



Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço: a experiência do TJUFRJ¹

Juliana TEIXEIRA²

Beatriz BECKER³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O trabalho é uma reflexão crítica sobre o potencial de apropriação da linguagem audiovisual na *web* e pretende apontar perspectivas para um webjornalismo de maior qualidade, a partir da experiência do TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ, que pode ser acessado em www.tj.ufrj.br. O laboratório e o *site* TJUFRJ integra teoria e prática nas atividades de ensino, pesquisa e extensão. O artigo apresenta um mapeamento das características narrativas do jornalismo *online* que incorpora na produção de notícias a associação texto-imagem, inspirado na metodologia do GJOL, através de uma análise comparativa de seis *sites* - UOL News, Globo Vídeos, WTN, ALLTV, Observatório da Imprensa e webTV UFRJ. Os resultados alcançados são referências para o reconhecimento e o aprimoramento do TJUFRJ como experiência relevante na formação dos alunos da Escola de Comunicação da UFRJ.

Palavras-chave: Jornalismo de qualidade; novas tecnologias; webjornalismo audiovisual; newsmaking; TJUFRJ.

Introdução

A sociedade contemporânea vivencia a terceira revolução tecnológica: a revolução da tecnologia da informação, a qual tem como elemento central os potenciais oferecidos pelo computador, em especial a internet (CASTELLS, 1999, p.49-57). A emergência de novas máquinas sempre gerou transformações nos modos de produção e nas práticas sociais em diferentes períodos da história e distintos contextos sócio-culturais, mas, sem dúvida, esses efeitos têm sido potencializados na revolução provocada pelas novas tecnologias de informação. As possibilidades oferecidas pelo ciberespaço estão

¹ Trabalho apresentado na sessão Cibercultura e tecnologias da comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Graduação) e bolsista PIBIC do projeto “Comunicação e Espaço Público: Uma reflexão audiovisual sobre o jornalismo como instrumento estratégico de emancipação social” (código 11435), sob orientação da Prof^a. Dr^a. Beatriz Becker.
e-mail: julianafernandestj@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Beatriz Becker é Doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ e professora do Departamento de Expressão e Linguagens e do Programa de Pósgraduação da ECO- UFRJ. A orientadora concluiu o Pós-Doutorado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. E tem publicado artigos regularmente em periódicos científicos com os resultados de sua pesquisa na área de jornalismo.
e-mail: beatrizbecker@uol.com.br



transformando o modo como os indivíduos se relacionam, o mundo dos negócios, as novas formas de expressões culturais, e gerando uma experiência social marcada pela expressiva demanda de inovação e do imediatismo da informação. Estas mudanças têm refletido, por conseguinte, nas rotinas produtivas e no exercício do jornalismo, sobretudo no telejornalismo e na *web*, em função da perspectiva de aproveitamento da convergência midiática nas combinações entre texto e imagem realizadas na construção das notícias.

Nessa nova era digital, a convergência midiática, que propõe a integração entre todos os meios anteriores ao advento da *web* na produção de conteúdos, misturando as linguagens do jornal, do rádio e até mesmo do telefone, se constitui como um conceito-chave para repensar os efeitos das novas tecnologias de comunicação nas práticas sociais, especialmente no jornalismo. Santaella acredita que o potencial da internet é justamente o de ser “a mídia de todas as mídias” (*apud* FILHO, p.13), uma vez que atua como um elemento livre e democrático na produção e divulgação de diferentes e diversificados conteúdos. No entanto, esse novo fluxo de informações, marcado pela convergência, ainda é caracterizado por muitas contradições e desafios, refletidos nas características narrativas do jornalismo audiovisual que se constitui no ciberespaço, através de diferentes experiências. Até porque, conforme sugere Becker,

a velocidade de desenvolvimento da tecnologia nem sempre está em sincronia com os avanços dos valores institucionais e dos sistemas políticos e econômicos; desenvolve-se, paralelamente, uma sofisticada tecnologia de policiamento e de proteção de dados, que impõe limites à diversidade da informação jornalística televisual. (2005, p.52)

Esse trabalho consiste numa reflexão sobre o jornalismo como forma de conhecimento, através da realização de uma leitura crítica das narrativas do webjornalismo audiovisual, a partir da experiência do laboratório e do *site* TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ, oferecendo indicações para o seu aprimoramento.

A motivação para o desenvolvimento dessa pesquisa surgiu da minha experiência como bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC-UFRJ, vinculada ao projeto “Comunicação e Espaço Público: uma reflexão audiovisual sobre o jornalismo como instrumento estratégico de emancipação social”, sob orientação da Prof^ª. Dr^ª. Beatriz Becker, assim como do exercício da função de editora,



desempenhada no *site* TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ.

Para alcançar o objetivo proposto, será realizado um mapeamento de algumas das principais experiências webjornalísticas audiovisuais da atualidade. Os resultados poderão lançar novas perspectivas e possibilidades de apropriações da linguagem audiovisual na produção de um jornalismo mais crítico e inventivo na internet em acordo com pesquisas desenvolvidas por diferentes pesquisadores, que buscam sistematizar parâmetros teóricos para a promoção de uma televisão e um jornalismo audiovisual de qualidade, inclusive no ciberespaço. Por isso, nesse percurso, os conceitos de Arlindo Machado (2003), Beatriz Becker (2005-2007), Manuel Castells (2003-2006), Jesus Martín-Barbero (2001) e Robert Thompson (1991) são referências essenciais.

Esse estudo toma como base, ainda, as teorias do jornalismo, especialmente as hipóteses do *agenda-setting* e do *newsmaking*, que nos servem como ferramentas teóricas para estudar e rever os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, contando, nesse sentido, com as contribuições de Nelson Traquina (2003-2005), José Marques de Melo (2007), Antonio Hohlfeldt (2001) e Felipe Pena (2005). Para uma investigação mais precisa do jornalismo online, os conhecimentos proporcionados pelo Grupo de Jornalismo On-line da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, o GJOL, especialmente por Elias Machado (2003), Marcos Palácios (2008) e Leila Nogueira (2005), também foram importantes. A metodologia adotada na pesquisa é, inclusive, inspirada nos trabalhos desenvolvidos pelo GJOL, que utiliza procedimentos de pesquisa qualitativa e quantitativa de forma complementar dentro de um processo contínuo de investigação dos conceitos do jornalismo no ciberespaço. Essa estratégia metodológica estimula ainda a aproximação da teoria e da prática nos estudos do jornalismo, objetivos que norteiam a experiência do laboratório e do *site* TJUFRJ, e por essa razão, foi adotada nesse trabalho.

1. O jornalismo e as novas tecnologias

Os discursos jornalísticos são estratégicos na atualidade, pois constituem as experiências da realidade cotidiana do Brasil e do mundo, através da sua mediação. O jornalismo, porém, revela, *um* mundo e não *o* mundo (ESQUENAZY *apud* BECKER, 2004, p.24). Cada edição de um telejornal ou um jornal impresso é uma versão diária da realidade social, repleta de interpretações e opiniões. Questiona-se, porém, se além de



divulgar as informações restritas aos interesses políticos e econômicos e às intervenções dos seus profissionais, o jornalismo pode promover novas abordagens dos fatos sociais transformados em notícia e difundir conhecimentos produzidos por outras instituições e atores sociais de forma mais plural e contextualizada.

As diferentes mediações que condicionam diretamente o modo como o jornalismo cria e processa a informação sobre a realidade como as subjetividades dos jornalistas, a rotina produtiva e os objetivos das organizações onde atuam, as condições técnicas e econômicas para a realização de suas tarefas e os conflitos de interesses que estão implicados na circulação social da informação são destacadas por Meditsch (1997, p.10). Hoje, a pouca transparência destes condicionantes no decorrer do processo de produção das notícias é considerado um dos principais problemas do jornalismo como forma de conhecimento. A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade absolutamente isenta de falhas e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas para construí-la. Contudo, os discursos do e sobre o jornalismo são como todos os produtos sociais: sempre condicionados histórica e culturalmente pelo contexto, pelas condições de produção e por aqueles que participam do processo de construção do produto social.

Na contemporaneidade, apresenta-se uma outra questão relevante do jornalismo como forma de conhecimento, já sugerida por Meditsch (1997, p.10): a sua velocidade de produção. Afinal, hoje, no cotidiano de uma redação, o tempo entre a apuração e a finalização de uma matéria é cada dia mais reduzido. O jornalista é apenas uma peça integrante de um sistema muito mais complexo, que o impõe *deadlines* cada vez mais estreitos, sob a busca incessante da novidade e do imediatismo.

Não se deve considerar, contudo, que os novos potenciais oferecidos pela *web* esvaziam, necessariamente, os relatos e a função social do jornalismo. Pode-se citar como exemplo a possibilidade de se atualizar a notícia a qualquer momento porque a sua publicação não depende de uma próxima edição. Além disso, o meio digital permite o aprofundamento das informações por causa do acesso dinâmico e ilimitado a conteúdos. O usuário tem à disposição informações sobre qualquer tema que queira encontrar, a partir dos sistemas de busca, os quais, em breve, poderão oferecer repostas mais precisas, através de buscadores temáticos.

A interação entre os processos de comunicação e as novas tecnologias têm promovido a desterritorialização do espaço e a fluidez do tempo, permitindo novas



formas de comunicação. Contudo, o que se vê hoje, segundo Becker e Teixeira (2008), são produtos noticiosos centrados na conveniência e nos projetos individuais, colaborando para a disseminação da cultura do individualismo, para uma valorização maior dos interesses pessoais do que das demandas coletivas e das normas sociais, e para o estabelecimento de novas redes baseadas na oportunidade e no lucro.

Esta problemática soma-se ao fato de que, no Brasil, as novas tecnologias enfrentam limitações: o conteúdo, a interatividade e até mesmo o acesso. Segundo o IBOPE//NetRatings⁴, em fevereiro de 2008, 22 milhões de brasileiros tinham acesso à *web* nos seus domicílios, número que representa um aumento de 56,7% com relação ao mesmo período do ano anterior. Em março, o número de usuários residenciais brasileiros que acessaram a internet ultrapassou os 22,7 milhões, um crescimento de 3,2% em relação ao mês anterior⁵. Além disso, o país continua a liderar em tempo médio de navegação residencial mensal por pessoa, com 23h51m, um aumento de quase três horas acima da média de março de 2007, mantendo-se à frente da França (21h30m), dos Estados Unidos (20h24m), do Japão (20h21m) e da Alemanha (19h09m)⁶.

Apesar de os dados apontarem para a concretização da inclusão digital, 68% dos brasileiros nunca navegaram pela internet. Além disso, na edição 2007-2008 do Relatório Global de Tecnologias da Informação⁷, o Brasil aparece na 59ª posição do chamado *Networked Readiness Index*, um índice que mede o estágio de desenvolvimento e uso de tecnologias da informação em mais de 120 países⁸. Estas estatísticas revelam que, embora os números de internautas venham crescendo bastante nos últimos anos, o contingente de analfabetos digitais ainda é expressivo. Portanto, não podemos estudar os efeitos e transformações que a convergência das mídias pode causar sem levar em conta tais estatísticas, que de certa forma limitam os resultados (BECKER, 2007, p.16), inclusive nesta reflexão sobre o potencial do webjornalismo audiovisual na contemporaneidade.

⁴Dados divulgados pela Prefeitura do Rio/Secretaria Municipal de Propaganda, através de newsletter, em 27 de março de 2008.

⁵Informações divulgadas no portal O Globo online
http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/04/24/tempo_gasto_por_brasileiros_na_internet_chega_24_horas_mensais-427036352.asp

⁶Idem.

⁷O Global Information Technology Report é realizado pela Insead, uma universidade de negócios francesa, a pedido do Fórum Econômico Mundial, e vem sendo publicado anualmente desde 2001.

⁸Informações divulgadas no portal O Globo online

http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/04/09/brasil_cai_para_59_em_ranking_global_de_internet-426753180.asp



A liberdade de navegação possibilitada pelo mundo digital é ainda relativa, até mesmo porque os recursos tecnológicos multimídia utilizados na edição e na oferta das informações, que, certamente, promovem a hipertextualidade e a interatividade e influem na construção de significados e no interesse do receptor, demandam expressivos investimentos financeiros.

Os discursos jornalísticos audiovisuais têm priorizado o preenchimento das expectativas cotidianas na construção dos relatos e não exatamente a precisão e a qualidade da informação (BECKER, 2005, p.16). As novas tecnologias de comunicação têm tornado a idéia e a prática do livre fluxo cada vez mais intensificadas, num leque de múltiplas, porém finitas e semelhantes possibilidades, que não garantem, necessariamente, conteúdos jornalísticos de maior qualidade. Segundo Becker (2005, p.51-64), o conceito de qualidade aqui apresentado pode quebrar determinadas regras discursivas e temáticas, transformando e mesclando estruturas narrativas e inserindo diferentes pontos de vista na construção do produto jornalístico.

Há telejornalismo de qualidade quando uma cobertura jornalística do Brasil e do mundo representa a pluralidade de interpretações e a diversidade de temas e atores sociais, quando imaginamos que existem novas elaborações e outros modos de construir sentidos sobre o mundo cotidiano na tela da TV, quando aprendemos a pensar com as imagens, e experimentamos, como disse Machado (2001:18), novas poéticas audiovisuais. (BECKER, 2005, p.63)

Considerando, como propõe Fairclough (2001, p.247-274), que os discursos são práticas sociais capazes de promover mudanças políticas e culturais, questionamos se as novas tecnologias podem promover um jornalismo de maior qualidade com novos conteúdos e multiplicando o acesso e partilhando conhecimentos, a partir da experiência do TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ.

2. Mapeando a produção webjornalística audiovisual

Para alcançar o objetivo proposto será necessário identificar as características narrativas de *sites* de jornalismo *online* que utilizam a linguagem audiovisual, através de uma análise comparativa inspirada na metodologia do GJOL. Só depois desse mapeamento teremos possibilidade de identificar de maneira mais consistente as características do TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ. Foram selecionados seis produtos webjornalísticos brasileiros que apresentam propostas diferentes do uso da linguagem audiovisual e estruturas narrativas singulares para



realizar essa investigação, em acordo com os critérios da originalidade, da representatividade e da diversidade, sugeridos pelo GJOL: UOL News, Globo Vídeos, *Web Television Network*, ALLTV, Observatório da Imprensa e webTV UFRJ.

A TV UOL, criada em 1997, foi o primeiro *site* brasileiro a disponibilizar conteúdo audiovisual na internet. Em 2000, surgiu o UOL News, a sua seção de notícias, veiculando vídeos com notícias, muitas delas em parceria com a Band. O Globo Vídeos foi criado recentemente pela principal rede de TV do país para estar inserida nas novas tendências do mundo digital. A *Web Television Network* visa ser o canal de televisão na internet da Publytape Comunicação. Os seus realizadores a classificam como uma “superprodução televisiva digital”, pois dispõe de equipamentos com nível técnico elevado. A ALLTV é uma televisão convencional transplantada para a internet, com programação contínua 24 horas. O Observatório da Imprensa, que desde abril de 1996 tem presença regular na internet, é uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo. Em 1998, tornou-se o primeiro *site* brasileiro a ter uma versão televisiva e em 2005, migrou para o rádio. A webTV UFRJ é parte de um projeto da Coordenadoria de Comunicação da UFRJ para dotar a universidade de meios de comunicação contemporâneos e permanentes, capazes de divulgar e difundir suas interações institucionais, acadêmicas e sociais. Só depois desse mapeamento teremos possibilidade de identificar de maneira mais consistente as características do TJUFRJ.

Estabelecemos, a partir da revisão bibliográfica, quatro categorias que nos auxiliam neste percurso, inspiradas nos trabalhos de Nogueira⁹ e Palácios¹⁰. A primeira categoria é a arquitetura do site, que explicitará as diferentes maneiras como as informações são disponibilizadas nos produtos webjornalísticos analisados com regularidade durante um período de quatro meses, de janeiro de 2007 a abril de 2008. A segunda categoria é a hipertextualidade, que também chamamos de convergência. A convergência tecnológica se baseia na utilização de uma mesma infra-estrutura para oferecer serviços que antes necessitavam de mais de um suporte. A terceira categoria é a editorialização, abrangendo não apenas o conteúdo, como também a forma. Serão analisados os tipos de informação transmitida e a narrativa utilizada no contexto geral da programação dos *sites*. A quarta e última categoria é a interatividade, que tem como principal função a fidelização dos usuários, fornecendo serviços de seus interesses e estabelecendo possibilidades dos internautas participarem da elaboração da produção

⁹ NOGUEIRA, 2005, 194p.

¹⁰ PALÁCIOS, 2003.



jornalística. Nesse percurso, são observados, inclusive, os aplicativos do *site* que permitem que os usuários assistam aos programas de acordo com a sua conveniência. A análise comparativa é apresentada no quadro a seguir.

Tabela 1	Arquitetura do site	Hipertextualidade	Editorialização	Interatividade
UOL News	Chamadas para matérias em vídeo com fotos, alternando-se em um banner. Logo abaixo, há outras três chamadas, com imagem e <i>link</i> para os vídeos. Na segunda dobra, estão os “últimos vídeos”. Existe um menu lateral na esquerda, que apresenta as editorias. Os <i>links</i> das notícias levam a uma nova página contendo um <i>player</i> à direita e um box de texto ao lado com título, e vínculo para a transcrição em texto. Há um índice listando a produção audiovisual do <i>site</i> por ordem cronológica a partir dos mais atuais.	Ao lado das matérias audiovisuais, além do índice de vídeos e do <i>blog</i> da redação, em alguns casos, aparecem <i>links</i> para blogs do entrevistado ou do entrevistador. Existem ligações para muitas matérias em texto sobre assuntos correlatos. Todos os vídeos do <i>site</i> disponibilizam sua transcrição em texto. Há uma seção destinada aos <i>podcasts</i> . Existe, ainda, a possibilidade de se acompanhar em tempo real via <i>web</i> a programação do canal de TV por assinatura Band News.	Os vídeos são matérias jornalísticas que se assemelham às exibidas nos telejornais e reproduzem a linguagem já consagrada por estes veículos. Existe a figura do apresentador no estúdio, que conversa com um comentarista/especialista por telefone ou introduz uma reportagem. Na internet, a presença dos repórteres no local dos acontecimentos endossa os princípios da ubiquidade e do imediatismo. O formato, o conteúdo e a duração das matérias também são similares ao telejornalismo. No entanto, a periodicidade das notícias é diferenciada: o <i>site</i> oferece mais notícias.	Oferece ferramentas como o <i>Fale com o UOL News</i> , que disponibiliza endereços de e-mails para contato. Há o tradicional “Comunicar erros”, que permite a correção de informações pelo internauta. No programa “O que eu Faço Sofia?”, a jornalista Sofia responde perguntas enviadas pelos usuários. Toda a produção audiovisual segue o sistema <i>on demand</i> , em que os vídeos podem ser assistidos a qualquer momento. Há um sistema de busca em que o usuário visualiza os títulos apenas da seção de seu interesse, ou guiados por tags.
Globo Vídeos	Suas seis diferentes editorias estão listadas na lateral esquerda da primeira página. Todas as seções são subdivididas nos programas da TV. No centro da <i>homepage</i> , há sempre um vídeo em destaque, seguido, logo abaixo, por mais três chamadas, com fotos menores que a principal. Não há imagens em movimento na primeira página.	Os <i>links</i> da <i>homepage</i> abrem uma nova página, que apresenta os vídeos em uma tela, porém não possui nenhum texto explicativo sobre o material audiovisual. Na lateral direita, há <i>links</i> para produtos audiovisuais relacionados ao assunto do vídeo principal. Pode-se escolher o tipo de relação que o vídeo complementar terá com o principal. Há <i>links</i> indicando os sites específicos dos programas em que o material foi exibido.	A proposta do Globo Vídeos é disponibilizar aos usuários da <i>web</i> os vídeos originalmente produzidos para exibição na TV convencional. Por este motivo, há uma repetição evidente da linguagem telejornalística. É necessário destacar também que o <i>site</i> prioriza as editorias relacionadas ao lazer. Existe uma preocupação com a instantaneidade.	Incentivo para que os internautas avaliem os vídeos, através de estrelas. A <i>homepage</i> apresenta os vídeos favoritos ou os vídeos mais vistos. É relevante, ainda, a possibilidade do internauta enviar por e-mail o <i>link</i> dos vídeos para amigos. Disponibiliza um sistema de busca para conteúdos antigos, que, nos resultados, oferece uma lista dos vídeos ordenada a partir dos critérios de reportagem mais recente e/ou com maior nota.
Web Television Network	Ao abrir a página, a programação se inicia automaticamente em um <i>player</i> central. Na lateral esquerda há uma lista com todos os programas, fotos e chamadas para a última edição de cada um deles. O menu direito destaca a programação do dia. Na segunda dobra, aparecem informações sobre o programa que está sendo assistido. Há também <i>links</i> indicando outros <i>sites</i> . Existe o “Assista também”, que dá destaque a edições anteriores e o “Extras”, que exhibe <i>links</i> para vídeos correlatos.	Não apresenta nenhuma proposta de convergência de mídias que associe a produção audiovisual a textos do próprio <i>site</i> . Existem apenas <i>links</i> que direcionam o usuário para textos de naturezas diversas fora do portal WTN.	Os seus onze programas abrangem diversas áreas de interesse. Em sua maioria, reproduzem o já consagrado formato de programas de entrevista. A qualidade da imagem da WTN é superior a dos demais sites analisados e há um alto padrão técnico. As imagens são apresentadas no formato <i>wide screen</i> (16 x 9). A atualização segue o calendário de programação, com pelo menos uma edição semanal de cada programa.	Oferece propostas de interação com o usuário limitadas, pois não dispõe de ferramentas como fóruns, <i>chats</i> e participação de internautas em programas. Porém, com o sistema de programação <i>on demand</i> , o usuário pode escolher qual programa assistir e ter acesso à toda a grade de programação. A seção “Extras” conduz o visitante a vídeos que de alguma forma se relacionam com o conteúdo exibido naquele momento, além das edições anteriores do mesmo programa.



Tabela 2	Arquitetura do site	Hipertextualidade	Editorialização	Interatividade
ALLTV	Estrutura fixa, organizada dentro de quatro caixas de informação, em uma única página bastante simplificada. À direita, encontra-se o <i>player</i> com a exibição permanente dos vídeos; à esquerda, um espaço destinado para o conteúdo textual; e abaixo, há uma caixa destinada às ferramentas de interatividade.	A programação 24 horas é a matéria-prima do site e única forma de comunicação. Como não há nenhum texto relacionado à produção audiovisual, nem <i>links</i> que direcionem o visitante a um ambiente fora do site, pode-se afirmar que a ALLTV não apresenta propostas de convergência de mídia.	A emissora divide suas 24 horas de transmissão em 12 horas de entretenimento e 12 horas de jornalismo. Grande parte da programação da ALLTV é exibida ao vivo. A <i>webtv</i> tem programas temáticos, com assuntos como música, universo feminino, fotografia e entrevistas. A sua linguagem é marcada pela informalidade. A qualidade da imagem e a transmissão dos programas sofrem com problemas técnicos como baixa resolução e interrupções esporádicas.	A maioria dos programas foi criada para explorar a interação com os visitantes através da conhecida ferramenta "Chat", em que o usuário pode participar da programação em tempo real, conversando com o apresentador, o convidado e outros internautas. Ao entrar no site, a programação se inicia automaticamente e segue até que o usuário aperte o <i>pause</i> . A autonomia do internauta se limita a clicar o <i>play</i> e o <i>stop</i> do <i>player</i> . O espectador não pode escolher que programa quer assistir e tão pouco acessar vídeos já exibidos.
Observatório da Imprensa	A <i>homepage</i> apresenta um destaque principal, seguido de outras chamadas. Na lateral direita, uma reportagem é destacada, sempre acompanhada por uma foto do seu autor. Abaixo, há um espaço dedicado à interatividade. A lateral esquerda abriga uma charge, seguida da logomarca do site. Porém, a posição desta imagem pode variar em função da edição. A barra superior apresenta as sete editorias. A <i>homepage</i> não prioriza os produtos audiovisuais veiculados pelo site. O acesso aos vídeos não é direto ou simples.	As páginas dos materiais textuais do site sempre sobrepõem-se ao conteúdo visualizado anteriormente, o que não acontece com as páginas de produtos audiovisuais, as quais sempre abrem separadamente. Na lateral direita das páginas dos artigos, há <i>links</i> para outros textos da mesma seção. Porém, este recurso não é aplicado nas páginas dos vídeos. Estímulo à livre circulação do usuário, já que não impõe restrições no acesso aos seus <i>links</i> .	Define-se como um fórum permanente, através do qual os usuários da mídia podem participar ativamente num processo que, antes, desempenhavam o papel de agentes passivos. Seus conteúdos são marcados pelo questionamento e pela reflexão crítica sobre o jornalismo. A instantaneidade não é uma das prioridades do site.	Ocorre a partir de oito diferentes recursos. A Urna Oi apresenta uma pergunta genérica, com opções de resposta. Na seção Você no Oi, além do endereço e dos telefones de contato, o internauta pode enviar sugestões ou um artigo para publicação. Outro incentivo à interatividade é o envio de boletins com os resumos dos assuntos do site para os internautas cadastrados. No final das páginas dos artigos, pode-se postar comentários sobre o tema e enviar uma recomendação do texto. Há, ainda, a seção de <i>blogs</i> . Na seção Serviços são disponibilizadas todas as edições do site desde 1996. Os internautas ainda contam com um sistema de busca avançado.
webTVUFRJ	A homepage da webTV UFRJ abriga, além do UFRJ em Vídeo ao centro, uma lista com as suas seis seções, os demais veículos de comunicação da UFRJ e um sistema de busca à esquerda. Na lateral direita, é possível ter acesso a todas as edições do programa UFRJ em Vídeo. No topo da página, há os <i>links</i> Apresentação, Créditos e Contato.	Nas páginas internas da webTV UFRJ, onde são exibidos os vídeos selecionados, há uma tela ao centro, um resumo do assunto abordado no vídeo logo abaixo e <i>links</i> para os demais vídeos da seção à direita. Em contraposição a todas as páginas do site, os <i>links</i> da seção Veículos da UFRJ abrem em uma página diferente da principal. Vale destacar que o site oferece total liberdade de navegação ao usuário.	O programa UFRJ em Vídeo visa ser um espaço de reflexão dos assuntos da comunidade acadêmica. Embora reproduza a estrutura narrativa de um telejornal, dá voz aos diferentes representantes sociais envolvidos nos temas abordados. O UFRJ em Vídeo Especial é dedicado ao aprofundamento de questões de interesse da sociedade em geral. A preocupação com instantaneidade e atualidade torna-se evidente na seção Notícias. A editoria Consuni é voltada à divulgação das Sessões do Conselho Universitário da UFRJ.	O <i>link</i> Contato evidencia uma tímida tentativa de interatividade, pois oferece um espaço para que o usuário envie sugestões e críticas por e-mail, além de informar os telefones de contato e o endereço da redação do site. A memória desta <i>webtv</i> universitária é oferecida ao usuário não apenas através do sistema de busca, mas também na lateral direita de todas as páginas do site.

Esse mapeamento permitiu conceituar o webjornalismo audiovisual como a atividade que utiliza formatos com imagem em movimento e som nos processos de construção das notícias na internet e envolve não apenas os conteúdos especialmente produzidos para a internet, como também as informações retransmitidas dos veículos tradicionais. Além disso, possibilitou a identificação de alguns conceitos importantes no estudo do jornalismo *online*, como as fases de desenvolvimento do webjornalismo audiovisual, propostas por Nogueira (2005, p.28). A primeira é marcada pela transposição, uma espécie de cópia, de todo o conteúdo dos veículos tradicionais para o ambiente digital. A segunda fase é constituída de conteúdos produzidos especificamente para a internet, porém, suas produções são veiculadas também nos meios de comunicação tradicionais. Já os *sites* da terceira fase produzem conteúdos exclusivos para o meio digital e são denominados *webtvs*. Neste nível, a convergência passa a ser utilizada com maior frequência, aprimorando, aprofundando e contextualizando as notícias, possibilitando uma interação mais efetiva com os usuários, e proporcionando maior imediatismo. Cabe, entretanto, evidenciar que as fases do webjornalismo não são rígidas, nem excludentes. Em um mesmo período cronológico, é possível observar no mesmo *site* a existência de publicações jornalísticas de diferentes estágios ou gerações.

Desse modo, foi possível observar as fases do webjornalismo audiovisual em que cada um dos produtos analisados está inserido. O Globo Vídeos e o Observatório da Imprensa ainda apresentam majoritariamente características da primeira fase do processo. Já o UOL News está inserido, ao mesmo tempo, na primeira e na terceira etapas, devido ao fato de veicular conteúdos da Band e da MTV, e produzir conteúdos exclusivamente para a *web*. Conforme já nos referimos, todos os sites que produzem conteúdos audiovisuais exclusivamente para internet são chamados de *webtvs*. Por essa razão, o UOL News, a WTN, a ALLTV e a webTVUFRJ podem assim ser considerados.

Por fim, o mapeamento realizado resultou na constatação de que o webjornalismo audiovisual ainda experimenta os primeiros passos em direção a uma gramática própria, que tende a ser consolidada, através da ampliação de conteúdos jornalísticos audiovisuais produzidos especialmente para a *web*, e da experimentação de novas formas de narrativa, com um aproveitamento mais expressivo da multimídia e da interatividade (BECKER e LIMA, 2007, p.18). Esta também é a proposta do TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ.

3. A experiência do TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ

A partir do mapeamento realizado, aplicamos as mesmas categorias na análise do TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ, buscando perspectivas para o seu aprimoramento (Tabela 3). O resultado dessa análise poderá fornecer subsídios teóricos que indiquem novas formas de apropriação e de aproveitamento das tecnologias oferecidas pelo ciberespaço no laboratório e no *site* TJUFRJ, que pode ser acessado no endereço www.tj.ufrj.br. O projeto é uma experiência de integração entre teoria e prática e entre a Graduação e a Pós-graduação, constituída por atividades de ensino, pesquisa e extensão no campo da comunicação e do jornalismo. A proposta do TJUFRJ é promover a utilização de discursos e narrativas midiáticas mais críticas e criativas na divulgação dos eventos realizados pela Escola de Comunicação e da produção acadêmica da UFRJ. Além disso, busca investigar os efeitos das novas tecnologias na produção das notícias, principalmente as audiovisuais. É caracterizado pelas possibilidades de acessar reportagens em vídeo sobre os principais acontecimentos da Escola de Comunicação da UFRJ, de realizar transmissões ao vivo de palestras, aulas e debates, e ainda de funcionar como acervo audiovisual de produtos audiovisuais realizados pelos professores e pelos alunos da ECO.

Para manter as atividades com regularidade e buscar o constante aperfeiçoamento dos conteúdos, participam atualmente do projeto em desenvolvimento, sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Beatriz Becker, uma equipe fixa formada por uma bolsista PIBIC e nove bolsistas de Iniciação Artística e Cultural, os quais têm a oportunidade de experimentar as funções de pauteiros, produtores, repórteres, cinegrafistas, editores de texto e imagem, e redatores. Além disso, o *site* funciona com uma equipe renovável, de alunos dos ciclos básico e profissionalizante, inscritos na disciplina TJUFRJ, a cada semestre.

Tabela 3	Arquitetura do site	Hipertextualidade	Editorialização	Interatividade
TJUFRJ	A homepage apresenta ao centro sempre quatro destaques, acompanhados de uma manchete e de uma imagem. Na lateral esquerda há um menu com as oito editorias do site. Logo abaixo, é oferecido um sistema de busca, a partir de palavras-chave. A lateral direita abriga cinco pequenas chamadas para notas textuais, acompanhadas ou não de reportagens audiovisuais. A primeira chamada refere-se sempre à editoria Opinião. Ao final das chamadas, há um contador. No topo da homepage, há um letreiro com frases explicativas sobre os materiais do site. Existem dois tipos de página interna.	Todas as páginas, com exceção do sistema de busca, abrem na mesma lexia que a anterior. As páginas mais recentes apresentam o link para a reportagem audiovisual associado a um texto explicativo. Outra iniciativa cada vez mais recorrente no site é a apresentação de links para outros endereços eletrônicos. Os links oferecidos nas páginas dos vídeos indicam todos os outros materiais audiovisuais que podem ser acessados no TJUFRJ.	A coluna Opinião propõe um debate entre diferentes atores sociais envolvidos em um assunto. A editoria TJUFRJ Especial propõe abordagens mais criativas e contextualizadas a partir da linguagem audiovisual. A seção Produção Acadêmica é dedicada à divulgação na íntegra de eventos da ECO e abriga os materiais das transmissões ao vivo. Além disso, apresenta monografias e campanhas publicitárias. Também há a cobertura factual dos eventos da Escola, através de flashes e VTs, publicados em Reportagens em Vídeo. A seção TJ Notícias abriga notas textuais. As reportagens mais recentes e as matérias do TJUFRJ Especial são as prioridades como destaques da homepage.	Opções muito limitadas de interação com o usuário. Na seção Contato, é oferecido o e-mail para o envio de dúvidas, sugestões ou críticas, assim como o endereço, o dia e o horário das reuniões de pauta, caso o internauta prefira estabelecer contato pessoalmente. Porém, já oferece a possibilidade de acesso aos seus vídeos on demand, através tanto da seção Arquivo, que apresenta materiais desde 2006, quanto do sistema de busca localizado na homepage.



3.1. Resultados da análise

A inserção de imagens em movimento na *homepage* é uma das principais mudanças necessárias ao TJUFRJ. Esta tecnologia já utilizada pela WTN, pela ALLTV e pela webTV UFRJ poderia agregar ao *site* dinamismo, tornando-o mais atrativo para os usuários. É curioso notar que o Globo Vídeos não aproveita este potencial, apesar de dispor de recursos e tecnologia para tal. Outra iniciativa no sentido de aperfeiçoar o contato com os internautas seria o desenvolvimento de ferramentas interativas como *chats*, fóruns e até mesmo vídeo-conferências com pesquisadores e profissionais da área da comunicação. Oferecer aos internautas opções de retroceder e avançar os vídeos, além dos mecanismos já fornecidos de *play*, *pause* e *stop*, problema também enfrentado pela ALLTV, seria recomendável na busca pela fidelização do usuário.

Alterações nos *links* também são oportunas, pois, quando abrem em páginas diferentes da principal, permitem uma maior mobilidade do usuário pelo *site*, como é o caso do UOL News. Uma nova organização das editorias deve ser implantada, a fim de que o conteúdo se apresente de forma mais objetiva e clara para os internautas. Outra questão relevante é o *layout* das páginas do TJUFRJ. Além da mudança na arquitetura da *homepage*, a qual expressa um amadorismo que o projeto já está apto a ultrapassar, as páginas internas devem ser unificadas, ou seja, devem se basear em um único formato e não terem diferenças tão evidentes, como o que acontece hoje com as suas cores – a página da frente é branca e a de trás é preta.

A unificação e o aprimoramento dos sistemas de publicação do TJUFRJ também se fazem necessárias, uma vez que os vídeos e os textos são inseridos no *site* a partir de mecanismos distintos. Porém, para a realização dessas mudanças técnicas, é necessário o desenvolvimento de um novo sistema de publicação que mescle os dois *softwares* utilizados atualmente, implicando em gastos com os quais o TJUFRJ não pode arcar.

Embora enfrente desafios inerentes a um *site* audiovisual, o TJUFRJ já pode ser considerado uma experiência de sucesso. O projeto contabiliza vários acertos, os quais podem ser aprimorados e desenvolvidos para contribuir ainda mais com a produção de um webjornalismo audiovisual de qualidade, com a formação teórica e prática dos alunos do curso de jornalismo, com a partilha do saber, e com a promoção de uma maior interação entre a universidade e a sociedade, firmando-se como uma atividade de ensino, pesquisa e extensão bem sucedida. O sistema de publicação autônoma de vídeos, por exemplo, foi uma tecnologia desenvolvida pelo projeto, em parceria com o Núcleo de Computação Eletrônica e hoje confere total liberdade aos bolsistas na



inserção dos materiais audiovisuais no *site*. Outra iniciativa bem sucedida são as reuniões virtuais realizadas todas as quartas-feiras para a atualização da *homepage* do *site*. O projeto conta, ainda, com um grupo de e-mails, através do qual a coordenadora do projeto, os alunos e os bolsitas trocam mensagens com informações, dúvidas e sugestões para o aprimoramento do TJUFR. Estas iniciativas revelam uma forma diferenciada, mesmo que ainda pouco utilizada, de aproveitamento das novas tecnologias de comunicação como um vetor de socialização e aperfeiçoamento das rotinas produtivas.

Foi possível, portanto, observar que o *site* e o laboratório TJUFRJ, apesar de já acumular ações em prol da construção de um jornalismo mais contextualizado, necessita de inovações técnicas para que possa melhor explorar as potencialidades da convergência midiática. Mas, enfrenta ainda a falta de recursos financeiros. Os custos para um *site* manter uma conexão de banda larga, com capacidade de armazenar o seu acervo e disponibilizar vídeos ainda são muito altos, inclusive no mercado. Afinal, conforme defende Meyer (2007, p.231), “a experimentação custa dinheiro”.

4. Considerações finais

As novas tecnologias de comunicação possuem como um de seus principais potenciais a emergência de novas formas de relações sociais e de socialização do conhecimento, permitindo enviar, receber e difundir informações de qualquer lugar a qualquer momento. A liberdade de navegação possibilitada pelo mundo digital, porém, ainda é relativa e limitada. A descentralização dos fluxos informativos não tem garantido conteúdos jornalísticos originais e mais contextualizados, especialmente aqueles que utilizam a linguagem audiovisual. A pluralidade de interpretações, a diversidade de vozes e atores, e a descentralidade, pouco exploradas nos veículos tradicionais, que promoveriam um jornalismo de maior qualidade, ainda são exploradas de forma pouco expressiva na *web* (BECKER e TEIXEIRA, 2008).

As novas tecnologias têm provocado aceleradas mudanças nas rotinas produtivas, mas não têm garantido um jornalismo mais contextualizado, crítico e crítico. Um exemplo são as recentes alterações realizadas no UOL News em maio de 2008. Se de janeiro a abril, período em que esta pesquisa foi realizada, este *site* poderia ser considerado uma *webtv*, hoje, esta afirmação torna-se apenas parcialmente verdadeira. Isso porque o UOL News passou por uma mudança que, além de alterar seu nome para UOL Notícias, o transformou em um *site* destinado não apenas a vídeos. Pelo contrário:



o UOL News começou a veicular muito mais notícias textuais do que reportagens combinando texto e imagem. De 28 de maio a 4 de junho, a média de materiais audiovisuais disponibilizados na homepage do site foi de 10% - em um universo de cerca de 50 chamadas, apenas cinco, em média ofereciam vídeos. E ainda assim, grande parte destes vídeos não foram produzidos pela redação da TV UOL, mas se constituem como simples reproduções de reportagens de emissoras de televisão.

Constatações com essa revelam que, como já sugeria Negroponte (*apud* Becker, 2007, p.22) há pouco mais de dez anos, é necessário suspeitar do QQQ: qualquer coisa, a qualquer hora, e em qualquer lugar. Afinal, a redução do número de vídeos na *homepage* do UOL News demonstra uma capacidade ainda muito pequena de sustentação da produção diária de reportagens audiovisuais que proporcionem novos olhares sobre a experiência social. Outra questão relevante nessa discussão é a memória. Embora a internet se proclame como um grande banco de dados, hoje, a maioria dos materiais audiovisuais não podem ser armazenados ou baixados no computador do usuário. Ou seja, é possível apenas reproduzir os vídeos, mas não construir um acervo, o que reduz o potencial da *web* como banco de dados, mesmo considerando a sua capacidade de armazenamento e memória.

Não devemos, contudo, desconsiderar as mudanças provocadas pela era digital. É necessário, em vez disso, repensar a função do jornalismo na contemporaneidade, quando as esferas sociais estão cada vez mais indissociáveis e, portanto, a integração entre a teoria e a prática no ensino do webjornalismo audiovisual é fundamental para a formação dos futuros profissionais, pois oferece subsídios para que os alunos saibam não apenas acessar, mas também selecionar a avalanche de conteúdos e notícias que são recebidas diariamente, especialmente aquelas que combinam texto e imagem (BECKER e LIMA, 2007, p.22). O TJUFRJ – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ é uma iniciativa importante ao acrescentar aos novos profissionais habilidades no manuseio de sistemas informatizados e conhecimento de novas práticas narrativas, promovendo maior acessibilidade às novas tecnologias, reflexões sobre os seus efeitos, e oferecendo possibilidades de experimentar novos usos da linguagem audiovisual.

Conforme destacam Becker e Lima (2007, p.22), a formação dos futuros profissionais, a capacidade de saber pensar e fazer a notícia, de elaborar e cruzar conteúdos diversos, de selecionar a informação, talvez, nunca tenha sido tão essencial quanto na atualidade. E esta é, certamente, uma das principais funções das *webtvs* dos espaços acadêmicos. Outra função importante é viabilizar a experimentação de novos



modos de contar histórias do cotidiano e do saber científico, valorizando a função social da universidade. As experiências das *webtvs* universitárias são interessantes, ainda, porque são realizadas numa temporalidade próxima e simultânea às iniciativas do mercado profissional, porém, sob diferentes diretrizes. Acreditamos que o TJUFRJ também representa uma expressiva contribuição nesse sentido, uma vez que funciona como um território avançado de experimentação das novas possibilidades oferecidas pelas tecnologias da comunicação, em especial pela *web*, na cobertura dos principais acontecimentos da Escola de Comunicação.

5. Referências bibliográficas

- BECKER**, Beatriz. *A Linguagem do Telejornal, Um Estudo da Cobertura dos 500 Anos do Descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro: Epapers, 2005, 2ª. edição.
- _____. *Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção*. São Paulo: Galáxia PUC-SP, 2005, n.10, p. 51-64.
- BECKER**, Beatriz; **LIMA**, Marcos Henrique. *Ame ou Deixe o Ciberespaço*. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano IV - n. 2 - p. 11 a 23 – 2007
- BECKER**, Beatriz; **TEIXEIRA**, Juliana. *O potencial do webjornalismo audiovisual: a experiência do TJUFRJ*. In: 11º ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO. GT “Pesquisa na Graduação”. 18-21 de abril, 2008, São Paulo.
- CASTELLS**, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- FAIRCLOUGH**, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: UNB, 2001.
- FILHO**, Francisco. *TV Digital – uma nova mídia e um novo modo de percepção*. Rio de Janeiro: Corifeu, 2006.
- HOHLFELDT**, Antonio. *Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação*. In *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001, p.187-240.
- MACHADO**, Arlindo. *Televisão levada a sério*. 3ª edição. São Paulo: Senac SP, 2003.
- MACHADO**, Elias. *Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.
- MACHADO**, Elias; **PALÁCIOS**, Marcos. *Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL*. In: **LAGO**, Cláudia; **BENETTI**, Marcia (orgs.). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MEDISTSCH**, Eduardo. *O Jornalismo é uma forma de conhecimento?*. UFSC: 2007 – Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf> - Acessado em 20 de dezembro de 2007.
- MEYER**, Philip. *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*. São Paulo: Contexto, 2007.
- NOGUEIRA**, Leila. *O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TVUERJ on-line*. Dissertação (Mestrado), UFBA, orient.: Elias Machado, 2005.
- TRAQUINA**, Nelson. *O estudo do jornalismo no séc. XX*. São Leopoldo/RS: Unisinos, - Impressos Portão, 2003.
- _____. *Teorias do Jornalismo, vol.II*. Florianópolis/SC: Insular, 2005.