos pela televisão deverá mudar a forma como o telespectador recebe e frui o conteúdo?

A TV aciona dois regimes de visão, o da “olhadela” e o do “olhar”. No regime da “olhadela”, a TV permanece ligada sem que o espectador sequer pare diante da tela. O espectador apenas “monitora” a televisão enquanto realiza outras atividades, dedicando-lhe uma atenção intermitente ou esporádica. No regime do “olhar”, ao contrário, o espectador é completamente absorvido pelo que vê na TV, conferindo uma grande atenção àquilo que está sendo transmitido. Neste caso, assistir à TV é uma atividade primária, que permite problematizar a relação do espectador com programas específicos. Na situação anterior, a TV é tão somente uma atividade secundária, que sugere uma investigação da nossa própria relação com o fluxo contínuo da programação. No momento em que assiste à televisão, esses regimes são intercambiáveis. O regime do olhar convoca uma atitude de maior concentração.

Já o regime da olhadela permite uma atitude de maior “distração” (passividade). Para tirar proveito dos recursos interativos, o espectador será convidado a se manter mais tempo no regime do olhar.

Será que os telespectadores anseiam por mais participação na televisão?

Esta é uma pergunta que exigiria alguns estudos empíricos. Podemos afirmar, no entanto, que a participação sempre foi um atrativo da televisão a partir do seu apelo à conversação. Tão ou mais importante quanto assistir aos conteúdos postos em circulação pela TV é conversar sobre eles, repercutindo os programas (discussão sobre os destinos dos personagens da novela ou dos participantes de um reality show; os programas abrem chats sobre os temas apresentados e convidam o espectador a continuar discutindo a respeito, etc.). Como está intrinsecamente associada ao cotidiano, a TV torna-se também um pretexto para os “encontros domésticos” (assistir à televisão juntos). Podemos considerar que essas são formas indiretas, mas muito importantes, de participação *no* e *a partir* do universo televisual. No entanto, a TV explora cada vez a participação direta nos programas (telefone, internet, celular). Em um caso ou noutro, a participação propiciada pela TV sempre foi baseada em um repertório compartilhado pelos espectadores. Haverá, a meu ver, tanto mais interesse na participação quanto mais os novos formatos promoverem a articulação entre o agenciamento interativo com um conteúdo compartilhado *massivamente*, integrando formas de participação individual em atividades coletivas.

Valdecir Becker

É jornalista, formado pela Universidade Federal de Santa Catarina, instituição na qual também obteve o título de mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento em 2006, com dissertação sobre a concepção e o desenvolvimento de conteúdo interativo para TV digital. De 1999 até metade de 2006 foi pesquisador no Núcleo de Redes de Alta Velocidade e Computação de Alto Desempenho da UFSC, onde estudou o conteúdo da TV digital e interativa, incluindo formato, produção e consumo. Participou de vários projetos acadêmicos relacionados à digitalização da TV e estudando novos formatos de conteúdos convergentes

e multiplataformas. É autor de livros e artigos científicos sobre TV digital, interatividade, audiência e usabilidade. Atua no mercado de TV digital desde 2005. Atualmente é professor da Universidade Metodista de São Paulo, no curso de graduação em "Cinema Digital"; professor da FAAP nos cursos de RTV e na Especialização em "Produção Executiva e Gestão da Televisão"; doutorando em Engenharia Elétrica pela POLI/USP, desenvolvendo tese sobre audiência na TV digital; consultor em TV digital e interatividade e membro do Fórum do SBTVD.

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

Infelizmente o termo interatividade não diz mais muita coisa. Depois que virou moda, qualquer coisa passou a ser considerada interativa. Eu não me preocupo muito com o significado do termo, mas com os recursos tecnológicos e as implicações para o telespectador. Do ponto de vista do telejornalismo, vários processos podem ser criados a partir dos recursos do Ginga, que podem aumentar o diálogo do conteúdo com os telespectadores. Ou mesmo desenvolver novas formas de diálogo. Talvez, do ponto de vista teórico, seria mais interessante buscar conceitos como diálogo, criação e participação, que afirmam com mais exatidão o que pode acontecer na TV interativa, em contraposição a um termo muito amplo, como interatividade.

Com a tecnologia digital será possível à TV tornar-se interativa. Como deverá ser essa TV digital interativa?

Aqui temos dois pontos em confrontação: tecnologia e mercado. Do ponto de vista tecnológico, podemos ter uma programação muito mais próxima do que os telespectadores querem ou precisam, personalizada e segmentada. Pode-se ter modelos de conteúdo baseados na geração ou no enriquecimento por parte do usuário. Para telejornalismo, isso seria fantástico. Por outro lado, do ponto de vista do mercado, faltam modelos de negócio para subsidiar o desenvolvimento desses modelos tecnológicos. A interatividade no Brasil está com o desenvolvimento extremamente lento e sem conteúdos atraentes porque ainda não temos modelos de remuneração que banquem o conteúdo. Em função desse conflito, é complicado fazer qualquer afirmação sobre “a tv interativa será assim...”. Muita coisa pode acontecer, como também, pode ser que não aconteça nada.

A televisão digital apresenta diversos recursos, como a INTERATIVIDADE, uma das principais promessas da TV digital brasileira. Assim sendo, que possibilidades surgem para o telejornalismo com a chegada dessa nova tecnologia?

Uma das principais razões que fazem as pessoas se envolvam com alguma mídia é a notícia, principalmente se ela estiver relacionada ao mundo com a pessoa vive, ou afete sua vida. A TV digital pode trazer o telejornalismo para o local, o comunitário, segmentando os noticiários. Além disso, o tradicional processo de informe de pautas por telefone, apontando problemas locais, da rua ou do bairro, pode ser melhorado consideravelmente. Outro item que pode ser desenvolvido é um senso mais crítico do cidadão em relação aos noticiários, com uma aproximação dos programas com as pessoas. Isso acontece muito com jornalismo impresso e na internet, mas está longe da televisão atual.

Com o uso de recursos interativos, será possível aos telejornais ampliar o acesso das pessoas à informação?

Com certeza. Mais informações, atingindo mais pessoas e com mais interesse.

O Senhor acredita na viabilidade da interatividade nos canais abertos?

Sim, mas em escala menor do que a tecnologia permite. A limitação mercadológica é um fator sensível. Hoje os conteúdos estão restritos a acrescentar informações simples à programação das emissoras. A curto prazo, não vejo mudanças nesse cenário.

Maria Cristina Gobbi

Concluiu o Pós-doutorado (2008) no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo - PROLAM/USP, o doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2002). Atualmente bolsista do Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA), professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura e da Graduação em Comunicação da Universidade de Sorocaba (UNISO), Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital da UNESP. Diretora de Documentação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), Consultora ad-hoc (Institucional e dos Cursos de Comunicação) do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais do Ministério da Educação (INEP/MEC). Coordenadora dos Grupos de Pesquisa sobre o Pensamento Comunicacional

Latino-Americano e Comunicação Digital e Interfaces Culturais na América Latina do CNPq. Foi diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação (1998-2010). Editora Assistente - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación - ALAIC. Atua na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação Latino-Americana, Culturas Juvenis, Tecnologias Digitais, Diversidade Cultural, EaD e Televisão Digital.

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

É a possibilidade do diálogo. Quando falo em diálogo, estou me referindo ao fato de que alguns falam e outros escutam e essas posições são intercambiáveis. Podemos até pensar no processo comunicativo, que parte do mesmo pressuposto. Esse recurso possibilitará ao usuário acessar e trocar informações na tela. Essa “liberdade”, no âmbito das empresas (não só de comunicação), será a ferramenta de relacionamento com os consumidores, nas mais variadas formas e pelo aparelho de TV. É desse diálogo que me refiro. A interatividade é um dos grandes desafios da TV Digital.

Com a tecnologia digital será possível à TV tornar-se interativa. Como deverá ser essa TV digital interativa?

Difícil responder. Mas creio que o grande desafio será o acesso a essa tecnologia para grande parte da população. O Brasil tem muitas especificidades. Para que a interatividade possa acontecer precisamos do “canal de retorno”. E nesse caso esbarramos em alguns problemas como: 1) conversor → se considerarmos que dos cerca de 70 milhões de aparelhos de TV, grande parte estão em residências de baixo poder aquisitivo e que o custo do aparelho (set-top-box) para permitir essa interatividade ainda fica muito caro, temos aí um grande problema; e 2) meio físico e o software → se pensarmos no alto custo da banda larga e o desenvolvimento dos softwares que possibilitarão que esse canal funcione, veremos que temos outro grande problema a ser solucionado. Sei que no governo Lula e continuando no governo Dilma há estudos e muitas ações sendo implementadas para ampliar o acesso a banda larga. Mas se considerarmos que em 2016 o sinal analógico será desligado (conforme previsto), o tempo é curto para

resolver um problema tão grande, ainda mais quando pensamos em termos de Brasil e suas dimensões territoriais e suas desigualdades sociais, embora eu seja uma otimista.

A televisão digital apresenta diversos recursos, como a INTERATIVIDADE, uma das principais promessas da TV digital brasileira. Assim sendo, que possibilidades surgem para o telejornalismo com a chegada dessa nova tecnologia?

Em minha opinião a grande competência para os jornalistas vai ser o de ver o uso da interatividade não como uma mera possibilidade do usuário selecionar temas ou itens de consumo, em um menu de opção que aparece na tela. Mas a verdadeira participação desses usuários no processo, como aquele que opina, apresenta sugestões, seleciona o conteúdo, interage e é ouvido pelo outro lado. É a troca real, o diálogo. A notícia como informação, que é o capital principal da televisão, deverá manter seus valores como a credibilidade e o interesse público. Porém, novos produtos deverão ser criados e os atuais deverão ser incrementados de maneira a associar o material jornalístico com a tecnologia, contribuindo para a divulgação de mensagens mais precisas, claras e contextualizadas com históricos, estatísticas, vídeos, links etc e atendendo as novas demandas de forma clara, precisa e rápida. Isso possibilitará a concreta participação do usuário-telespectador no processo. Para atender essa realidade é necessário criar e desenvolver novos modelos de negócios.

Com o uso de recursos interativos, será possível aos telejornais ampliar o acesso das pessoas à informação?

Pois é, essa é uma grande discussão. Os jornalistas acreditam que a participação das pessoas deve estar restrita ao factual, como acidentes de trânsito e enchentes. Creio que antes de pensarmos na ampliação da participação e do acesso, precisamos desenvolver novas competências, quer dos profissionais ou mesmo do público. É necessário repensar as rotinas de produção das empresas midiáticas, sem esse desafio cumprido é muito difícil pensar em ampliação de acesso e de participação. Eu acredito, talvez sendo mais integrada que apocalíptica (como dizia Umberto Eco), na participação real dos telespectadores nas pautas jornalísticas, por exemplo. Também é necessário pensar que em uma sociedade

regulada pela desigualdade social não há possibilidade em se construir um modelo único e ideal de educação e de informação, tão pouco definir formas exclusivas de preservação e difusão cultural. Assim, as tecnologias, como mediadoras das relações, possibilitam a promoção e a inclusão social para um contingente maior da população, mesmo que isso ainda precise ser ampliado em termos quali e quantitativos. E a educação, amparada pelos suportes digitais, ocupa um papel fundamental neste cenário de desenvolvimento. Ela deve ser percebida como uma dimensão social, onde delinea um sujeito com autonomia, capaz de exercer uma reflexão crítica e com possibilidade de edificar seu conhecimento, criando mecanismos comunicativos capazes de divulgar e promover sua cultura. Posso afirmar que estamos diante de uma nova realidade, uma nova postura, uma nova maneira de utilizar os recursos tecnológicos a serviço da sociedade, promovendo a educação, a inclusão e criando uma sociedade mais próxima de ser igualitária. E esse é o desafio que nos motiva, impulsiona e nos estimula.

A Senhora acredita na viabilidade da interatividade nos canais abertos?

Sim, mas não de forma ampla e a curto prazo. Creio que as emissoras precisam ainda desenvolver modelos de negócio capazes de dar conta das novas demandas. Também pensar em novos produtos, novas maneiras de transmitir informação. Estamos diante de um novo cenário e como novo apresenta dificuldades e demandas. O que não podemos é achar que tudo está resolvido ou ainda que não exista solução. Estamos trabalhando (estudando, pesquisando) para criar novas possibilidades. Esses desafios, por exemplo, são os impulsos e os estímulos aos professores e estudantes do programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento, da Unesp de Bauru. Sabemos que temos muito ainda por fazer, mas já demos o primeiro passo.

Fernando Antonio Crocomo

Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (1988), mestrado em Engenharia de Produção pela UFSC (2001) e doutorado em Engenharia de Produção pela UFSC (2004). Atualmente é professor Adjunto do Departamento de Jornalismo da UFSC. Possui ampla experiência em Comunicação, tanto acadêmica quanto através de trabalho junto a emissoras de TV públicas e privadas, com ênfase em Videodifusão e Telejornalismo, atuando principalmente nas seguintes áreas: Televisão, video, documentários televisivos, TV digital interativa e produção interativa para Televisão. Presentemente é o Diretor Geral da TV UFSC. Foi fundador do Núcleo de Televisão Digital Interativa da UFSC, tendo sido pioneiro na produção interativa de TV com comunidades do interior. É Vice-Coordenador de Linguagem para Televisão do INCoD - Instituto Nacional para Convergência Digital, onde atua no Eixo Serviços e Conteúdo, pesquisando a criação de uma série de aplicações-piloto para prova de conceito das estratégias, modelos e tecnologias para convergência digital multidispositivo desenvolvidas no Instituto.

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

Primeiro é importante apontar que existem “recursos técnicos interativos” que permitem o envio, pelo usuário, de informações além do fluxo de áudio e vídeo que chega até a casa das pessoas pela TV. Outra noção é o uso que pode ser feito desses recursos interativos. Poderemos chegar a um grau de participação elevado, em que o usuário pode participar, se beneficiar e compartilhar com outras pessoas. Nesse caso, o que determina esse uso dos recursos e a qualidade é o conteúdo a ser proposto e produzido.

Com a tecnologia digital será possível à TV tornar-se interativa. Como deverá ser essa TV digital interativa?

Primeiro as pessoas não obrigadas a interagir, então, se o conteúdo for atrativo, poderá levar a uma participação. E essa participação poderá ser de entretenimento – o que faz parte da grade de programação das emissoras. Poderá

ser também de auxílio e de utilidade para o usuário. Mais uma vez o conteúdo pode determinar a televisão que queremos.

A televisão digital apresenta diversos recursos, como a INTERATIVIDADE, uma das principais promessas da TV digital brasileira. Assim sendo, que possibilidades surgem para o telejornalismo com a chegada dessa nova tecnologia?

No telejornalismo poderão ser disponibilizadas informações extras para as pessoas acessarem na TV, informações sobre as fontes, dados mais aprofundados. Isso, de maneira geral. A interatividade atingirá um grau maior quando der informações mais individualizadas, ou, quando permitir, além de dados gerais, informações mais objetivas em relação ao indivíduo e família.

Com o uso de recursos interativos, será possível aos telejornais ampliar o acesso das pessoas à informação?

Sem dúvida alguma, se possível em complemento às informações do fluxo de áudio e vídeo.

O Senhor acredita na viabilidade da interatividade nos canais abertos?

Sim, mas mais uma vez destaco a importância de definição do conteúdo.

Sebastião Carlos de Moraes Squirra

Concluiu o doutorado (1992) e o mestrado (1988) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Fez Pós-doutorado nos EUA e Espanha (1995/96). Atualmente é docente da Universidade Metodista de São Paulo, onde atua no Programa de Pós-graduação em Comunicação (Mestrado e Doutorado), onde foi Coordenador por 9 anos. Atua na área da Comunicação Eletrônica (Jornalismo, Mídias e RTV), e com foco na Cibercomunicação e em TV Digital.

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

A interatividade é um recurso exaustivamente utilizado quando se faz uso dos recursos midiáticos. Veja o controle remoto do seu televisor antigo ou as teclas do telefone ou do seu celular. No caso da TV digital de alta definição que traz as possibilidades de interação nesta mídia, isto significa que o aparelho que antes só enviava emissões com conteúdos pré-formatados, passa a embutir a possibilidade de o espectador enviar mensagem em canal de retorno para a “base central” da emissão televisiva (a emissora de TV), manifestando assim um desejo de “diálogo” comunicacional ainda não antes permitido. Lembro que, no passado, o modelo era de emissão de “mão única”. A tecnologia, agora, passa a permitir a interação do telespectador a partir da solidão da sua sala que, rompendo o separatismo dialógico passa a acomodar o desejo do espectador de ser ouvido.

Com a tecnologia digital será possível à TV tornar-se interativa. Como deverá ser essa TV digital interativa?

A interatividade na TV digital deverá explicitar nas telas digitais processos de inserção de desejos dos receptores das mensagens. A forma disto ainda não está finalizada, pois questões imensas de tecnologia e opções processuais ainda precisam ser tomadas pelas emissoras. A evolução do mercado, sobretudo na robusta convergência tecnológica que se presencia no momento torna a decisão de qual formatação dever-se-ia adotar, pois a dinâmica é muito grande e os investimentos de peso. Além disso, indaga-se qual tipo de disponibilização de qual tipo de produto deveriam as emissoras colocar nas telas, o que vem postergando a adoção deste recurso atualmente.

A televisão digital apresenta diversos recursos, como a INTERATIVIDADE, uma das principais promessas da TV digital brasileira. Assim sendo, que possibilidades surgem para o telejornalismo com a chegada dessa nova tecnologia?

O telejornalismo (bem como toda forma de programa) poderá ser fortemente beneficiário dos recursos da interatividade, se disposição e recursos financeiros foram concretizados pelas emissoras. Os telejornais poderão, por exemplo,

continuar a apresentar as notícias no formato dos atuais 30, 45, 60 segundos, abrindo ao telespectador, na tela, espaços para questões inerentes ao relato jornalístico apresentado, tal qual já se faz na atualidade, mas sem a interatividade na tela. E sim, na internet.

Com o uso de recursos interativos, será possível aos telejornais ampliar o acesso das pessoas à informação?

A interatividade é sempre um requisito interessante nesta direção. Mas, não tem-se nada garantido, uma vez que a interação dependerá sempre da vontade do espectador. E não são muitas as pessoas que procuram mais informação consolidada sobre os assuntos expostos. É de se destacar o interesse pela fofoca, pela vida social de artistas etc. demonstrada na adesão popular a publicações e programas de “variedades” onde o interesse cultural é mínimo.

Em sua opinião, como a interatividade pode se tornar atraente para o telespectador a ponto de o mesmo sentir vontade de interagir?

As pessoas sentir-se-ão motivadas em procurar mais informação de acordo o interesse despertado a partir da exibição da matéria. Acredito que quanto mais “inteligente” e “sedutora” for a notícia e sua forma de apresentação, mais possibilidades existem de as pessoas procurarem mais esclarecimentos sobre os assuntos veiculados.

Eduardo Martins Morgado

Graduação em Engenharia de Minas pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (1980), Mestrado (1991) e Doutorado (1996) em Administração pela Faculdade de Economia Administração e Contabilidade FEA/USP, ambos em métodos quantitativos e Informática. Foi consultor da SEED/MEC de 1996 a 2001. Foi consultor ad-hoc via PNUD e UNESCO. Atualmente é Professor Assistente Doutor na UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - FC / Depto de Computação - Bauru, onde coordena o LTIA - Laboratório de Tecnologias da Informação Aplicada- homologado pelo CATI/Sepin-MCT. No LTIA orienta e desenvolve projetos de pesquisa e software relacionados com *embedded devices*, TV Digital, Interoperabilidade e *Cloud Computing*. Atualmente se especializa em

Políticas de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, tendo cursado "*Strategic R&D Management*" na Wharton School e feito Pós Doutorado no INSEAD/França na área de Estratégia em Políticas de Inovação.

O que é o LITIA?

O LITIA, Laboratório de Tecnologias da Informação Aplicada, é um laboratório de pesquisa e inovação, para o desenvolvimento de aplicações junto a empresas para a solução de problemas tecnológicos. A função desse tipo de laboratório é resolver os problemas da área de inovação. Atuamos sob demanda e somos auto-sustentáveis, pois captamos recursos juntos às empresas que nos procuram.

O que o Laboratório já produziu na área de televisão digital?

Ligados à TV digital, até 2009 e início de 2010 nós trabalhávamos porque tínhamos uma forte área de sistemas embarcados. Trabalhamos em cima dos sistemas operacionais que são executados na *set to box*, que é a base de grande parte da interatividade na televisão digital.

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

É a possibilidade de você poder ter acesso a recursos que não estão explicitamente sendo transmitidos na transmissão digital, ou seja, conteúdos que estão ocultos mas que estão sendo transmitidos simultaneamente à transmissão normal. É a possibilidade de que eu possa ter acesso a eles pelas capacidades que a *set to box* oferece.

Que possibilidades se apresentam para o telejornalismo com o uso dos recursos interativos?

Um dos projetos que nós desenvolvemos aqui, foi a possibilidade de você pode ter acesso a um programa que era gravado, o programa tinha seu desenrolar, e você podia ter acesso durante o programa a informações adicionais sobre o que era dito pelos entrevistados, ter acesso a matéria completa não editada, você podia ter acesso ao glossário dos termos técnicos que eventualmente eram usados pelos entrevistados, ter acesso aos links de assuntos correlacionados, podia clicar nesse link e ter acesso aos sites web e você também podia acessar informações adicionais correlacionadas à matéria. Isso tudo desviava você da própria matéria, mas como a

matéria era gravada você sempre podia voltar ao ponto de onde decidiu parar. A interatividade existia, mas o pressuposto era de que era uma matéria gravada.

Qual foi a complexidade de construção de todos esses recursos a que você se referiu?

Tecnicamente falando? Foram recursos construídos sem grande complexidade, que dependem unicamente do poder de processamento da *set to box*. Nós usamos naquele projeto uma *set to box* de alto desempenho. Então, como ela tinha alta capacidade de processamento, ela era capaz de processar simultaneamente várias atividades ao mesmo tempo, ou melhor, quase ao mesmo tempo, pois você tem que parar uma atividade para começar outra. Essa é uma característica dos sistemas embarcados, eles são como o telefone celular, quando você está falando você só está falando, quando está ouvindo música, só está ouvindo música, quando toca o telefone para a música e você atende o telefone. Essa é a característica dos sistemas embarcados, grande poder de processamento mas não processamentos simultâneos.

O uso em larga escala de recursos como esses utilizados no projeto são viáveis?

A categoria de *set to box* que nós utilizamos para produzir esse recursos são de alto desempenho e conseqüentemente de alto custo. Então, surge uma situação extremamente complexa, pois a *set to box* popular, que é a que nós temos hoje, tem pouquíssima capacidade de processamento, ela basicamente só é capaz de fazer a conversão do sinal. É essa a *set to box* que o ex - ministro da comunicação, Hélio Costa, anunciava por um preço na ordem de trezentos a quatrocentos reais.

Todos esses recursos a que o Senhor se referiu são recursos que possibilitam a chamada “interatividade local”, mas e o diálogo direto com a emissora?

Ai entra a questão do que é a interatividade: interatividade é eu versus o conteúdo que acabou de chegar ou sou eu versus o emissor do conteúdo? A

interatividade local é tão ou mais preciosa que a interatividade com o emissor, principalmente porque eu acho que há muito pouco o que fazer em relação ao emissor. A interatividade com o emissor já existe e ponto final. Um programa como o Faustão oferece uma enorme gama de interatividade disponível com o emissor, SMS, telefone, email e o próprio acesso ao site da globo.com. São formas diretas de você interagir com o programa, independente da TV ser digital ou não. Então, a interatividade com o emissor já existe e as razões para que essa interatividade aconteça são limitadas, porque a capacidade de interferência no programa tem que ser limitada por razões óbvias, pois o programa não é uma parafernália, uma cacofonia popular. As possibilidades de consulta à população para mudar o roteiro de um programa são relativamente poucas, agora, as possibilidades de interatividade do telespectador em relação ao conteúdo transmitido disponível na *set to box* são muitas, eu diria até infinitas.

O Senhor acredita na concretização da interatividade dos canais abertos?

Eu acredito que sim, baseado no seguinte raciocínio, como esse material só poderá ser manipulado por *set top box* de um custo diferenciado. As emissoras estarão produzindo esse material para as classes A, B e uma parte da C, ou seja, as emissoras estarão produzindo esse material para um público segmentado, algo que a TV aberta nunca conseguiu fazer, que foi se comunicar diretamente com esses segmentos.

Mas então o Senhor está trabalhando com a hipótese de que esses recursos interativos estarão restritos a essas classes sociais?

Eles estarão naturalmente restritos, porque as classes C, D e E não terão recursos para comprar a *set to box* e manipulá-la. Eu estou dando uma hipótese cruel, mas o tempo dirá.

Lauro Henrique de Paiva Teixeira

É Mestre em Comunicação pelo PPGCom da FAAC/Unesp de Bauru com a pesquisa "TELEVISÃO DIGITAL: Interação e Usabilidade" orientado pela Profa. Dra. Ana Sílvia

Médola. Possui graduação em Design pela Unesp (2002). Foi coordenador de programação na TV TEM - Bauru e atualmente é Gerente de Programação da TV Aparecida. Tem experiência na área de Design e Comunicação, com ênfase em Cibercultura, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, design, interfaces, internet e televisão.

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

O principal entendimento que se tem da interatividade é que se trata de uma interação mediada pela tecnologia. Em essência, isso não muda com a televisão digital.

Interação e interatividade são diferentes? Se sim, como diferenciá-las?

Interação é um termo mais antigo, que parece ter se originado na física. Diz respeito à troca de informação entre duas ou mais entidades, corpos ou mesmo pessoas. Interatividade é um termo mais recente, que teve origem no universo da informática para designar um tipo mais “rico” de interação, justamente por ser intermediada pela máquina. Hoje, com as interfaces digitais, a ideia inicial de interatividade se potencializou muito. Mas sofreu com a banalização do termo pelo mercado. De modo a fazer com que algumas pessoas no meio acadêmico o deixassem de utilizá-lo. Contudo, interatividade é o termo que está sendo amplamente divulgado e utilizado. Considero importante não o deixarmos de lado, mesmo em suas contradições.

Com a tecnologia digital será possível à TV tornar-se interativa. Como deverá ser essa TV digital interativa?

Pela televisão digital, a interatividade que já existia pelo controle remoto agora é entendida e aceita no mercado como “possibilidade de mais conteúdo” ou ainda “algum controle sobre o modo como o conteúdo é disposto”. Trata-se na prática de “maior possibilidade de escolha” em multimídia. Ainda que a tecnologia digital permita transformar usuários em interagentes, a mídia televisiva, por suas características de transmissão, deverá estimular o usuário a consumir mais televisão. De modo que a interatividade mais avançada na televisão terá linguagem

própria. Uma linguagem que tende a se aproximar mais daquela que conhecemos nos videogames - com o entretenimento se constituindo ricamente de escolhas pré-definidas pelo emissor - e menos da linguagem da internet, em que podemos nos relacionar com outras pessoas e emitir opinião.

A televisão digital apresenta diversos recursos, como a INTERATIVIDADE, uma das principais promessas da TV digital brasileira. Assim sendo, que possibilidades surgem para o telejornalismo com a chegada dessa nova tecnologia?

O Telejornalismo e outros programas já utilizam recursos interativos como SMS, internet e outros. Com a TV Digital, a participação se torna mais imediata e imersiva. À notícia, podem-se agregar infográficos e enquetes em tempo real, por exemplo. A criatividade é o limite.

Com o uso de recursos interativos, será possível aos telejornais ampliar o acesso das pessoas à informação?

Não creio que as pessoas teriam mais acesso à informação por meio da interatividade. Mas a interatividade lhes permitirá um pouco mais de aprofundamento nas informações que já tiveram acesso.

Em sua opinião, como a interatividade pode se tornar atraente para o telespectador a ponto de o mesmo sentir vontade de interagir?

O que continua tendo de ser atraente é o conteúdo como um todo. Haverá interatividade apenas se o conteúdo for relevante e conveniente à interação. Este é o primeiro ponto. Depois que o telespectador decide interagir, fará grande diferença o bom design e a boa usabilidade. Se a interatividade o frustrar, todo o contexto será prejudicado, inclusive a emissora.

Newton Cannito

Diretor e roteirista de cinema, formado em cinema e doutor pela Escola de Comunicações e Arte (ECA, USP) é diretor da Fábrica de Ideias Cinemáticas (FICs). Em televisão criou e é roteirista chefe da série 9mm- São Paulo sobre a polícia civil. Foi também roteirista da temporada 2004 da série televisiva “Cidade dos Homens”. Em cinema roteirizou entre outros, “Broder” (2011). É autor de “A Televisão na Era Digital”

O termo interatividade é empregado hoje de diversas formas e em diferentes contextos. Inserida no âmbito da televisão digital, como pode ser entendida a interatividade?

A interatividade é uma tecnologia, mas tem-se grandes obras que não são interativas e que vão continuar não sendo. É preciso parar com a crença de vincular a interatividade a qualidade. A qualidade não está vinculada à qualidade, é apenas uma característica da TV, que existe já há muito tempo e que , agora, foi potencializada pelo digital.

Uma das potencialidades da televisão digital é a de permitir o acesso à internet pela televisão. Como você pensa esse assunto?

As pessoas estão achando que a televisão vai virar internet, ou seja, que a televisão vai virar um modelo de interatividade da internet, onde você acessa e vai para onde quer de forma individual, não há um grupo coletivo. Mas na era digital é ridículo achar que uma mídia vai virar outra. O que caracteriza o digital é justamente a possibilidade de as mídias atuarem juntas. A interatividade é diferente na televisão, ela é muito mais parecida com um circo do que com a interatividade da internet, porque é um diálogo permanente com as audiências, mas enquanto grupo. Eu não acredito que as pessoas vão parar a programação para comprar um sapato, ou marcar uma consulta no SUS. No mundo todo, quando se tentou esse modelo de interatividade, ele fracassou. Pois a internet é muito melhor para isso. Então há o desperdício do potencial da televisão e da internet. Às vezes as pessoas querem fazer com que a televisão resolva o problema da exclusão digital. Acho isso um

equívoco é jogar dinheiro fora. Não funciona e é caro. É mais barato você fazer um programa de barateamento de computador e da banda larga (como alias já está em andamento), do que querer fazer com que a televisão vire internet.

O que muda para as mídias com a possibilidade do digital?

O digital faz com que cada mídia vire mais ela mesma. O cinema digital conseguiu ser mais cinema. Todo o processo de imersão do cinema foi potencializado com o digital. Hoje o som no cinema é melhor, temos filmes 3D, graças ao digital, etc... Com a televisão vai acontecer a mesma coisa, a televisão vai ser mais televisão, mais interativa. Outra coisa importante, na era digital, e a televisão está dentro dessa era, acaba a separação entre informação genérica (mais superficial) e a aprofundada.. Não precisamos mais escolher entre uma das duas. Se você vê uma notícia que te interessa você pode se aprofundar nela, ver mais informações sobre aquilo... . E uma última coisa possibilitada na televisão pela nessa era digital é a parte de jogos lúdicos. O específico da televisão é o jogo, é o que a televisão faz de melhor e isso vai ser potencializado com a TV digital. Ou começamos a dialogar com as narrativas dos jogos ou estamos fora do processo.

A televisão digital apresenta diversos recursos, como a INTERATIVIDADE, uma das principais promessas da TV digital brasileira. Assim sendo, que possibilidades surgem para o telejornalismo com a chegada dessa nova tecnologia?

Muitas. O digital é interativo também porque facilita a captação e a transmissão ao vivo. Isso é fundamental para o jornalismo. Vai acabar a era dos exclusivos, vamos poder ter muito mais repórteres livres e eles já estão dando os grandes furos. O sonho do cineasta russo Dziga Vertov, de ter operadores de câmera (kinock) espalhados por todo o mundo está se efetivando. Isso vai tirar o poder centralizado das redações, que terão que aprender a serem realmente verdadeiras cabeças de rede, mas aceitando que há inúmeras cabeças de redes e que cada ponto pequeno pode ser também uma cabeça de rede. Ou seja, serão múltiplas cabeças. Mas ainda terá as hegemônicas. Mas a hegemonia não se

ganhará mais no controle da tecnologia, no controle da antena, no controle do equipamento, etc.. A hegemonia se conquistará em quem conseguem fidelizar mais pontos, mais repórteres, mais pessoas. Vai ser a era aonde o que importa mesmo é o repórter, não a emissora. É a real democratização. Muito mais radical do que o que se fala hoje de democratização da produção, que ainda é baseada na idéia de abrir para o produtor independente. No futuro digital não precisará nem de produtor independente. Será a era do autor independente, do repórter que consegue ele mesmo, com seu poder pessoal, a melhor matéria. E dos agregadores de conteúdo (os cabeça de rede) que conseguem (por serem mais democráticos e menos dominadores) seduzir os melhores autores.

Você acredita na viabilidade da interatividade nos canais abertos?

Já esta acontecendo. Basta ver a votação do Big Brother, que supera em faturamento o próprio anunciante. Há quem diga que isso não é interatividade televisiva, pois é feito pelo celular. Esse é um típico raciocínio analógico. O digital é justamente a integração entre mídias, cada uma fazendo o seu específico. Se é mais fácil votar (e cobrar a votação) pelo celular é pelo celular que será feita. Isso é atuação convergente em multiplataforma. Agora isso também prova que a interatividade não é necessariamente algo genial. Como qualquer outro recurso de linguagem ela pode ser usada para algo genial, ou para algo inexpressivo. O que melhora realmente a qualidade da televisão não é a interatividade, nem nenhuma outra tecnologia. É autores corajosos e inovadores (jornalistas, roteiristas, diretores) que conseguem mostrar a realidade e recriar outras, fazendo com que a televisão aumente a entropia da sociedade e ajude a sociedade a se transformar permanentemente. O digital já começou e até agora esta sendo usado para outras finalidades. Ele não tem aumentado a qualidade da televisão. Seu potencial é grande, mas sem o uso humano consciente da tecnologia, a inovação estética não acontecerá.