



Entre o Real e o Virtual: Novas Configurações Imagéticas no Telejornalismo¹

Edna de Mello SILVA²
Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

RESUMO

O objetivo do artigo é discutir como as novas tecnologias e o ciberespaço influenciam o jornalismo televisivo brasileiro, com o intuito de perceber as alterações na produção de notícias e as implicações nos conteúdos. O estudo revela ainda as inovações despertadas pela sociedade em rede e as mudanças conceituais na linguagem, bem como as articulações no processo da produção e veiculação da informação no telejornalismo, com enfoque na inserção de cenários virtuais e as implicações decorrentes deste processo na notícia televisiva.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; ciberespaço; cenários virtuais

O advento do ciberespaço e das tecnologias de informação tem causado mudanças na sociedade. É o sinal de novas tendências culturais, políticas, econômicas e sociais, que proporcionam outras formas de apropriação cultural e diversas possibilidades de aquisição de conhecimento.

De forma geral, todos os veículos de comunicação tiveram que se adaptar à emergência da sociedade em rede. O aumento da velocidade do fluxo de informações, aliado à possibilidade do próprio usuário desenvolver conteúdos e acessar a produção de outros usuários criou a necessidade de um remodelamento nas mídias tradicionais. A migração para as páginas da Internet ampliou e transformou o jornalismo impresso. O

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista diplomada, doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora Adjunta II da Universidade Federal do Tocantins, onde ministra as disciplinas de Telejornalismo e Oficina de Telejornalismo. Orienta projetos experimentais e pesquisas científicas na área de produção audiovisual, telejornalismo e novas tecnologias. Membro do NUPEJOR – Núcleo de Pesquisas e Estudos de Jornalismo Multimídia, onde lidera a linha de pesquisa em produção audiovisual.
E-mail: prof.ednamello@gmail.com.



rádio e a televisão também tiveram que se adaptar aos novos tempos, na tentativa de manter cativa uma audiência que cada vez mais se tornava dispersa e fragmentada.

Do mesmo modo, o jornalismo televisivo precisou rever as rotinas de produção para tornar seu noticiário mais ágil e atrativo para um telespectador que já poderia ter visto a notícia, em tempo real, nos sítios noticiosos. Pensando nisso, os próprios telejornais migraram seus conteúdos para a web. A partir daí, a relação entre o telejornal e seu público, que antes se dava somente no momento da veiculação do jornal, com poucas possibilidades de interação, foi estendida ao ser transposta para o ciberespaço, o que permitiu a participação do telespectador, agora convertido em usuário, em fóruns, chats, enquetes e o acesso a conteúdos especiais relacionados às notícias apresentadas no telejornal.

Há uma mudança estrutural em curso no jornalismo, despertada principalmente pela emergência da sociedade em rede. No caso específico do telejornalismo, é notória essa transformação tanto em seu conteúdo, quanto em sua forma. Este artigo busca sinalizar esse processo, tanto no que se refere à apresentação dos telejornais, quanto na inserção de cenários virtuais nas reportagens e comentários. A hipótese inicial é que a cultura do ciberespaço transformou o modelo tradicional do telejornalismo e está promovendo uma reorganização do jornalismo televisivo.

1 - Diálogos entre o ciberespaço e o telejornalismo

Segundo Lévy (1999), o termo “ciberespaço” foi criado em 1984 por William Gibson no romance de ficção científica “*Neuromancer*”, que utilizou o termo para definir o “universo das redes digitais”. Lévy (1999) define ainda ciberespaço como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”.

Para o autor, o ciberespaço tem a capacidade de colocar em ações associadas e coordenadas “dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação” (Lévy, 1999, p. 93). Portanto, o ciberespaço pode ser entendido como o espaço no qual as tecnologias convergem e que é utilizado em favor da comunicação composta por informações fornecidas pelos seres humanos:



O ciberespaço é o mais novo local de "*disponibilização*" de informações possibilitado pelas novas tecnologias. Uma nova mídia que absorve todas as outras e oferece recursos inimagináveis, há algumas décadas. Trata-se de um espaço que ainda não se conhece completamente, cheio de desafios e incertezas, tanto na sua práxis, quanto em suas formulações filosóficas e teóricas.

Fragoso (2000, p.4) defende que o termo ciberespaço é apropriado para “denominar o conjunto das informações que transitam nos servidores e terminais conectados à Internet”, e que o percurso de uma página para outra pode ser percebido como um deslocamento no ciberespaço. Para a autora, quando o usuário seleciona um *link* inicia a transição e se desloca por caminhos que ligam os diferentes elementos da *World Wide Web*. Segundo Fragoso, “ao final de cada sessão no ciberespaço (os usuários) levam consigo uma impressão da estrutura espacial sinalizada pelos caminhos percorridos”.

Neste contexto, o desafio do telejornalismo é tornar-se um produto diferenciado dentre os vários formatos informativos que estão disponíveis para o público da atualidade. A produção de conteúdos que valorizem a matéria-prima do jornalismo, a informação, em diferentes suportes, tem sido um objetivo para os profissionais da área. Para a televisão, acostumada a transmitir sua programação de forma massiva, na relação de um para todos, a necessidade de se redesenhar é emergente, pois o paradigma em vigência mudou.

Os principais telejornais brasileiros não só possuem conteúdos disponíveis na Internet como fazem uso das propriedades do meio. Portais ligados às emissoras de televisão fornecem informações sobre a programação, detalhes dos bastidores de programas, entrevistas exclusivas com seus artistas e versões integrais, ou em partes, das reportagens apresentadas nos telejornais no formato *video on demand*.³

O conteúdo e a forma de apresentação das notícias e dos vídeos variam em cada portal, mas em comum há a preocupação de criar um canal de comunicação e interatividade entre os telespectadores que também navegam pela Internet. Para Médola

³ Vídeo on demand : vídeo sob demanda, o usuário acessa o conteúdo do vídeo que está disponível no site no momento que desejar.



(2006, p. 185), a recepção de produtos audiovisuais disponibilizados pelo Globo Media Center (objeto de análise de uma de suas pesquisas) só é possível para um público que seja ao mesmo tempo usuário do serviço de internet e telespectador:

Um enunciatório que sincretiza, portanto, três papéis quando em contato com a proposta de televisão na web: Internauta, porque é preciso estabelecer conexão com a rede, usuário, porque vai se servir de um catálogo disponibilizado e telespectador, porque esse acesso é motivado por modalidades provenientes da experiência vivida previamente como telespectador.

O diferencial da presença dos telejornais na Internet é a possibilidade de oferecer ao telespectador a oportunidade de ter uma parcela de participação no telejornal. Por meio de chats, fóruns, enquetes e salas de bate-papo, os telespectadores convertidos em usuários e internautas podem enviar perguntas, sugestões, emitir opiniões e estabelecer uma relação mais próxima com os produtores e convidados dos telejornais. Por sua vez, a equipe responsável pelo telejornal pode conhecer mais de perto o seu público e perceber quais são suas preferências, o que pode favorecer a busca pela qualidade e audiência do programa televisivo.

A maioria dos *sites* ligados aos telejornais abre espaço também para o envio de imagens de flagrantes produzidos pelos próprios telespectadores. Para Franciscato (2007, p. 59) os leitores se sentem valorizados quando oferecem a produção de um discurso sobre seu cotidiano, em forma de textos ou imagens, com pretensão de verdade do real:

Enviar materiais sobre fatos de interesse jornalístico e ter este conteúdo publicado em *sites* da grande mídia gera no leitor um sentimento de valorização pessoal de sua habilidade ou oportunidade como “registro do instantâneo”, bem como de apresentação pública de seu ambiente de convivência cotidiana (por exemplo, a rua por que passa diariamente e, em certo dia, o registro de um fato inusitado).

É interessante também notar que a influência da cultura do ciberespaço no telejornalismo não se dá somente na transposição dos conteúdos dos telejornais para a Internet. É possível notar uma nítida transformação na construção discursiva e na práxis do noticiário televisivo. Piccinin (2007) destaca que a predominância da instância do “ao vivo” e a constante busca de atualização já indicam uma tendência trazida pela Internet:



A obsessão pelo oferecimento do instantâneo, por exemplo, pode ser explicada pela influência notadamente advinda da *web* e das aproximações feitas com as características da nova mídia. É da Internet a condição de atualização constante que a TV tenta, ainda que não completamente, incorporar como recurso. Os canais de notícias 24 h como a CNN são um bom exemplo de busca pelo “fechamento” de edição em intervalos continuamente menores numa alusão à condição tecnológica dos sites de notícia. (PICCININ,2007, p. 106).

Neste momento em que as formas de se noticiar um acontecimento sofrem alterações, as rotinas produtivas são reorganizadas e novas ferramentas são incorporadas, a linguagem do telejornalismo se configura num novo contexto de espaço-tempo. Em trabalhos anteriores (Silva; Rocha, 2010) já destacamos como o telejornalismo tem sido influenciado pelo ciberespaço e incorporado os avanços tecnológicos disponíveis, repensando os modelos tradicionais de apresentar as notícias pela televisão: “As telas, interativas ou não, funcionam como “portais” que dão acesso a informações em espaços e tempos diferenciados, além de trazer ao telejornal um atributo de inovação tecnológica e contemporaneidade”. (SILVA; ROCHA, 2010, p. 209)

2 - Cenários do telejornalismo: entre o real e o virtual

O telejornal é formado pela reordenação de vários acontecimentos, separados no espaço e no tempo, que são reconfigurados num produto único no momento da transmissão. De certa forma, os apresentadores funcionam como maestros desta orquestra, pois indicam a direção que foi previamente escolhida para a apresentação de todos os componentes do sistema. A construção discursiva do telejornal depende da conjugação do som, da imagem e do texto verbal para se constituir numa mensagem homogênea. A soma destes elementos é que constitui a matéria-prima do jornalismo televisivo.

Os cenários da maioria dos telejornais da TV aberta apresentam muitas semelhanças. Há uma forte presença do predomínio da cor azul, de linhas arredondadas no desenho das bancadas e a utilização de várias telas distribuídas pelo espaço de apresentação do telejornal - que podem funcionar como monitores ou elementos de decoração do cenário. Outro elemento comum é a integração do ambiente da redação com profissionais trabalhando, como fundo de cena ou como parte do estúdio.



Essa tendência de apresentar o telejornal tendo ao fundo o cenário da redação, não é nova. O telejornal “Jornal Nacional”, em 2000, já apresentava esse modelo, sendo apresentado de mezanino construído especialmente dentro da redação. Desde então, a idéia de manter o cenário do telejornal integrado à redação vem sendo atualizada e absorvida nas produções de jornalismo televisivo.

A circulação dos apresentadores pelo espaço é outra exigência do telejornal atual. O trânsito por ambientes conjugados ao espaço cênico ou simplesmente para a interação com telas ou cenários virtuais tem se apresentado com regularidade. Esse processo exige do profissional o domínio de técnicas de atuação cênica que não eram tão familiares ao telejornalismo, o que pode demarcar uma aproximação com os programas de entretenimento, notadamente os de auditório.

Na maioria dos telejornais, as informações visuais (infografias), no formato de mapas ou gráficos, passaram a migrar para o cenário de apresentação do telejornal, dividindo a cena com os apresentadores no formato ao vivo. Silva e Rocha (2010, p. 206) avaliam que a presença de *displays* no noticiário indica a influência da linguagem da internet no telejornalismo:

Estes elementos na mesma cena dos apresentadores emprestam ao telejornal um caráter de virtualidade, diferente do atributo de realidade que parece ter regido todo espaço cênico do telejornal até então. É como se fossem derrubadas as barreiras entre o real e o virtual, e a construção cênica se tornasse fundida numa realidade construída em função da notícia. A presença destes dois elementos, um real e outro virtual, sintetizam uma busca por uma complementaridade entre os dois sistemas, na busca pela maior inteligibilidade da notícia.

Da mesma forma, alguns telejornais têm apresentado informações na tela conjugadas com a imagem do apresentador. É mais comum nos telejornais exibidos por canais de assinatura, no entanto, a tendência já aparece também nos telejornais de rede aberta. Nesta experiência, durante a apresentação do telejornal, vários dados aparecem na tela do telespectador. As informações podem ou não estar integradas com o assunto abordado pela reportagem destacada pelo apresentador. Pode-se perceber aí uma aproximação com o formato do hipertexto das páginas da Internet.

É possível, em alguns casos, visualizar mais de cinco nichos de informação e dados no mesmo espaço de tela, como o apresentador em diálogo com o correspondente, selos identificando o nome do programa e o “ao vivo”, a logomarca da emissora, o título da notícia em destaque e legendas com movimento (em roll) com manchetes rápidas com notícias do dia. (Figs. 1 a 3)



Figs. 1 a 3 - Globo News (GN), Primeiro Jornal (Band), Rede TVNews (Rede TV!)

Para Leal (2009, p. 101) a tela plana da TV fragmenta-se cada vez mais em espaços com imagens digitais, assemelhando-se a um portal da web:

A presença maior de imagens digitais acentua ainda mais a natureza distinta, artificial, da realidade televisiva, que, ao absorver modos de enunciação diversos, passa a se remeter a outros sistemas mediáticos e a constituir-se como um mundo próprio. Essa realidade discursiva, cada vez mais fabricada pelos recursos narrativos e tecnológicos e pelas condições mercadológicas, necessita do olhar do telespectador para que se naturalize, para que se integre ao cotidiano sem maiores traumas.

Embora esse tipo de composição de imagens na tela possa aparentar uma unidade informativa, o fato de estar repleto de recortes fragmentados exige que o olhar do telespectador percorra e decodifique um labirinto de informações. Ao mesmo tempo em que amplia as possibilidades de leitura e atualização de notícias, este recurso pode dificultar o entendimento da informação, uma vez que a atenção do telespectador pode se dispersar.

3- A materialidade dos cenários virtuais

A edição do telejornal Bom Dia Brasil, de 17/12/2010, trouxe um momento mágico para o noticiário, revelando as imensas possibilidades de aplicação das ferramentas de computação gráfica, 3D e Holografia para a apresentação de notícias. O trabalho envolveu vários profissionais da equipe de Arte da emissora e tinha como tema

a comemoração de dois anos da implantação de UPPs (Unidades de Polícia Pacificadora) no Rio de Janeiro.

Na ocasião, num cenário simples, sem elementos cênicos, o jornalista Márcio Gomes e o comentarista de segurança pública, Rodrigo Pimentel, apresentaram informações sobre as atividades policiais de ocupação de um Morro do Rio de Janeiro representado por uma maquete virtual com perspectiva tridimensional, em 360 graus, com aparência similar a de holografia.



Figs. 4 a 6 - Imagens do cenário virtual - TJ Bom Dia Brasil - 17/12/2010

De um ponto central do cenário, um feixe de luz serviu de base para uma representação imagética de um Morro no Rio de Janeiro, rica em detalhes de casas e vielas (figs. 4 a 6). Imagens de toda a extensão da favela, dos equipamentos utilizados pelos policiais e de um helicóptero foram exibidas em frente aos apresentadores, dando dinamismo e agilidade aos comentários do especialista (figs. 7 a 9).

Tanto o apresentador, quanto o comentarista movimentavam-se em cena, simulando interagir com o cenário virtual. O jornalista Márcio Gomes chegou a se aproximar do cenário e indicar um determinado ponto da imagem. O diálogo entre o apresentador e o comentarista conferiu uma naturalidade peculiar à cena, muito embora pudesse ser notado um certo desconforto no especialista Rodrigo Pimentel, perceptível por sua inflexão de voz. As imagens projetadas possuíam uma riqueza imensa de detalhes, além de girarem num eixo de 360 ° Graus, o que permitia ao telespectador visualizar os equipamentos por diversos ângulos.



Figs. 7 a 9 - Imagens virtuais de Policial do BOPE e helicóptero - TJ Bom Dia Brasil - 17/12/2010

A presença de todos estes elementos em cena pode contribuir para a compreensão do fenômeno que estamos discutindo. Primeiro, porque insere o questionamento sobre a construção discursiva em torno do que é informação nesse novo modelo de noticiário. Segundo, porque delinea a influência marcante do ciberespaço num contexto de produção jornalística.

Do ponto de vista da rotina produtiva do telejornal, é possível perceber que a produção do cenário virtual envolveu vários profissionais, com diversas especialidades. São creditados nominalmente durante a apresentação do vídeo ao todo 12 componentes da equipe de Arte: produção (01); Arte (06); direção virtual (01); cenário virtual (02) e edição (02) . A própria cabeça da matéria faz referência ao trabalho dos profissionais da Arte, quando Maria Luisa Guimarães chama: “[...] Veja os detalhes com Márcio Gomes e a nossa equipe de Arte” . (figs. 10 a 12)



Figs. 10 a 12: Créditos da equipe de Arte - TJ Bom Bia Brasil - 17/12/2010

Este mesmo cenário virtual foi utilizado novamente em um novo contexto, na edição do Telejornal Bom Brasil de 17 de junho de 2011. Na ocasião, o comentário do especialista em Segurança Pública, Rodrigo Pimentel, ao lado da apresentadora Renata Vasconcellos foi acompanhado pelas mesmas imagens virtuais exibidas em dezembro de 2010, agora para representar uma ação policial de domínio no Morro da Mangueira.

A exibição do mesmo cenário virtual, desta vez representando uma outra localidade geográfica, distante no tempo (6 meses depois) e com a mesma tônica discursiva revela que neste contexto o morro é representado de forma impessoal e indistinta, enquanto a ação policial é valorizada como algo regular e bem sucedido. A substituição do apresentador Márcio Gomes (17/12/2010), pela apresentadora Renata Vasconcelos não compromete a gramática discursiva da produção, uma vez que a atuação de ambos segue o mesmo ritual reforçado pela presença do comentarista Rodrigo Pimentel nos dois momentos distintos. (figs.13 a 15)



Figs. 13 a 15: - TJ Bom Bia Brasil - 17/06/2011

Numa produção jornalística televisiva tradicional sobre o trabalho das UPP's (Unidades de Polícia Pacificadora) no Rio de Janeiro seria desenvolvida uma reportagem, complementada pelos comentários do especialista no estúdio. A reportagem poderia trazer imagens reais dos morros em que as UPPs foram instaladas, as sonoras poderiam trazer o depoimento dos policiais envolvidos no projeto, a voz da comunidade e o conjunto dos elementos que integrassem a notícia.. A presença do repórter no local dos acontecimentos durante a “passagem” emprestaria a legitimidade, a “aura” de verdade de que o jornalismo televisivo é feito. A conversa entre os apresentadores e o comentarista especializado poderia oferecer profundidade à discussão, num diálogo esclarecedor do tema.

Ao invés disso, a opção editorial do telejornal foi utilizar recursos tecnológicos e criar um cenário virtual para representar o conteúdo da notícia. Em parte, esta escolha pode ser justificada pelo fato de que parte das informações fornecidas pelo especialista ainda não se concretizaram, o que ser percebido pelo uso de verbos no futuro: “ As UPPs contarão...”, “.... as equipes poderão contar...”, por exemplo. Esse recurso foi



utilizado nas duas ocasiões. Por outro lado, pode revelar também um conteúdo informacional comprometido com a imagem institucional da polícia carioca.

A análise dessa ocorrência revela que os quadros não apresentaram informações que efetivamente correspondessem à realidade dos fatos no tempo presente. Na verdade, eram conjecturas, projetos que poderiam se concretizar no futuro ou não. No entanto, porque o telejornal opera com a instância do tempo presente, esse dado pode passar despercebido para o telespectador desatento. A princípio, a impressão que se tem é que se trata de algo que realmente existe, que possui materialidade física e acontece agora.

A produção promocional é capaz de gerar outras formas de entendimento que, no mais das vezes, parecem trazer conforto e satisfação ao consumidor. [...] Predominantemente explora a fantasia, o espetacular, a idealização. Por se dirigir fundamentalmente ao olho, ela mais que do que informação, passa a ser promessa de beleza, sedução das aparências, ambiência idealizada. (CASTRO, 2009, p.130-131)

Para Castro (2009, p. 125), além das três funções clássicas que sustentam a televisão – informação, entretenimento e educação, há também a função promocional que na maioria das vezes não é percebida pelo público. A autora avalia que na televisão comercial brasileira é possível perceber uma gramática de produção promocional televisual que articula a dimensão comercial do produto e a dimensão simbólica que confere sentidos possíveis à coisa referida:

Esta reflexão da pesquisadora (Castro, 2009) pode contribuir para o entendimento do fenômeno do uso dos cenários virtuais no telejornalismo, na medida em que vislumbra que o conteúdo informativo do telejornal também pode ser acompanhado por um discurso promocional, que no caso em estudo, poderia sinalizar uma tendência editorial de privilegiar e valorizar a ação policial das UPP's e em certa medida, tornar homogênea e naturalizada a imagem de um Morro carioca.

Considerações finais

A opção pelo uso de telas com hipertextos e de cenários virtuais pode sinalizar além da influência do ciberespaço, uma aderência à cultura da pós-modernidade, no que se refere à hiperrealidade.



De fato, a utilização de cenários virtuais como recursos de infografia poderia funcionar como um complemento da notícia para que o telespectador pudesse visualizar com maior clareza a informação que o telejornal estaria mostrando. No entanto, é necessário cuidado para que o mundo real não seja substituído pelo mundo virtual, um mundo estético recriado, simbolizado pela tecnologia e seus operantes.

O importante neste processo é que a natureza intrínseca do processo noticioso seja mantida, que a imagem não seja recriada virtualmente apenas para se tornar mais estética, mais afeita a uma realidade que se queira mostrar. Como avalia Catàla Domènech (2011, p. 255) uma imagem não é um elemento histórico só porque pertence a determinado período, mas “cada imagem tem a capacidade de se inscrever no imaginário e, portanto, de passar à história como elemento característico de determinada configuração social, é um conglomerado que aglutina constituintes fundamentais da psique dessa sociedade.”

As inovações tecnológicas possibilitam uma atualização necessária e própria do fazer jornalístico, não obstante é fundamental que o telejornalismo continue operando os vetores que são essenciais para a sua existência como a credibilidade e a veracidade dos fatos noticiados. Do contrário, a barreira entre o real e a ficção será transposta, o que pode tornar o relato jornalístico mais próximo do espetáculo e do entretenimento, do que da informação.

A discussão sobre o uso das novas tecnologias disponíveis e a influência do ciberespaço no telejornalismo são sinalizadores de que novos paradigmas estão sendo construídos para o jornalismo. As mudanças em curso são estruturais e afetam não só as rotinas produtivas da práxis jornalística, como também a qualidade da informação que está sendo noticiada. Um olhar sobre esse processo revela que estamos num importante período de transição e que talvez necessitemos repensar a prática, para que não haja um hiato entre o jornalismo que produzimos e o jornalismo que queremos.

Referências

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativa e temporalidade. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.



CAIRO, Alberto. **Infografia 2.1**: ensayo sobre el futuro de la visualización de información. Madri: Alamut, 2008.

CASTRO, Maria Lília Dias de. A linguagem da promoção no telejornalismo. In: GOMES, Itania Maria Mota (org.). **Televisão e realidade**. Salvador: UFBA, 2009.

CATALÀ DOMÈNECH, Josep. A forma do real: introdução aos estudos visuais. São Paulo: Summus, 2011.

FRAGOSO, S. Espaço, Ciberespaço, Hiperespaço. **Textos de Comunicação e Cultura**, n. 42, UFBA, 2000, p. 7 - 12. Disponível em <<http://www.midiasdigitais.org/wp-content/uploads/2008/06/hiperespaco.pdf>> Acesso em 09 abr 2010.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. A temporalidade das práticas enunciativas nas novas formas do jornalismo online. IN: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo e PICCININ, Fabiana (org.). **Metamorfoses Jornalísticas**: formas, processos e sistemas. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEAL, Bruno Souza. Telejornalismo e Autenticação do Real: estratégias, espaços e acontecimentos. In: GOMES, Itânia Maria Mota (org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: UFBA, 2009.

LEAL, Bruno Souza. Telejornalismo e Autenticação do real: estratégias, espaços e acontecimentos. In: GOMES, Itania Maria Mota (org.). **Televisão e realidade**. Salvador: UFBA, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi. Globo Media Center: televisão e Internet em processo de convergência midiática. In: LEMOS, André; BERGER, Christa; BARBOSA, Marialva. **Livro da XIV Compós - 2005**: Narrativas midiáticas contemporâneas. Porto Alegre: Sulina, 2006.

PICCININ, Fabiana. Real porque é “ao vivo”: a tecnologia no lugar da notícia no telejornal. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana. **Metamorfoses Jornalísticas**: formas, processos e sistemas. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007.

SANTOS, Roberto Elíseo dos. **As teorias da comunicação: da fala à internet**. São Paulo: Paulinas, 2003.

SILVA, Edna de Mello; ROCHA, Liana Vidigal. Telejornalismo e ciberespaço: convergência de tecnologias e informação. IN: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2010.



SOUZA, Raphael Argento; MONAT, André Soares. Visualização da Informação em meio telejornalístico: Uma abordagem sob a ótica do Design. In: SiGraDi 2009. **XIII Congresso de La Sociedad Iberoamericana de Grafica Digital**, 2009. Disponível em: <http://cumincades.scix.net/data/works/att/sigradi2009_774.content.pdf> Acesso em 07 fev 2010.

SOUZA, Cláudio Mello. **15 anos de história Rede Globo**. Rio de Janeiro: s.n., 1984.

TEIXEIRA, Tattiana. A presença da infografia no jornalismo brasileiro - proposta de tipologia e classificação como gênero jornalístico a partir de um estudo de caso. **Revista Fronteiras- estudos midiáticos**, v. IX, Nº 2, p. 111-120, 2007.