



TELEJORNALISMO E TECNOLOGIA: Uma análise das tendências no Jornal Nacional¹

Tenaflae LORDÊLO²

Alfredo VIZEU³

Universidade de Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O presente artigo permite uma aproximação das questões e reflexões sobre as condições em que os telejornais fazem uso das NTIC's, para a produção da notícia, em meio às transformações da própria TV. O objeto do presente artigo é o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, que iniciou sua transmissão em 1º de setembro de 1969, sendo o primeiro programa gerado em rede nacional, por meio da Embratel. Para executar o presente artigo, de forma a comprovar a hipótese, foram utilizados, basicamente, dois instrumentos metodológicos: 1) pesquisa bibliográfica; 2) observação e monitoramento do Jornal Nacional, no primeiro semestre deste ano. As discussões aqui contidas permeiam os aspectos de diferenciação das novas mídias, que juntamente com as mudanças nos hábitos de consumo de matérias, estão alterando a produção e distribuição dos conteúdos dos telejornais.

Palavras-chave: telejornalismo; convergência; jornal nacional; tecnologia.

Introdução

O presente artigo é parte da pesquisa *Telejornalismo em um contexto de convergência tecnológica: as tendências e perspectivas do jornalismo de TV aberta no Brasil*, realizada no Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. A reflexão, aqui contida, corresponde à etapa de aproximação com parte do *corpus* de pesquisa e revisão de bibliográfica dos estudos acerca do telejornalismo e tecnologia. Esta etapa da pesquisa permite uma aproximação das questões e reflexões sobre as condições em que os telejornais fazem uso das NTIC's, para a produção da

¹ Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação UFPE (Bolsa: FACEPE), Prof. Msc. do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, na Favip, e-mail:tenaflae@gmail.com

³ Jornalista, Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2002). Professor adjunto da Universidade Federal de Pernambuco -UFPE, Membro do Conselho Científico da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor) Email: a.vizeu@yahoo.com.br



notícia, em meio às transformações da própria TV. O objeto do presente artigo é o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, que iniciou sua transmissão em 1º de setembro de 1969, sendo o primeiro programa gerado em rede nacional, por meio da Embratel.

Tecnologia, TV e Telejornalismo

Os telejornais, de horário fixo, são apontados, por alguns autores, como elemento central na distribuição de informação, como uma espécie de “lugar de referência” para a sociedade (VIZEU, 2008). O mesmo contribui para contextualizar e ajudar aos indivíduos a compreender o mundo em sociedades cada vez mais complexas (MELLUCI, 2001). Segundo Nilson Lage, no livro *Linguagem Jornalística* (2004), os noticiários de horário fixo, como os *evening news* (boletins do começo de noite), são os de maior audiência, em todo o mundo. Para Flávio Porcello, no livro *Telejornalismo: A nova praça pública* (2006)⁴, “os telejornais são hoje a principal fonte de informação da sociedade brasileira: mais barata, mais cômoda e de fácil acesso (...). O telejornalismo ocupa hoje um lugar central na vida dos brasileiros” (PORCELLO, 2006, p.13). A relevância do telejornal está relacionada, em boa parte, ao próprio impacto que a TV tem na sociedade, com afirma Carlos Scolari, no livro *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interativa* (2008): “La televisión es el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin duda, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX” (SCOLARI, 2008, p.226). Assim o telejornal por estar intimamente ligado ao meio televisivo, absorve as alterações relacionadas à TV, que refletem na produção, distribuição e consumo dos seus conteúdos jornalísticos.

José María Álvarez Monzoncillo em *La television etiquetada* (2011) apresenta as discussões e mutações relacionadas ao meio, referência do século passado. Para Monzoncillo com o advento da internet se estabelece uma reformulação na cadeia de valores tradicionais, que separavam produção, distribuição e consumo: “Las audiencias interclasistas y masivas dan lugar a nuevos ciudadanos que reivindican la libertades de elegir y de participar”. (MONZONCILLO, 2011, p.2)

A alteração na cadeia de valores tradicionais da TV, oriundas da presença tecnológica, em especial, no que se refere à produção de conteúdos, coloca certa

⁴ O livro foi organizado por Alfredo Vizeu, Flávio Porcello e Célia Mota.



dificuldade em conceituar o próprio meio.

Esta evolución de redes y dispositivos ha dado lugar las nuevas formas de entretenimiento que cuestionan el propio concepto de televisión. Se trataría del concepto de "nuestra televisión", frente a los del pasado: "mi televisión" y "su televisión". Ésta sería la nueva forma de entender la nueva televisión, etiquetada, pero el punto crucial está en la producción de contenidos. (MONZONCILLO, 2011, p.2)

As dificuldades de conceituar o meio televisivo, diante das mudanças tecnológicas permitiram uma reflexão sobre a morte do modelo⁵ de TV do século XX. Para Mario Carlón em *¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era*, (2009) e para Carlos Scolari em *This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de La televisión*, (2009) existem alguns indícios de uma nova era, para a TV, marcada pela morte do sistema televisivo do século passado. O estatuto da televisão enquanto meio de massa impactante está se findando, e a percepção da TV se converter em dispositivo, com base em dois eixos operacionais: transmissão ao vivo/direta e gravada.

El directo (llamado así porque es el lenguaje de la toma directa), estuvo desde el origen y constituye el núcleo de lo televisivo: es aquello que lo diferencio de su ilustre antecesor, el cine. El grabado, es decir, la veideograbación, aparecida a mediados de los años cincuenta (La Ferla, 2005, p. 50), enriqueció las posibilidades discursivas de la televisión, que a partir de entonces tuvo, a diferencia del cine, dos lenguajes, pero no le brindó una nueva especificidad: el directo es la extraordinaria novedad que en el siglo XX instauró la televisión. (CARLÓN, 2009, p.170-171)

Na reconfiguração da TV, Carlón (2009) e Scolari (2009) aponta a supremacia da transmissão "ao vivo" e a crise do "gravado", uma espécie de retorno ao modelo essencial e inaugural próprio da produção televisiva, antes da introdução do video-tape, em 1958. Nesta linha da essência do meio, Carlón (2009) afirma que a transmissão "gravada" não é essencialmente televisiva e encontra-se em colapso, ao contrário da transmissão "ao vivo" que tende a resistir por meio da transmissão de acontecimentos e eventos; além do compartilhamento de tais acontecimentos e eventos entre o público. Esse cenário tecnológico que dá complexidade a compreensão dos meios, como a TV, segundo André Lemos (2007) é fruto de uma sociedade que convive concomitantemente com mídias de funções de "massivação" e "pósmassivação", em que "qualquer um pode

⁵ Uma observação relevante se faz necessária, não é morte da TV como meio, com os títulos das publicações parecem indicar, mas sim a morte de um modelo de produção, distribuição e consumo, anteriores ao advento da internet.



produzir informação, ‘liberando’ o pólo da emissão” (LEMOS, 2007, p. 125). A questão, conforme aponta André Lemos (2007, p. 124), é que nas mídias pósmassivas, o produto “informação” é personalizável, com fluxos comunicacionais bidirecionais (todos-todos), diferente do fluxo unidirecional (um-todos) das mídias de função massiva. Assim o consumo audiovisual supre o modelo de um único transmissor e vários receptores, e instaura o modelo de vários usuários produzindo e transmitindo para outros tantos, “ahora son todos usuarios (users)” (SCOLARI, 2008, p.246).

Na perspectiva de Monzoncillo (2011), as discussões de Carlón e Scolari, ainda são o início de um processo de transformações que passa a TV, principalmente no que se refere à relação ao consumo por parte do público. Estas transformações podem criar dois tipos de produção de conteúdos:

Una será libre y gratuita, y otra será de pago y orientada. Se abrirá una brecha social entre los tipos de televisión que no será sólo generacional, sino también en función de la renta per cápita y el nivel cultural. (MONZONCILLO, 2011, p.83)

Além da forma de produção livre/gratuita e paga/orientada, a principal mudança está no que Monzoncillo chama de ócio audiovisual multiplataforma, uma forma de consumo, que orientará a forma de produção, anteriormente citada.

En la última década ha sido espectacular el crecimiento del equipamiento doméstico, del número de dispositivos y del número de usuarios con acceso a Internet. Eso ha supuesto un cambio importante en el ocio de las personas y en las formas de comunicación, potenciando como nunca la individualización y personalización del ocio y la comunicación. La industria electrónica ha gozado de una bonanza sin precedentes, pero también ha experimentado grandes cambios derivados del incremento de la competencia en el mercado y de la “dictadura del consumidor” que ha ido modificando lo que quiere, cómo y dónde lo quiere. (MONZONCILLO, 2011, p.62)

Nessa nova forma de consumo cada telespectador/usuário monta seu “cardápio” audiovisual, rompendo com a padronização da TV analógica (função massiva), predominante no século passado, em que a emissora gerava e controlava o “cardápio” de conteúdo para os telespectadores. Transformações sociais, também, estão alterando o consumo de TV: atualmente cada indivíduo possui plataformas de microconteúdos, que permitem escolher o programa, hora e local. Isso é marca do ócio nômade (MONZONCILLO, 2011), que dissolve a televisão, “familiar/coletiva” da sala de estar, e pulveriza-a em diversas plataformas de microconteúdos nômades: celular, tablets...



Nesse panorama, destacam-se novas formas de televisão como a TV *web*, Plataformas IPTV⁶, vídeo blogs, *podcasts*, *on-demand*. Estes dispositivos com suas novas formas de entretenimento e consumo deslocam o conceito de televisão e gera um novo tipo de telespectador/usuário, que seleciona e exclui conteúdos (“cardápio” audiovisual). “Los usuarios de la hipertelevisión tienden a saltarse los anuncios al grabar los programas usando receptores digitales” (SCOLARI, 2008, p.230). Para Monzoncillo tudo isso são formas de consumir televisão, distinta da velha forma analógica de consumir TV, que Scolari (2009) e Carlón (ANO) apontam com um modelo finado. Neste sentido tudo é televisão, ao mesmo tempo em que nada mais é TV (MONZONCILLO, 2011).

Uma perspectiva que se abre é a visão que, não é apenas a TV que está sendo transposta para o computador, mas também o computador (ou melhor, a estrutura computacional) está se integrando com a TV (MONZONCILLO, 2011). Esta indumentária tecnológica, que está se unindo a TV, vem norteando novas abordagens sobre o meio televisivo, colocando no centro da questão o papel do telespectador/usuário que decide o momento de assistir uma notícia, determinando uma reconfiguração no sistema televisivo, que implica em novas práticas de produção do telejornal. Como Lév Manovich (2001) coloca não se trata de apenas uma transposição de um conteúdo para outro meio (computacional), mas, ao contrário, uma mudança na lógica de produção, distribuição e consumo, que a TV vem sofrendo com a era dos computadores. Assim o computador torna-se uma forma ou uma lógica líquida, mais que uma estrutura física, que invade outros aparelhos, alterando o seu funcionamento e consumo, com: inputs/outputs, armazenamento (memória) e interatividade (manipulação de conteúdo). Desta forma é preciso uma definição das novas mídias para além do senso comum.

The popular definition of new media identifies it with the use of a computer for distribution and exhibition, rather than with production. Therefore, texts distributed on a computer (Web sites and electronic books) are considered to be new media; texts distributed on paper are not. Similarly, photographs which are put on a CD-ROM and require a computer to view them are considered new media; the same photographs printed as a book are not. (MANOVICH, 2001, p.43)

⁶ O IPTV é uma forma de transmissão de sinais por meio do protocolo de internet (IP).



Para Manovich (2001) o deslocamento de toda a cultura para as formas de produção, distribuição e consumo mediadas por computador, ou por dispositivos baseados em estruturas computacionais é um processo sem precedentes, e que ainda está no começo. O que explica em parte as imprecisões que rondam o meio TV. Manovich propõe uma análise das diferenças-chaves entre a mídia tradicional e as novas, que são: representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação.

Para o presente artigo três diferenças são básicas para compreender a estrutura computacional das novas mídias, relacionada ao sistema televisivo: a) *Modularidade*: é a fragmentação dos conteúdos, das novas mídias, em que áudio, imagens e vídeo são representados como coleções de amostras, que podem ser remontados e recombinados em novos produtos (conteúdos). No telejornalismo a modularidade permite a fragmentação do telejornal em blocos e os blocos em matérias, possibilitando a sua distribuição separadamente e posterior recombinação; b) *Variabilidade*: os objetos da mídia tradicional são feitos e fixado em uma matriz que produz cópias idênticas para todos telespectadores (*Broadcast*). Nas novas mídias são caracterizadas pela sua variabilidade, podendo ter versões personalizadas. Assim o conteúdo do telejornal pode ser personalizado para distintos telespectadores; c) *Transcodificação*: possibilita um conteúdo ser transformado em outro formato. No caso das velhas mídias permite a transformação em novas, por meio da digitalização. Os conteúdos passaram a ser dados numéricos de um computador (MANOVICH, 2001).

A introdução da estrutura computacional na televisão vem, segundo Scolari (2008), alterando as práticas dos profissionais de comunicação.

Todas las profesiones de la comunicación, desde el periodista hasta el técnico de sonido o El fotógrafo, no solo han vivido en carne propia una profunda mutación de las rutinas de trabajo y las modalidades de realización de su producto: también se han ido desenfocando los límites que separaban sus respectivos campos laborales. (SCOLARI, 2008, p.203)

Neste sentido os jornalistas ao se apropriarem das ferramentas tecnológicas que fazem parte da produção de TV, começam a configurar novas características para a própria profissão.

Un periodista comienza a usar el ordenador para editar vídeos, un diseñador gráfico se acerca al mundo de la edición sonora para comenzar a experimentar en el multimedia y el fotógrafo descubre el programa de ilustración a partir del uso de software de retoque. En los medios de comunicación se está dando un



proceso de convergência profissional (Salaverría, 2003) caracterizado por la aparición de nuevas figuras profesionales. (SCOLARI, 2008, p.203)

No telejornalismo, à medida que acontecem mudanças na esfera informativa (por exemplo, a passagem de ilhas analógicas para as digitais), há um reajuste e uma redefinição das características das notícias. Uma das mudanças percebida é o aumento da produção de matérias “ao vivo”, por meio de links, comentários e entrevistas, com o intuito de permitir a participação de telespectadores/usuários e dos jornalistas, afiliados de uma emissora, espalhados pelo Brasil e pelo Mundo, por meio da estrutura computacional das novas mídias. Esta abertura traz o desafio de formulação da TV “participativa” ou “interativa”. Os telejornais têm buscado ampliar as interações e colaborações entre emissora, jornalistas e telespectadores como uma estratégia de reposicionamento, frente às reduções contínuas na audiência. Nesse sentido, na hora de definir os critérios de noticiabilidade de um fato, a colaboração (de jornalistas e telespectadores) pode passar a ser fator de relevância. Esse é um desafio que está colocado diante dos jornalistas e deve começar a fazer parte do seu cotidiano no processo de produção das informações (VIZEU, 2005). Assim a expectativa é estabelecer uma produção colaborativa (ao vivo), bem como uma experiência de consumo cada vez mais multimídia, em que o usuário/telespectador decide onde, quando e em que aparelho acessa as matérias do seu telejornal preferido. “La producción y la distribución hipermediática están adoptando lógicas que desmontan los ritmos de la línea de montaje industrializada (...) el consumo hipermediático se fragmenta en millones de situaciones asincrónicas” (SCOLARI, 2008, p.281). Assim as práticas de produção, distribuição e consumo vão se reconfigurando.

El proceso de convergencia no solamente supone que la voz, los datos y la imagen pueden ser transportados por las mismas redes, o que los diferentes medios converjan igualmente en un producto multimedia, sino que el status quo las empresas involucradas en el proceso de convergencia ha saltado por los aires (MONZONCILLO, 2011, p.2).

Hipóteses

Com o objetivo de perceber a relação tecnologia e telejornalismo, foi gerada uma hipótese central (HC), com base nos eixos de análise tecnológico e de conteúdo. A hipótese aponta que o Jornal Nacional está buscando soluções que utilizam as



possibilidades das novas mídias para gerar um conteúdo diferenciado e em muitos casos participativo e ao vivo.

HC – *O Jornal Nacional vem aplicando os recursos computacionais das novas mídias para gerar um conteúdo diferenciado, permitindo uma maior colaboração de jornalistas, ligados a emissora no Brasil e no Mundo, bem como os telespectadores/usurários.*

Metodologia

Para executar o presente artigo, de forma a verificar a hipótese, foram utilizados, basicamente, dois instrumentos metodológicos: 1) pesquisa bibliográfica; 2) observação e monitoramento do Jornal nacional, no primeiro semestre deste ano.

O primeiro método de investigação consistiu-se de um levantamento teórico das referências que trabalham com a questão da tecnologia, tevê e telejornalismo na teoria do jornalismo e nos estudos de comunicação e internet, a produção da notícia no que se refere a: colaboração, interativa, distribuição e consumo. As leituras contribuíram para fundamentar a compreensão de como se realiza a adoção de recursos tecnológicos e a prática jornalística, no Jornal Nacional.

Com base no monitoramento do Jornal Nacional foi possível destacar os modos mais adequados para se estudar tais práticas e processos e adequar os parâmetros para a formulação da análise empírica.

Resultados e discussão

Com base na metodologia desenhada acima, é possível perceber, por meio de revisão de literatura, que o atual processo de tecnológica no telejornalismo tem uma relevante presença na produção de matérias. O primeiro elemento de discussão da revisão de literatura é a presença computacional no meio televisivo, como foi colocado através das afirmações de Manovich (2001). O ponto é que as novas mídias, relacionado ao meio de suporte do telejornalismo vem fragmentando (*Modularidade*), pelo processo de digitalização (*Transcodificação*), os telejornais em conteúdos menores, permitindo a sua distribuição de forma personalizada (*Variabilidade*). Este processo envolve três das cinco diferenças básicas entre novas mídias e tradicionais, apontadas por Manovich.

Esses aspectos das novas mídias estão, juntamente com as mudanças nos hábitos de consumo, alterando a produção e distribuição dos conteúdos dos telejornais. Uma



primeira mudança, que não foi percebida durante o monitoramento do Jornal Nacional, é o consumo de conteúdos personalizados organizado pelo próprio telespectador/usuário (“cardápio” audiovisual), que conforme Monzoncillo rompe com a padronização da TV analógica, predominante do século passado, fundadas em funções massivas. Mas esta perspectiva distinta é uma possibilidade que necessita de mais atenção e tempo, bem como a possibilidade de produção livre/gratuita e paga/orientada, que Monzoncillo menciona, visto que muito dos aparelhos (dispositivos) que permitem as realidades como: TV *web*, Plataformas IPTV, vídeo blogs, *podcasts*, *on-demand*, ainda não estão plenamente disseminados na sociedade.

Na perspectiva das alterações no consumo, o surgimento de diversas plataformas de microconteúdos nômades (celular, tablets...) colaboram para dissolver a televisão, “familiar/coletiva” da sala de estar, obrigando aos telejornais a “*modularizar*” (fragmentar) seus conteúdos e distribuírem em suportes digitais, organizados em banco de dados. No caso do Jornal Nacional esta distribuição fragmentada é feita no site do programa, hospedado no Portal G1 (<http://g1.globo.com/videos/jornal-nacional/>), onde as matérias podem ser acessadas independentemente e os telespectador/usuário pode montar o seu próprio “cardápio” audiovisual. Assim tais mudanças revelam uma passagem das mídias de fluxo unidirecional, com funções “massivas” (um-todos), para as mídias de fluxos comunicacionais bidirecionais, com funções “pós massivas” (todos-todos) de base computacional.

Parte da hipótese põe luz sobre a possibilidade do aumento da produção, do telejornal, “ao vivo”, por meio de links, comentários e entrevistas, como elemento essencial do meio televisivo. Desta forma a transmissão “gravada” não é essencialmente televisiva e encontra-se em colapso, segundo Carlón. Analisando esta proposição teórica, o Jornal Nacional aplica as NTIC’s como forma de conectar “ao vivo” jornalistas afiliados a Rede Globo, situados no Brasil ou pelo Mundo. Um exemplo do uso deste poder de rede são os links realizados na cobertura da “revolta no mundo árabe”, realizada no Egito pelo correspondente Ari Peixoto e nas catástrofes no Japão realizada pelo correspondente Roberto Kovalick.

No dia 14/03/2011, o correspondente Roberto Kovalick foi entrevistado, por meio de um link internacional (Brasil-Japão), pelos apresentadores William Bonner e Fátima Bernardes. Um dos fatores curiosos das transmissões internacionais é que coloca novamente o telejornal como fonte primária destes acontecimentos, por dois motivos:



distância (acesso) e idioma. E os links direto do Egito e Japão, bem como as entrevistas realizadas na bancada do telejornal, fazem com que a notícia seja gerada durante a sua transmissão. Assim o telespectador tem uma informação direto do telejornal. Outro exemplo ocorreu no dia 25/06/2011, para mostrar as festas juninas, em Caruaru, capital do forró, o Jornal Nacional abriu um link nacional conectando o jornalista Amorim Neto, da TV Asa Branca afiliada da Rede Globo, em Caruaru, ao apresentador do Jornal Nacional, em estúdio, Chico Pinheiro. Os links nacional diferentemente dos links internacionais, não possuem a barreira do idioma, mas permitem também uma matéria distinta no aspecto geográfico e na construção ao vivo do conteúdo jornalístico.

No dia 02/07/2011, ocorreram dois links, um link internacional da cobertura dos treinos da seleção brasileira, para Copa América, pelo correspondente Tino Marcos; e um link nacional entre os apresentadores do Jornal Nacional e apresentadores da revista eletrônica Fantástico. As diferenças destes dois links são: o primeiro, link internacional, foi gerado como forma de completar as informações de uma matéria sobre o evento esportivo; segundo o link nacional entre o Fantástico e o Jornal Nacional foi gerado como *cross-promotion* dos temas que serão abordados no Fantástico, para o público do Jornal Nacional. Neste dia também ocorreu um fato curioso que aponta para a presença da tecnologia na produção do telejornal. Na matéria sobre a morte do ex-presidente Itamar Franco foi apresentado uma grande quantidade de imagens de arquivos, 10 horas após o acontecimento, o que necessitará de mais atenção nas futuras pesquisas, pois muito provavelmente a produção do telejornal dispõe de uma memória de fácil acesso, estruturada em base de bancos de dados.

Contudo, alguns dias do monitoramento não foram identificados transmissões “ao vivo” nem por meio de links, nem comentários entre jornalistas sobre as matérias, e nem entrevista, como no dia 29/06/2011. Assim, na observação e monitoramento, com algumas exceções, o modelo de produção, por meio de colaboração e transmissão “ao vivo”, entram como estratégia, no tocante aos telejornais, para manter o veículo com local de informação privilegiada do cotidiano para o telespectador. Assim, os telejornais, com olhos no fluxo de audiência migratório dos meios tradicionais para os digitais, colocam as colaborações e transmissão como estratégia que permite atender com maior facilidade as demandas de uma audiência cada vez mais imersa em um ambiente de abundância informacional.



Conclusões

A hipótese do presente artigo não se confirmou plenamente, em virtude dos dados coletados por meio de monitoramento do Jornal Nacional. Com relação a parte da hipótese que aponta o telejornal vem aplicando os recursos computacionais das novas mídias para gerar um conteúdo diferenciado, permitindo uma maior colaboração de jornalistas ligados a emissora no Brasil e no Mundo, foi identificado e confirmado. Contudo, na parte da hipótese que se refere à colaboração dos telespectadores/usuários ainda é uma realidade distante. A abertura para a participação dos telespectadores/usuários ainda carece de um aprofundamento da pesquisa por meio de entrevistas (com repórteres e gestores) e instrumentos etnográficos, na redação do telejornal, visto que a adoção de tecnologia nem sempre está vinculada, apenas, a possibilidade das novas mídias, mas sim a adequação da tecnologia às estratégias e posicionamentos dos telejornais para com o seu público.

Outro elemento importante foi a percepção de que a presença tecnológica está sendo aplicada nos telejornais como fator diferenciador da construção de conteúdos (matérias), por meio de banco de dados que armazena as coleções de amostras (áudio, imagem e vídeos). Este ponto foi observado em algumas matérias durante o monitoramento, mas ficou evidente na matéria, do dia 02/07/2011, sobre a morte do ex-presidente Itamar Franco. Isso em virtude do tempo do acontecimento e a exibição da matéria, e principalmente, a quantidade de conteúdos de acervo (banco de dados).

Com base nos andamentos da pesquisa e focando nos próximos passos, percebe-se que as formas como os telejornais vêm utilizando as NTIC's nas produções de matérias deixam lacunas para pesquisa científica, na perspectiva de uma adequada compreensão deste processo nas atividades jornalísticas, embora a revisão de literatura aponte conceitos e perspectivas de como a TV está sendo reconfigurada, gerando desafios e possibilidades para o telejornalismo.

Referências

ÁVAREZ MONZONCILLO, J.M. **La televisión etiquetada:** nuevas audiências, nuevos negocios. Madrid: Fundación Telefónica, 2011.

CARLON, Mario. ¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de uma era. In: CARLON, Mario & SCOLARI, Carlos (Orgs). **El fin de los medios masivos: el comienzo del debate.** Buenos Aires: La Crujía, 2009. Pg. 159-187



LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 2004.

LEMOS, André. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. In: **Matrizes**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Ano 1, n.1, São Paulo: USP, 2007, Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Media1AndreLemos.pdf>>. Acesso em 27 de agosto de 2010.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001.

MELUCCI, A. **A invenção do presente**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001

SCOLARI, Carlos A. This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de La televisión. In: CARLON, Mario & SCOLARI, Carlos (Orgs). **El fin de los medios masivos: el comienzo del debate**. Buenos Aires: La Crujía, 2009. Pg. 159-187

_____. **Hipermediación**: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

VIZEU. A; MOTA. C; PORCELLO. F. (Orgs). **Telejornalismo**: A nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

VIZEU. A. (org.) **A sociedade do telejornalismo**. Peropólis: Vozes, 2008.

_____. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.