



Hibridização e Pós-modernidade: Novas formas de atualização do audiovisual¹

SOUZA, Karla Caroline Nery de²
Universidade Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, São Leopoldo - RS

Resumo

Este estudo tem como objetivo verificar como ocorre o processo de hibridização no audiovisual, em especial, na televisão e nos telejornais, tendo em vista, alguns fatores que a influenciam e a crescente aceleração desse processo no período atual, denominado por alguns autores de Pós-modernidade. O objeto de estudo é o processo de hibridização no Jornal Nacional. Como metodologia, além da pesquisa bibliográfica, realizou-se uma análise da produção televisiva, de onde foram retirados exemplos de hibridização entre os gêneros televisivos. Observou-se que entre os fatores que influenciam a hibridização está a globalização e o surgimento de novas tecnologias e que esta é também uma forma de atualização do audiovisual, á medida que dá origem a novos gêneros, formatos e linguagens audiovisuais.

Palavras-chave: hibridização; audiovisual; telejornalismo; atualização; pós-modernidade.

1- INTRODUÇÃO

Ao assistir o Jornal Nacional (JN), no canal 4 de televisão, me dou conta das inúmeras ou pelo menos, de algumas das transformações sofridas por ele ao longo dos anos, de seus quase 40 anos. No decorrer do telejornal, observo jornalistas que mais parecem atores, novas técnicas e linguagem para atrair o público, inúmeros efeitos especiais: visuais, sonoros e de narrativa (SOUZA, 2007), notícias com começo, meio e fim, cheias de personagens para ilustrar as matérias, vendendo não só produtos, mas também e principalmente, modos de ser, pensar e agir, entre outras mudanças no formato e na apresentação do conteúdo.

Ao ver o telejornal, me deparo com inúmeras das razões que Silverstone (2002) nos aponta para estudar a mídia. Se levarmos em conta, que esse audiovisual é uma importante fonte de informações, formadora de atitudes e opiniões, produtora de significados e sentidos, presente diariamente na vida de milhões de brasileiros, temos motivos de sobra para estudá-lo. Segundo Silverstone (2002), a mídia perpassa o nosso cotidiano se tornando fundamental em nossas vidas, já que nos tornamos dependentes das tecnologias da informação, usuários sedentos de novidades. O autor relata ainda que

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação da Unisinos em Processos Midiáticos desde 2008. Especialista em Telejornalismo pela UFPI (2007). Jornalista formada pela UFPI (2005). Email: karlanery_10@hotmail.com



... Marshall McLuhan vê a mídia como extensões do homem, como próteses, que aumentam o poder e a influência, mas que talvez (e é provável que ele tenha pensado assim) tanto nos incapacitam como nos capacitam, enquanto nós, objetos e sujeitos da mídia, nos enredamos mais e mais no profílicamente social. (SILVERSTONE, 2002, Pág.16).

Nessa obra, o autor nos convida a entender a mídia como um processo, ou seja, algo em andamento e busca respostas para duas questões: o que a mídia faz e o que nós fazemos com a mídia, ao mesmo tempo em que justifica a importância do estudo da mesma como algo

... essencial a esse projeto reflexivo não só nas narrativas socialmente conscientes da novela, no *talk show* vespertino ou no programa de rádio com participação do ouvinte, mas também nos programas de notícias e atualidades, e na publicidade; como que através das lentes múltiplas dos textos escritos, dos audiotextos e dos textos audiovisuais, o mundo é apresentado e representado: repetida e interminavelmente. (SILVERSTONE, 2002, Pág.22).

Na mídia televisiva, o mundo é apresentado, principalmente nos telejornais e representado nas telenovelas. Além disso, dessa primeira observação, logo percebi que essa nova configuração dada às notícias e a própria apresentação do telejornal é resultado, entre outros fatores, da globalização e, por conseguinte, do crescente processo de hibridização ou hibridação que a TV e todos os outros meios de comunicação vêm passando de forma mais acelerada nos últimos anos.

Essa hibridização de características e elementos dos gêneros televisivos pode ser percebida em cada uma das observações citados no início desse texto. Em outras palavras, partimos do ponto de vista de que apesar de se dizer “puro”, o telejornal, aos poucos adquiriu elementos do teatro, do cinema, do rádio, da fotografia e até mesmo por que não dizer, da publicidade. Detalhes que procuraremos, desvelar nos próximos itens.

O que se pretende com esse estudo é observar como o telejornal foi ao longo dos anos absorvendo elementos e características de outros gêneros. Entender como ocorre esse processo de hibridização é importante para se traçar caminhos para novas atualizações desse gênero, entendendo atualização aqui como gerar algo novo, inédito, com características e funções não previstas anteriormente.



2- O processo de hibridização

Quando se fala em hibridização, os termos que surgem para explicar tal processo geralmente são mistura, troca, fusão, permuta, mestiçagem, mescla. Em termos gerais ou científicos, ser híbrido é não ser puro, é compreender características e elementos de espécies distintas, através da mistura de seus genes puros. Lendo o que acabamos de descrever, podemos dizer, em outras palavras que **hibridizar é dar origem a algo novo**, conceito que utilizaremos nesse trabalho.

Tendo em vista essas colocações e usando Canclini (2000), ousamos afirmar que tudo que é vivo e ativo é passivo de hibridizar-se, ou seja, é preciso estar em constante movimento para haver choque e, conseqüentemente, troca de genes, de informações, enfim, de códigos. Entre os motivos que levam a esse constante movimento e conseqüentemente hibridizações está a necessidade de sobrevivência das espécies vivas que se misturam, gerando seres híbridos mais fortes e resistentes, como aconteceu com os insetos em relação aos inseticidas, entre outros exemplos.

Marchesini (2008) tem pensamento semelhante quanto à espécie humana. Segundo ele, “Hibridizar-se não significa renunciar à própria identidade, mas enriquecer-se integrando a alteridade” (MARCHESINI, 2008, Pág.02). Vale destacar que a hibridização acontece em todas as áreas, como resultado do encontro de elementos culturais diversos em um mesmo espaço por causa:

... da eliminação ou enfraquecimento das fronteiras. Quando se atenuam as diferenças entre elementos culturais distintos, obtém-se um terceiro elemento, híbrido, que conserva as características de cada um daqueles que contribuíram para sua formação. Hibridismo não é, segundo consenso dos autores, simples acúmulo de elementos, mas interpenetração relacional. (GABRIELLI; HOFF, 2006, p. 04).

Para definir essa mistura de diferentes raças e etnias criou-se o termo miscigenação, para a mistura de religiões e crenças o termo sincretismo, para a música o termo mescla, já para definir as mudanças entre culturas, identidades e outras formas, muitos estudiosos vem preferindo o termo hibridização. No que se refere à espécie humana, esse processo foi lento e contou com a resistência de muitos povos por acreditarem que assim, estariam se destruindo, ditando o seu fim.



3- Hibridização Homem e máquina

Sobre a hibridização do homem com a máquina, alguns autores apontam o surgimento de uma nova espécie chamada de *maquinoman* ou em português maquina-homem ou de cibercentauros, ou até mesmo de andróides e ciborgues, referindo-se aqui ao que McLuhan já apontava na década de 80, a máquina como uma prótese do homem. Se isso acontece com as espécies vivas, com as plantas, animais e em especial com os seres humanos, através do cruzamento genético, por que não haveria de acontecer com as máquinas, aparelhos, sistemas e inclusive com os meios de comunicação?

Hoje, com o surgimento de novas tecnologias a cada momento, vive-se inclusive a hibridização das máquinas, ou seja, dos seres não-humanos, descritos por Marchesini (2008). São máquinas digitais que fotografam, gravam vídeo e voz, que salvam arquivos, entre outras funções. São pendrivers, mp3, mp4, ipods, iphones e por ai vai. Cada nova tecnologia vai incorporando novas funções e designers que o diferenciam das demais.

E essa velocidade com que essas tecnologias são lançadas no mercado faz com que, segundo Kehl (2005), nós pesquisadores convivamos de perto com o risco de nos tornarmos obsoletos e alienados diante delas. *“Sentimos que nossos recursos críticos ficam obsoletos na medida em que a propaganda dos poderes da tecnologia faz com que acreditemos que cada nova invenção é realmente capaz de arrasar todo o passado e nos projetar em direção a um futuro absoluto”*. (KEHL, 2005, Pág.235).

Mas, o melhor exemplo desse efeito de alienação e convergência tecnológica é sem dúvida, o computador. A cada ano são lançados vários modelos com memória e HD maiores, tamanho menor, maior velocidade, com câmera e microfone embutidos, entre outros acessórios e programas. Mais o mais interessante é sem dúvida, as novas funções que são incorporadas a essa máquina, através da qual se pode digitar e formatar textos, pesquisar arquivos, armazenar um número cada vez maior de informações, alterar fotos no *Photoshop*, desenhar, editar vídeos, entre tantas outras funções. Esse processo é definido como convergência tecnológica, fenômeno cada vez mais comum com a globalização.

O computador, sem dúvida, revolucionou a relação do homem com a máquina, tornando-o cada vez mais dependente dessa tecnologia. Há alguns anos, observamos que essa máquina de trabalho, deslocou-se dos escritórios e fábricas para os mais variados ambientes, entre eles, escolas, *shoppings centers*, bibliotecas, lojas e inclusive



para casa, assumindo funções de lazer e entretenimento e atualmente, até de trabalho com o crescente número de pessoas que trabalham direto do domicílio. Sobre a revolução provocada pelo computador, Trivinho (2003) descreve que

Além de pontuar a mudança de suporte dos processos sócio-culturais e políticos (agora marcado pela imaterialidade informática), a abolição do território geográfico e a interatividade prévia com a máquina, com o software e com a imagem virtual, essa definição pressupõe desde a instituição do computador como tecnologia de acesso a esse universo comunicacional e a radicalização da prática de experienciar a tela catódica como o real privilegiado pelo qual se frui a vida social, no pós-guerra, até as reverberações sociais desse universo, como o teleurbanismo infogeográfico, a transpolítica online nas cidades virtuais, o reescalonamento do zapping para o âmbito maior da cultura, o sedentarismo comunicacional nômade como habitus cultural, e a otimização da tele-existência do eu e do corpo como espectros- hoje multimidiáticos². (TRIVINHO, 2003, Pág.168).

Essa máquina, juntamente com outras tecnologias, viu surgir novas formas de interações não só entre homens e máquinas, mas entre os próprios seres humanos, tendo em vista que hoje as relações e contatos entre as pessoas são cada vez mais online do que offline. Entender como ocorre essa hibridização é necessário para compreender como as novas tecnologias afetam as formas de interação entre os seres humanos e propor soluções para essa questão.

Segundo Machesini (2008, pág.02), “*o problema não está nas tecnologias, mas na incapacidade do nosso tempo de ter um padrão filosófico adequado às potencialidades aplicativas que estão emergindo*”. O que nos leva a refletir sobre como chegar a esse padrão filosófico, referido pelo autor, numa época em que se vê o ciberespaço, do ponto de vista comunicacional, implodir alguns processos, conceitos e até teorias, como aponta Trivinho (2003),

Diferentemente, no processo ciberespacial de comunicação, todas essas categorias elementares perdem o seu caráter distinto, ora porque se imbrincam, se sobrepõem ou se mesclam umas às outras, ora porque se ofuscam mutuamente, se auto-anulam e se desfiguram, com a agravante de que esse processo implosivo deixa de comprometer tão somente a natureza dos elementos básicos para deixar ainda em risco o próprio edifício esquemático sob o qual se finca a teoria. Comparecem aqui todas as características de uma era da confusão, expressão correspondente à fase atual da sociedade tecnológica. (TRIVINHO, 2003, Pág.170-171).



Essa confusão a que se refere o autor é causada em grande parte pela própria hibridização que permeia também os novos espaços comunicacionais, á medida que tudo se mescla, se ofusca, se desfigura. Ele aponta essas como algumas das características da fase atual que vivemos, do que ele chama de Era da confusão³.

4- Hibridização ou novas formas de atualização do audiovisual

Com a globalização, o processo de hibridização atingiu todos os setores e com os meios de comunicação, não poderia ser diferente. Quando se fala em hibridização do audiovisual, em especial, uma das primeiras evidências dessa mistura está presente no próprio nome (resultado da combinação das palavras áudio + visual) e na sua gênese que implica a junção desses dois elementos. Como em todo processo de hibridização, somam-se características de cada elemento, dando origem a algo novo. No audiovisual, somaram-se características da imagem ou visual, heranças da fotografia, pintura, entre outras artes, com as do áudio, herdadas da música e do rádio. A junção do som e da imagem é, portanto, a principal característica do audiovisual.

Sobre os elementos que caracterizam o audiovisual, mas referindo-se especificamente a televisão, Rezende (2000, p.38) diz que “*a linguagem televisiva resulta da combinação de três códigos: o icônico, representado pela imagem, o visual, o lingüístico referente à língua que se fala e escreve e o sonoro, relativo a musica e aos efeitos sonoros*”.

Por possuírem as mesmas características, classificamos como audiovisual: o cinema, o vídeo, a televisão e mais recentemente, a internet. Num breve resgate, verificamos que o cinema foi, sem dúvida, o primeiro audiovisual a surgir, mais precisamente no final do século XIX, como fruto da inquietação dos irmãos Lumière em tornar a imagem, até então algo parado, em movimento.

Além dos filmes, o início do século seguinte viu surgir também outros vídeos e décadas mais tarde, mais precisamente, na década de 20, a televisão, considerada o audiovisual de maior impacto na vida das pessoas, pelo contato direto e uso diário desse como um eletrodoméstico até os dias de hoje.

Somente, na década de 90, a soberania desse aparelho eletrônico começou a ser ameaçada com o *boom* e rápida extensão das redes de computadores pelo mundo todo. A conexão dessas redes a nível mundial fez surgir o que nós conhecemos como

³ Ver mais sobre isso em Tivrinho, 2003, Pág. 170-171.



globalização, essa esfera mundial de trocas de informações, que segundo Bounoux (1999), nos leva tanto a preservar como a resgatar as coisas.

Com a globalização, vive-se o fim das fronteiras, um encurtamento das distâncias, uma nova dimensão do tempo, novas formas de relações sociais, principalmente, por causa do advento da internet. Essas marcas dos novos tempos, que alguns autores chamam de Pós-modernidade, são reflexos do que “Canclini (2000:19), Burke (2003: 39) e Gruzinsky (2001: 161)” *apud* Gabrielli e Hoff (2006) denominam de hibridização ou hibridação.

O que antes já acontecia de forma lenta, ganhou grandes proporções com esse fenômeno mundial. A partir dessa afirmação, pode-se dizer que hoje em dia tudo é híbrido, ou seja, resultado dessa mistura, desse encontro de economias, culturas, produtos e informações. É essa hibridização que vem possibilitado o surgimento de tantas inovações em todos os setores da sociedade. Daí mais uma vez, a importância desse estudo.

Muito provavelmente foi a internet que levou a TV a procurar ser cada vez mais interativa, inicialmente com a TV a cabo ou por assinatura e sua maior quantidade de canais e mais recentemente, deposita todas as esperanças de maior interatividade com o advento da TV digital. Falando sobre essa convergência dos meios de comunicação, Affini (2007) relata que

O que ocorre é a emergência de uma nova geração audiovisual, impulsionada pela virtualização das teletecnologias. (...) É na convergência da televisão com a internet que nasce uma nova possibilidade de linguagem audiovisual que provocará mudanças profundas na forma de produzir e de consumir vídeos que têm como suporte o computador. (AFFINI, 2007, Pág. 04-05; 07-08).

Como podemos perceber, os meios de comunicação aderiram às novas tecnologias e através delas, incorporaram novas rotinas de produção, novas formas de levar e receber a informação, novas linguagens, o que exigiu de seus profissionais maior capacitação e treinamento. Mas, segundo Sodré *apud* Affini (2007),

(...) esse impacto provocado pela tecnologia da comunicação e da informação nada tem de revolucionário; já que se trata, apenas de um processo de aceleração na hibridização dos meios, acompanhado de reciclagem de conteúdos e que produzem novos efeitos sociais que são representados por um novo “ethos” social, ou seja, formas distintas de vinculação entre subjetividades, decorrentes da mediatização no âmbito da tecnocultura. (AFFINI, 2007, p. 5).



Aliás, a própria história dos meios de comunicação, em especial, da TV é um exemplo de hibridização dos meios. Sua linguagem foi sendo construída aos poucos como resultado da mistura de elementos e características das linguagens do rádio, do cinema, da fotografia, do teatro e agora até da internet. O veículo caracterizou-se não só pela junção da imagem e do som como também pela diversidade da programação que ia de desenhos infantis á programas de auditório, humorísticos, telejornais, minisséries e telenovelas.

As TVs digital e por assinatura também seguiram caminhos parecidos, são resultado da convergência tecnológica dos meios, em especial da TV e do computador, produzindo assim mensagens híbridas e interativas⁴. Essa interação/convergência possibilitou o surgimento de

(...) conteúdos híbridos que deverão integrar e dinamizar vários códigos e linguagens, ou seja, fundir a estética da televisão com a estética da internet. Os conteúdos específicos para a internet provocarão alterações na linguagem audiovisual, e no modo como consumimos televisão, cinema e vídeo. (AFFINI, 2007, p.8).

No próximo item, procuraremos perceber essas alterações mais diretamente no telejornalismo, como resultado do processo de hibridização, tendo como objeto de estudo o Jornal Nacional.

5- Hibridização dos gêneros televisuais: Estudo de caso do Jornal Nacional

Na Globo, antes do Jornal Nacional, segundo Memória Globo (2004), existiram apenas o Tele Globo (1965), o Ultranotícias (1966) e o Jornal da Globo (1967). No dia primeiro de setembro de 1969, o Jornal Nacional inaugurou o sistema de transmissão em rede para 16 capitais do país. De acordo com Brittos e Bolaño (2005, p.209), “essa era também uma grande oportunidade para a empresa diminuir os custos de produção e aumentar a capacidade de comercialização do espaço publicitário”.

Para concorrer com o Repórter Esso, líder de audiência até então, a Globo inovou no formato do telejornal, implantando algumas medidas. Entre elas, em vez do apresentador ler as matérias dos jornais como acontecia com o Repórter Esso, a emissora inseriu nas matérias a voz dos entrevistados, complementando a informação, o que segundo Brittos e Bolaño (2005, p.214) “construía um ideal de credibilidade, de

⁴ Alusão a expressão usada por Affini (2007, pág. 09).



fidelidade à realidade”. Além disso, as novas tecnologias (*teleprompter* introduzido em 1971 e a transmissão em cores a partir de 1973) fizeram com que a emissora adotasse novas “convenções narrativas”. Era o que futuramente daria origem a uma gramática televisiva.

Transcorridos mais de 40 anos de existência dos primeiros telejornais, as evidências de que eles também passaram por um processo de hibridização são grandes. As aproximações do telejornal com outros gêneros podem ser observadas tanto no formato quanto na linguagem e na apresentação das notícias. Das primeiras análises do Jornal Nacional, observaram-se marcas dos gêneros telenovela e até da publicidade, talvez por serem esses os mais próximos do referido telejornal dentro da grade de programação e sem dúvida, responsáveis pela consolidação do horário nobre da emissora, motivo pelo qual, neste trabalho, vamos nos ater somente as aproximações com esses dois gêneros.

A hibridização entre os gêneros telejornal e telenovela, em especial no caso do Jornal Nacional, vem em grande parte do formato sanduíche telenovela - telejornal – telenovela. Isso se deve também ao fato desses dois gêneros ocuparem boa parte das 24 horas de programação da emissora. São pelo menos 4 telenovelas, começando as 14 horas com uma reprise no Vale a Pena ver de novo, seguido pela novela das seis, das sete e das nove, referindo ao horário de veiculação das mesmas, quando não há minisséries também as onze horas da noite. Os telejornais também se dividem em 3 locais e 4 nacionais, entre eles o Bom Dia Brasil, o Jornal Hoje, o Jornal Nacional e o Jornal da Globo. Na grade de programação, esses gêneros aparecem intercalados e geralmente muito próximos uns dos outros.

Quanto às aproximações entre eles, as marcas são mais subliminares e talvez menos evidentes aos olhos do público. Referimo-nos a narrativa seriada, ou seja, a história contada com começo, meio e fim, as suítes de fatos importantes, a busca de personagens para ilustrar as matérias, a atuação do apresentador e do repórter na passagem que por vezes, lembra a de um ator, entre outros elementos que se tentará detalhar um pouco mais ao longo dessa pesquisa.

Esse contar em etapas, por capítulos, com começo, meio e fim, pode-se dizer que no telejornalismo, é uma herança do que Machado (2005) chama de serialidade. Esse é um dos primeiros sinais da hibridização desses gêneros, visto que essa característica era essencialmente do gênero teledramatúrgico, como definem Motter e Mungioli (2007), o



qual engloba além das telenovelas, as séries, minisséries, assim como alguns programas especiais que experimentam a mesma linguagem.

Pode-se dizer que as suítes⁵ de um caso, ou seja, os desdobramentos das matérias já veiculadas anteriormente e que continuam trazendo novidades de interesse do público, também são exemplos dessa serialidade. Para Machado (2005), essa forma seriada de narrativa teve início na literatura, em obras como *As mil e uma noites*, passando pelos jornais, folhetins, rádio e sua primeira versão no audiovisual foi no cinema, só depois chegando à televisão.

Além disso, a busca por personagens para ilustrar a matéria foi outra estratégia utilizada para aproximar a notícia do público, tornando o fato mais real. Este recurso é muito utilizado para reforçar dramas ou o que Squirra (2004, p.49) chama de “conflitos dramáticos”. Segundo Genro apud Prates (2003)

A aproximação dos personagens pelo jornalista ao fazer uma reportagem veio com o novo jornalismo, que apareceu nos Estados Unidos na década de 60 e trouxe elementos literários da novela norte-americana, como explica Adelmo Genro Filho.⁶ O autor lembra que os criadores do novo jornalismo passavam dias inteiros, durante semanas, com as pessoas sobre as quais estavam escrevendo. “Queriam estar presentes durante os acontecimentos, em intimidade com os fatos, para captar diálogos, expressões faciais e outros detalhes do ambiente. Além de fornecer uma descrição objetiva completa, pretendiam oferecer algo que os leitores encontravam apenas na literatura: uma vivência subjetiva e emocional junto aos personagens”, [...] (GENRO apud PRATES, 2003, P.19)

Sobre isso, como relatam Brittos e Bolaño (2005, p.210), “*Toda programação da Rede Globo de Televisão, incluindo o formato narrativo dos telejornais, tinha por objetivo “falar diretamente ao povo”, inserindo-o numa ampla rede simbólica com fortes doses de emoção ou apelo aos valores patrióticos*”. Ao se referir sobre a dramatização / apresentação das notícias, Brittos e Bolaño (2005) dizem que

Apelando para a imagem de veracidade do testemunho e infabilidade da memória, a narrativa passa a ser governada pelos atos memoráveis, reais e representados. O apresentador deve simular que fala – com base na sua memória – cada uma das palavras transmitidas na emissão, e o teleprompter permite isso. [...] Com as novas tecnologias

⁵ Suítes são desdobramentos das matérias, ocorrem em edições posteriores a matéria original ou primeira matéria sobre o fato.

⁶ GENRO, Adelmo Filho. *O segredo da pirâmide. Para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Editora Ortiz, 1989 (2ª impressão). p. 200.



os jornalistas passaram a ir ao local do acontecimento não apenas para apurar as informações, mas também para gravar sua “passagem”, acumulando as funções de produtores e apresentadores de suas matérias. Começava assim, a era dos chamados repórteres de vídeo. (BRITTOS e BOLAÑO, 2005, p.215-217).

Essa tênue fronteira que existia entre os gêneros telenovela e telejornal ficou mais evidente ainda com a migração de profissionais de uma área para a outra. Foi o que aconteceu com inúmeros técnicos, funcionários operacionais e inclusive, com membros da comissão de frente, como são os casos das jornalistas e também atrizes Marília Gabriela e Cíntia Benini. O inverso também pode ser comprovado com a atriz, hoje jornalista Sandra Anhemberg e em quadros como “Repórter por 1 dia do Fantástico”, no qual atores e celebridades encaram esta profissão.

Embora, essa aproximação entre realidade e ficção pareça contraditória, Bucci apud Rezende (2000) afirma que o telejornalismo no Brasil “se organiza como melodrama” e lembra que

A ascensão e queda de Collor, por exemplo, funcionou como uma grande telenovela, desde o nascimento do personagem jovial, vitorioso, empreendedor, galã, etc... até sua decadência, metido em corrupção, com a série Anos Dourados (realidade dos anos 60 refeita em ficção nos 90) dando o contexto. (BUCCI apud REZENDE, 2000, p. 25).

Em algumas novelas, como foi o caso de Rei do gado (1996, Rede Globo) e De Corpo e Alma (1992, Rede Globo), essa fronteira foi novamente ultrapassada, como cita Rezende (2000). Cenas e personagens da telenovela foram usados no Jornal Nacional para abordar o tema da Reforma Agrária e o assassinato da atriz Daniela Perez e vice versa, o que causou uma confusão nos telespectadores. Casos como estes se tornaram comuns e atualmente, todos os temas polêmicos nas telenovelas se transformaram em assuntos de grandes reportagens nos telejornais. Afinal, estes noticiam tudo o que é de interesse comum.

Sobre as influências dessa aproximação dos gêneros, podemos dizer ainda que resultaram em matérias mais leves, com uma linguagem mais próxima do cotidiano. A própria organização do telejornal ao começar com o “drama”, as notícias mais importantes do dia são geralmente sobre conflitos, política ou violência culminando com o “final feliz”, a famosa matéria “Boa noite” é outro ponto que lembra a estrutura da telenovela. Ainda mais tendo na apresentação um casal de apresentadores que são



casados na vida real, disseminando ainda a idéia de par romântico perfeito proposta pelas telenovelas.

Essas mudanças são resultado entre outras coisas da fixação da grade de programação e da necessidade de cativação e fidelização do público do gênero telenovela, formado até então em sua grande maioria por mulheres. Para despertar o interesse e evitar a dispersão entre um programa e outro, os telejornais passaram a adotar uma linguagem mais híbrida e estratégias como a da identificação, através da aproximação dos fatos com o telespectador.

Entre cada gênero e no decorrer de cada programa, são veiculadas propagandas, publicidades e os anúncios institucionais da emissora. No caso da publicidade, estas perpassam não só os *breaks* ou intervalos comerciais como também o conteúdo da programação. No interior das telenovelas, inclusive, recebem o nome de *merchandising*.

No telejornal, embora em menor quantidade também é possível identificar características desse gênero e por que não dizer propagandas. Ressalta-se que a fronteira entre os gêneros jornalismo e publicidade foi ultrapassada de forma mais evidente nas mídias impressas e *online*, que sobrevivem diretamente da venda de espaços, mas, processo semelhante também aconteceu no telejornalismo. Mostrando o quanto é difícil resistir às pressões do mercado, Marshall *apud* Gomes (2007),

(...) discutindo sobre o jornalismo na era da publicidade, afirma que, assim como os outros gêneros midiáticos, não conseguiu desvencilhar-se da supremacia da lógica do mercado, da mercantilização e principalmente, da ultraliberalidade. (GOMES, 2007, p. 1345).

Ao estudar a relação do gênero reportagem com a publicidade, Gomes (2007) diz ainda que essa “intervenção mercadológica e consumista no espaço jornalístico desloca a informação para o espaço da negociação de interesses do marketing. (...)” e chama de mutação ou transmutação, esse processo que ocasiona “um produto híbrido que mescla ora as propriedades funcionais da publicidade, ora o entretenimento, ora a persuasão, ora o relato do fato a ser noticiado”. (MOTTER E MUNGIOLI, 2007, p. 1348).

Marshall faz assim uma das primeiras análises de aproximação dos dois gêneros considerados durante muitos anos como totalmente separados, dando origem ao que ele chama de gênero reportagem-publicidade. Hoje, essas fronteiras estão tão tênues que como mostra o autor, “esse modelo marquetizado de jornalismo se torna um tipo de “jornalismo transgênico”, em que há um cruzamento entre os “genes” da publicidade



com os do jornalismo, desenhando uma nova moldura para as informações, notícias, fatos e acontecimentos”. (MARSHALL apud GOMES, 2007, p. 1348).

Em telejornais regionais e locais, talvez esse gênero esteja mais presente. Neles, jornalistas gravam comerciais e até fazem propaganda de produtos dentro do telejornal. Na Rede Globo, isso foge ao padrão e é extremamente proibido, levando-se em conta a imagem de imparcialidade, isenção e credibilidade que se quer passar da informação. Mas, mesmo em um regime tão rígido não se pode fugir as tendências do mercado. Uma das coincidências é que desde a sua inauguração o Jornal Nacional é patrocinado por bancos. Em primeiro momento, pelo Banco Nacional, tendo inclusive gerado polêmica quanto à origem do nome, se este teria surgido por imposição do banco, como acontecia com outros telejornais da época entre eles o Repórter Esso (TV Tupi - 1953 à 1964 e TV Record - 1964 à 1970, patrocinado pelos postos de combustíveis Esso) e o Ultranotícias (TV Globo – 1966, patrocinado pela Ultragás).⁷

Atualmente, ao se escutar a vinheta do telejornal é possível associar a sua imagem a outro banco. “*Unibanco oferece Jornal Nacional*”. As propagandas aparecem ainda no conteúdo das matérias, através da veiculação de imagens de produtos, entrevistas com donos de empresas, marcas e grifes, entre outras coisas, o que é quase inevitável nas matérias de moda e cultura.

Todos esses exemplos reforçam que a classificação em gêneros não pode ser mais a mesma ou pelo menos que esta não é mais tão válida para alguns meios de comunicação e produtos audiovisuais. Posicionamento que aprofundaremos no próximo item. Uma característica comum a todos esses hibridismos, segundo Gomes (2007, Pág. 1344), é a colagem/montagem⁸, a qual ela define como “*modalidade primária do discurso pós-moderno*”.

6- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos nossas considerações finais, refletindo como fica a questão do gênero na Pós-modernidade. Procurando saber se a aceleração dos processos de hibridização apontaria para um fim da classificação em gênero como defendem os “apocalípticos” ou para uma subdivisão infinita deste em novas categorias, proposta defendida pelos “integrados”, usando a denominação de Umberto Eco (1987) para problematizar a

⁷ MEMÓRIA GLOBO. **JORNAL NACIONAL: A notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

⁸ Ver Gomes (2007, Pág. 1344).



questão da classificação em gêneros que para alguns estudiosos é secundária, mas que para nós é por demais relevante, levando-se em conta que este estabelece um contrato de leitura com o público, através do tom, do formato e dos elementos básicos que compõe cada produto audiovisual. São essas características de cada gênero que permitem ao telespectador diferenciar um telejornal de uma telenovela e propaganda, por exemplo. São eles que diferenciam um telejornal de outro e agregam valor ao que é transmitido.

Essa hibridização nos leva a crer num estabelecimento de um novo tipo de contrato de leitura com o público, através do qual as mudanças giram em torno de requisitos secundários a constituição de um produto audiovisual, mantendo as suas características principais enquanto gênero. Por causa disso, cabe lembrar que atualmente, a classificação em gêneros é mais forte na TV do que no cinema e outros audiovisuais.

Ao observamos o processo de hibridização dos meios de comunicação, em especial, do audiovisual, e mais especificamente, da televisão e do telejornal, verificamos que entre as causas desse embaralhamento⁹ nos gêneros midiáticos estão o fenômeno da globalização, o surgimento de novas tecnologias e a própria convergência tecnológica, a luta pela audiência, a proximidade e as formas de relação dos gêneros dentro da grade de programação, entre outros fatores. Assim como que a hibridização se caracterizaria também como uma forma de atualização do audiovisual, a medida que dá origem a novos gêneros, formatos e linguagens audiovisuais.

Uma prova de que vivemos esse embaralhamento ou a Era da confusão é justamente a hibridização do receptor, que antes assumia a função de objeto nesse processo, numa postura passiva e hoje, rompe com esse paradigma comunicacional, assumindo funções de sujeito. Ora é receptor, ora emissor. Segundo o autor, isso ocorre por causa da interatividade proposta pela internet e *“Tal mistura virtual-heterogênea entre sujeito e objeto jamais foi ou será possível no processo de comunicação interpessoal e de massa”*. (TRIVINHO, 2003, Pág.174).

Mas, essa mistura, também implica em riscos, sendo os principais: o da diluição e o próprio fim, através da perda da identidade. Trivinho (2003) aponta que os traços híbridos da comunicação eletrônica mais avançada levam-na a romper com pressupostos e regras metodológicas até alcançar sua desfiguração e dissipação mais acabadas.

⁹ Termo usado por Utard (2003) para se referir a hibridização.



Por sua vez, Baudrillard (1990) relata que “*Qualquer coisa que perca a própria idéia é como o homem que perdeu a sombra - cai num delírio em que se perde*”. (BAUDRILLARD, 1990, Pág.12). O autor relata ainda o risco que as coisas têm de desaparecer com a sua proliferação,

Nada mais (nem mesmo Deus) desaparece pelo fim ou pela morte mas por proliferação, contaminação, saturação e transparência, exaustão e extermínio, por epidemia de simulação, transferência na existência segunda da simulação. Já não há modo fatal de desaparecimento, mas sim um modo fractal de dispersão. (BAUDRILLARD, 1990, Pág.10).

Dessa forma, o telejornal assim como os outros gêneros televisivos presta um serviço à população. Esse serviço ora é informativo (revistas eletrônicas, telejornais), ora focado na opinião (programas de variedades), na ficção (novelas, minisséries), no entretenimento (programas de humor, reality shows), na cultura (transmissão de shows, filmes e peças de teatro) ou na venda, no caso da publicidade. Por causa disso, Arbex Júnior (2001) diz que a Tv acabou por assumir a função de

Um “serviço”, um meio de comunicação pelo qual se pode veicular uma série de gêneros, incluindo o cinema, o teatro, shows, espetáculos, telejornais e comerciais. Existe, no entanto, uma linguagem televisiva, que obedece a leis próprias e, no ato de transmissão, também modifica o modo de recepção dos gêneros veiculados. (ARBEX JUNIOR, 2001, p.51).

Em resumo, se cada gênero tem uma função, juntos eles levam o telespectador informação, entretenimento, ficção, cultura, assim como produtos e serviços, através das propagandas. Com objetivos tão diferentes, não era de se esperar que todos façam parte de uma mesma categoria, embora, todos sejam audiovisuais.

7- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFFINI, Leticia Passos. **Da comunicação de massa à comunicação em rede: reflexões sobre a convergência entre televisão e Internet.** Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0248-1.pdf> Acessado em 06.06.2008.
- ARBEX JR, José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo.** São Paulo: Casa Amarela, 2001.
- BAUDRILLARD, Jean. **A Transparência do Mal: Ensaio sobre os fenômenos extremos.** Tradução de Estela dos Santos Abreu. Campinas, SP : Papirus, 1990.



- BORELLI, SILVIA HELENA SIMÕES; PRIOLLI, GABRIEL; MALTA, ELIANA (ORG.). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. Editora Summus, 2000.
- BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às Ciências da Comunicação**. Bauru: Editora da Universidade do Sagrado Coração, 1999. 220p.
- BURKE, Peter. **Hibridismo Cultural**. São Leopoldo, RG: Unisinos, 2003.
- BRITTO, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (orgs). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. – (Coleção Comunicação).
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: EDUSP, 2000.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- GABRIELLI, Lourdes; HOFF, Tânia. Hibridização: as retóricas da democracia e de corpo no discurso publicitário. *UNirevista* - Vol. 1, nº 3, 2006. Disponível no site: http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNirev_Hoff_Gabrielli.PDF Acessado em 10 de setembro de 2007.
- GENRO, Adelmo Filho. *O segredo da pirâmide. Para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Editora Ortiz, 1989. In PRATES, Tharsila Dantas. **O dia-a-dia de trabalho de um foca. A prática jornalística dos profissionais recém-formados nos jornais impressos de Salvador**. Salvador. UFBA, FACOM, 2003. (Monografia de conclusão de curso). Disponível em www.facom.ufba.br/pex/tharsiladantas.doc Acessado em 15 de fevereiro de 2007.
- GOMES, Maria Carmen Aires. **A questão do hibridismo na relação entre gêneros discursivos e mudança social**. In: Revista Estudos da Linguagem. V. 13 n1 jan/jun 2005. ----- **Gêneros da mídia: Configurando o gênero reportagem-publicidade**. Publicado em SIGET. Tubarão: Unisul, 2007. v. 1. p. 1344-1356. Disponível em <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/80.pdf> Acessado em 06.06.2008.
- GRUZINSKI, Serge. **O pensamento Mestiço**. São Paulo: Cia das Letras, 2001.
- KEHL, Maria Rita. **Muito além do espetáculo**. Aduato Novaes (org). São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.
- MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo, SENAC, 2000.
- MARCHESINI, Roberto. Homem e máquina: híbridos numa sociedade pós-moderna. Publicado na Revista do Instituto Humanitas Unisinos. São Leopoldo, 26 de maio de 2008, edição 259. disponível em www.unisinos.br/ihu
- MARSHALL, L. O jornalismo na era da publicidade. In: GOMES, Maria Carmen Aires. **Gêneros da mídia: Configurando o gênero reportagem-publicidade**. Publicado em SIGET. Tubarão: Unisul, 2007. v. 1. p. 1344-1356. Disponível em <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/80.pdf> Acessado em 06.06.2008.
- MEMÓRIA GLOBO. **JORNAL NACIONAL: A notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- MOTTER, Maria Lourdes; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. **Gênero teledramatúrgico: entre a imposição e a criatividade – um breve retrospecto**. In: Colóquio Brasil-Chile de Ciências da Comunicação, 2007, Santiago. Colóquio Brasil-Chile de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20070416/asocfile/20070416090408/04_maria_de_lourdes_motter.pdf Acessado em 06.06.2008.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 1ed. São Paulo, Edições Loyola, 2002, 302 pag.
- SOUZA, Karla Caroline Nery de Souza. **Luz, câmera, interpretação: Os elementos da construção da notícia na Tv**. (Monografia da Especialização em Telejornalismo apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí), Teresina, 2007.
- SQUIRA, Sebastião Carlos de M. **Aprender Telejornalismo; produção e técnica**. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- TRIVINHO, Eugênio. **Epistemologia em ruínas: a implosão da teoria da comunicação na experiência do Ciberespaço**. In: **Para navegar no século XXI**. Martins, Francisco Menezes; Silva, Juremir Machado. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.