WebVisão, não WebTV: rupturas entre suportes no Webjornalismo Audiovisual[1]

Luciano Fellipe Soares Alvim[2]
Centro Universitário do Leste de Minas Gerais, Coronel Fabriciano, MG

Resumo

O jornalismo se fez presente em cada nova mídia: foi assim com o jornalismo impresso, depois com o radiojornalismo, fotojornalismo, telejornalismo e com o advento da internet, o webjornalismo. Pesquisadores propuseram três fases de desenvolvimento para esta variedade de jornalismo, de acordo com o grau de presença das características da internet em cada uma delas; contudo, a exploração do webjornalismo audiovisual ainda se faz por meio de programação realizada de acordo com padrões telejornalísticos, ou seja, não deveria ser classificado como pertencente à terceira fase. Este trabalho se propõe a analisar as características do webjornalismo e do telejornalismo, uma vez que se estuda o webjornalismo audiovisual sem se levar em conta sua fonte mais notória; dessa forma, propõe-se uma ruptura entre os suportes, dando origem à Webvisão.

Palavras-chave
Jornalismo; Internet; Webjornalismo; Telejornalismo

Introdução

A internet é um meio multimidiático por definição; pode-se dizer que, com seu desenvolvimento, foi-se descobrindo sua capacidade como contêiner de mídias. Poderia ser considerada como o topo da cadeia midiática? É possível, completando-se a cadeia, em que "o conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa, e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo" (McLuhan, 2003, p.22). Seguindo esse raciocínio, pode-se dizer que o conteúdo do rádio também é a fala, o conteúdo de uma fotografia é uma imagem, o conteúdo da televisão é a fala e as imagens em movimento. Atualmente, no topo desta corrente está a internet, cujo conteúdo abrange todas as mídias citadas.

Contudo, uma mídia não apenas contém as anteriores; cada mídia desenvolve suas próprias características e peculiaridades ao longo dos anos e de seu uso continuado.

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Graduando do curso de Comunicação Social – Jornalismo do Centro Universitário do Leste de Minas Gerais, email: luxkuei@gmail.com

Utilizando-se o jornalismo como objeto, pode-se dizer que cada mídia tem seu fazer jornalístico, que é definido logo por seu nome: jornalismo impresso, fotojornalismo, radiojornalismo, telejornalismo. Logo, fez-se necessária a conceituação de um tipo de jornalismo que fosse específico da mídia *online*: o Webjornalismo.

Webjornalismo é a variedade do jornalismo praticado na internet, desde que de acordo com as características do meio *online*. Convencionou-se, como constatado em artigos de Beatriz Becker (2008), Edson Dalmonte (2005), Luciana Mielniczuk (2004), Leila Nogueira (2004) e Marcos Palacios (2002a) em subdividir o Webjornalismo em três fases distintas, definidas de acordo com a utilização consciente das características da *web*.

Silva Jr. (2002) definiu termos para conceituar as três fases. Nas palavras do autor, os estágios:

> - Transpositivo, como modelo eminentemente presente nos primeiros jornais *online* onde a formatação e organização seguia diretamente o modelo do impresso. Trata-se de um uso mais hermético e fiel da idéia da metáfora, seguindo muito de perto o referente pré-existente como forma de manancial simbólico disponível.
> - O perceptivo. Num segundo nível de desenvolvimento, há uma maior agregação de recursos possibilitados pelas tecnologias da rede em relação ao jornalismo *online*. Nesse estágio, permanece o caráter transpositivo, posto que, por rotinas de automação da produção interna do conteúdo do jornal, há uma potencialização em relação aos textos produzidos para o impresso. Gerando o reaproveitamento para a versão *online*. (...)
> - O hipermidiático. Mais recentemente, podemos constatar que há demonstrações de uso hipermidiático por alguns veículos *online*, ou seja: o uso de recursos mais intensificado hipertextuais, a convergência entre suportes diferentes (multimodalidade) e a disseminação de um mesmo produto em várias plataformas e/ou serviços informativos. (SILVA JÚNIOR, 2002, p.3)

Pode-se constatar aqui uma ligação entre a tecnologia e a evolução do suporte *online*, uma vez que a tecnologia era um fator restritivo à utilização de recursos multimídia[3].

O Webjornalismo caminhou junto à internet nessa evolução. Enquanto a internet começa a delinear suas características próprias, o jornalismo praticado nela seguia descobrindo e definindo suas próprias particularidades e características que o

[3] Com efeito, pode-se dizer que o advento da banda larga permitiu que o audiovisual se popularizasse na internet, por meio de sites como *Youtube*, *Dailymotion* e *Vimeo*.

diferenciariam dos suportes anteriores. Definiram-se seis[4] características básicas do Webjornalismo: Interatividade, Personalização[5], Memória, Atualização Contínua[6], Multimidialidade[7] e Hipertextualidade.

Mielniczuk (2004) e Palacios (2002a) defendem que tais características não estão presentes unicamente no jornalismo praticado na mídia *online*, mas em outras mídias anteriores; portanto, seriam "continuidades" em oposição às "rupturas" possíveis de serem realizadas no Webjornalismo[8].

A Interatividade se tornou a característica mais aparente da *web*; basta olhar para a facilidade que o *e-mail* e as caixas de comentários trouxeram para o público em geral, e também para os veículos de comunicação. É uma continuidade, ainda que potencializada, que pode ser exemplificada nas participações ao vivo em programas de TV pelo telefone, ou das cartas enviadas à redação de um telejornal.

A Personalização, como defende Palacios (2002a), já era realizada na TV por meio da segmentação da especialização das grades de programação. A Customização do Conteúdo inerente à internet seria uma potencialização dessa segmentação, ou uma segmentação que age direto na fonte da informação, da maneira que for conveniente a cada internauta.

Memória é uma característica também presente na TV, sendo explorada em retrospectivas e reportagens históricas; contudo, sua potencialização na *web* aconteceu de tal forma que pode ser considerada uma das características mais marcantes da mídia *online*. A internet – por meio do desenvolvimento tecnológico, que levou ao barateamento dos custos de hospedagem de dados – se tornou um arquivo quase perfeito para a conservação de vídeos, sons e documentos.

Atualização Contínua e Instantaneidade são características inerentes à prática do Jornalismo. A facilidade de se publicar e visualizar conteúdos na internet fez com que

[4] Defendidas por Mielniczuk (2004) e Palacios (2002b), ampliando as quarto características iniciais de Bardoel e Deuze (2001, p. 95).
[5] Engloba Customização do Conteúdo.
[6] Engloba Instantaneidade.
[7] Engloba Convergência.
[8] As características da internet serão comparadas neste trabalho apenas ao suporte televisivo.

essa característica se potencializasse e se reincorporasse ao fazer jornalístico; basta ver o exemplo de agências de notícias, que conseguem vender suas notícias em tempo real a jornais de todo o mundo.

A Multimidialidade é uma continuidade da TV, "se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos mediáticos (imagem, som e texto)" (PALACIOS, 2002a). Na internet, essa conjugação é múltipla; podem-se visualizar quaisquer combinações destes três formatos, ou até mesmo um deles por vez. Essa característica somente veio à tona com a melhoria da qualidade das conexões, que permitiu que conteúdos de áudio e vídeo pudessem ser transmitidos.

Palacios aponta a pré-existência da Hipertextualidade, ao afirmar que ela existe até mesmo "num objeto impresso tão antigo quanto uma enciclopédia" (PALACIOS, 2002a). Contudo, sua potencialização é tanta que Mielniczuk a trata como "específica do jornalismo online" (MIELNICZUK, 2001). Com efeito, a Hipertextualidade é a característica mais importante do Webjornalismo e da *web*; é uma característica que não pode ser imitada em nenhuma outra mídia anterior à internet.

Idealmente, o Webjornalismo se sustenta nessas seis características, e pode se situar completa ou parcialmente em qualquer das três fases citadas anteriormente, que não necessariamente são seguidas em ordem cronológica; vários veículos de comunicação, ainda hoje, estão se adequando à especificidade da *web*.

Existem veículos, contudo, que fazem o caminho inverso, e adéquam a *web* às suas necessidades de distribuição. Desta forma, não avançam os padrões de produção, e não ajudam a realizar as rupturas necessárias para que o Webjornalismo seja potencializado.

Neste trabalho, considera-se que o Webjornalismo audiovisual[9] não está sendo realizado no que se convencionou chamar de terceira fase do Webjornalismo; faz-se necessário,

[9] Leila Nogueira (2004) utiliza a terminologia Jornalismo Audiovisual On-Line para designar o Webjornalismo Audiovisual. Contudo, este trabalho ancora-se na noção de que o Jornalismo produzido para a Web e de acordo com as características da Web deva ser chamado de Webjornalismo, uma vez que Jornalismo Online "é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real", enquanto Webjornalismo "diz respeito à utilização de uma parte específica da Internet, que é a *web*", sempre nas palavras de Mielniczuk (2003, p.4). Ou seja, Jornalismo Online é sempre um conceito mais amplo do que o Webjornalismo – este diz respeito à *web* como mídia, e não apenas como suporte.

portanto, que se rompa com os suportes audiovisuais precedentes e assim se realize o audiovisual especificamente para a internet.

Rompendo com o Telejornalismo

Sabe-se que o jornalismo praticado na internet deriva do jornalismo praticado nas mídias tradicionais; os sites noticiosos se valem de textos e fotografias espelhados nos jornais, os *podcasts* contam com a infraestrutura do rádio aliada à distribuição RSS, enquanto o webjornalismo audiovisual transpõe o conteúdo telejornalístico ao disponibilizar vídeos originalmente transmitidos pela TV no ciberespaço. Chama-se de Webjornalismo aquele praticado na Internet, que leva em conta as características do meio.

Fica claro, após uma análise a WebTVs e sites noticiosos que disponibilizam vídeos online, que a maioria dos vídeos segue uma lógica de produção televisiva, não podendo assim ser considerados parte do Webjornalismo Audiovisual de Terceira Fase.

Beatriz Becker e Juliana Teixeira fizeram um trabalho minucioso de análise de quatro portais, analisando-os quanto à "fase do webjornalismo que os sites se encontram" (BECKER, 2008, p.86). Porém, aferir a fase do Webjornalismo que os *sites* se encontram não é o mesmo que aferir a fase em que os *vídeos* se encontram.

É consenso que o Webjornalismo Audiovisual precisa descobrir suas particularidades. Isso não significa se distanciar da estrutura da Televisão – principalmente quando uma separação dessa estrutura signifique não fazer uso da *infra-estrutura* dos grandes estúdios de TV – e sim modificar as rotinas produtivas da TV para que o conteúdo produzido seja inerente ao suporte *web*, impossível de se dissociar dele. Ou seja, impossível de se transmitir pela TV.

Inicialmente, devem-se estudar as características do telejornalismo, sempre à luz do seguinte questionamento: "o que podemos fazer na *web* e que não podemos fazer no impresso, nem no rádio ou na televisão?[10]"

[10] ALVES, Rosental Calmon. Reinventando o Jornal da Internet, 2001, *apud* MIELNICZUK, 2004.

De acordo com Vera Iris Paternostro, em seu livro "O Texto na TV", são sete as características do telejornalismo: Informação Visual, Imediatismo, Alcance, Índice de Audiência, Envolvimento, Instantaneidade e Superficialidade (PATERNOSTRO, 1999, p.64-65).

> - Informação Visual: transmite mensagens através de uma linguagem que independe do conhecimento de um idioma ou da escrita por parte do receptor. A TV mostra e o telespectador vê: ele se informa, está recebendo a notícia e ampliando seu conhecimento.
> - Imediatismo: transmite informação contemporânea quando mostra o fato no momento exato em que ele ocorre através da imagem – o signo mais acessível à compreensão humana. A TV tem hoje uma agilidade muito grande, porque o aparato técnico para uma transmissão está muito simplificado. Pequenas emissoras já possuem unidades móveis de jornalismo para reportagens 'ao vivo' que são instaladas com rapidez e velocidade. Os satélites mostram fatos do outro lado do mundo.
> - Alcance: a TV é um veículo abrangente e de grande alcance. Ela não distingue classe social ou econômica, atinge a todos. O jornalismo na TV tem, portanto, que considerar como vai tratar uma notícia, já que ela pode ser 'vista' e 'ouvida' de várias maneiras diferentes.
> - Índice de Audiência: a medição do interesse do espectador orienta a programação e cria condições de sustentação comercial. O índice de audiência interfere de modo direto, a ponto de a emissora se posicionar dentro de padrões (trilhos) que são os resultados de aceitação por parte do público-telespectador.
> - Envolvimento: a TV exerce fascínio sobre o telespectador, pois consegue transportá-lo para 'dentro' de suas histórias. Não existe um padrão de linguagem televisiva, mas há no telejornalismo a forma pessoal de 'contar' notícia e a familiaridade com repórteres e apresentadores, que seduzem e atraem os espectadores.
> - Instantaneidade: a informação da TV requer 'hora certa' para ser vista e ouvida – a mensagem é momentânea, instantânea. Ela é 'captada' de uma só vez, no exato momento em que é emitida. Não tem como 'voltar atrás e ver de novo', ao contrário de jornal ou revista.
> - Superficialidade: o *timing*, o ritmo da TV proporciona uma natureza superficial às suas mensagens. Os custos das transmissões, os compromissos comerciais e a briga pela audiência impedem o aprofundamento e a análise da notícia no telejornal diário. Há programas específicos de maior densidade jornalística (PATERNOSTRO, 1999, p. 64-65).

Informação Visual é compartilhada pelo Webjornalismo por meio da Multimidialidade. Houve um tempo em que a informação visual na internet era de baixa qualidade, incorrendo muitas vezes em perda de informação, dependendo da compressão[11] utilizada nas imagens e do tamanho da tela utilizada para assistir ao vídeo. Contudo, nos

[11] Os vídeos disponibilizados na internet passam por um processo de compressão, em que são recodificados, para que ocupem menos espaço em disco. A maioria dessas compressões incorre em queda na qualidade de imagem, muitas vezes drasticamente.

dias atuais a tecnologia de *streaming*[12] de vídeos já não deve nada à TV analógica – em alguns casos, pode ser até de qualidade superior[13].

O Imediatismo, também já não é exclusividade da TV – tudo depende da qualidade da conexão à internet. Serviços de *live streaming* já surgiram, e mesmo no Brasil já foram utilizadas conexões de internet para conectar um enviado especial no exterior, sem perda gritante de qualidade no vídeo.

O Alcance da TV ainda é maior que o da Internet, por razões óbvias como o tempo de exposição da mídia na sociedade. A internet é um meio jovem, mas sua popularização está andando indiscutivelmente mais rápido do que a TV.

Nas três características anteriores, houve uma paridade entre TV e Internet; contudo, nas próximas quatro, temos as verdadeiras possibilidades de potencializações, devido à maneira que a Internet realmente possibilita funções que são impraticáveis na TV convencional[14].

A medição do Índice de Audiência, uma característica que efetivamente define a programação televisiva, na busca incessante do sucesso comercial, é algo difícil de realizar. São necessários aparelhos especiais que monitorem uma parcela da população, que pode dar resultados que nem sempre correspondam à realidade. Na internet, existem verdadeiros marcos de análise da audiência, como o Google Analytics, que permitem ao dono do *website* aferir a audiência em dados geográficos precisos, ou até mesmo medir o resultado da publicidade – sabendo de qual site o internauta veio até o dele. Não há uma alternativa nem parecida para a televisão.

O Envolvimento do espectador também vai além de qualquer possibilidade da TV; a interatividade permite que o espectador da Web se envolva com a história de uma maneira nunca imaginada na TV, e pouquíssima explorada em DVDs – só podendo ser rivalizada pela interatividade de jogos eletrônicos.

---

[12] *Streaming* é o nome dado à tecnologia de transmissão de vídeo em tempo real, sem que seja necessário o *download* (ou descarregamento) prévio do vídeo para que seja assistido.
[13] Tanto o site *Vimeo* quanto o *Youtube* já contam com a opção de assistir vídeos em alta definição.
[14] A partir daqui, pode-se finalmente responder à pergunta de Alves: "o que podemos fazer na *web* e que não podemos fazer no impresso, nem no rádio ou na televisão?" (ALVES, R. C. Reinventando o Jornal na Internet, *apud* MIELNICZUK, 2004, p. 14).

As rupturas tomam o lugar nas duas últimas características. Podem ser consideradas, efetivamente, as fraquezas do suporte televisivo; e é precisamente nessas características que o Webjornalismo Audiovisual deve se amparar para finalmente se distanciar da televisão.

A Instantaneidade da TV é diferente da Instantaneidade do Webjornalismo; como afirma Paternostro, na TV "não tem como 'voltar atrás e ver de novo', ao contrário de jornal e revista" (PATERNOSTRO, 1999, p. 46). A internet não tem hora certa para ser vista e ouvida, ao contrário da TV. E também possibilita a revisão de conteúdos, atualização dos mesmos, substituição, correção. A TV, por precisar entregar a informação imediatamente, muitas vezes falha por repetir ao invés de informar, quando não há nova informação sobre um fato.

Por fim, a Superficialidade. Por mais que a TV se apoie em modelos como a TV por assinatura para oferecer informação mais aprofundada, ela não consegue aprofundar tudo. Com efeito, quando um evento de grandes proporções acontece, a TV precisa fazer uma escolha: aprofundar o evento em detrimento de outras informações, ou ignorar o evento para que o restante das informações não seja ignorado? Na internet, podem-se aprofundar os assuntos desejados pelo público, pois o público poderá efetivamente escolher o seu destino.

Mostraram-se aqui algumas maneiras de tentar se dissociar o audiovisual da televisão. Contudo, faz-se necessário uma nova maneira de se pensar audiovisual na internet; um audiovisual que seja pensado *para* a internet, num suporte que possibilite que "o webjornal modifique funções já existentes ou desenvolva novas funções diante das modalidades de jornalismo já conhecida" (MIELNICZUK, 2004, p.14). Para que o webjornal *audiovisual* se diferencie do telejornalismo, ele deve se distanciar deste, incluindo no próprio nome.

Considerações Finais

Becker afirma que "a produção de conteúdos e formas de disponibilizar informações dirigidos exclusivamente à internet marca a terceira fase, como as webTVs" (BECKER, 2008, p. 86). Contudo, ainda que os produtos sejam realizados apenas para a *web*, estão

ligados às rotinas produtivas da TV; ou seja, seguem um padrão televisivo de noticiar e disponibilizar os conteúdos, e a mudança de *suporte* não necessariamente incorre em mudanças práticas.

O que é uma WebTV? Ao se desmembrar a sigla, tem-se WebTeleVisão. Fica claro que é a *TeleVisão* na Web. O que se defende aqui é a radicalização da dissociação entre *Web* e *Tele*. Como discutido nesse trabalho, as características da TV podem *e devem* ser potencializadas e até melhoradas utilizando-se a internet.

É preciso fazer o Webjornalismo se distanciar do telejornalismo; é preciso criar uma nova maneira de se pensar audiovisual na *web*; é preciso criar uma *Webvisão*, em oposição à *televisão*, que é outra mídia. Além de *remediar* a televisão, a internet deverá criar suas próprias peculiaridades. Senão iniciativas como o Google TV será nada mais do que a internet em um aparelho de televisão.

É necessário que se crie um ambiente e uma gramática própria para o Webjornalismo audiovisual de terceira fase; para isso, os realizadores precisam se distanciar das práticas televisivas, e se concentrar em trazer a *web* pra dentro do vídeo, em termos de conteúdo, e não mais de forma. As limitações cada vez mais se tornam obstáculos mais contornáveis.

Não se sabe como fazer? Olhe-se então para a gramática do telejornal, como um ponto de partida; o que pode ser transformado em prática somente realizável em um ambiente *online*? Como a *pauta*, a *chamada*, o *nota-pé*, a *entrevista*, as *suites*, a *superficialidade*, dentre várias outras práticas e características televisivas, podem ser repensadas para esse ambiente, de modo que jamais poderiam ser recriadas na televisão?

Somente depois dessa remediação é que poderá se pensar na gramática da internet; os produtores deverão se dar conta das ferramentas que têm nas mãos, e utilizá-las de maneira completamente nova e impossível de se copiar em outros locais: essa será a terceira fase do Webjornalismo Audiovisual. A fase em que as práticas, rotinas e interfaces serão únicas e facilmente reconhecíveis não como programas de Televisão transmitidos pela *internet*, mas sim como programas de *Webvisão*.

Referências Bibliográficas

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: **Australian Journalism Review** 23 (2), pp.91-103, 2001. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF001. Acesso em: jun. 2010.

BECKER, Beatriz. Webjornalismo Audiovisual: uma análise do jornalismo como forma de conhecimento na contemporaneidade. **Revista ECO-POS**, Rio de Janeiro: UFRJ, Vol. II, n.2, pp.80-94, 2008a. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF003. Acesso em: jun. 2010.

DALMONTE, Edson Fernando. **O Hipertexto enquanto Modalidade Discursiva do Webjornalismo**: entre promessas e limitações. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: UERJ. 2005. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF005. Acesso em: jun. 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 13ª edição. São Paulo: Cultrix, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações no jornalismo na web**. II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF006. Acesso em: jun. 2010.

_____. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias, PALACIOS, Marcos (org.). Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Calandra, 2003. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF007. Acesso em: jun. 2010.

_____. Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a Web. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004. Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF008. Acesso em: jun. 2010.

NOGUEIRA, Leila. **O jornalismo audiovisual on-line e suas fases na web**. In: Congreso Iberoamericano de Periodismo em Internet. (5). Salvador, BA, 24 e 25 de novembro de 2004. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF010. Acesso em: jun. 2010.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória**: apontamentos para debate. In: Jornadas de Jornalismo Online, 21 e 22 de Junho de 2002. Universidade da Beira Interior, Portugal, 2002a. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF011. Acesso em: jun. 2010.

_____ (*et al)*. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. Texto apresentado no Redecom, Salvador, 2002b. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF012. Acesso em: jun. 2010.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1999. 158p.

SILVA JÚNIOR, José Afonso. **A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agencias de notícias como estudo de caso**. Trabalho apresentado no XI Encontro Anual da Compós. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: http://bit.ly/LFSA2010TCCREF013. Acesso em: jun. 2010.