



Televisão e Internet: Interatividade entre as duas mídias e a abertura de um novo espaço para a cidadania¹

Ana Carolina Rocha Pessôa TEMER²
Tatiane Dias PIMENTEL³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Os avanços tecnológicos, em especial a Internet, provocam mudanças estruturais na sociedade e nos próprios meios de comunicação. A televisão, como meio de comunicação de massa, vem alterando a sua programação inserindo novas práticas centradas na extensão de sua programação para a rede de computadores e na interatividade com o telespectador. Essas mudanças podem abrir novas portas para que o cidadão influencie a pauta do telejornal e leve para a tela da tevê os temas caros à cidadania. Este artigo trata-se de uma pesquisa, ainda em fase inicial, realizada dentro do Programa de Pós Graduação em Mídia e Cidadania.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; internet; telejornal; interatividade; cidadania.

Desde sua criação a televisão é dominada pelo entretenimento. Ainda assim, o jornalismo sempre esteve presente na grade e vem ganhando espaço na programação diária das emissoras. A reconfiguração do espaço de dedicação à notícia na tevê pode ser um indicativo de uma busca pela manutenção da audiência e principalmente, de uma corrida pela retomada de um prestígio que parece escorrer por entre os dedos das emissoras e desaguar direto nos tentáculos abertos da Internet.

Além dos quatro telejornais nacionais que compõe a grade de programação da Rede Globo de Televisão diariamente, desde abril de 2005⁴, a emissora introduziu um novo noticiário, dividido em duas edições de três minutos cada: o Globo Notícia. É um resumo dos principais e mais imediatos acontecimentos nacionais e internacionais nas primeiras horas do dia (depois do programa Mais Você) e no final da tarde (após

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 Professora Doutora Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (Facomb) da UFG, linha de pesquisa: Mídia Cidadania, orientadora deste trabalho, email: anacarolina.temer@gmail.com

³ Estudante do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (Facomb) da UFG, linha de pesquisa: Mídia e Cidadania, professora de Tecnologias da Comunicação da Facomb. tatianepimentelufg@gmail.com

⁴ Site da Rede Globo de Televisão – www.globo.com



Malhação). A última vez que a rede havia investido em um jornal dessa natureza foi no final da década de 1970 com o *Jornalismo Eletrônico* (1976-1978). Um programa de cinco minutos sobre assuntos nacionais e internacionais⁵.

Num tempo em que informação ganhou status de capital e que *tempo real* virou sinônimo de bom jornalismo, a TV parece correr atrás de uma audiência que migra cada dia mais para a internet. Hoje, a rede mundial cresce sob o signo da velocidade e da informação em tempo real. Conceito que, inclusive, já mereceu discussões aprofundadas dado o seu impacto na maneira de se fazer notícia.

Pesquisa feita pela Microsoft sobre o comportamento do consumidor de internet europeu, divulgada em abril em vários sites⁶ que tratam sobre o tema, indicou que até 2010 a televisão tradicional será superada pela rede. No Brasil, os telespectadores caminham no mesmo sentido.

De olho nessa mudança de comportamento, a Rede Globo de Televisão vem investindo num link entre a sua programação aberta e os sites de seus programas, tanto os de entretenimento quanto os de jornalismo. No caso do jornalismo, ganham destaque o Jornal Hoje, que pretendemos analisar aqui, e a revista eletrônica Fantástico.

A questão que este artigo pretende analisar é se essa prática abre espaço para que o telespectador interaja de forma efetiva com o telejornal e se essa interação/interatividade proporciona um diálogo aberto entre as partes (redação e telespectador) em que as questões mais caras à cidadania figurem como assuntos de matérias na escalada de notícias do programa.

Reconfiguração dos meios, cidadania e diálogo

Na medida em que a sociedade da informação se amplia, com a inclusão de novos sujeitos, estudar a mediação da circulação de conteúdos também se torna complexa. Daí que discutir a comunicação é sempre um grande desafio, que ganha outra dimensão quando se alia esse tema também instigante: a cidadania.

Ao tratar os meios de comunicação como extensões do homem, McLuhan (1964) diz que “qualquer invenção ou tecnologia é uma extensão ou auto-amputação de nosso corpo e essa extensão exige novas relações e equilíbrios com as demais extensões do corpo”. Assim, tomando a sociedade como um corpo, é possível pensar que a cidadania

⁵ Em 1985, a Rede Globo criou o telejornal Globo Cidade, também de curta duração. Mas não o consideramos, pois suas matérias eram exclusivamente sobre assuntos das cidades, diferente das características do Jornalismo Eletrônico e do Globo Notícias, que trazem temas mais gerais.

⁶ www.bit.pt, www.fabricadeconteudos.com



só é possível numa relação de harmonia entre esse corpo social e os meios de comunicação.

Sob a égide das Tecnologias da Comunicação, o diálogo entre comunicação e cidadania sempre ganha fôlego novo. Os novos meios surgem com a promessa de serem espaços democratizantes porque ampliam o acesso à informação. As discussões sobre a importância do telefone, do rádio e da televisão para a sociedade foram sendo substituídas por outros temas como Internet e TV Digital, suscitando novos debates e principalmente, provocando impactos relevantes na maneira do comunicar.

É um processo tão acelerado que nem sempre é possível alcançar com precisão seus impactos na sociedade. Isso porque “os efeitos da tecnologia não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção, num passo firme e sem qualquer resistência.” (MCLUHAN, 1964, p. 34).

Ekecrantz (2006) explica que vivemos há pouco tempo um processo de reinvenção da sociedade da informação. Portanto, estamos diante de uma nova lógica social que exige um reaprendizado sobre a própria sociedade. “As tecnologias da informação e da comunicação têm um papel central nessas transformações, basicamente porque elas mudaram as condições de vida econômica [...] e política [...]” (2006, p. 32).

Nesse sentido os próprios meios de comunicação precisam se reinventar a todo instante, seja na escolha de seu conteúdo, seja pela evolução tecnológica que o obriga à renovação. Em uma ação contraditória, as novas mídias também colocam como alvo de discussões, tanto na academia quanto no meio profissional, as mídias tradicionais (rádio, televisão e jornais impresso) eventualmente apontando (ou apostando) no fim de um ou outro meio.

A televisão substituiria o rádio, e os webjornais os jornais impressos. Aliás, a Internet seria a grande “ameaça” a todas as mídias tradicionais, pois converge todas as outras numa única caixa: o computador. O que não deixa de ser um fato, pois como assinala Dizard (2000) “a televisão e os demais veículos de clássicos de comunicação estão sendo desafiados pela Internet e por outras tecnologias que oferecem opções mais amplas de serviços, informação e entretenimento”.

No entanto, com o passar do tempo, o que vem acontecendo é que os meios tradicionais, para não se perderem no emaranhado das novidades, se aliam às novas tecnologias. Rádio não é mais só áudio. Agora também é texto escrito. Para acompanhar a modernização dos meios criou páginas na Internet. Muitos sites de rádios contam com



resumos das notícias, além da disponibilidade de fotos, enquetes, envio de e-mails e interação com o ouvinte através de chats.

As emissoras de televisão alongaram sua programação disponibilizando em seus sites vídeos com todas as atrações que antes só eram acessíveis no instante em que eram levadas ao ar, através das antenas transmissoras. E ainda abriu um *link* para interagir com o telespectador. Essas práticas instigam à reflexão de que aí podem estar sendo abertos espaços para que o cidadão e a mídia estabeleçam um diálogo, uma comunicação que seja realmente comunicativa.

Uma comunicação no sentido defendido por Paulo Freire (1983), que a define como um ato dialógico. Nela, o emissor e o receptor se confundem numa relação de troca de informações. Para Freire, a comunicação se baseia numa reciprocidade de informações que não pode ser rompida. Porque se ocorre o rompimento, estanca também o próprio ato de comunicação.

Comunicar é comunicar-se em torno do significado significante. Desta forma, na comunicação, não há sujeitos passivos. Os sujeitos co-intencionados ao objeto de seu pensar se comunicam seu conteúdo. O que caracteriza este comunicar comunicando-se, é que este é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. (FREIRE, 1983, p. 45)

Se comunicar é diálogo, adotando aqui o conceito do educador, pressupõe-se que ele deve ser um elemento presente também na comunicação mediada pelos veículos. Portanto, a participação da sociedade nesses meios constitui elemento fundamental da cidadania. Cortina (2005) define cidadão como aquele que, em uma comunidade política, goza não só de direitos civis, não só de direitos políticos, mas também de direitos sociais.

[...] é cidadão aquele que, em uma comunidade política, goza não só de direitos civis (liberdades individuais), nos quais insistem as tradições liberais, não só de direitos políticos (participação política), nos quais insistem os republicanos, mas também de *direitos sociais* (*trabalho, educação, moradia, saúde, benefícios sociais em épocas de particular vulnerabilidade*). (CORTINA, 2005, p. 52).

No mundo de hoje, a participação política não consegue se desvincular dos meios de comunicação bem como direitos sociais inclui, na modernidade, o direito à informação. Esse sentido de participação e a satisfação do direito social à informação



ganham dimensões anacrônicas porque hoje parece satisfazer-se através dos (e não *com*) meios de comunicação, em especial, através da televisão, presente em 99% dos domicílios brasileiros, por exemplo.

O cidadão parece sentir concretizada parte de sua cidadania pela crítica ácida que um comentarista faz sobre o político corrupto ou pelas informações que recebe pela tela da tevê. Mais do que isso, como analisa Dominique Wolton (2004), ela apresenta-se hoje como um importante instrumento de mediação entre as necessidades pessoais do indivíduo e as necessidades sociais do cidadão.

A televisão funciona como o entreposto entre a vida privada e o espaço público mediando essas duas esferas sociais que constituem a nossa sociedade. Para Wolton (2004), a tevê exerce o papel de laço social na modernidade. É ela que “contribuiu para a construção de espaços coletivos e para estabelecer passarelas entre as visões de mundo das múltiplas comunidades que compõem uma sociedade”. (2004, p.145).

Entendê-la como laço social é uma tarefa árdua, mas factível. A dificuldade estaria em admiti-la como substituta da expressão do cidadão. O pressuposto básico da cidadania é o de uma prática social cujo fim é o da transformação do cotidiano, portanto, impescinde da ação dos cidadãos (MOTA, 2006, p. 127). No entanto, a ação dos cidadãos não reverbera a contento nos meios de comunicação.

Ao contrário, o que se observa é que a relação entre meios de comunicação tradicionais e o conjunto da sociedade pouco ou quase nunca tem respondido às exigências da comunicação dialógica ou aos preceitos da cidadania social.

Nos meios, espaço das “idéias feitas” e não do pensamento (reflexão), como explica Bourdieu (2006), “a comunicação é instantânea, porque, em certo sentido, ela não existe. Ou é apenas aparente. A troca de ‘lugares-comuns’ é uma comunicação sem outro conteúdo que não o fato mesmo da comunicação.”

Há uma expectativa de que, com o avanço da Internet, os espaços de intervenção do cidadão ganhem nova configuração e se abram. A questão discutida neste artigo é se esta abertura vai ocorrer também na televisão, de caráter predominantemente hegemônico e conservador. Antes mesmo da criação da *www*⁷, McLuhan já dizia que os meios de comunicação relacionam-se entre si.

Nesses termos, o real avanço tecnológico mais recente é a digitalização que, a partir de um código binário, permite que todas as formas existentes dos meios compartilhem os mesmos procedimentos

⁷ Rede mundial entre computadores criada pelo inglês Tim-Berners Lee



de produção, distribuição e armazenagem, possibilitando a convergência dos mesmos. (McQUAIL *apud* TEMER e TONDATO, 2008, p. 29)

Portanto, entre o fazer (produzir) televisão e o assistir parece agora haver uma porta entreaberta, precisando de um empurrão para que as temáticas que a norteiam se aproximem um pouco mais do cidadão (que tem interesses sociais definidos) do que da audiência, que para Ekecrantz (2006) não passa de uma “aglomeração de indivíduos consumidores”.

Interação e interatividade

A esta porta podemos dar o nome de interatividade. Do ponto de vista tecnológico, Andrew Lippman, pesquisador do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), define interatividade como uma "atividade mútua e simultânea da parte dos dois participantes, normalmente trabalhando em direção de um mesmo objetivo" (*apud* MORAN, 2002).

Para compreender esse processo na televisão, o termo interatividade é aqui utilizado do ponto de vista da relação do receptor e do emissor sobre o conteúdo da programação. Ou seja, de que forma esse conteúdo pode ser modificado e definido por essa interação.

O primeiro passo dado pela tevê no sentido de estabelecer uma interatividade com seu público foi o uso do telefone. O programa *Você Decide* (1992) foi a primeira exploração da TV Globo de um misto de desejo e necessidade de intervenção (TEMER E TONDATO, 2008). Depois de contadas as histórias, o final era decidido pelo telespectador através do telefone.

Na sequência surgiram vários outros programas com essa característica como *No Limite* e *Big Brother*. E assim como o telefone assumiu papel decisivo na relação da televisão com o telespectador, a Internet dá amostras de que assumirá esse encargo.

Sabendo que para a televisão, telespectador é sinônimo de consumidor, a absorção dessas novas tecnologias à sua programação pode e deve ser entendida também como uma forma de garantir audiência. As empresas de televisão entenderam que era preciso se aliar à internet para não perder seu público.

Do seu surgimento até o final da década de 1980, a televisão era tratada como uma “janela” aberta para o mundo, transparente. “[...] era um meio de se chegar a outros



lugares e vê-los. Ela era precisa e pontual em termos de fatos que estavam acontecendo no mundo, mais rápida que o jornal e mais completa que o rádio.” (MARCONDES, 1994). Num segundo momento, a tevê perde a sua transparência.

Ela se torna opaca. [...] ela não é um ponto intermediário entre o acontecimento e um telespectador, é um ponto final ou um ponto inicial. As coisas partem dela e chegam até o telespectador. A diferença é esta: ela não transmite o mundo, ela fabrica mundos. (MARCONDES, 1994, p. 32)

O que as tecnologias da comunicação provocam é uma mudança nessa importância da tevê. Há muitas outras formas de se obter informação, de interagir com o mundo, que não seja somente pela tela da televisão.

Se no final dos anos 1980 a televisão era a “janela” para o mundo, hoje poderia dizer que a Internet é um grande, largo e sempre aberto portão. Manuel Castells (2005) exalta que “a Internet é o tecido de nossas vidas nesse momento. Não é futuro. É presente. Internet é um meio para tudo que interage com o conjunto da sociedade”.

Se antes a tevê era um meio para ver outros mundos, hoje, a www transporta o internauta para dentro deles, sem a necessidade de uma intermediação direta. Portanto, ao se aliar à rede mundial de computadores a tevê parece tentar superar a fragmentação de sua linguagem e o rigor do tempo e alargar o seu conteúdo através da interatividade com a web.

O Jornal Hoje e a Internet

Dentro da programação da televisão, o jornalismo representa hoje um dos espaços em que o tema cidadania está presente. Mesmo que seja sob o rigor da linha editorial, que em geral representa o interesse do dono da empresa. Karam (2008) recorre a Fontcuberta, “que aponta quatro dimensões para o jornalismo do século XXI: como dimensão socializadora; como espaço de cidadania; como agente educativo; e como protagonista do ócio”.

Conceito que complementa a compreensão de Marcondes sobre a dimensão do Jornalismo:

O jornalismo torna-se hoje cada vez mais um tipo de porta-voz das massas, da opinião pública. Ele ocupa esse lugar exatamente porque desaparecem os canais tradicionais de organização das pessoas que antes era os partidos políticos, os sindicatos, as associações de defesa



de interesses, as agremiações das mais diversas naturezas.
(MARCONDES, 1994, p. 61)

A primeira transmissão da Rede Globo aconteceu em 26 de abril de 1965 com uma grade de programação formada por um programa infantil, um telejornal, um seriado e duas novelas. No início da sua atividade, o jornalismo está presente, mas com o objetivo de preencher o tempo. O telejornal era um programa que inicialmente demandava poucos recursos técnicos, transmissão estática com entrevistados dividindo a bancada como apresentador.

Na década de 1970, quando a emissora já faz sua transmissão em rede nacional, a programação começa a tomar novos rumos. Para Kehl (1986), nesse momento, a Globo “deixa de ser uma emissora de televisão voltada apenas para o entretenimento [...] para tentar dar conta da sociedade como um todo, principalmente dos movimentos sociais que emergiam no momento.

Ela já havia se imposto como fonte prioritária de informação, mediadora quase absoluta do contato de público com a realidade do país; assim, precisava sofisticar suas formas de se reportar a essa realidade, para continuar satisfazer as demandas desse público que, sobretudo nos tempos de intensa repressão, desmobilização porque havia acabado de passar, tinha na televisão um substituto para a participação política e social. (KEHL, 1986, p. 259)

Criado em abril de 1971, o Jornal *Hoje*, da Rede Globo, estreou como um noticiário local, de meia hora de duração, exibido de segunda a sexta-feira somente para o Rio de Janeiro. Tinha um formato de revista eletrônica, com temática voltada para o público feminino. Três anos depois de sua estréia, passa a ser transmitido em rede nacional, e assume um papel importante de levar ao ar reportagens de outras cidades, onde a emissora tinha emissoras afiliadas, repetidoras de sua programação.

No final da década de 1970 e início dos anos 1980, o Jornal *Hoje* foi moldado para ser uma espécie de “Jornal Nacional da hora do almoço”⁸, com notícias nacionais, internacionais e a inserção de temas como direito do consumidor. Nesse momento, inicia-se uma aproximação do telejornal aos temas mais ligados aos direitos do cidadão.

⁸ www.globo.com/jornalhoje



O Jornal Hoje, aposta agora num modo de fazer telejornalismo que se divide em alguns momentos entre o espaço da tela da tevê e o do monitor do computador. Telejornal que mantém seu formato próximo da revista eletrônica, com linguagem mais coloquial, o Hoje destaca em todas as suas edições chamadas aos telespectadores para sua página na internet.

Esse formato interativo foi implantado em 2006⁹, através da seção *Você faz a notícia*, para que os telespectadores enviem sugestões de temas para reportagem. No site que conta a história do telejornal, a emissora explica que a abertura desse espaço é uma espécie de “parceria” com o telespectador e que “faz parte do conceito de interatividade com o público aplicado no telejornalismo em geral, visando uma melhor prestação de serviço à sociedade”¹⁰.

Não se trata aqui de dizer que essa opção da emissora significa uma revolução na maneira de se ver televisão. Trata-se mais, como diz Sodré (2002) de uma mutação tecnológica.

As transformações tecnológicas da informação mostram-se francamente conservadoras das velhas estruturas de poder, embora possam aqui e ali agilizar o que, dentro dos parâmetros liberais, se chama de “democratização”. Mesmo do ponto de vista estritamente material, *mutação tecnológica* parece-nos expressão mais adequada do que “revolução”, já que não se trata exatamente de descobertas linearmente inovadoras, e sim da maturação tecnológica do avanço científico. (SODRÉ, 2002, p.13)

Para Sodré (2002), os avanços tecnológicos resultam em “hibridização e rotinização de trabalho e recursos técnicos já existentes”. A opção da emissora pela hibridização tecnológica com a Internet está amparada em pesquisas de mercado de consumo de mídia, numa mudança de comportamento da audiência.

Considerando o telejornal como um gênero próprio da televisão, é necessário acrescentar que a dinâmica dos gêneros televisivos é influenciada pelas transformações internas ao próprio meio televisivo e pelo mecanismo geral de intertextualidade que atravessa todo o sistema dos *mass media*, a busca constante por alternativas de conquista de audiência, o que faz com que cada meio faça “novas experiências”, testando sucessos consolidados em outros meios”. (WOLF, 1986, p. 28)

⁹ Informações disponíveis no site Memória Globo (www.memoriaglobo.com.br)

¹⁰ *ibidem*



“O Futuro da Mídia”, pesquisa desenvolvida pela Deloitte e pelo Harrison Group, uma empresa independente de pesquisa dos EUA, mostra que os consumidores brasileiros gastam 82 horas por semana interagindo com diversos tipos de mídia, incluindo o celular.

Ainda segundo a pesquisa, para 81% das pessoas pesquisadas, o computador superou a televisão como fonte de entretenimento. A pesquisa é superficial e porque foi feita com uma amostragem pequena (1022 pessoas). Mas é inegavelmente, um indicativo dos rumos do comportamento dos consumidores de mídia brasileiros. Além disso, não podemos desprezar que no caso brasileiro acesso à Internet ainda está restrito a uma parcela da população.

Apesar desse diálogo tecnológico entre a tevê e a internet e do discurso da Rede Globo de “parceria” com a sociedade, parece ainda pequena a participação efetiva dos telespectadores na definição das temáticas apresentadas no jornal que vai ao ar. A partir de uma pesquisa inicial sobre o conteúdo do jornal disponível no site da Internet é possível afirmar que há sim um direcionamento do conteúdo para o cotidiano dos telespectadores, mas a sua presença como autor nas matérias não aparece com a mesma ênfase do discurso institucional da emissora.

Durante 15 dias, no período de 13 a 25 de abril, foi realizada uma pesquisa exploratória do conteúdo (nota explicando a pesquisa) de cada edição do Jornal Hoje. Todos os dias há matérias sobre direitos do cidadão, assuntos do cotidiano como transporte público, saúde, segurança, enfim, assuntos que pautam a vida do cidadão diariamente. Mas o que se constata, é que os cidadãos comuns não são os personagens principais destas matérias.

As matérias em geral são feitas com especialistas, analistas e o governo. Os cidadãos comuns aparecem como imagens ilustrativas, multidões, pessoas soltas desvinculadas do tema central. Em uma matéria sobre o mercado de trabalho e emprego, por exemplo, foi analisado o uso da Internet no ambiente de trabalho. Dos 5 minutos e 25 segundos totais da matéria, apenas seis segundos foram destinados à fala de um trabalhador, cujo conteúdo divulgado apenas confirmava a sequência de afirmações e interpretações já feitas pela repórter e pelos especialistas entrevistados.

O ponto positivo foi a realização de um chat com os telespectadores aberto às perguntas dos internautas. É nesse momento que o telespectador/internauta pode desfrutar de maior liberdade e mais tempo para obter as informações que lhe dizem



respeito de forma mais direta, sem que a sua dúvida ou fala seja interpretada pelo ou noticiário.

Os melhores momentos do bate-papo foram disponibilizados no site da emissora com o tempo de sete minutos somados aos cinco da matéria, foram aproximadamente 12 minutos de discussão sobre o uso de internet no mercado de trabalho. O que demonstra um aprofundamento do tema. No entanto, o contato com a fonte ainda é mediado pela produção do telejornal. Ou seja, a pergunta que chega pelo ambiente virtual é pré-selecionada e lida pelo repórter ao entrevistado do chat. E só têm acesso a esse aprofundamento as pessoas que tem disponibilidade de uso da Internet.

Durantes esses 15 dias de pesquisa, de um total de 132 matérias veiculadas (notas, reportagens, flashes, entre outros), somente uma reportagem foi ao ar com o indicativo de que se tratava de matéria sugerida pelo telespectador através de e-mail. A matéria tratava de mudanças no cálculo do fator previdenciário propostas em projeto que, até então, tramitava no Senado.

A reportagem durou dois minutos e cinco segundos, apresentou dados, gráficos e uma fala de cinco segundos de uma trabalhadora. O restante do tempo foi ocupado por especialistas sobre o assunto. É preciso ressaltar que nesse período o Jornal Hoje estava comemorando aniversário de 40 anos no ar. Coincidentemente, já que o período de análise foi determinado aleatoriamente, neste período o telejornal levou ao ar, com destaque nos finais de cada bloco, vídeos gravados pelos próprios telespectadores enaltecendo o programa e os profissionais que o elaboram. Esse foi um dos poucos momentos em que a fala do telespectador teve destaque.

Então, essa intensa participação do público reflete um período específico. Mas ao mesmo tempo, indica um posicionamento da produção que abre espaço abundante (em termos de tempo de TV) para a auto-representação e regra a participação para os temas que realmente afetam o dia-a-dia do cidadão.

Considerações finais

Apesar de ainda pequena, é preciso reconhecer que o telespectador nunca esteve tão próximo daqueles que fazem a televisão quanto agora. As dificuldades ainda são grandes, principalmente, porque o acesso à Internet ainda é difícil e oneroso para a maioria da população brasileira. No entanto, não há como negar que estamos diante de um momento em que a porta entreaberta começa a revelar um leque de possibilidade de se estabelecer um diálogo entre quem produz e quem consome TV.



O uso da televisão e do computador já é uma realidade. E a interação entre os dois também. A questão que fica a responder é se essa prática irá se tornar uma constante na programação da TV e mais: se a interação com o telespectador será assumida como política editorial e ampliada ao ponto de o jornal refletir essa interação.

Hoje, o Jornal Hoje está linkado ao site da globo.com, dispondo seu conteúdo ao internauta e interagindo com ele através dos chats, enquetes e emails. Também abriu um canal de comunicação com o telespectador no twitter e ao celular para quem quer receber as notícias no aparelho móvel. Isso mostra que há uma busca dos responsáveis pelo jornal em estar sempre atualizado com a tecnologia.

Mas a participação do cidadão ainda é mediada. Moran (2002) adverte: “ao estudar a interação a partir do telespectador comprovei que somos tratados como consumidores e não como cidadãos. Valemos quanto podemos consumir”. Entretanto, o telejornal aliado ao computador sinaliza uma ampliação no acesso à informação por parte do telespectador e ainda fica uma impressão de que há um avanço pontencial na possibilidade de interferência do cidadão na pauta do jornal.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. – Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 1997.

CASTELLS, M. **Internet e sociedade em rede**. In: Por uma outra comunicação. Tradução de Eliana Aguiar. 3ª Ed. – Rio de Janeiro. Record, 2005. p. 255-287.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. Tradução de Silvana Cobucci Leite. São Paulo. Edições Loyola, 2005.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Tradução de Antônio Queiroga e Edmond Jorge, revisão técnica de Antônio Queiroga. 3ª Ed. – Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 2000.

EKECRANTZ, Jan. **Espetáculos Midiatizados e Comunicações Democráticas: entre a hegemonia global e a ação cívica**. In: Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas. Rousiley Maia e Maria Céres Pimenta Spínola Castro (orgs.). – Belo Horizonte, MG. Editora UFMG, 2006.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?**. Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. 8ª Ed. – São Paulo. Paz e Terra, 1985. Edição digital do acervo da Biblioteca Digital Paulo Freire.



KEHL, Maria Rita. **Eu vi um Brasil na TV**. In: Um país no Ar – História da TV brasileira em três canais. SIMÕES, Inamá F.; COSTA, Alcir Henrique; KEHL, Maria Rita. – São Paulo. Ed. Brasiliense, 1986.

MARCONDES FILHO, C. **Televisão**. Série Ponto de Apoio. – São Paulo. Scipione, 1994.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 9-14ª Ed. – São Paulo. Cultrix, 1998-2001.

MOTA, C. L. **O gesto e a palavra: representações sobre cidadania no telejornal**. In: Telejornalismo: a nova praça pública. Alfredo Eurico Vizeu, Célia Ladeira Mota, Flávio A. C. Porcello (organizadores). – Florianópolis. Insular, 2006.

SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 2ª Ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2002.

TEMER, Ana Carolina R. P. TONDATO, M. P. **Televisão de sinal aberto: novos gêneros e a busca pela interatividade**. In: Tendências atuais da Pesquisa em comunicação no Brasil. Osvando J. de Moraes (org.). Coleção Verde amarela volume 3 – Os Raios Fúlgidos. – São Paulo. Intercom, 2008.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão de tradução Leonardo Avritzer Petrópolis, RJ. Vozes, 1998.

WOLF, M. **Teoria das comunicações de massa**. Tradução: Karina Jannini. 2ª Ed. – São Paulo. Martins Fontes, 2005.

WOLTON, D. **Pensar a Comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghirni. – Brasília, DF. Editora Universidade de Brasília, 2004.

SITES

MORAN, J. M. **A interatividade na Televisão e nas Redes Eletrônicas**. Relatório de pesquisa para o CNPq. Julho 2002. Disponível em:
<<http://www.eca.usp.br/prof/moran/interativ.htm>> Acessado em: 10 de janeiro de 2009.

Memória Globo. www.memoriaglobo.com.br

Jornal Hoje. www.globo.com/jornalhoje

Rede Globo de Televisão. www.redeglobo.com.br