

Um olhar sobre o telejornalismo online: a questão da linguagem e dos formatos¹

Ana Paula Goulart Ribeiro

Eduardo Melido Ribeiro

Flora Fernandes

Stela Tsirakis²

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

A partir do trabalho que desenvolvemos, em 2001, no Telejornal Online da UFRJ (TJ.UFRJ) nos mostrou a riqueza do ambiente web para a prática do jornalismo, especialmente pelo suporte de múltiplas mídias e pelas inovadoras possibilidades de interação entre emissores e receptores das mensagens. Este trabalho apresenta os resultados preliminares da pesquisa que realizamos na Escola de Comunicação da UFRJ. Seu objetivo é, em primeiro lugar, analisar as diferentes soluções postas em prática nos telejornais online em termos de linguagem e estrutura e, em segundo lugar, pensar novas propostas de se fazer telejornalismo na Internet.

Palavras-chave

Telejornalismo; jornalismo online; internet; interatividade

A Internet é uma mídia que traz novas possibilidades de comunicação. As mais alardeadas são seu alcance global, o dinamismo, a instantaneidade e o suporte a diferentes mídias. A prática do jornalismo na web tenta explorar estas características utilizando-se de várias ferramentas. O audiovisual é uma delas, e o aparecimento do telejornalismo digital foi algo inevitável.

No Brasil, existem várias iniciativas de telejornalismo online³. Seus produtores são desde os grandes portais de conteúdo (como Terra, IG e UOL) até as universidades (como UERJ e UFRJ). Há ainda outras experiências como o *crossmedia* de algumas emissoras, que disponibilizam reportagens já exibidas na TV aberta ou por assinatura, e o site *AllTV*, um canal de televisão que utiliza a Internet como principal meio de emissão. Todos partem do mesmo suporte técnico, mas cada um tem um formato e experimenta de forma diferente o que o meio tem a oferecer de novo.

¹ Trabalho apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

² Ana Paula Goulart Ribeiro é doutora em comunicação e professora da ECO/UFRJ. Eduardo Melido Ribeiro e Stela Tsirakis são alunos do curso de jornalismo. Flora Fernandes é do curso de Rádio e TV.

³ Há um debate em torno do nome a ser usado para designar a experiência do telejornalismo na Internet. Qual seria o termo mais apropriado para denominá-la: telejornalismo online, telejornalismo virtual, telejornalismo digital ou web telejornalismo? Consideramos esse problema da nomenclatura uma questão menor e resolvemos usar os termos indistintamente.

Este trabalho apresenta os resultados preliminares da pesquisa que realizamos na Escola de Comunicação da UFRJ. Seu objetivo é, em primeiro lugar, analisar as diferentes soluções postas em prática nos telejornais online em termos de linguagem e estrutura e, em segundo lugar, pensar novas propostas de se fazer telejornalismo na Internet.

Em um primeiro momento, o trabalho se constituiu da análise de três diferentes sites que veiculam telejornais produzidos exclusivamente para Internet: a *TV Terra* (produzida pelo portal de conteúdo homônimo, primeira experiência em telejornalismo da Internet brasileira), a *TV UERJ* (projeto experimental de telejornalismo digital da Universidade Estadual do Rio de Janeiro) e a *AllTV* (primeira experiência no Brasil de TV online com programação inteiramente ao vivo).

A pesquisa, neste momento, está voltada não apenas para a observação empírica, mas também para a produção de uma crítica do telejornalismo feito na Internet brasileira, a partir de nossas análises e também da revisão da bibliografia existente sobre o tema.

Apresentamos, aqui, algumas reflexões e hipóteses da nossa pesquisa. Como o levantamento do material empírico não foi concluído e ainda estamos lendo e discutindo a bibliografia, nossas afirmações têm caráter provisório.

Alguns pressupostos e inquietações

O ponto de partida para a nossa pesquisa é a constatação de que o meio digital traz uma variedade de novas possibilidades de formato e linguagem para o jornalismo. Queremos entender que possibilidades são essas e como estão sendo exploradas pelos profissionais do audiovisual. O que há, de fato, de específico na Internet em relação aos meios de comunicação tradicionais?

Desde que a Internet surgiu, muito já se disse sobre essa tecnologia e suas potencialidades revolucionárias. Alguns alardearam suas características democráticas e fizeram previsões bastante otimistas em relação ao seu desenvolvimento, sobretudo em termos de produção e circulação de notícias. Um das características mais exaltadas era a descentralização do poder de emitir informações (o fim do “monopólio da fala”), que favoreceria a expressão de pontos de vista múltiplos e alternativos sobre um mesmo tema. O tempo, no entanto, mostrou que o desenvolvimento do meio não se deu exatamente na direção imaginada. (Cf. VAZ, 2004)

A Internet, de qualquer forma, modificou (e continua modificando) profundamente a prática jornalística, tanto porque se apresenta como um meio de produção e veiculação de notícias e informações que traz novas possibilidades de formato, mas também porque ela mesma se constituiu como uma fonte essencial para a apuração jornalística. Os processos de produção e de circulação das informações ganham novas dinâmicas e passam a ser pautadas por outras temporalidades.

Algumas características são normalmente apontadas como aquelas que diferenciam a Internet dos meios de comunicação tradicionais (imprensa, rádio, TV, cinema) e que, portanto, influenciam a maneira de se fazer jornalismo online. A *interatividade* é uma delas. No que diz respeito a isso, a Internet traz múltiplas possibilidades de interação entre produtores e receptores das mensagens, algumas delas reproduzem ou apenas atualizam a tradicional “seção de carta dos leitores”, mas outras – como os chats e fóruns – inovam, tornando possível a comunicação em tempo real não apenas entre o editor de um site e sua audiência, mas também entre membros deste último grupo.

Uma outra característica marcante seria a *instantaneidade*. Trata-se de um dos principais fetiches do jornalismo da Internet. Esta não é, no entanto, uma característica exclusiva da web. O rádio e a própria TV convencional também podem trazer a informação instantânea nas suas transmissões ao vivo. Apesar disso, a instantaneidade é uma das potencialidades da Internet mais interessantes do ponto de vista da informação jornalística.

Mas essa característica pode levar a profissão a um verdadeiro paradoxo. No seu limite, o princípio da instantaneidade coloca em xeque os valores basilares do jornalismo. Quando a pressa em informar prevalece, como fica o compromisso com a apuração, com a confirmação e com a contextualização dos fatos? E o que acontece quando uma informação falsa é veiculada e gera repercussão?

Na Internet, claro, os textos podem ser alterados minuto a minuto, e uma informação falsa ou pouco precisa pode ser corrigida tão logo o jornalista identifique o erro ou a imprecisão. Mas a questão é: a atualização de uma informação errada pode consertar o possível impacto que ela pode ter?

Um outro aspecto sobre o qual muito se debate é o *tamanho* que o texto jornalístico (no nosso caso, o vídeo) deve ter na Internet. Pedro Dória – colunista do site de notícias *No Mínimo* – acredita que um dos dogmas digitais é a idéia de que as pessoas não têm paciência de ler textos longos na Internet e que, portanto, as frases

devem ser curtas, não ultrapassando dois parágrafos. (BRASIL, 2002: 33) J. B. Pinho concorda com esta idéia e chega a dar uma explicação técnica para justificá-la. Segundo ele, ao se ler à luz do monitor, os nossos olhos piscam menos do que 16 vezes por minutos, o que pode levar a uma maior incidência de fadiga visual (ardência, visão embaçada ou embaralhada) e dores de cabeça. Por isso, o texto na Internet deveria ser 50% mais curto do que o escrito para o papel, diz ele. (PINHO, 2003: 51)

“Veja que paradoxo: tem-se um meio em que é possível colocar uma incalculável quantidade de informação e não se aproveita isso com mais texto e informação”, afirma Dória. (BRASIL, 2002: 33) Realmente, é uma questão interessante. Afinal, qual é a vantagem de se usar de forma limitada um meio que justamente tem como peculiaridade não ter limite de espaço? No caso do telejornalismo, isso não significa que estamos desperdiçando a possibilidade de romper com o velho dilema entre superficialidade e profundidade?

E, além do mais, será que isto é verdade? Será que as pessoas, realmente, preferem ler textos curtos na Internet? Guilherme Fiúza – que escreve uma coluna de política no *No Mínimo* – expressou uma opinião contrária a esta, quando esteve presente no *Meio a Meios: I Semana de Jornalismo da UFRJ*, em março de 2007. Para ele, há espaço para textos mais longos na Internet, porque as pessoas procuram, nos sites de notícias, informações mais profundas e analíticas, que não encontram nas mídias tradicionais.

Na realidade, talvez não haja uma regra única para o jornalismo online. Há muitas possibilidades de oferta e uma quantidade de conteúdo muito variado na Internet, assim como as formas de apropriação pelo público também podem ser muito diversas. O que funciona bem em alguns casos, talvez não seja válido para outros.

Um dado que deve ser levado em consideração é que, na Internet, o jornalista pode usar vários recursos e várias linguagens ao mesmo tempo. Pode lançar mão simultaneamente de texto impresso, de áudio, de imagem estática (uma fotografia ou uma caricatura, por exemplo), de imagem em movimento com áudio (um vídeo) etc. Ou seja, uma página na web pode funcionar como um jornal, como uma revista, como um rádio, como uma televisão ou como tudo isso ao mesmo tempo. O uso que se vai fazer de cada um desses elementos, mais uma vez, depende da situação. Como afirma Cora Rónai, editora do caderno de informática do jornal *O Globo*:

“No fundo, o que fazemos é contar uma história. Quanto à linguagem, há coisas que devem ser contadas por escrito, outras funcionam melhor narradas, como por exemplo quando podemos editar a voz da própria pessoa, a respeito da qual se está falando, assim como o som ou a música podem acrescentar dados fundamentais. Outras vezes, o telejornalismo está longe de ser a linguagem mais adequada. (...) Na Internet, pela primeira vez, há a possibilidade de se contar uma história exatamente da forma como ela deve ser contada, usando uma dessas mídias ou todas ao mesmo tempo, a fotografia estática, o vídeo, sendo possível misturá-las. A interatividade dessas mídias e a escolha de como contar uma história são totalmente abertas a todas as possibilidades de comunicação” (BRASIL, 2002: 55-56)

A nossa pesquisa parte do pressuposto – para nós, fundamental – de que *o telejornal online é uma manifestação audiovisual nova*. Não se trata apenas da transposição da televisão para a Internet, de uma mera mudança de suporte. Esta parece uma afirmação simples, até mesmo banal. Mas não é. Muito do que se tem feito na Internet hoje não parece seguir esse princípio. Há uma tendência de se copiar na rede o mesmo formato da TV convencional. Em muitos sites, em alguns dos maiores e mais respeitados, os programas jornalísticos usam a mesma formatação, a mesma linguagem, os mesmos cenários da televisão. (BRASIL, 2002: 28)

Acreditamos, porém, que é preciso explorar as potencialidades do meio, aproveitar o que de novo ele pode proporcionar. O modelo tradicional, consagrado, de telejornalismo não é adequado – e nem desejável – na Internet.

Em que medida os sites de notícia – particularmente os que apresentam programas telejornalísticos – exploram as particularidades do meio? Esta é uma das perguntas que nossa pesquisa procura responder.

Claro que é preciso levar em consideração que ainda não há uma linguagem padrão, nem um formato consolidado para o telejornalismo online. Estamos lidando com um campo em formação. Isto para o profissional de jornalismo e, sobretudo, para nós que estamos na universidade, é extremamente interessante. Entendemos que o papel da academia não é apenas o de reproduzir saberes e técnicas já consagradas e cristalizadas. A universidade é (ou pelo menos, deveria ser) também um lugar de experimentação, de inovação, de produção de novos conhecimentos. Como o jornalismo na Internet é, nesse momento, uma prática em construção, como essa nova mídia é de fácil acesso e os controles sobre os seus conteúdos ainda são frágeis, pensamos que esse pode ser um excelente campo para experimentações. Até porque, nesse estágio de desenvolvimento do meio, em que não existe ainda nenhuma fórmula, nenhum modelo consagrado de se fazer telejornalismo na rede, errar é aceitável. Logo, ousar é possível.

O objetivo final da nossa pesquisa é, portanto, ambicioso. Pretendemos pensar em possibilidades e caminhos que possam contribuir para renovar as práticas e as técnicas do jornalismo.

É preciso lembrar, entretanto, que, se por um lado essa é a chance de reformular e mexer na linguagem, por outro, precisamos estar conscientes das limitações que enfrentamos no país em que vivemos. Menos de 4% da população brasileira tem acesso à Internet e, desses, 80% são jovens com menos de 25 anos (BRASIL, 2002: 45-49) Os números são muito contundentes, mas devem também ser relativizados. A Internet – como qualquer mídia – alcança mais pessoas do que àquelas que lhe têm acesso direto.

A pesquisa empírica

Como já dissemos, a nossa pesquisa se baseou na análise da *TV Terra*, *AllTV* e *TV UERJ*. Foram escolhidos sites que veiculam telejornais formatados exclusivamente para Internet. Isto significa que, por definição, foram excluídos do corpus de análise sites do portal Globo.com, que apenas veiculam programas produzidos para (e já exibidos na) TV aberta ou por assinatura (no caso, *TV Globo* ou *GloboNews*).

A *TV Terra* (<http://terratv.terra.com.br>) é a televisão do portal de conteúdo Terra e foi escolhida por sua importância e pioneirismo. Trata-se da primeira experiência brasileira de telejornalismo na Internet e uma das mais bem sucedidas. A *AllTV* (www.alltv.com.br) é uma televisão que utiliza a Internet como principal meio de emissão. Trata-se, portanto, de uma experiência absolutamente inovadora como proposta para o telejornalismo. A *TV UERJ* (www.tv.uerj.br) foi a primeira TV universitária da Internet no Brasil.

A análise dos sites teve uma dimensão descritiva, que consistiu em observar aspectos bem específicos dos programas, tais como: o tipo de vocabulário mais usado; o nível de formalismo ou coloquialismo utilizado; as formas de interpelação do público (se é que existiam); os procedimentos gerais usados pelos apresentadores (gestualidade, maneira de vestir, uso ou não de teleprompter); realização ou não externas (com passagens, narrações em off); realização de entrevistas (no estúdio ou fora dele), a edição das imagens etc.

Além dos aspectos específicos de formato e linguagem, alguns outros pontos nos pareceram importante considerar na análise, pois estão, de forma direta ou indireta, relacionados àqueles. Primeiro, é preciso considerar que uma TV na Internet é, antes de tudo, um site. Por isso, é necessário levar em consideração a programação visual, que

define a interface com o público. É importante ficar também atentos para questões do tipo: o site é de acesso livre e gratuito? O site conta com publicidade? Que outras fontes de sustento ele pode contar? Possui recursos escassos ou não?

Pretendemos realizar algumas entrevistas com jornalistas que trabalham nos sites escolhidos. Nossas perguntas básicas serão: O que diferencia, para você, um telejornal na Internet de um telejornal convencional? O que é interatividade? Quais são as principais dificuldades técnicas encontradas para produção um telejornal online? O que dá certo e o que não dá na Internet? Quais são as principais demandas e reclamações do público?

Além disso, procuraremos conseguir junto aos produtores das TVs online dados mais precisos sobre número médio de visitas aos sites, informações sobre suas estruturas de produção, como equipe, equipamentos (câmeras, ilhas de edição), estúdios (quantidade, dimensões) etc.

TV Terra

A TV Terra é um site que apresenta vídeos e noticiários constantemente atualizados. Esta TV online apresenta vídeos que são transmitidos ao vivo, mas também possui gravações que podem ser acessadas *on demand*.

A programação do site envolve as tradicionais editorias de política, internacional, esporte, acrescidas de vídeos de humor e de trailers de filme. Tais trailers constituem um aspecto interessante a ser analisado, pois eles não parecem sofrer nem um tipo de modificação para serem exibidos online. As imagens destes apresentam baixa qualidade e definição, ou seja, são bastante pixelizadas.

O site apresenta um jornal, o Jornal Terra, cujos padrões seguem o formato da TV convencional. Ele tem duas edições, ao vivo, às 14h30 e às 17h30, que são reprisadas durante o dia, preenchendo os horários da TV ao vivo que não tem outra programação. As matérias deste são sempre introduzidas por uma apresentadora, que também conduz algumas entrevistas, nas quais, frequentemente, algum acadêmico de uma renomada instituição de ensino analisa determinada conjuntura, seja ela nacional ou internacional.

O site possui vídeos com áudio em *off* e com imagens preparadas para televisão, que também apresentam uma baixa definição. No que diz respeito aos vídeos da editoria de política, há no site um vasto acervo sobre a corrupção no governo Luiz Inácio Lula

da Silva. A cobertura do andamento da CPI das Sanguessugas e do Mensalão estão dentre as matérias mais acessadas da TV online.

Além dos vídeos, o internauta também pode acessar matérias que complementam o audiovisual através de um link que leva a reportagens escritas do site do Terra. Por exemplo, se você está vendo uma matéria sobre o conflito na Palestina, ao lado desta, você poderá encontrar um link que lhe conduzirá a coberturas sobre a instabilidade política no Oriente Médio.

Voltando à questão do Jornal Terra, vale destacar que ele reproduz padrões do telejornalismo convencional. A apresentadora encontra-se sentada numa bancada e está vestida com sobriedade; sua imagem é captada de modo estático, a partir de uma única câmera; por vezes, os correspondentes ou entrevistados relatam situações com áudio em off, aparecendo na tela somente a imagem de um mapa contendo a localização de onde eles transmitem tais informações. Ela se movimenta pouco e não há um jogo de câmeras, o que faz com que as imagens de estúdio possuam uma definição melhor do que as feitas em externas. É importante ressaltar que o enquadramento é feito em plano médio ou plano americano.

No que tange à programação, a TV Terra tem uma cobertura aprofundada em temas de política e internacional, como já foi citado anteriormente, e, assim como os canais de TV a cabo, oferece um enfoque privilegiado para quem gosta de esportes. Além disso, este site de telejornalismo online apresenta vídeos dirigidos sobretudo aos homens, pois apresenta imagens de belas e curvilíneas mulheres vestidas com escassas indumentárias.

Uma especificidade do site é o fato deste apresentar vídeos do Discovery Channel e do People & Arts, que só podem ser acessados por quem é assinante do site (cuja tarifa gira em torno dos sete reais). Os assinantes também têm o privilégio de poderem ver vídeos com qualidade superior a que é apresentada aos não assinantes, o que varia de 100 a 500 Kb de definição. Os vídeos da TV Terra podem ser vistos em dois tamanhos. No entanto, se o internauta não for assinante, a imagem ampliada desses pode parecer, por vezes, quase indecifrável, principalmente os trailers de filmes.

A TV Terra coloca a disponibilidade das pessoas que acessam o site um amplo acervo de vídeos. Um vídeo pode ficar na rede por até mais de quatro meses, situando-se em uma galeria que contém matérias afins. É importante observar que as matérias em audiovisual têm duração que varia de pouco mais de meio minuto a vídeos de quase doze minutos.

O internauta pode dar uma nota às matérias, que têm uma classificação em estrelas, o que pode ser encarado como um indicativo da qualidade do conteúdo do vídeo para aqueles que o acessam pela primeira vez. As matérias muito boas classificam-se entre quatro estrelas e meia⁴ e cinco.

Enfim, a TV Terra resgata fórmulas consagradas da TV convencional. Porém, no que se refere ao conteúdo, a internet parece ser um meio mais livre, que permite uma maior liberdade de abordagens e uma interatividade maior com os espectadores.

AllTV

A *AllTV* foi lançada em 2002 e se autodenomina a primeira TV *da internet*. A idéia da criação deste veículo partiu de Alberto Luchetti, que se inspirou na experiência canadense www.city.com.ca/, um site com programas em vídeo criados por canais de televisão convencionais. Contudo, a idéia de Luchetti vai além do que é feito nesse site e em outros que usam o vídeo com uma linguagem parecida com a da televisão.

A proposta da *AllTV* é ser uma emissora de TV que utiliza a Internet como meio de emissão. Buscando alcançar este objetivo o canal possui uma estrutura igual a das televisões convencionais com uma grade de programação, com seus programas sempre apresentados ao vivo.

Para Alberto Luchetti, o site deve explorar ao máximo as vantagens que a Internet oferece: a interatividade e a possibilidade de reunir, no que o próprio site define como convergência de mídia, o que há de mais interessante em cada um dos meios de comunicação – "do jornal impresso, o conteúdo; do rádio, o coloquialismo e o improvisado, da TV; a estética e a imagem; e da Internet, seus múltiplos recursos, em especial a interatividade"⁵.

Com uma programação 24 horas, fazendo o caminho inverso ao dos canais convencionais de TV, a *AllTV* não está restrita a Internet. Ao completar um ano, a emissora firmou uma parceria com o grupo Abril e passou a ser distribuída na cidade de São Paulo pela *TV Millenium*, canal 17 da TVA. A TV da Internet acabou por invadir a televisão convencional, onde ganhou uma nova "cara": a tela da TV é dividida como a do

⁴ Diferentemente das classificações de hotéis que são rigidamente estabelecidas por meio de normas, a análise qualitativa das matérias do site permitem uma maior liberdade hierárquica. Ou seja, o preenchimento das estrelinhas varia de acordo com a média aritmética do percentual das notas dadas pelos internautas.

⁵ Texto de apresentação da *alltv* em www.alltv.com/

canal de notícias *Bloomberg*. Em um canto está o vídeo e no resto da tela pode-se acompanhar o chat onde os espectadores interagem com o apresentador do programa. Esta nova ‘cara’ é a forma encontrada para adaptar o visual original do canal, o da Internet, à TV.

Um ponto bastante valorizado pela emissora é a interatividade. A participação da audiência se dá através de mensagens enviadas por chat. Com este recurso, o público pode interferir no programa fazendo perguntas e comentários. Esta interação com o público pode funcionar, de forma imediata, na aferição da aceitação ou rejeição de um programa por parte dos espectadores.

O espectador pode participar dos programas através de perguntas, opiniões, críticas ou sugestões. Ou seja, a interatividade só acontece no conteúdo e nunca na forma. Além disso, sempre passa pela "censura" do apresentador, porque o chat e as mensagens mandadas via este canal, são visíveis somente para os que estão na sala de bate-papo. Isso significa que os espectadores que não estão na sala de bate-papo dependem do apresentador do programa para tomar conhecimento do que é dito pelos demais internautas.

A grade horária da *AllTV* é composta por programas infantis, de culinária, humorístico, esportivos, além do telejornalismo, que ocupa sete horas de sua grade diária. A característica que perpassa todos esses programas – e que acaba por ser a mais singular neste veículo – é a preocupação com a instantaneidade. O compromisso com o “que acontece neste momento” se traduz na falta de um roteiro fechado. Os programas são ao vivo, com duração mínima de uma hora e, neles, não são usados teleprompters. Uma das razões para isso é a necessidade de inserção – que é feita pelo apresentador – da participação do internauta.

No geral a linguagem utilizada no canal lembra o coloquialismo do rádio. Com isso os programas parecem uma conversa entre os que estão diante das câmeras e os que estão diante da tela. Esse coloquialismo dá um tom despojado e “um ar” de mesa redonda, sobretudo aos telejornais e aos programas de esporte. Não é incomum que os programas se estendam mais do que o previsto – atrasos de trinta minutos foram observados – o que marca uma grande diferença em relação às emissoras convencionais de TV, já que para elas esse tipo de “falha” é considerada pecado capital.

Como foi dito, a *AllTV* tem um conteúdo bastante amplo, mas o que mais interessa a este trabalho são os seus telejornais. A emissora já teve 50% da programação ocupada por programas jornalísticos, mas hoje, esses programas o que correspondente a

quase 30% da sua programação. Essas horas estão distribuídas ao longo do dia em quatro programas: um matutino (*Web News*) que é, ao mesmo tempo, informativo e opinativo, um programa de debates vespertino (*AllTV Debate*) e dois telejornais noturnos (*Jornal Interativo* e *Notícias On-line*).

Há ainda, na grade semanal da *AllTV*, mais dois programas jornalísticos, ambos com propostas bastante parecidas: discutir e avaliar a imprensa e seus bastidores. O primeiro é o *Imprensa na TV*, que traz informações sobre o mundo do jornalismo e da comunicação social acompanhadas da análise de um especialista e o *Comunique-se* – sábado, de 18h às 20h – O programa é resultado de uma parceria do portal *Comunique-se* com a *AllTV*. Aborda os bastidores da imprensa.

A informalidade característica do canal também foi observada nos telejornais. Diferente do padrão adotado nos telejornais convencionais, na *AllTV* os apresentadores dos telejornais tratam o espectador pela segunda pessoa, conversam e discutem com ele, emitem opiniões. Em alguns desses programas – em especial nos que possuem debates e/ou entrevistas –, essa “postura” não prejudica a credibilidade. Em compensação em seu programa jornalístico mais sério, o *Jornal Interativo*, foram criados alguns mecanismos que procuram conferir uma idéia de isenção e objetividade, reforçando a credibilidade das informações veiculadas.

O recurso mais claro é a participação de repórteres para darem as notícias apuradas, ou seja, as reportagens não são lidas pelo apresentador do telejornal, mas pelo seu autor. O apresentador primeiro introduz o assunto da reportagem aos espectadores e depois lêem alguma informação retirada da própria internet – pode ser de um site de notícias ou de um blog -, muitas vezes antes mesmo da reportagem são lidas algumas das mensagens dos participantes do site em relação ao assunto, só então ele, apresentador, chama estas inserções, e os repórteres aparecem para dar a notícia que apuraram a partir de um outro lugar: a redação do canal.

No que diz respeito à técnica, ao compararmos com a TV convencional, a qualidade dos vídeos é baixa - imagem pixelizada e chapada, com pouca profundidade de campo; cores desbotadas. Para evitar que a imagem pixelize são usadas duas ou três câmeras fixas, mesmo com estes cuidados não há como que isso aconteça quando os apresentadores fazem movimentos bruscos. A baixa resolução, que diminui a qualidade dos vídeos, é a solução para tornar viável a transmissão de sua programação e a sua visualização por todos os internautas.

Na *AllTV* existem dois espaços publicitários: os *banners* que compõem a sua *home page* e os intervalos comerciais dos programas. Alguns dos anunciantes em vídeo são a própria *AllTV*, o Governo Federal, a fabricante de instrumentos musicais SG e a marca esportiva *Everlast*. Os *banners* são dinâmicos mudando constantemente os anúncios que possuem um perfil diferente, mesclando os anunciante que anunciam também em vídeo, como a *Everlast* e empresas pequenas.

TV UERJ

A *TV UERJ* é um projeto de transmissão via Internet de conteúdo jornalístico produzido por alunos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. O projeto foi contemporâneo ao *TJ.ECO* (hoje, *TJ.UFRJ*). A idéia surgiu ainda no ano 2000 e foi amadurecendo ao longo de 2001. Em 2002, o *TJ.ECO* e a *TV UERJ* surgiram efetivamente.

A *TV UERJ* foi a primeira emissora de televisão online universitária brasileira a ser credenciada como um programa de estudantes da Rede CNN. Para o curso de jornalismo da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, o credenciamento chamou a atenção para o jornalismo online, pouco desenvolvido no Brasil até então.

Em sua programação, a *TV UERJ* apresenta o *Telejornal UERJ Online* (TJ.UERJ) desde sua criação, além dos mais recentes, *etc!*, uma revista cultural, e o *TV UERJ Esportes*. Outros programas já foram apresentados pela *TV UERJ*, tais como o *Galeria Cultural*, *Bola Murcha*, *UERJ Rural* e *UERJ Futebol Clube*. Na página inicial é possível acessar a grande novidade do site: o projeto “Youtube universitário”, segue abaixo a proposta do projeto, de acordo com a descrição do site.

“A Primeira TV Universitária Online do Brasil continua inovando. Agora, você pode enviar qualquer vídeo para o e-mail: contato@tvuerj.com.br que ele será disponibilizado em nosso site. Para participar escreva "You Tube Universitário" no assunto do e-mail. Também informe seu nome completo, Universidade e curso. Lembrando que ao enviar o vídeo você estará liberando a livre circulação dele na Internet. A TV UERJ Online vai analisar os vídeos antes de publicá-los. Professores podem divulgar, agora, suas pesquisas e projetos acadêmicos. Você, nosso espectador, é quem faz a TV UERJ Online!!! O site está em construção e entra no ar no início de Abril, mas você já pode começar a enviar os seus vídeos!!!”

Até o momento do envio deste trabalho, havia apenas um vídeo, do professor Antonio Brasil explicando os objetivos do projeto YoutubeUniversitário.

Com autonomia para decidir temas, pautas e formatos, os estudantes deram origem ao *Telejornal UERJ Online*, um telejornal diário, focado para o público ligado à Universidade, com temas relacionados à UERJ e seus projetos de extensão. Apresenta ainda reportagens especiais sobre temas externos à universidade, em especial, política, cultura, esporte e educação.

A produção conta com os equipamentos do Labvídeo da Faculdade de Comunicação Social (FCS/UERJ), com o suporte de funcionários especializados e, atualmente, com a coordenação do professor Antonio Brasil. Os programas são gravados em estúdio e contam com reportagens externas, a equipe se divide para atender às demandas do *Telejornal, etc!* e do *TV UERJ Esportes*.

Por ser baseada no trabalho dos alunos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, a *TV UERJ* não apresenta fontes de sustento externas. Em seu site, a única publicidade que encontramos é do hospedeiro *Painel Brasil TV*, que dá o suporte à TV. O acesso à *TV UERJ* é gratuito e livre. Em seu arquivo, alguns vídeos ficam a disposição para serem baixados pelo usuário/visitante, tanto matérias do acervo, quanto telejornais.

O *Telejornal UERJ Online* segue o modelo de telejornais da televisão, não apresentando nenhuma grande inovação em sua linguagem, e praticamente não explora as possibilidades de interação oferecidas pela Internet.

No *TJ.UERJ*, os alunos têm a oportunidade de por em prática o que lhes foi ensinado em sala de aula. “A gente grava sem interrupções, como se fosse ao vivo. Isso dinamiza o resultado. E como é pra valer, se houver erro, tem que improvisar, resolver a saia justa”, diz Lídia Negris, ex-aluna do projeto UERJ⁶.

O telejornal é gravado, apesar de ser apresentado como se fosse ao vivo, sem cortes ou edição, usando o improviso de seus âncoras, repetindo uma situação real e comum nos telejornais. Em sua apresentação, os estudantes usam teleprompter e fazem narração em off, outras vezes, apresentam a matéria, sem vídeo de suporte. Há ainda as reportagens externas e entrevistas em estúdio. A equipe reveza a apresentação do telejornal e a produção de reportagens.

Já o *etc!* é um programa cultural apresentado em estúdio próprio, que veio substituir o *Galeria Cultural*. Os apresentadores chamam duas ou três reportagens externas de dicas, entrevistas e resumo de eventos culturais.

⁶ Entrevista ao boletim eletrônico UERJ EM QUESTÃO – edição 82.

O *TV UERJ Esportes* tem estúdio próprio e traz um resumo do noticiário esportivo, apresentando em geral, imagens feitas por redes de televisão ou extraídas da Internet, com os comentários dos alunos / apresentadores.

Os telejornais são vídeos temporais, já que os assuntos tratados se relacionam com o dia-dia. Já as reportagens do *TJ*, do *etc!* e do *TV UERJ Esportes* podem ser vistas a qualquer momento, no arquivo, que está sendo reformulado depois de mais uma mudança no site. O arquivo é separado por temas, como política, esporte, social e cultura. Outro link do site apresenta a equipe que faz parte da TV UERJ.

Cabe ressaltar que em eventos especiais, como a Copa do Mundo e as Eleições, são criadas páginas específicas. No caso, a página sobre as eleições tratava dos temas relativos à eleição, com um histórico dos candidatos e entrevistas em vídeo, como foi observado nesta pesquisa ao longo de 2006.

A interação do público não é imediata, tanto no telejornal, quanto nos outros programas. Esta funciona na verdade, via e-mail, anunciado no início de cada telejornal e também no topo da página, ao lado de um telefone de contato. O e-mail e o telefone de contato são sugeridos para esclarecimento de dúvidas, envio de críticas e sugestões, inclusive de pauta.

Os quadros utilizados são sempre abertos, com as câmeras paradas. Quando necessário, por exemplo, em externas, fecha-se o quadro de maneira lenta. O plano americano é o plano de filmagem básico do *Telejornal UERJ Online*. Filmado com três câmeras, que se revezam de acordo com quem está falando em cada momento, sendo uma em plano geral do estúdio e as outras, em plano fechado, com o apresentador.

Os telejornais, programas e especiais têm duração média entre 5 e 10 minutos. A qualidade da imagem das gravações em estúdio é boa, não pixeliza facilmente e os vídeos carregam rapidamente quando vistos em computador com acesso à banda larga. Já as reportagens externas, geralmente, têm problemas, em especial com a iluminação e a pixelização, quando o movimento foge do controle do câmera.

Algumas considerações

Das chamadas mídias da nova era, a Internet é a mais intrigante de todas. Reúne aventureiros, que tentam desvendar os mistérios do novo meio, com experientes profissionais, já acostumados a outras mídias, tais como a imprensa, o rádio e a televisão.

No caso do telejornalismo online, conceitos como interatividade, convergência e liberdade ainda são verdadeiros tabus, a serem desvendados por profissionais que lidam, todos os dias, com esta mídia em expansão. As projeções otimistas em relação à Internet ainda não se confirmaram e, com o passar dos anos, estamos acompanhando uma evolução desse meio. Apesar do possível espaço para inovação, pouco se vê a esse respeito. Quando observamos os usos dos recursos audiovisuais na Internet, podemos dizer que se faz é, na verdade, uma adaptação da linguagem audiovisual da TV para a web. Só aos poucos, é que se vem desenvolvendo uma linguagem própria para o meio digital e suas características.

Se por um lado, a falta de linguagem definida faz com que o telejornalismo online reproduza em grande parte as práticas vindas da televisão, por outro, as possibilidades técnicas do meio também exercem influência no que é produzido, principalmente no que diz respeito à interatividade. Este é o carro chefe do telejornalismo digital, uma ferramenta promissora, mas ainda explorada de maneira conservadora.

Bibliografia

- BRASIL, Antonio e ARNT, Héris. Telejornalismo on-line em debate. Rio de Janeiro, E-papers, 2002.
- FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. São Paulo, Contexto, 2003.
- MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador, Calandra, 2003.
- MORETZSOHN, Sílvia. Jornalismo em tempo real. Rio de Janeiro, Revan, 2002.
- PINHO, J. B. Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo, Summus, 2003.
- VAZ, Paulo. "As esperanças democráticas e a evolução da Internet". In Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 24, julho 2004.
- VELHO, Ana Paula Machado e outros. "À procura de uma linguagem para o jornalismo na Webtv: uma análise introdutória". Trabalho apresentado no V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet, Salvador, nov.2004.
- <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp3004200393.htm> - "Acordo com a TVA transforma site allTV em canal pago", copyright Cidade Biz (www.cidadebiz.com.br), 25/04/03; "Site AllTV vira canal pago na TVA em SP", copyright Folha de S. Paulo, 25/04/03, e "Da Internet para a TV a cabo", copyright Comunique-se (www.comunique-se.com.br), 25/04/03 - acessado em 12 de setembro de 2006.
- http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=4959 - Repórter das antigas se joga na web - acessado em 12 de setembro de 2006.
- www.comunique-se.com.br - acessado em 12 de setembro de 2006.
- www.folha.uol.com.br - acessado em 12 de setembro de 2006.
- www.telejornalismo.com
- www.alltv.com.br
- www.painelbrasil.com.br/tvuerj