

**GEMINIS**  
[ESPAÇO CONVERGENTE]

# DA TEMPORALIDADE ÀS ANTIGAS PRÁTICAS: A (RE) CONSTRUÇÃO DOS NOVOS SENTIDOS PARA O TELEJORNALISMO NO AMBIENTE CONVERGENTE

**ROGÉRIO EDUARDO RODRIGUES BAZI**

*Doutor pela ECA-USP. Pesquisador e professor na PUC-CAMPINAS. Diretor do Centro de Linguagem e Comunicação. Membro do grupo de pesquisa Sociedade Midiatizada: processos, tecnologia e linguagem. E-mail: bazi@puc-campinas.edu.br*

## **RESUMO**

O avanço tecnológico e a migração constante da programação da TV para a internet possibilitaram realinhar costumes, padrões, estilos e modos de se produzir e assistir o telejornalismo. Neste trabalho, o objetivo é iniciar um processo de reflexão dos sentidos de alguns procedimentos que ainda são praticados pelo telejornalismo dito tradicional no Brasil na nova conjuntura da convergência tecnológica. Fundamenta-se no conceito de convergência das mídias e traz reflexões para o entendimento de mudanças paradigmáticas necessárias ao telejornalismo, na tentativa de (re) construir os sentidos da produção jornalística a um novo consumidor de informação.

**Palavras-chave:** convergência, telejornalismo, TV digital, interatividade.

---

## **ABSTRACT**

The technological advance and the constant migration of TV programming for internet allowed the realignment of customs, patterns, styles and ways to seeing, produce and watch television journalism. In this paper, the goal is to begin a process of reflection of the meanings of some procedures that are still practiced by "traditional" television journalism in Brazil inserted in the new context of technological convergence. It is based on the concept of media convergence and brings reflections to understanding paradigm shifts necessary to television journalism in an attempt to (re) working the meanings of journalistic production to a new consumer of information.

**Keywords:** convergence, TV journalism, digital TV, interactivity.

## 1. INTRODUÇÃO

Muito se tem analisado e discutido, principalmente na última década, sobre os efeitos do uso da tecnologia e suas narrativas na televisão, em especial no telejornalismo. Do antigo vídeo *tape* a modernização das transmissões em tempo real com o auxílio dos satélites até ao uso das inovações tecnológicas, via internet, constituem o hábito de assistir a TV e de se praticar o jornalismo nas emissoras. “A polarização da televisão, que no início restringia-se à TV pública e privada, foi ampliada para aberta e fechada, analógica e digital, online e a dita tradicional” (MARTINS, 2012, p.97).

O avanço tecnológico e a migração constante da programação da TV para a internet possibilitaram realinhar costumes, padrões, estilos e modos de se produzir e assistir telejornalismo. O sentido do “bom dia”, “boa tarde” ou o tradicional “boa noite”, por exemplo, das produções jornalísticas na televisão configuram o cumprimento formal que só possui expressão para audiência nascida no século XX; para a audiência do século XXI, conectada a internet, o sentido da temporalidade não se concretiza.

A história já revelou que o Brasil, por exemplo, era marcado pelo início do Jornal Nacional<sup>1</sup>, às 20h, e, o fim da novela das nove da noite na Rede Globo. Até a década de 90 as famílias brasileiras agendavam os encontros antes do fim do noticiário, período no qual a audiência superava os 60%<sup>2</sup>. Como registrou Marquioni (2013, p.17):

De fato, é necessário observar que as tecnologias mudaram e novas versões [de] dispositivos são fornecidas em uma base quase diária. Mas as famílias e as formas de relacionamento também mudaram, e a sociedade de forma geral está significativamente diferente dos tempos quando era possível a reunião dos membros de uma família na sala de estar de suas residências em um horário definido para acompanharem, juntos, à grade de programação veiculada pelas emissoras (...).

1 Telejornal da Rede Globo de Televisão iniciou as atividades em 1º de setembro de 1969, com exibição prevista para a faixa das 20h; a partir de 2011 passou para às 20h30.

2 Dados: Revista Imprensa, São Paulo, mai.,1994.

No tempo corrido tal situação é inexequível. Assim como as novas tecnologias surgiram e se proliferaram, principalmente, entre os usuários de computadores, na televisão a alta tecnologia começa a ocupar espaços antes nunca imaginados. O que se observa é que a televisão do futuro já se parece com um computador conectado à internet ou outras redes do que a um aparelho de TV. O usuário se modifica e vai estar mais presente na forma de agir, assim como o de internet. Os termos consumidores e usuários são mais adequados para falar desse novo personagem, que vai substituir o telespectador como se conhece atualmente. Telespectador, por definição, é aquele que assiste a algo a distância, uma figura que em nada serve à nova realidade presenciada.

Isto posto, o presente artigo inicia um processo de reflexão dos sentidos de alguns procedimentos que ainda são praticados pelo telejornalismo dito tradicional no Brasil na nova conjuntura da convergência tecnológica.

## 2. A TEMPORALIDADE E A PRESENÇA DA TV DIGITAL

É no ambiente digital que o sentido das “coisas” perde o caráter formalista de se produzir, praticar e ver a televisão. O sentido do cumprimento diário dos apresentadores dos telejornais alimenta apenas os “plantonistas” de audiência e perde o efeito no ambiente virtual. O “bom dia” e o “hoje”, por exemplo, conotam efeitos de sentido<sup>3</sup> abstratos. Qual seria a justificativa de se assistir uma produção de televisão, onde a temporalidade do “quando” impera, na internet? Ou mesmo entender o porquê de emissoras de televisão ainda insistirem em creditar “imagens de cinegrafista amador”, nas imagens produzidas por cidadãos, haja vista que nos dias atuais, a grande maioria das pessoas possui algum tipo de aparelho de celular ou parecido que grava imagens, ou seja, todos passaram de “amadores” para usuários que produzem imagens. Como apontou Capanema e França (2013, p.22) “a máquina televisiva, antes encarnada de forma exclusiva no tradicional aparelho televisivo, atualmente perpassa vários outros suportes e processos, adquire novas funções, resgata práticas e, principalmente, expande o sentido da televisão”.

Os autores também contribuem com a visão de mudança de paradigma na televisão, ao apontar que o controle remoto, utensílio indispensável em uma sala de TV, “torna-se obsoleto como objeto midiático e como regime de interface” (CAPANEMA e FRANÇA, 2013, p.29), uma vez que a interface das novas televisões, tanto na TV digital como para os dispositivos móveis, operam pelo sistema de navegação.

3 Admite-se o termo para o artigo baseado nos estudos de Greimas (1973;1975). Neles, o autor argumenta que os discursos criam sentidos de acordo com a estrutura em que foram constituídos. O emissor escolhe a melhor forma discursiva para atingir o efeito pretendido no receptor.

Foi a base tecnológica que possibilitou e incentivou criar meios ultra rápidos para que a informação pudesse atingir o público receptor, reproduzindo nele, o conhecimento. “O registro histórico das revoluções tecnológicas (...) mostra que todas são caracterizadas por sua penetrabilidade, ou seja, por sua penetração em todos os domínios da atividade humana, não como fonte exógena de impacto, mas como o tecido em que essa atividade é exercida (CASTELLS, 2000, p. 50).

Diferentemente do que ocorreu em outras revoluções, como a industrial ou a científica, na revolução tecnológica “usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa (...) os usuários podem assumir o controle da tecnologia como no caso da Internet (...) pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo” (CASTELLS, 2000, p. 52). O usuário passa a ser agente criador e transformador. Talvez seja por isso que

as novas tecnologias difundiram-se pelo globo com a velocidade da luz em menos de duas décadas, entre meados dos anos 70 e 90, por meio de uma lógica que (...) é a característica dessa revolução tecnológica: a aplicação imediata no próprio desenvolvimento da tecnologia gerada, conectando o mundo através da tecnologia da informação (CASTELLS, 2000, p. 52).

A introdução da tecnologia digital no serviço de televisão no Brasil – a assim chamada televisão digital – refere-se, portanto, à digitalização do elo faltante: a etapa de radiodifusão e as respectivas interfaces, tanto do lado do estúdio quanto do usuário final. Entretanto, isso não deve ser entendido como uma mera digitalização do meio de transmissão, de vez que tal tecnologia permite que uma série de novas facilidades, sonhadas de longa data ou sequer imaginadas até o momento, possam ser incorporadas ao serviço. É importante lembrar que mesmo antes da chegada da TV digital no país, a televisão, segundo Jacks (1999, p.63), “produz e reproduz significados” e deve ser compreendida como parte orgânica da sociedade e da cultura contemporâneas.

A implantação do modelo japonês para a TV digital no Brasil ocorreu no dia 02 de dezembro de 2007, após amplas discussões com a sociedade e pesquisadores, pois, no decorrer das análises “todas as estratégias comerciais e políticas foram colocadas em prática para que o novo dispositivo substituísse o antigo televisor, sem proporcionar estragos no modelo de negócio assimilado por quase seis décadas pelos telespectadores” (LIMA JÚNIOR, 2009, p. 369). Mesmo assim, até o momento, pouco se fez para que as possibilidades oriundas da TV digital fosse, de fato, uma realidade. Os mesmos formatos de se transmitir uma notícia, por exemplo, continuam intactos mesmo com o “surgimento” da TV digital. Não se verifica possibilidades de inovação nas produções

realizadas na televisão em sintonia com a dinâmica da convergência midiática, por exemplo. A estrutura do 'contar a história dos fatos' permanece.

Cannito (2010) argumenta do uso futuro da internet pela televisão, expondo que o ato de navegar por meio do aparelho não significa que as pessoas irão deixar de cumprir o ato básico de assistir TV. Por sua vez, Tourinho (2009, p. 154) diz que a internet é parte de um telejornal. "O telejornal da televisão está na internet, empresta sua audiência à web e espera tê-la de volta no momento seguinte (...). São experiências que nos parecem inevitáveis".

Entretanto, sob a égide da convergência, "a linguagem televisual passa a interagir agora um sistema de comunicação marcado pela interoperabilidade entre os dispositivos digitais, e, portanto, condição para um cruzamento de mídias e conteúdos com o hibridismo de formatos" (MÉDOLA, 2009, p. 248). O que se denomina de televisão digital é, portanto, a transmissão de sinais de televisão em forma digital. De imediato, isso garante uma melhor qualidade de imagem e de som ao telespectador. Adicionalmente a imagem poderá ser mais larga que a atual, eventualmente com um maior grau de resolução (alta definição-HDTV) e um som estéreo realisticamente envolvente (*surround*) e poder-se-á ter vários programas em um único canal (sistema de múltiplos programas). A televisão poderá ser utilizada para comprar produtos, consultar acervos bibliográficos ou enviar e receber mensagens. Em programas de auditório, as pessoas poderão participar de suas casas, tendo as suas imagens transmitidas a partir de uma câmera de baixo custo, do tipo *webcam*. Com a possibilidade de utilização de mais canais e mais programações por canal, poderá haver uma proliferação de programas atendendo a diferentes necessidades e interesses. Os que apreciam *shows* e concertos terão uma sensação muito mais realista dos mesmos. E os recursos de interatividade e a possibilidade de se ter pequenas geradoras de âmbito local poderão ser utilizados para que a televisão seja um fator a aproximar as pessoas.

A partir da tecnologia digital abre-se, portanto, um leque quase infinito de novas possibilidades. Deve-se observar, porém, que existem algumas restrições. Primeiro, as alternativas não são todas simultaneamente realizáveis, impondo a escolha de determinado subconjunto de possibilidades. Segundo, elas não são auto-realizáveis, implicando na necessidade de estabelecimento de regras e padrões que maximizem as potencialidades do subconjunto eleito. Terceiro, os recursos estão dispersos ao longo do tempo: alguns deles já são disponíveis hoje, enquanto outros dependem de desenvolvimentos a serem realizados.

Admitindo, ainda, a convergência de mídias dentro do contexto que se discorre, Dizard Jr. (2000) ao citar a TV digital lembra que, assim como outras mídias interativas,

as inimagináveis possibilidades das tecnologias digitais podem criar armadilhas ao tornarem extremamente atrativos produtos exclusivamente voltados para o entretenimento que, por definição, já são muito mais atraentes do que os conteúdos de informação e conhecimento para quem tem baixa escolaridade ou interesse na educação. Junte-se a isso a disputa por audiência, multiplicados pelos incontáveis novos produtos de conteúdo que poderão ser oferecidos. Dizard Jr. (2000, p.40,41) argumenta que os indivíduos colaboram, a partir do uso e da apropriação de novas mídias, para a concretização de um processo de convergência. Para o autor, “a nova mídia não é apenas uma extensão linear da antiga”; a diferença está no fato de que ela, por meio da internet e de outros canais, expande a quantidade de recursos disponíveis para os consumidores.

Portanto, o que se observa que a passagem da via analógica para as vias da convergência digital é ao mesmo tempo resultado e causa da constituição do que se poderia nomear como a nova narrativa da televisão. Saem de cena as antigas práticas analógicas de se produzir televisão em favor das inovações possíveis de produção, até então silenciosas, conjugadas atualmente com a dinâmica da cultura da convergência (JENKINS, 2009).

### **3. (Re) CONSTRUÇÃO DOS SENTIDOS NO ESPAÇO DA CONVERGÊNCIA**

A adaptação da tradicional televisão que surgiu em 1950 no Brasil para as atuais necessidades do ambiente convergente, leva a entender que o argumento do termo convergência, citado por Jenkins (2009), portanto, é o mais adequado para a confluência que se estabelece na trajetória televisiva: da TV analógica à digital, permeada por ambientes digitais múltiplos. O termo deve ser compreendido como mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura, na qual se admite a coexistência de múltiplos sistemas de mídia coexistindo, onde o conteúdo é transmitido fluidamente.

As produções da televisão, especialmente àquelas apresentadas nos telejornais, ainda são desprovidas de usos e conceitos que reúnam, sob o manto da convergência midiática, novas oportunidades de integração. As novas e as antigas mídias podem interagir de forma complexa e permanente (JENKINS, 2009). Cabe salientar, porém, com apontou Jensen (2010), que são as práticas comunicativas e as interações que assinalam a o grau de responsabilidade dos intercâmbios comunicacionais para o desenvolvimento pleno da materialidade da convergência. Ainda para o autor, as mídias, no cenário da convergência, suportam diferentes tipos de modificação, tanto no processo comunicacional quanto na esfera de produção de conteúdos. Apenas a título de registro, é

importante lembrar que Jensen (2010) propõe a divisão dos meios materiais em três graus: o primeiro são considerados como meios de comunicação os corpos dos seres humanos e determinados utensílios e instrumentos; já o segundo são os meios de massa como os livros impressos, os jornais, os filmes, o rádio e a televisão, ou seja, todas as formas de instituições midiáticas e práticas comunicacionais baseadas no modelo um-todos. O terceiro grau, de acordo com o autor, encontram-se as tecnologias digitais, definindo essa categoria como metatecnologia. Para Jensen (2010), o computador digital reproduz e promove uma recombinação de meios anteriores a ele em uma única plataforma material. O meio digital se origina dos meios de massa reunindo outras funcionalidades como a interação face a face, as narrativas, os debates, entre outros. De acordo com Jensen (2010, p.70): “with meta-technologies, communication has come full circle to the sort of interactive and multimodal forms of interchange that characterize face-to-face settings”<sup>4</sup>.

Cabe registrar ainda um aspecto citado anteriormente e que coincide com os pressupostos elencados. A convergência das mídias e com o empenho das inovações tecnológicas, “(...) a interatividade é o recurso comunicativo que mais tem mobilizado esforços de jornalistas e produtores de televisão no processo de adaptação das empresas, antecipando a tendência de um maior fortalecimento do papel do receptor na relação comunicativa”, como disseram Médola e Dourado (2010, p.24). De acordo com as autoras, “a convergência total dos meios é um processo irreversível e condição necessária para a concorrência de formas comunicativas bidirecionais ou pluridirecionais, características das redes digitais”. Médola e Dourado (2010) explicam que a bidirecionalidade ao invés apenas de possibilitar a conexão entre os telespectadores, oferece ao emissor tornar-se mais flexível no “desenvolvimento [de] estratégias enunciativas que produzam efeitos de sentido de uma programação mais participativa”. Assim, no que se refere aos aspectos inovadores dos sentidos para o telejornalismo dentro da perspectiva da convergência, fica claro que a interatividade, por meio da participação do receptor, configura-se como um ponto a ser levado em consideração pelas emissoras de televisão. Médola e Dourado (2010, p. 17) citam que a abertura maior da participação do público faz com que sejam partícipes do processo de “co-produtores da informação, em um sistema aberto de todos para todos”. E nas palavras das autoras: “Enquanto nas mídias massivas a comunicação unidirecional considera a recepção como um todo, isolando os receptores uns dos outros, a troca recíproca e comunitária é constantemente retro-alimentada no ambiente de convergências de dispositivos digitais, com incidência na socialibilidade” (p.17).

4 Tradução do autor: Com metatecnologias, a comunicação tem um círculo completo com os tipos interativos e multimodais de intercâmbio que caracterizam as configurações face a face.

Outros aspectos importantes podem ser considerados, à luz da convergência, além dos já descritos, a saber:

- maior participação de repórteres com entradas ‘ao vivo’, interagindo com o público consumidor de informação;
- uso da segunda tela de informações, ou seja, acréscimo de informação ao conteúdo exposto pela tela principal em outros meios convergentes disponíveis no ambiente digital ou em dispositivos móveis, de modo contínuo e reflexivo, diferente daquele visto na tela principal. Para tanto, torna-se evidente a nucleação de outra redação para o trabalho, com linguagem apropriada para cada situação de mídia;
- alteração da temporalidade já descrita, a fim de que a notícia em ‘tempo real’ da televisão não perca o sentido em outros ambientes comunicacionais;
- novas possibilidades de apresentação dos telejornais e produção da estrutura da reportagem, atualmente constituída de modo clássico em texto, entrevistas e passagem<sup>5</sup> do repórter. Os formatos atuais de apresentação são, em suma, textos narrados para o receptor sem nenhuma interação ou possibilidade de inovação. Por sua vez, o modo clássico de reportagem não traduz nenhuma proximidade com o receptor, deixando-o, ainda, com mero telespectador passivo. Ao invés disso, as emissoras poderiam admitir que a participação daquele que assiste ocorra de modo constante e convergente.

Com essas ressalvas em mente e na tentativa de se obter uma possível compreensão das relações apresentadas no artigo, é possível considerar, então, alguns aspectos que merecem destaque e que serão abordados a seguir.

#### 4. POR UMA IDEIA CONCLUSIVA

Ao refletir sobre a (re) construção dos sentidos do telejornalismo no espaço da convergência tentar-se-á conjugar os principais pontos intercorrentes do trabalho, com base no já exposto. Nesse sentido, é necessário que se entenda que a reflexão apresentada em nada pode ser considerada conclusiva, haja vista as emergentes e rápidas transformações tecnológicas convergentes pelas quais comungamos diariamente. Ademais, são reflexões que buscam romper paradigmas consagrados há pelo menos cinco décadas na televisão brasileira e, por isso mesmo, necessitam constantemente de novos olhares e discussões.

Isso posto, é importante que se compreenda as emissoras de televisão

<sup>5</sup> Presença do repórter no vídeo, narrando informações.

permanecem ainda tímidas, no que diz respeito às produções noticiosas, quando o assunto é a convergência de mídias. Alguns exemplos recentes são testados na tentativa de estancar a perda significativa de audiência nos programas jornalísticos, como a experiência do programa Fantástico, da Rede Globo de Televisão, que iniciou novos formatos à luz da convergência de plataformas multimidiáticas. O programa existe há 41 anos (1973) na Rede Globo e é apresentado nas noites de domingo. O “novo Fantástico” estreou em 27 de abril de 2014 com um cenário novo, *emotions* que surgem no vídeo, muita tecnologia, bastidores, reuniões de pauta com convidados externos à equipe, sem resultados na audiência. A média do programa está em 17,7 pontos (OTVFOCO). Em um primeiro momento, o que se observa é que ao invés de falar de produtores e consumidores midiáticos em papéis separados, tentou-se vê-los como participantes que interagem uns com os outros no programa. Posição essa da qual tem-se pouco controle da recepção nas transposições de plataforma e linguagem. A iniciativa do “novo Fantástico” provoca expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos, sem, no entanto, ter apresentado mudanças significativas do modo de se produzir o conteúdo exibido.

Entretanto, na linha do raciocínio do artigo espera-se que o estudo inicie, então, reflexões para o entendimento de mudanças paradigmáticas necessárias ao telejornalismo, na tentativa de (re) construir os sentidos da produção jornalística a um novo consumidor de informação, participante do cenário da convergência midiática e afoito por mudanças.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANNITO, Newton. **A televisão na Era Digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. Summus São Paulo: Editorial, 2010.

CAPANEMA, Letícia; FRANÇA, Renné Oliveira. A televisão no ciberespaço: reformulações da televisão na internet e na TV digital. In: **Geminis**. Ano 4. n.1, p.20-36, 2013. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/issue/view/6> Acesso em: 13.04.2014.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999 e 2000.

DIZARD JR, Wilson. **A Nova Mídia**: a comunicação de massa na Era da Informação. Tradução de Edmond Jorge. 2ª ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Semântica estrutural**. São Paulo: Cultrix, 1973.

\_\_\_\_\_. **Sobre o sentido**: ensaios semióticos. Petrópolis: Vozes, 1975.

JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: 2ª edição. Aleph, 2009.

JENSEN, Klaus Bruhn. **Media Convergence**: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication. New York: Routledge, 2010.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. Modelo de negócio da TV digital no Brasil. In: SQUIRRA, S. & FECHINE, Yvana. **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Quando a TV vai além da sala de estar: por uma análise cultural dos usos de novos dispositivos tecnológicos. In: **Geminis**. Ano 4. n.1, p. 6-19, 2013. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/issue/view/6> Acesso em: 13.04.2014.

MARTINS, Elaide. Telejornalismo na era digital : aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel. In: **Brazilian Journalism Research**. V.8, n. 2, 2012. Disponível <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/issue/view/26> Acesso em: 09.11.2013.

MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi. Televisão digital:mídia expandida por linguagens em expansão. In: SQUIRRA, S. & FECHINE, Yvana. **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_; DOURADO, Mariana. A influência no contexto multimidiático na configuração do telejornalismo. In: **Em Questão**. Porto Alegre, v.16. n. 1, p.15-27, jan\jun, 2010. [otvfoco.com.br/audiencia/category/emissoras-2/globo/page/11/](http://otvfoco.com.br/audiencia/category/emissoras-2/globo/page/11/) Acesso em 12/05/2014.

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