



## **TJUFJRJ: o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ<sup>1</sup>**

Juliana TEIXEIRA<sup>2</sup>

Juliana Siqueira Borborema de SOUZA<sup>3</sup>

Lara de Souza MATEUS<sup>4</sup>

Beatriz BECKER<sup>5</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

O laboratório e o site TJUFJRJ: o telejornal on-line da Escola de Comunicação da UFRJ é uma atividade de ensino, pesquisa e extensão, integrando teoria e prática na formação dos alunos do curso de jornalismo da ECO/UFRJ. O site já pode ser acessado no endereço <http://www.tj.ufrj.br/> e explora o conceito de convergência de mídias, apostando na plena capacidade de comunicação e interatividade da grande rede e no potencial da linguagem audiovisual para a construção de conhecimentos. Buscamos reafirmar o valor do jornalismo como forma de conhecimento na contemporaneidade, ressaltando a viabilidade de experiências produtivas mais comprometidas com a qualidade do que com a quantidade de informações transmitidas. Este trabalho apresenta os resultados alcançados na investigação das perspectivas de uso da linguagem audiovisual no jornalismo, tanto na reflexão crítica, quanto na rotina produtiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo online; Novas Tecnologias; Webjornalismo audiovisual.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria B1.5 Jornalismo Digital, modalidade processo, como representante da Região Sudeste.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo. Juliana Teixeira é estudante de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Graduação) e bolsista PIBIC do projeto “Comunicação e Espaço Público: Uma reflexão audiovisual sobre o jornalismo como instrumento estratégico de emancipação social” (código 11435), sob orientação da Profª. Drª. Beatriz Becker.

e-mail: julianafernandesrj@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Graduação) e bolsista IAC do projeto “TJUFJRJ: o telejornal on-line da Escola de Comunicação da UFRJ”. e-mail: julianass@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Graduação) e bolsista IAC do projeto “TJUFJRJ: o telejornal on-line da Escola de Comunicação da UFRJ”. e-mail: laralane@bol.com.br

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Beatriz Becker é Doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ e professora do Departamento de Expressão e Linguagens e do Programa de Pós-graduação da ECO- UFRJ. A orientadora concluiu o Pós-Doutorado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. E tem publicado artigos regularmente em periódicos científicos com os resultados de sua pesquisa na área de jornalismo.

e-mail: beatrizbecker@uol.com.br



## 1. Introdução

Celebramos as novas tecnologias e a sociedade da informação ou acusamos a internet e a globalização de usurpadoras de tradições e de valores éticos, que mau ou bem, serviam como referências nas sociedades complexas. As novas tecnologias associadas ao processo de globalização intervêm nos modos de produção e na percepção da realidade social e cultural e no ritmo do nosso cotidiano, nos exigindo rápidas atualizações, novas sociabilidades e intersubjetividades nas relações profissionais e afetivas. Adapte-se ou fique excluído do mundo digital em todo planeta. Esta é a sentença da contemporaneidade. Ame ou deixe o ciberespaço. Não há escolha. A conexão universal via internet é um fato consolidado e imutável. Mas, a revolução da informação não promoveu o crescimento material e cultural de todos os países atingidos pela sua influência. Talvez, seja possível estabelecer na vida social uma interação e uma apropriação das tecnologias digitais e de seus efeitos de modo menos passional e mais descentralizado. Talvez, não.

A tecnologia digital, baseada principalmente nos potenciais da internet, está tornando o processamento de informações cada vez mais fácil e a produção de conteúdos pelos usuários possível, inclusive a construção de narrativas coletivas. Pode-se citar como exemplo o armazenamento com custos reduzidos através dos pen-drives, o aumento da velocidade da banda larga, a compressão digital e os blogs. O aumento expressivo da circulação de produtos audiovisuais, porém, ainda depende do desenvolvimento da banda, o que é uma questão de tempo, porque o grande diferencial de inovações como os arquivos digitais de áudio e imagem não é a sua capacidade de armazenamento, mas a possibilidade de serem enviados pela web. A noção de convergência, porém, pode sugerir uma integração suave e harmoniosa das formas de cultura, sem considerar as contradições que se operam dentro dela e os prejuízos causados a tudo aquilo que não se deixa hibridizar com facilidade. A consciência crítica dos efeitos das novas tecnologias demanda uma reflexão sobre a política que a convergência pressupõe e para onde toda a inovação tecnológica e a hibridização nos conduz, especialmente quando escolhemos fazer e pensar o jornalismo.

No Brasil, as novas tecnologias enfrentam limitações: o conteúdo, a interatividade e até mesmo o acesso. Segundo o IBOPE//NetRatings<sup>6</sup>, o número de internautas residenciais ativos no Brasil chegou a 21,4 milhões em dezembro de 2007,

---

<sup>6</sup> <http://pcworld.uol.com.br/reportagens/2008/01/17/numero-de-internautas-brasileiros-crescem-48-4-em-2007-afirma-ibope-netratings/>



crescimento de 48,4% na comparação com 2006. E 39 milhões de internautas acima de 16 anos de idade têm acesso à rede mundial de computadores em diversos ambientes, incluindo trabalho, escolas e outros locais. A cada ano cresce o número de internautas e o Brasil continua a ocupar posição de liderança no ranking que mede o tempo médio de navegação residencial em dez países, com 22 horas e 59 minutos por usuário<sup>7</sup>.

Apesar de os dados apontarem para a concretização da inclusão digital, mais da metade dos brasileiros com idade superior a dez anos --54% deles-- nunca utilizou um computador, em acordo com a pesquisa do CGI (Comitê Gestor da Internet)<sup>8</sup>, sobre a penetração e uso da *web* no Brasil. Quando a porcentagem refere-se ao uso da internet, o valor fica ainda maior: 67% dessas pessoas nunca navegaram pela rede<sup>9</sup>.

Embora os números de internautas venham crescendo bastante nos últimos anos e o Brasil seja o primeiro colocado em quantidade de internautas na América Latina, o contingente de analfabetos digitais ainda responde, seguramente, por mais que a metade de todos os brasileiros. Portanto, não se pode estudar os efeitos e transformações que a convergência das mídias pode causar sem levar em conta tais estatísticas, que de certa forma limitam os resultados. Em um país como o Brasil, com mais de 180 milhões de habitantes<sup>10</sup> e que figura em várias estatísticas entre os que possuem maiores desigualdades sociais em todo o mundo, o acesso à tecnologia e a possibilidade de sua apropriação é fator preponderante, até porque boa parte das publicações cibernéticas estão sob controle de grandes corporações midiáticas convencionais. Podemos observar que a sociedade brasileira tem, relativamente, uma parte bastante pequena com acesso à internet e mesmo que uma parte maior tivesse acesso à *web*, nem por isso a sociedade seria mais justa, mais humana, mais igualitária, mais democrática, o que também depende de fatores humanos e políticos.

Os efeitos das novas tecnologias e os fluxos globais têm sido destacados por especialistas desde os anos 80. Vivenciamos, porém, um momento singular da cibercultura, em que já podemos afirmar, conforme destaca Lemos<sup>11</sup>, que a era da conexão não é necessariamente uma era da “comunicação”. Nesta perspectiva, o celular e o webjornalismo audiovisual podem ser vistos como formas de inclusão cultural ou

---

<sup>7</sup> <http://www.cetic.br/usuarios/ibope/tab02-01-2007.htm>

<sup>8</sup> Pesquisa divulgada em 2006, [www.ritla.net/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=59](http://www.ritla.net/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=59) -

<sup>9</sup> Idem.

<sup>10</sup> *Em 34 anos, a população brasileira praticamente dobrou em relação aos 90 milhões de habitantes da década de 1970 e, somente entre 2000 e 2004, aumentou em 10 milhões de pessoas.*

[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?idnoticia=207](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?idnoticia=207)

<sup>11</sup> LEMOS, 2004, p.8



não, isso significa que as novas tecnologias não garantem, necessariamente, a valorização do conhecimento e a partilha do saber.

## 2. Em busca de um jornalismo de qualidade

A rápida velocidade das novidades tecnológicas, associada ao culto da inovação, produz uma quantidade expressiva de informações, que não são absorvidas pelas sociedades complexas. E muitas dessas informações não são confiáveis ou guardam qualidade jornalística. O desenvolvimento das novas tecnologias não caminha, necessariamente, junto com a flexibilização das instituições e dos sistemas políticos e econômicos. Antes de um produto ser lançado para promover maior qualidade de informação e notícias mais contextualizadas, via de regra, são implantados para garantir bons negócios. No livro “A Cauda Longa” (Campos/Elsevier), o autor Chris Anderson<sup>12</sup> defende que a internet criou uma tendência para o futuro: vender uma menor quantidade de um número maior de itens. Afinal, a internet é o único veículo de comunicação que pode exercer todo o processo de compra, ou seja, age desde a capacitação do consumidor até a entrega do produto.

Entretanto, a segmentação e as novas tecnologias em si não asseguram, notícias mais contextualizadas, tampouco a criatividade estética e a pluralidade de interpretações. Maxwell McCombs<sup>13</sup> destaca, que há uma clara tendência de maior diversidade de produtos para diferentes nichos de audiência e interesse na web, mas o desenvolvimento do jornalismo, ou a sua sobrevivência como forma de conhecimento, não está centrada nas características técnicas, e sim nos conteúdos das informações disponibilizadas. McCombs afirma que a natureza da internet não impõe limitações de tempo e espaço, permitindo um alongamento da cauda, ou seja, maior diversidade de conteúdos e de fontes na elaboração das notícias para grupos diferenciados. E sugere, a partir da teoria do *agenda-setting*, que as questões apontadas pela mídia que pautam o cotidiano podem ser trabalhadas com novos atributos, ou seja, a partir de outras abordagens, até porque determinados “objetos” jornalísticos são, regularmente, tratados sob os mesmos pontos de vista. A busca de aspectos originais, criativos e diferenciados na apuração e na construção das notícias, incorporando outros elementos simbólicos que constituem as identidades - a diversidade das pequenas interações do cotidiano, pouco

---

<sup>12</sup> Entrevista à revista Época. <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,EDG75221-5856-433,00.html>

<sup>13</sup> Conferência de abertura do V Encontro Nacional dos pesquisadores em Jornalismo realizada na Universidade Federal de Sergipe em 15 de novembro de 2007.

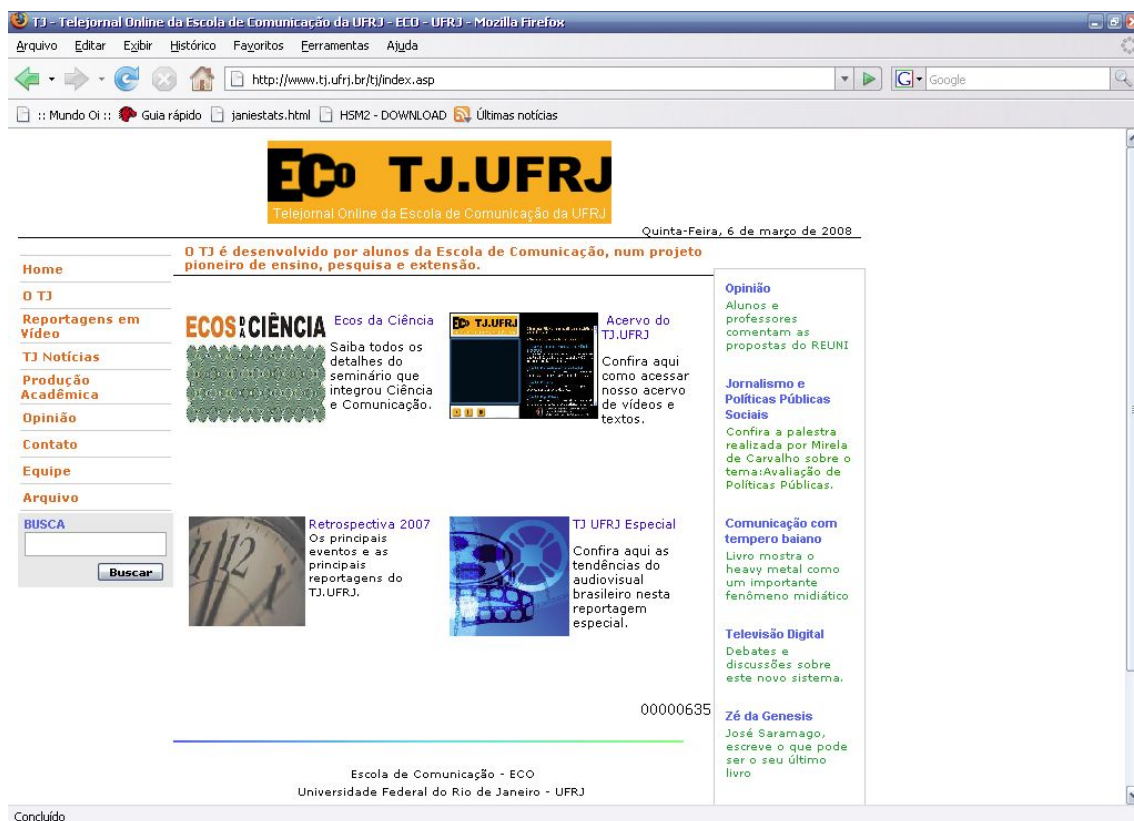


exploradas nos veículos tradicionais, sem dúvida, promoveriam um jornalismo mais contextualizado e de maior qualidade, e sob esta perspectiva, procuramos desenvolver as atividades do laboratório e do site TJUFRJ.

No entanto, a rede mundial de computadores que funciona, ao mesmo tempo, como fonte e veículo de comunicação, modificando a relação entre produção e recepção dos tradicionais veículos de comunicação, exige dos jornalistas uma ampla consciência de seu trabalho para evitar que o excesso de dados disponíveis não acabe gerando notícias redundantes e pouco apuradas, seguindo os comandos copiar e colar, até porque os profissionais das diversas áreas do jornalismo agora possuem novas atribuições. A busca da instantaneidade da publicação da notícia altera, por exemplo, o trabalho do repórter, que era responsável por apenas uma etapa dessa cadeia produtiva. Aquele que começa a trabalhar na *web* aprende que deverá começar a “enxugar” e hierarquizar as informações, selecionado qual das cinco perguntas do *lead* irá responder com prioridade, quando começa a construir a primeira notícia sobre um determinado fato, ainda que a matéria seja, posteriormente, atualizada, sofrendo ampliações, não raramente alterações, e seja linkada com assuntos correlatos. Em alguns casos, no entanto, o exagero da síntese tende a tornar o relato do acontecimento superficial. Os jornalistas trabalham na *web* como produtores de conteúdos multimídia, enfrentando vários, ao invés de um horário de fechamento, como estavam acostumados. A capacidade de selecionar e transformar informação em conhecimento é o principal desafio dos jornalistas que trabalham com tecnologia digital, aliás um desafio enfrentado também pelos internautas. Os profissionais precisam ser competentes na construção da notícia e no menor espaço de tempo possível, uma vez que entre os mega portais de notícias, trinta segundos fazem uma grande diferença. Os recursos que a internet propicia, porém, são ainda pouco explorados porque os sites investem prioritariamente na informação escrita, inclusive, na sua preservação. Ainda não se encontrou um modo de ampliar a cobertura e aproveitar todo o potencial da convergência na elaboração de novos conteúdos e informações audiovisuais complementares. E este é o nosso maior desafio, tentando compreender e contribuir para este processo.



### 3. TJUFRJ em close



O TJUFRJ é uma experiência de integração entre teoria e prática, assumindo o Jornalismo como instrumento de desenvolvimento social, discutindo os valores e os princípios éticos que regem a prática profissional do jornalismo e os efeitos das novas tecnologias na produção das notícias, interessada ainda em promover a utilização de discursos e narrativas midiáticas na distribuição de conhecimentos relativos à produção acadêmica e na divulgação do saber científico, valorizando o papel social da universidade. Investigamos se o Jornalismo é uma forma de conhecimento na contemporaneidade e os efeitos das novas tecnologias na produção dos conteúdos jornalísticos audiovisuais, buscando aplicar referências teóricas sistematizadas para a promoção de um jornalismo de qualidade.

Essa proposta de trabalho acadêmico está amparada pelas teorias do jornalismo e pelas pesquisas da Antropologia Visual e das Linguagens, mais precisamente pelos Estudos Culturais e da Semiologia dos Discursos Sociais, os quais propõem um caminho fértil para a investigação da produção e da recepção dos acontecimentos midiáticos, valorizando as interações e mediações simbólicas, na dinâmica negociação



de sentidos no campo da Comunicação, considerando o TJUFRJ como um produto da reflexão crítica e um vetor de socialização, associado ao projeto de pesquisa desenvolvido pela Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Beatriz Becker.

O laboratório TJUFRJ busca integrar teoria e prática na pesquisa e no ensino da Comunicação, lançando, a partir dos princípios do Jornalismo Público, uma nova perspectiva de tratamento da informação jornalística e aplicando esses conceitos no desenvolvimento de um *site* sobre a produção científica da UFRJ, caracterizado pelas possibilidades de acessar reportagens em vídeo sobre as notícias publicadas, de realizar transmissões ao vivo de palestras, aulas e debates, e ainda de funcionar como acervo audiovisual da produção acadêmica da ECO, descobrindo e legitimando a função social da universidade no país. Verificar a viabilidade de um exercício profissional no Jornalismo mais comprometido com a responsabilidade social e propor a apropriação da linguagem audiovisual na pesquisa e na divulgação de notícias sobre Ciência e Comunicação são, portanto, os principais objetivos do laboratório e do *site*, integrando a pesquisa ao ensino de graduação.

Uma bolsista PIBIC, nove bolsistas de Iniciação Artística e Cultural e alunos dos ciclos básico e profissionalizante, inscritos na disciplina TJUFRJ, participam do projeto em desenvolvimento, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Beatriz Becker, nas funções de produtores, repórteres, editores de texto e imagem, e redatores. Nas primeiras atividades desenvolvidas no laboratório buscamos outros modos de apropriação da linguagem audiovisual na elaboração de notícias para contar de um jeito diferente histórias, resultados e desafios das pesquisas acadêmicas, que resultaram na cobertura jornalística da Semana Nacional de Ciência e Tecnologia em 2006 e em 2007 e de outros eventos como Meio a Meios – I Semana de Jornalismo; Vide Vídeo; I Seminário de Economia da Televisão; Constituição do Comum; II Semana de Quadrinhos; IV Fórum Brasileiro de TV Digital; Editor em Ação; Interseção; Seminário de Assessoria de Comunicação; II Semana da Diversidade Sexual; e Semana Nacional de Comunicação Ambiental. Além disso, já realizamos as transmissões ao vivo de todas as palestras da disciplina Jornalismo de Políticas Públicas Sociais e do Colóquio de Comunicação e Ciência da UFRJ, o Ecos da Ciência.

Observamos, atualmente, a necessidade de repensar e realizar um novo recorte na nossa linha editorial, considerando que o investimento específico no campo da Comunicação como área temática nos proporcionará maior possibilidade de elaboração



de novos conteúdos e experiências de uso da linguagem audiovisual e multimidiática na produção das reportagens. No desenvolvimento do projeto, o apoio técnico de profissionais da Central de Produção Multimídia da Escola de Comunicação e do Núcleo de Computação Eletrônica tem sido fundamental. Um dos bolsistas de IAC do TJUFRRJ é, inclusive, aluno do NCE, parceria que já resultou na elaboração de um novo software para o projeto. Atualmente, o TJUFRRJ está implantando este novo sistema, o qual, ao conferir aos seus bolsistas autonomia total na publicação de materiais audiovisuais no *site*, proporciona ao TJUFRRJ maior comprometimento com o imediatismo e com a atualidade, características imprescindíveis a qualquer produto jornalístico, em especial aqueles direcionados para a internet. Cabe destacar, ainda, que um novo *layout* para a *homepage* do site está em processo de desenvolvimento, com o objetivo de valorizar elementos como a hipertextualidade e a interatividade, tão relevantes ao webjornalismo.

Enfim, o TJUFRRJ já demonstra que podemos promover ações integradas de ensino, pesquisa e extensão, que possam efetivamente colaborar para a formação dos nossos alunos e para uma integração maior da universidade com a sociedade.

#### **4. Primeiras lições**

Durante todo o processo de implantação e na atual fase de desenvolvimento do *site*, temos procurado questionar as possíveis diferenças entre os noticiários televisivos e os telejornais *online*, tanto das características narrativas, quanto das condições de produção e das suas funções sociais. E observamos se e como podemos produzir conteúdos jornalísticos de maior qualidade, com as novas tecnologias da comunicação. Sugerimos também a necessidade de estimular outras práticas e repensar a responsabilidade social do jornalista especialmente no contexto político brasileiro, até porque já sabemos que o conteúdo dos acontecimentos sociais e os seus efeitos não são inerentes aos próprios acontecimentos, mas dependem do tratamento que recebem pelos jornalistas, responsáveis pela formação da opinião pública.

O telejornalismo na *web* pode investir mais na compreensão do que na quantidade de informações, construindo narrativas mais analíticas, reflexivas e menos fragmentadas através de associações mais inventivas entre texto-imagem. A seleção de qualquer pauta e a produção de uma determinada notícia são resultantes de condições técnicas e de ações e decisões subjetivas, geralmente, partem de orientações do editor ou de recomendações de autoridades políticas ou da própria empresa, mas também são



resultantes do repertório simbólico e cultural de todos os profissionais envolvidos nas diferentes etapas de realização de um telejornal. As transformações dos fatos sociais em acontecimentos podem estar cada vez mais sustentadas por atitudes éticas e criativas, produzindo novos discursos e sentidos sobre a realidade social, os quais, por sua vez, também são resultantes de múltiplas negociações e leituras por parte dos telespectadores. O TJUFRJ é, portanto, uma tentativa de contribuir para a necessária construção de novas representações da universidade e das ciências, especialmente do campo da Comunicação e do jornalismo, através de notícias que possam multiplicar o acesso ao conhecimento.

O laboratório e o site TJUFRJ tem sido desenvolvido em quatro ações distintas: a revisão bibliográfica, objetivando a construção de textos sobre o valor do Jornalismo como serviço público de distribuição de valores e conhecimentos, apresentando desafios e apontando perspectivas para o exercício profissional do Jornalismo; a observação de programas televisivos e *sites* dedicados à produção científica que buscam utilizar a linguagem audiovisual de modo diferenciado associada ao desenvolvimento de novas metodologias de análise para o jornalismo audiovisual na *web*; a gravação, a edição e a publicação das notícias no *site*, atualizado de modo dinâmico, quase todos os dias, de modo descentralizado, em função da possibilidade técnica da ferramenta adotada e utilizada e a análise dos resultados obtidos, tanto na produção, quanto na reflexão crítica. A aquisição de livros para o desenvolvimento da pesquisa, a produção e a gravação das reportagens, assim como a construção do acervo audiovisual do TJUFRJ, e o aprimoramento das condições técnicas do laboratório, implicam em investimentos financeiros para adquirir material de consumo e para a compra de material permanente para a realização do trabalho. Enfrentamos ainda falta de recursos necessários para o aprimoramento do trabalho, que não tem impedido o seu desenvolvimento. Prova disso, são as pesquisas inscritas na Jornada de Iniciação Científica, as transmissões ao vivo de seminários e palestras e as coberturas de diferentes eventos da ECO-UFRJ, que já começamos a realizar.

## **5. Considerações finais**

Há ainda muitas experiências a serem realizadas no aproveitamento das novas tecnologias de informação, contaminadas pelo conceito de hibridização, conforme já nos referimos. O custo de produção e distribuição de conteúdos audiovisuais, no entanto, ainda limitam o investimento na elaboração de novas combinações entre texto e



imagem. E o acesso as notícias de vídeo, em comparação com aquelas apenas em formato texto, ainda dependem de conexões em banda larga e de investimentos financeiros, como já mencionamos, bem como de programas que rodem os formatos audiovisuais. Além disso, a exigência de rapidez e de instantaneidade impõem aos jornalistas e *webdesigners* o risco de repetir conteúdos e formatos, produzindo telas padrão e formas fechadas de apuração, atualização e diagramação na publicação de notícias.

O maior desafio do webjornalismo audiovisual é a possibilidade de compilar todas as informações em um sistema comum, de modo criativo, processando-as em velocidade e capacidades cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido, promovendo novas abordagens dos fatos sociais, durante o processo de transformação dos mesmos em notícias ou acontecimentos, e ampliando a participação dos internautas neste processo. O webjornalismo audiovisual ainda experimentam os primeiros passos em direção à uma gramática própria, que tende a ser consolidada, através da produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais especialmente produzidos para a *web*, da elaboração de novas formas de narrativa com recursos multimídia e de interatividade, que possam permitir o internauta entrar, navegar e percorrer um relato noticioso mais do que simplesmente acompanhá-lo de modo linear, e do desenvolvimento de ferramentas capazes de promover um relacionamento maior com os usuários, investindo, por exemplo, nos sistemas de programação *on demand*.

A proliferação dos grandes portais e o maior número de recursos que eles empregam a cada dia para atrair usuários, porém, é a prova de que esta é a mídia não mais do futuro, mas de um presente que começou há pouco mais de dez anos e cujos efeitos ainda não podem ser plenamente mensurados, embora os dados revelem estatísticas de crescimento significativo.

O desenvolvimento tecnológico e as experiências sociais já reivindicam outros tratamentos da informação noticiosa dedicada a um domínio de métodos que permitam aos usuários aprenderem a identificar e a selecionar informações necessárias, valorizando o jornalismo audiovisual como forma de conhecimento. Mas, ainda não sabemos se a ampliação do mercado televisivo brasileiro com a emergente TV digital poderá resultar num exercício profissional do jornalismo televisivo de maior qualidade, oferecendo novos olhares e percepções da realidade cotidiana.



A intensa preocupação com a lucratividade, a instantaneidade e a política, porém, tendem a limitar os conteúdos veiculados. Conforme explica Machado<sup>14</sup>, não devemos perder de vista a incorporação de sistemas descentralizados e a busca da diversidade e da pluralidade nas representações jornalísticas dos fatos, especialmente na *web*. E o desenvolvimento da internet tem relação com o próprio aproveitamento do audiovisual na rede mundial. Sem dúvida, trabalhar informações exclusivas, a apuração dos conteúdos e fontes distintas garante a qualidade da informação jornalística.

Herreros<sup>15</sup> sugere que os atuais critérios de noticiabilidade foram criados em época de demandas sociais e contextos históricos diferenciados e precisam ser atualizados, ou melhor, sintonizados com a contemporaneidade, revelando o esforço e a contribuição de todos para a vida social e o desenvolvimento de um país. Em busca da construção de referências teóricas para a promoção de um telejornalismo de qualidade, sistematizadas a partir de investigações e reflexões anteriores<sup>16</sup>, procuramos avançar nessa investigação e realizar uma releitura dos critérios de noticiabilidade, oferecendo subsídios para sabermos não apenas acessar, mas selecionar a avalanche de conteúdos que recebemos diariamente, tentando identificar quais produtos jornalísticos e/ou artísticos nos revelam novos e inusitados sentidos sobre a contemporaneidade.

Acreditamos que este trabalho é uma contribuição para refletirmos sobre o futuro do jornalismo audiovisual como forma de conhecimento, especialmente no mundo digital em expansão, considerando a sua estratégica função social. Cabe aos cursos de jornalismo anteciparem-se, tanto quanto possível, aos novos tempos, oferecendo maior acessibilidade às novas tecnologias e reflexões sobre os seus efeitos, possibilidade de uso e apropriação na atualidade. As melhores perspectivas de relação entre as novas tecnologias e o jornalismo no exercício profissional e acadêmico dependem da competência de planejar, apurar, redigir, publicar e ler as reportagens e a realidade social, utilizando a internet e a convergência midiática como ferramentas cotidianas para produção de conteúdos, operando e dominando as novas técnicas com o olhar crítico da contemporaneidade e promovendo maior interatividade, enfim mais conhecimentos. A formação dos futuros profissionais, a capacidade de saber pensar e fazer a notícia, de elaborar e cruzar conteúdos diversos, de saber construir e selecionar a

---

<sup>14</sup> MACHADO, 2003, p-126

<sup>15</sup> HERREROS, 2003, p.180

<sup>16</sup> BECKER, 2005, p.51-64



informação, talvez, nunca tenha sido tão essencial. O laboratório e o site TJUFRJ são uma iniciativa de realizar esta proposta.

Observamos ainda que a tecnologia não garante um jornalismo de qualidade e que as facilidades técnicas e a corrida contra o tempo podem comprometer a apuração dos fatos. Afinal, quantidade de informação não significa qualidade da informação. Já temos acesso à uma ampla gama de programas à disposição na *web*, sem quaisquer barreiras geográficas. Ainda enfrentamos, contudo, o desafio maior de lidar com essa variedade de opções de informação e entretenimento e sugerir novos modos de tratar a informação jornalística audiovisual. Precisamos repensar a função do jornalismo na contemporaneidade. A rapidez de transformação da tecnologia expande, de maneira expressiva, o campo de atuação dos jornalistas.

O TJUFRJ é uma tentativa de contribuir com esta investigação, pois a experiência do laboratório e do site comprova que é possível promover a construção de produtos jornalísticos mais criativos, contextualizados e diversificados a partir da interação entre conhecimentos teóricos e práticos. E, sem dúvida, a oportunidade de participar da equipe deste projeto tem proporcionado o crescimento e o amadurecimento de cada um dos bolsistas, não apenas acadêmica, mas também profissionalmente. Ou seja, o TJUFRJ, ao aliar atividades de ensino, pesquisa e extensão, tem a possibilidade de transformar seus colaboradores em jornalistas cientes da sua responsabilidade com a sociedade, o que representa apenas o primeiro, porém um dos mais importantes passos para a construção de um jornalismo de maior qualidade.

## 6. Referências Bibliográficas

- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2003.  
\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.2000b.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: Editora UNB, 2001.
- FERRARI, Pollyana. (org.) **Hipertexto Hipermídia, as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2006, 120p.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Ed., 1999.
- HERRERA, Susana; CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Um Guia de Observatório de Mídia na América Latina**, [www.midiaepolitica.unb.br](http://www.midiaepolitica.unb.br), 10/04/2007 (publicado originalmente na revista Anagramas N.9, 2º. Semestre/2006, Medellín, Colômbia)
- HERREROS, Mariano Cebrián. **Información Televisiva**. Madrid: Editorial Síntesis, 2003, 543p.



- LEMOS, André (org)., **Comunicaciones Móviles**, in Razón y Palabra. México: Octubre/Noviembre 2004. n°. 41  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n41/alemos.html>
- MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a Sério**. 3ª edição. São Paulo: Editora Senac, 2003, 244p.
- \_\_\_\_\_. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.
- MACHADO, Elias. **Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.
- MARTINS, Luiz. **Jornalismo público: o social como valor-notícia**. IN: 11º. COMPÓS, GT Políticas e Estratégias de Comunicação, org. PINTO, José Milton 2002, Fábrica de Livros- Senai, Rio de Janeiro, p.83-126.
- MORETZSOHN, Silvia. **Jornalismo em Tempo Real**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TVUERJ on-line**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal da Bahia, orient.: Prof.Dr.Elias Machado, 2005, 133p.
- PINTO, Milton José. **Semiologia e imagem**. In: BRAGA, José Luiz et al. (Org.). **A encenação dos sentidos; mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Compós, Diadorim, 1995, p. 141-157.
- PORTO, Mauro. **The principle of diversity in Journalism, Brazilian Journalism Research**. SBPJor, V.1, N.1, semester 1. Brasília: UNB, 2005, p.135- 153.
- RINCÓN, Omar. In: **Lutando por uma televisão melhor**. Entrevista a João Freire Filho, ECO - PÓS -publicação da pós-graduação em comunicação e cultura, v.7, n.1. Rio de Janeiro: E- papers Serviços Editoriais Ltda, 2004, p.113-125.
- THOMPSON, Robert J. **Television s Second Golden Age**. Syracuse University Press, 1991
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, vol.II**. Florianópolis/SC: Editora Insular, 2005, 213p.