

Juliana Fernandes Teixeira

**WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL UNIVERSITÁRIO NO
BRASIL:
UM ESTUDO DOS CASOS TV UVA, TV UERJ E TJ UFRJ
(2001 – 2010)**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento parcial às exigências para obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Elias Machado

Florianópolis
Agosto de 2011

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária
da
Universidade Federal de Santa Catarina

T266w Teixeira, Juliana Fernandes

Webjornalismo audiovisual universitário no Brasil
[dissertação] : um estudo dos casos TV UVA, TV UERJ e TJ UFRJ
(2001-2010) / Juliana Fernandes Teixeira ; orientador, Elias Machado. -
Florianópolis, SC, 2011.
465 p.: il., grafs.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina,
Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-Graduação em
Jornalismo.

Inclui referências e apêndices

1. Jornalismo - Recursos audiovisuais. 2. Jornais eletrônicos -
Estudo e ensino. I. Machado, Elias. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III. Título.

CDU 07.01

Juliana Fernandes Teixeira

**WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL UNIVERSITÁRIO
NO BRASIL: UM ESTUDO DOS CASOS TV UVA, TV UERJ E TJ
UFRJ (2001 – 2010)**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo e aprovada pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 26 de agosto de 2011

Prof^a. Dr^a. Gislene Silva
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca Examinadora:

Prof. Elias Machado
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a. Cárilda Emerim
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Marcos Palacios
Universidade Federal da Bahia

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Elias Machado, por me ensinar que é preciso e como é possível tirar o máximo e o melhor de cada oportunidade e desafio, tornando esta uma das mais importantes – senão a mais importante – experiência da minha trajetória pessoal e acadêmica.

À UFSC, por oferecer um ambiente de estudo acolhedor e bem-estruturado, além de um corpo docente que muito contribuiu para a minha formação.

À CAPES, pela bolsa de estudo, que viabilizou a minha vinda para o Posjor e permitiu a dedicação exclusiva ao Mestrado.

Ao ex-coordenador do Posjor Prof. Eduardo Meditsch, à atual coordenadora Profª. Gislene Silva e à TAE Glória Amaral, pelo auxílio e paciência com minhas constantes dúvidas, em especial sobre as questões administrativas.

Aos colegas de Mestrado, por compartilharem as angústias e gratificações desse percurso, sobretudo à Flávia Dourado, amiga que levo para a vida.

Aos integrantes do grupo de pesquisa LAPJOR, pelos produtivos encontros e debates, principalmente aqueles com quem tive longas e divertidas conversas: Diego Kerber, Ben-Hur Correia, Mariana Kasper, Felipe Machado, Gian Kojikovski, Mariana Rosa, Cristiano Anunciação, Géssica da Silva e Joana Tavares.

Às equipes dos estudos de caso dessa pesquisa (TV UVA, TV UERJ e TJ UFRJ), pela receptividade e colaboração, em especial aos coordenadores Mônica Miranda, Antônio Brasil e Beatriz Becker, sempre pacientes com meus constantes questionamentos.

Aos amigos-irmãos Edino Pitta e André Cabral, pelo apoio que tornou esses dois anos longe de casa mais felizes.

Ao querido Joelmir Ribeiro, por me provar que “para estar junto não é preciso estar perto e sim do lado de dentro”.

À amada Janice Teixeira, por ser mais que uma irmã: minha melhor amiga, em seu sentido mais profundo e pleno.

À minha mãe, Jussara Maria Teixeira, pelo carinho, pela dedicação e pela paciência de ouvir todas as noites minhas preocupações, lamentos e alegrias.

Ao meu pai, João Roberto Teixeira, por ser esse grande homem, me servindo de referência e exemplo de honestidade, superação e força.

RESUMO

A dissertação consiste no estudo dos modos de uso e apropriação do webjornalismo audiovisual por três universidades do Rio de Janeiro, através da análise das características, potencialidades e limitações dos casos da TV UVA, da TV UERJ e do TJ UFRJ. O objetivo da pesquisa foi verificar se e em que medida as produções de webjornalismo audiovisual universitário podem estimular inovações e aproveitar as tecnologias digitais para produzir um jornalismo diferenciado, valorizando o espaço acadêmico como um lugar de lançamento de novas possibilidades de mediação de saberes sobre a realidade social. A metodologia empregada foi a desenvolvida pelo GJOL-UFBA, que combina procedimentos quantitativos e qualitativos, bem como pesquisa de campo. Com base nos resultados alcançados, confirmamos a hipótese de que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário – através de experimentações nos gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais, de inovações no processo de produção jornalística, e da formação de profissionais com novas competências – possuem potenciais e limites na construção de produtos jornalísticos audiovisuais mais contextualizados, criativos e plurais no ciberespaço. Concluímos que o webjornalismo audiovisual realizado nas universidades se constitui num território experimental diferenciado de apropriação das tecnologias digitais, estimulando e promovendo a produção de um jornalismo audiovisual inovador na Internet.

Palavras-chave: Webjornalismo audiovisual. Webtvs universitárias. Gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais. Produção webjornalística audiovisual. Ensino de webjornalismo audiovisual.

ABSTRACT

This thesis examines the way three universities in Rio de Janeiro use and appropriate audiovisual web journalism by analyzing the features, potentials and limitations of TV UVA, TV UERJ and TJ UFRJ. This research sought to verify how academic audiovisual web journalism productions can stimulate innovations and take advantage of digital technologies to produce a different journalism, recognizing the value of the university as a place to launch new possibilities of mediation of knowledge about the social reality. The methodology applied was developed by GJOL-UFBA, which combines quantitative and qualitative procedures, as well as field research. Based on the results achieved, we confirm the hypothesis that the experiences of academic audiovisual web journalism – through experiments in the audiovisual journalistic genres and formats, innovations in the process of journalistic production and professional training aiming to develop new skills – have potential and limits in the process of creating audiovisual journalistic products more contextualized, creative and plural in the cyberspace. We conclude that the audiovisual web journalism done in the universities is an experimental field of appropriation of the digital technologies, stimulating and promoting the production of an innovative audiovisual journalism on the internet.

Keywords: Audiovisual web journalism. Academic WebTVs. Audiovisual journalistic genres and formats. Audiovisual web journalistic production. Teaching of audiovisual web journalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Página principal da TV UVA no dia 28 de agosto de 2010	40
Figura 2 – Página principal da TV UERJ no dia 30 de agosto de 2010	41
Figura 3 – Página principal do TJ UFRJ no dia 27 de agosto de 2010	42

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porcentagem de integrantes que afirmaram haver interferência da reitoria da Universidade ou da diretoria da Faculdade nos conteúdos produzidos	57
Gráfico 2 – Produção de conteúdos referentes à própria Universidade	61
Gráfico 3 – Porcentagens de conteúdos sem edição de imagens	109
Gráfico 4 – Uso da edição nos formatos empregados dentro dos programas da TV UERJ	111
Gráfico 5 – Porcentagens de conteúdos sem edição, factuais e internos	114
Gráfico 6 – TV UVA: Formatos marcados nos questionários	119
Gráfico 7 – TV UVA: Formatos dos programas	120
Gráfico 8 – TV UVA: Formatos dentro dos programas	120
Gráfico 9 – TV UERJ: Formatos marcados nos questionários	122
Gráfico 10 – TV UERJ: Formatos dos programas	122
Gráfico 11 – TV UERJ: Formatos dentro dos programas	123
Gráfico 12 – TJ UFRJ: Formatos marcados nos questionários	124
Gráfico 13 – TJ UFRJ: Formatos	124
Gráfico 14 – Configuração das equipes de webjornalismo audiovisual universitário	151
Gráfico 15 – Qual a principal diferença entre o jornalismo universitário e o praticado nos meios tradicionais?	154
Gráfico 16 – O projeto é focado em algum tema específico?	167
Gráfico 17 – Numa escala de 1 a 6 (6 o mais importante, 1 o menos), numere de onde você costuma retirar pautas.	177
Gráfico 18 – Na maioria dos casos, como você se comunica com suas fontes?	178
Gráfico 19 – Quantas fontes você costuma ouvir antes de produzir um vídeo?	185
Gráfico 20 – Você tem contato direto com as ferramentas de processamento e armazenamento de vídeos?	216
Gráfico 21 – Qual (is) função (ões) desempenha no processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário?	302

Gráfico 22 – Você domina as linguagens de edição de vídeo?	307
Gráfico 23 – Em caso negativo, tem interesse em aprender as linguagens de edição de vídeo?	307
Gráfico 24 – Você domina as linguagens de programação?	308
Gráfico 25 – Em caso negativo, tem interesse em aprender as linguagens de programação?	308
Gráfico 26 – Formação profissional dos membros da equipe	312

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	21
1. O webjornalismo audiovisual no ambiente acadêmico	23
2. Objetivos	26
2.1. Objetivo geral	26
2.2. Objetivos específicos	26
3. Hipótese	26
4. Metodologia	29
4.1. Referencial teórico	29
4.2. Procedimentos	31
5. Casos estudados	38
5.1. TV UVA	40
5.2. TV UERJ On-line	41
5.3. TJ UFRJ	42
6. Estrutura da dissertação	43
CAPÍTULO UM: O webjornalismo audiovisual universitário	47
1.1. Um conceito de webjornalismo audiovisual universitário	47
1.2. Precisando o conceito	56
1.3. Tipos de webjornalismo audiovisual universitário	63
1.3.1. <i>Webtv</i> universitária: o caso da TV UVA	64
1.3.2. Televisão universitária on-line: o exemplo da TV UERJ	69
1.3.3. Webjornal audiovisual universitário: a experiência do TJ UFRJ.....	73
1.4. Fases do webjornalismo audiovisual universitário	80
CAPÍTULO DOIS: Gêneros e formatos do webjornalismo audiovisual universitário	87
2.1. A importância dos gêneros e formatos jornalísticos na contemporaneidade	88
2.2. A hibridização dos gêneros e formatos	89

2.2.1. Uma mescla com o educativo e o ficcional	92
2.2.2. Os formatos híbridos	96
2.2.2.1. Reportagens especiais	96
2.2.2.2. O apresentador-repórter e o repórter-comentarista	100
2.2.2.3. Bastidores ou <i>making of</i>	105
2.3. A relação entre os formatos com ou sem edição, os conteúdos atemporais ou factuais e as informações externas ou internas à universidade	106
2.4. Algumas particularidades da compreensão dos gêneros e formatos	117
2.5. Ainda em busca de uma gramática própria	127

CAPÍTULO TRÊS: O processo de produção webjornalística audiovisual universitária 129

3.1. A relação entre as tecnologias digitais e novos processos produtivos	130
3.2. O jornalismo enquanto produção processual	132
3.3. Um novo produto, o mesmo processo?	138
3.4. Possibilidades e limitações para mudanças no processo de produção webjornalística audiovisual universitária	143

CAPÍTULO QUATRO: A apuração no webjornalismo audiovisual universitário 159

4.1. A apuração no contexto digital	159
4.2. Definição das pautas: o foco nas temáticas educativas e/ou universitárias	162
4.2.1. Três modelos de identificação e aprovação das pautas	168
4.3. Procedimentos de apuração: a convivência do modelo tradicional com o modelo baseado em recursos <i>web</i>	172
4.4. A diversidade de fontes: um potencial não concretizado	179

CAPÍTULO CINCO: A produção no webjornalismo audiovisual universitário 189

5.1. A produção enquanto um trabalho em equipe	189
5.2. O aproveitamento das tecnologias digitais para o trabalho em equipe	194
5.3. Três modelos de gestão da produção	198
5.4. O hibridismo entre equipamentos analógicos e digitais	205
5.5. Um diferencial: o livre acesso dos estudantes aos equipamentos de gravação, edição e circulação dos vídeos	213

CAPÍTULO SEIS: A edição no webjornalismo audiovisual universitário 217

6.1. A complexificação da edição diante das tecnologias digitais	217
6.2. Dois métodos de edição	224
6.3. Uma constante: o uso da edição não linear	227
6.4. A preponderância dos recursos de edição não linear nos conteúdos atemporais	231
6.4.1. No uso das trilhas sonoras	234
6.4.2. Na inserção de efeitos e recursos gráficos na imagem	235
6.4.3. Vinhetas e créditos enquanto exceções	242

CAPÍTULO SETE: A circulação no webjornalismo audiovisual universitário 247

7.1. A circulação no ciberespaço	248
7.2. Memória: a importância dos arquivos	250
7.2.1. Tipos de sistemas de arquivamento	253
7.2.2. Formas de controle de acessos	260
7.3. Instantaneidade: um potencial relegado a segundo plano	263
7.4. Interatividade: utilizada, mas não efetivada	267
7.5. Hipertextualidade: uma exploração primária	277

CAPÍTULO OITO: O perfil dos profissionais do webjornalismo audiovisual universitário	285
8.1. A função do jornalista: mudanças sim, extinção não	285
8.2. O ensino como fundamento para a formação	287
8.2.1. Modelos de professor	290
8.2.2. A inserção nos currículos dos cursos de jornalismo	293
8.3. Tipos de participação dos funcionários	297
8.4. As funções desempenhadas pelos estudantes	300
8.4.1. A manutenção de algumas das funções tradicionais	301
8.4.2. Novas competências e exigências profissionais	303
8.4.2.1. Ser um jornalista multifacetado	304
8.4.2.2. Trabalhar em equipes interdisciplinares	311
8.4.2.3. Pensar a prática jornalística	314
8.4.2.4. Inovar para se diferenciar	321
CONCLUSÕES	327
1. Desdobramentos possíveis	334
REFERÊNCIAS	349
APÊNDICES E ANEXOS	387
APÊNDICE 1 – Protocolo para o estudo de caso	387
APÊNDICE 2 – Modelo de questionário	397
APÊNDICE 3 – Modelos de entrevistas	403
APÊNDICE 4 – Entrevista com Mônica Miranda, diretora da TV UVA	407
APÊNDICE 5 – Entrevista com Fábio Mário Iório, coordenador interino da TV UERJ	415
APÊNDICE 6 – Entrevista com Antônio Brasil, ex-coordenador da TV UERJ	419
APÊNDICE 7 – Entrevista com Beatriz Becker, coordenadora do TJ UFRJ	427

APÊNDICE 8 – Trabalhos publicados e/ou apresentados sobre as experiências de webjornalismo audiovisual universitário e/ou pelos seus integrantes	435
ANEXO 1 – Grade do Curso de Comunicação Social da UVA	439
ANEXO 2 – Grade do Curso de Comunicação Social da UERJ	445
ANEXO 3 – Grade do Curso de Comunicação Social da UFRJ	449
ANEXO 4 – Descrição dos laboratórios relacionados às experiências de webjornalismo audiovisual universitário	459
ANEXO 5 – Projeto elaborado pelos alunos da TV UERJ	463

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea vivencia as transformações das tecnologias da informação e da comunicação, que têm como elemento central os potenciais oferecidos pelo computador (CASTELLS, 1999, pp.49-57). Com a introdução das tecnologias digitais, sobretudo da Internet, é possível uma combinação sem precedentes entre as ideias de descentralização, flexibilidade, expressão individualizada e comunicação global e horizontal (CASTELLS, 2003, pp.7-8; PICCININ, 2007, p.14). As possibilidades apresentadas pelo ciberespaço estão modificando as práticas de sociabilidade, as formas de percepção da mente humana, e a relação dos indivíduos com o espaço urbano e com as condições econômicas, políticas, institucionais e culturais. Essa conjuntura tem gerado, ainda, alterações nas experiências e representações das realidades sociais; bem como criado novas formas de socialização e uma nova lógica de operação, produção e recepção das informações, sobretudo as jornalísticas (LEMOS, 2004, p.1, p.10, p.18; CASTELLS, 2003, p.225; BOCZKOWSKI, 2004, p.1; PETICCA, 2005, pp.5-6, p.9; JENKINS, 2008, p.41; SAAD, 2003, p.286; PAVLIK, 2008, pp.76-77; PERALTA, 2005, p.30; MASIP, 2008, p.13). Segundo Herrerros (2003, p.19), essas transformações exigem a adequação dos conteúdos jornalísticos às novas capacidades técnicas e expressivas do meio digital, assim como a integração da teoria e da técnica com a prática e a experimentação.

Nesse contexto, torna-se cada vez mais relevante o emprego pelos jornalistas das potencialidades da convergência – que propõe a integração das linguagens dos meios anteriores ao advento da *web* na produção de conteúdos, misturando a profundidade da imprensa, a simultaneidade do rádio e a imagem da televisão (VIVAR; GUADALUPE, 2005, pp.26-27); da interatividade – através da qual os internautas ultrapassam a relativa passividade diante dos meios de comunicação tradicionais, deixando de ser meros receptores de informação e tornando-se mais ativos (ALVES, 2006, pp.95-96), ainda que nem sempre completamente, no processo de comunicação ao descobrir, explorar e percorrer caminhos temáticos de acordo com seu tempo e necessidade (PRYOR, 2002, p.7); e da multimidialidade – que permite oferecer informações através da integração dos três grandes sistemas de signos (sons, imagens e letras) ou códigos (sonoro, icônico e linguístico) (ALBORNOZ, 2007, p.26; REZENDE, 2000, p.38), os

quais, em acordo com Santaella (2007, p.95), apesar de sempre terem estado em interação, têm sofrido um processo de hibridização cada vez mais profundo e intenso na contemporaneidade.

Na medida em que a Internet é o suporte multimídia por excelência (LÓPEZ, 2006, p.x), vivenciamos, hoje, um processo de audiovisualização das informações, em especial das jornalísticas. Herreros (2003, p.269) ressalta que a expressão audiovisual adquiriu ainda mais complexidade ao se enriquecer de maneira permanente com as contribuições da inovação técnica. E é por isso que o audiovisual está, atualmente, presente em múltiplos meios e em cada um deles incorpora características peculiares ao se adaptar aos condicionamentos técnicos e aos modos de consumo.

O que não quer dizer que a linguagem escrita será extinta, e sim que a compreensão dos fatos e a percepção do mundo estão cada vez mais contextualizadas pela manipulação e pela edição de alta velocidade do audiovisual (DEUZE, 2004, p.147; PERALTA, 2005, p.16, p.30). Essa nova realidade multimidiática tem estimulado a emergência de novos produtos jornalísticos audiovisuais no ciberespaço, os quais não são caracterizados pela simples soma das tecnologias da televisão e da Internet, mas possuem um caráter híbrido (CAPPARELLI; RAMOS; SANTOS, 2000, p.57), demandando novas linguagens, formatos, gêneros, estruturas de produção e profissionais, adequados às características multimídia da *web* (ALVES, 2006, pp.101-102; PERALTA, 2005, p.31, p.74; SOSTER, 2009, p.20, p.156, p.173).

A Internet apresenta, portanto, novos desafios ao jornalismo contemporâneo, que precisa percorrer um caminho de experimentação, inovação e redefinição dos produtos jornalísticos que conhecemos até hoje. As experimentações já realizadas permitem afirmar que se dão passos para criar uma nova forma de fazer jornalismo baseada nas ferramentas atuais e nas características do meio digital (LÓPEZ; OTERO, 2006, p.11). Alsina (2009, p.54) sustenta que essa busca de cada meio pela própria identidade, particularidade e especificidade de funções é imprescindível, já que permite que cada um estabeleça o diferencial dos seus conteúdos e meios de expressão. O desafio do jornalismo futuro, desse modo, não é apenas tecnológico, mas está principalmente nos conteúdos e nos mercados baseados nos conteúdos para o meio digital (HERREROS, 2003, p.68; LÓPEZ, 2006, p.xv). Ou seja, para o aproveitamento das potencialidades da era digital, é preciso aplicar as possibilidades técnicas à produção das informações

jornalísticas objetivando a construção de um webjornalismo audiovisual de maior qualidade¹ (RUSCH, 2010). Conforme sugere Meditsch (2006, p.9), diante dessas exigências, é preciso estar preparado e tal preparação passa pela formação na universidade, a qual pode integrar teoria e prática no ensino do jornalismo.

1. O webjornalismo audiovisual no ambiente acadêmico

Hoje, as experiências de webjornalismo audiovisual universitário apresentam-se como tentativas de promover a integração entre teoria e prática na produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais diferenciados no ciberespaço, indo no sentido contrário de alguns programas de ensino de jornalismo, que ao buscar uma adaptação ao novo ambiente midiático, acabam se concentrando nas técnicas de produção em vez de focar nas habilidades conceituais do processo jornalístico (DEUZE, 2004, p.144). Machado (E., 2007, p.11) propõe que as iniciativas de ensino do jornalismo na Internet, justamente por dispor das tecnologias digitais, devem buscar se constituir enquanto espaços para práticas inovadoras de apropriação da informação e ativadoras de processos de mudanças estruturais profundas no webjornalismo. É nesse sentido que o desafio do ensino contemporâneo de jornalismo é dotar os novos profissionais de conhecimentos teóricos e práticos ligados àquelas que são as características fundamentais do jornalismo na *web* (CANAVILHAS, 2006, p.117). Afinal, no mercado de trabalho atual, exige-se não apenas que os jornalistas tenham múltiplas competências na apropriação das tecnologias (QUINN, 2005, pp.190-191), mas sobretudo que sejam capazes de compreender e pensar o meio digital como um todo, de se expressar de modo audiovisual, e de

¹ Reconhecemos que não existe consenso sobre o conceito de qualidade e que nem sempre esse é utilizado no mesmo sentido por todos, em especial quando nos referimos ao jornalismo audiovisual (MACHADO, 2001, p.13). A qualidade é um conceito de difícil definição porque envolve um conjunto de valores a partir dos quais a qualidade é avaliada; valores que são, muitas vezes, difíceis de ser mensurados (BORGES; REIA-BAPTISTA, 2008, p.13; BECKER, 2009, pp.103-104). No campo jornalístico, ainda se constitui como um conceito abstrato e impreciso, o que decorre das constantes divergências teóricas sobre a relação do jornalismo com a sociedade, assim como do fato de que a discussão da qualidade é mais frequente nos manuais de redação das organizações do que no meio acadêmico, fazendo com que o tema não venha sendo abordado com a ênfase necessária nos estudos de jornalismo (BENEDETI, 2009, pp.9-10). Apesar dessas dificuldades, muitos esforços têm sido feitos na definição de estratégias, objetivos e critérios que servem, em determinada medida, como parâmetros a partir dos quais a qualidade pode ser problematizada. Nessa dissertação, nos basearemos sobretudo nas concepções de Machado (2001), Herreros (2003), Becker (2005-2009), Borges e Reia-Baptista (2008) e Benedeti (2009) para empregarmos o termo “qualidade”.

oferecer respostas sociais, políticas, culturais, econômicas e profissionais às questões que se apresentam (DEUZE, 2004, p.144; HERREROS, 2003, pp.25-26; SOUSA, 2004, p.7; GUTSCHE JR., 2011, pp.63-64, pp.67-68, p.74).

As iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário também estão inseridas na ideia defendida por Fidalgo (2001, p.4) de que talvez a melhor maneira de formar jornalistas para a era digital seja utilizar desde logo a *web* na sua formação. Atualmente, as novas tecnologias digitais podem ser utilizadas de duas diferentes maneiras por professores e estudantes: como ferramentas auxiliares no processo de ensino-aprendizagem e como fator constitutivo do próprio ambiente de ensino-aprendizagem. Diante das potencialidades do ciberespaço, o importante é que as experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual busquem se inserir no segundo tipo de uso, na medida em que a adoção de uma estrutura de ensino-aprendizagem centrada na capacidade de reflexão e produção orientada dos alunos permite e estimula a compreensão de que a tecnologia não é um simples meio e tampouco um fim em si mesma (MACHADO, E., 2007, p.12). Soma-se a esse panorama o fato de que o emprego da Internet por essas iniciativas universitárias, além de viabilizar que a produção jornalística audiovisual produzida pela universidade seja difundida para um público mais amplo e diferente do das emissoras educativas e comerciais (CALLIGARO, 2009, p.17), possui custos considerados pequenos se comparados às produções telejornalísticas (AFFINI; BURINI, 2009, pp.13-14).

Há, ainda, outras diferenças do webjornalismo audiovisual universitário com relação ao telejornalismo tradicional, afinal a demanda por novas formas de narrar histórias na Internet exige a superação de determinadas formas narrativas aceitas pelo jornalismo convencional (TUCHMANN, 1978, p.106)²: busca por fontes alternativas e autônomas de saber, levando em consideração a diversidade cultural e a abertura para outros sujeitos culturais na fundamentação das reportagens; orientação por pautas pluralistas; as reportagens factuais cedem espaço para as de análise; não possuem como principal objetivo a conquista de mercado e de audiência

² Em acordo com Fidalgo (2001, pp.7-8), o mais importante, entretanto, é não adotar posições radicais, já que para fazer o novo jornalismo possibilitado pela Internet, é preciso conhecer e dominar princípios, regras e práticas do velho jornalismo. Ou seja, a experimentação deve coexistir com as formas narrativas clássicas.

(MAZZIOTTI, 2002, p.213; BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.35-38; BRINATI; GUIMARÃES, 2009, pp.8-9), embora a busca por espectadores seja inerente a qualquer produção jornalística; e contribuição com a formação cultural, política e intelectual permanente da sociedade, através da oferta de informações jornalísticas diferenciadas e da leitura crítica das imagens (HERREROS, 2003, p.181; RINCÓN, 2002, pp.30-31).

Verifica-se, portanto, o potencial das experiências webjornalísticas audiovisuais universitárias para produzir um jornalismo audiovisual específico para o ciberespaço, onde é preciso, cada vez mais, redefinir conceitos (AFFINI; BURINI, 2009, p.2), elaborar novas estruturas e plataformas de pesquisa acadêmica (SPIGEL, 2009, p.149) e promover renovações constantes de acordo com as alterações do contexto digital (PASE, 2008, p.244). Segundo Canavilhas (2006, p.118), o Ensino Superior tem um papel fundamental no desenvolvimento de uma linguagem jornalística própria para a *web*, podendo oferecer contribuições em dois níveis: promovendo a investigação no sentido de se encontrar uma linguagem cada vez mais específica para este novo meio e desenvolvendo modelos de financiamento que permitam viabilizar a informação na *web*. Pode-se afirmar que, assim como Machado (2001, pp.12-13) acredita que a televisão é e será aquilo que produtores, consumidores, críticos e formadores fizerem dela, o webjornalismo audiovisual também desenvolverá suas capacidades e especificidades a partir do uso que os diferentes atores sociais fizerem dessa nova linguagem, em especial os pesquisadores e educadores, já que se trata de um meio em fase de consolidação.

Nessa dissertação, investigaremos se as iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário podem se constituir como um território adequado a esses propósitos, apresentando possibilidades de construção de novos formatos e conteúdos audiovisuais na Internet, capazes de proporcionar outras percepções da realidade social cotidiana nos relatos das informações e de integrar sociedade e universidade através do conhecimento (PORCELLO, 2002, pp.48-49). Desse modo, a pesquisa buscará investigar se e como esses territórios experimentais de apropriação das novas tecnologias podem inovar através dos formatos e gêneros jornalísticos audiovisuais e da formação de profissionais com competências e habilidades diferenciadas (BARDOEL; DEUZE, 2001, p.6, p.10, p.15; SODRÉ, 2008, pp.86-87), valorizando o espaço

acadêmico como um lugar de reflexão e de lançamento de novas possibilidades de mediação de saberes sobre a realidade social. Esperamos que os resultados alcançados ofereçam novas perspectivas para a produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais mais contextualizados na Internet, os quais, segundo Pavlik (2001, p.217; 2008, pp.283-284), devem incorporar não apenas as capacidades multimídia, mas também as qualidades convergentes e interativas da comunicação on-line.

2. Objetivos

2.1. Objetivo geral

Apontar os potenciais e as limitações do webjornalismo audiovisual universitário, e refletir sobre a sua importância para a promoção de um jornalismo audiovisual inovador no ciberespaço e para o desenvolvimento de novas possibilidades de apropriação das tecnologias de comunicação no processo de produção da informação jornalística.

2.2. Objetivos específicos

- a) Conceituar o webjornalismo audiovisual universitário, que se constitui como um objeto ainda pouco explorado nos estudos acadêmicos do campo de jornalismo.
- b) Identificar os gêneros e formatos empregados no webjornalismo audiovisual praticado na contemporaneidade, em especial pelas universidades.
- c) Refletir sobre o processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário, através da análise de suas quatro diferentes etapas: apuração, produção, edição e circulação.
- d) Investigar o perfil e as funções dos profissionais envolvidos na produção jornalística audiovisual universitária para o ciberespaço.

3. Hipótese

Na contemporaneidade, a veiculação de conteúdos nos meios digitais, em especial na *web*, implica no estabelecimento de uma estrutura narrativa diferenciada, que aproveite as especificidades da Internet no ato da produção (AFFINI; BURINI, 2009, p.4), avançando em direção a novos modos de expressão, a estruturas formais inovadoras

e ao emprego racional dos recursos multimídia, de tal maneira que se dê lugar a um produto pensado e gerado exclusivamente para o ciberespaço (URETA, 2007, p.47; VIVAR; GUADALUPE, 2005, p.21). Afinal, conforme já mencionado, no novo ambiente comunicacional gerado pela *web*, cada meio deve procurar sua própria identidade, particularidade e especificidade de funções e conteúdos (ALSINA, 2009, p.54).

Essa necessidade torna-se ainda mais relevante se considerarmos que, embora as tecnologias de comunicação criem novos produtos, mercados e consumidores, conduzindo o jornalismo para uma nova direção, elas não possuem um valor intrínseco (VILLADA, 2006, p.112, p.115). Pavlik (2001, p.204) defende que a Internet não possui um valor predeterminado, pois a sua importância depende amplamente de como as pessoas se apropriam dela. Ou seja, o mais importante para a sociedade contemporânea é a inovação nas formas de apropriação das tecnologias, garantindo um uso adequado e criativo dos novos instrumentos e ferramentas, os quais devem estimular o desenvolvimento de novas capacidades e competências não só nos profissionais do jornalismo, como também nos receptores de suas mensagens (VILLADA, 2006, p.134; BOCZKOWSKI, 2004, p.2).

É partindo desses pressupostos que a hipótese dessa dissertação é que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário – através de experimentações nos gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais, de inovações no processo de produção jornalística, e da formação de profissionais com novas competências – possuem potencialidades e limitações na construção de produtos jornalísticos audiovisuais mais contextualizados, criativos e plurais no ciberespaço (CALLIGARO, 2009, p.2; RAMALHO, 2005, p.33). Em outras palavras: a hipótese é que o webjornalismo audiovisual universitário pode se constituir num território experimental diferenciado de apropriação das novas tecnologias, estimulando e promovendo a produção de um jornalismo audiovisual inovador na Internet, e valorizando, portanto, o espaço acadêmico como um lugar de reflexão e de lançamento de novas possibilidades de mediação e socialização de conhecimentos sobre a realidade, uma das principais missões da universidade (MAGALHÃES, 2009; RINCÓN, 2002, pp.30-31).

A partir da análise preliminar realizada sobre o jornalismo audiovisual praticado pela TV UVA, pela TV UERJ e pelo TJ UFRJ, foi possível verificar que, hoje, o mais comum é que os novos gêneros e formatos jornalísticos empregados por essas experiências acadêmicas

sejam elaborados com base na combinação dos tradicionais, isto é, que sejam baseados na hibridização e na evolução dos gêneros existentes através da utilização das potencialidades oferecidas pelo meio digital (SHEPHERD; WATTERS, 1998, p.3; GORDILLO, 2009, p.14).

É provável também que o processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário seja diferente do adotado pelas mídias tradicionais por dois principais motivos. Em primeiro lugar, por geralmente as experiências acadêmicas abordarem os fatos a partir de perspectivas distintas ou até mesmo por tratarem de temas diferentes, devido à sua função social de veicular conteúdos que informem, formem e eduquem os cidadãos (AZAMBUJA, 2008, p.6). Em segundo lugar, se antes as diferentes etapas produtivas eram desenvolvidas com base em procedimentos técnicos separados, a digitalização, mesmo que não elimine, pelo menos atenua as fronteiras e barreiras, contribuindo para alterar a apuração, a produção, a edição e a circulação dos conteúdos jornalísticos (LÓPEZ; OTERO, 2006, p.39; PICCININ, 2007, p.43; MASIP, 2008, p.27; SOSTER, 2009, pp.13-14).

Diante dessas mudanças nos produtos e processos de produção jornalísticos audiovisuais, há também uma transformação no perfil dos profissionais do campo. Hoje, as novas tecnologias de comunicação têm contribuído para modificar a função e o *status* dos produtores das notícias (FIDLER, 1997, p.2; BARDOEL; DEUZE, 2001, pp.6-7), exigindo práticas renovadas e mais eficazes nas diferentes etapas de produção das informações (URETA, 2007, p.42; BOCZKOWSKI, 2004, p.187). É preciso cada vez mais adotar um perfil profissional diferenciado que incorpore o conhecimento das novas tecnologias e técnicas digitais (QUINN, 2005, pp.190-191) e que esteja ciente das novas condições do exercício da profissão³ (CIRNE; FERNANDES; PÔRTO, 2009, p.105). Até porque, na cadeia de valor da informação contemporânea, mais do que a tecnologia, são os profissionais que farão

³ O jornalista da era digital, além da sua função tradicional de mediador, intérprete e gestor dos fatos sociais (LÓPEZ, 2006, p.xi), adquire outras responsabilidades, como contextualizar os acontecimentos, oferecer notícias ao mesmo tempo curtas e completas, marcar os sentidos e a relevância dos fatos para o internauta, e conectar as organizações jornalísticas às instituições, personagens e processos que elas cobrem (PAVLIK, 2001, pp.218-219; FIDLER, 1997, pp.264-265; PETICCA, 2005, pp.91-92). Essa produção diferenciada de conteúdos exige mais competências dos novos jornalistas, bem como uma integração entre profissionais de áreas distintas, como informática, design e comunicação (FERRAZ, 2009, p.41; AFFINI; BURINI, 2009, p.5). Outro diferencial da prática jornalística na contemporaneidade é o acesso que os jornalistas têm às informações e documentos oficiais, o que fortalece esses profissionais diante de seus entrevistados e da sociedade (KOCH, 1991, p.xxiii).

a diferença (VILLADA, 2006, p.190). É possível que, através da integração entre teoria e prática no ensino do webjornalismo audiovisual, as experiências acadêmicas formem profissionais com um perfil diferenciado e adequado à atuação nos novos meios digitais.

4. Metodologia

Para identificar as características do webjornalismo audiovisual universitário, é necessário buscar uma metodologia de análise apropriada e adequada. Afinal, a metodologia garante o rigor científico, e a apresentação clara e objetiva das estratégias metodológicas de uma pesquisa é fundamental, pois um projeto de qualidade não tem valor se não é compreendido da forma devida para posterior aplicação dos resultados, tanto nos sistemas produtivos, quanto no desenvolvimento de estudos acadêmicos (MELO, 2007, pp.15-16).

4.1. Referencial teórico

A pesquisa está amparada pelas teorias do jornalismo, especialmente pelo modelo construtivista do *newsmaking*, que se constitui numa ferramenta teórica importante para a compreensão das articulações, conexões e relações entre a organização do trabalho dos jornalistas e os processos de produção e construção das notícias (TUCHMANN, 1978, p.2; ROSHCO, 1975; SCHUDSON, 1978; VIZEU, 2007, p.223; SODRÉ, 2009, pp.25-26), inclusive na *web*; e pelos estudos da comunicação sobre os efeitos das novas tecnologias na contemporaneidade e sobre a linguagem audiovisual, os quais oferecem um caminho para a investigação das dinâmicas negociações de sentidos no campo do jornalismo em sintonia com a Linha de Pesquisa “Processos e Produtos Jornalísticos” do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC. Nesse percurso, adotamos referências diversas, nos apropriando de conhecimentos de campos distintos, em especial do jornalismo, para uma melhor compreensão das características narrativas e de produção do webjornalismo audiovisual universitário.

As reflexões sobre as relações entre mídia e novas tecnologias nas mediações das experiências sociais na contemporaneidade foram amparadas pelas contribuições de Anthony Smith (1980), Manuel Castells (1999-2003), Lev Manovich (2001), Vicente Gosciola (2003), Briggs e Burke (2004), Henry Jenkins (2008) e Muniz Sodré (2008-2009). As teorias do jornalismo contribuíram para identificar as

especificidades do campo. Nesse sentido, utilizamos os trabalhos de Genro Filho (1987), Eduardo Meditsch (1997), Nelson Traquina (2005-2008) e José Marques de Melo (2007) e, mais especificamente sobre o *newsmaking*, revisamos a literatura produzida por Bernard Roshco (1975), Gaye Tuchmann (1978), Michael Schudson (1978), Herbert Gans (2004), Alfredo Vizeu (2007), Chris Paterson e David Domingo (2008) e Miquel Alsina (2009).

A definição dos conceitos de webjornalismo audiovisual e de seus diferentes tipos, assim como a compreensão dos processos contemporâneos de convergência, interatividade e multimídia no jornalismo digital, foram fundamentadas em trabalhos nacionais e internacionais. No âmbito internacional, podemos destacar os estudos empreendidos por Tom Koch (1991), Roger Fidler (1997), John Pavlik (2001-2008), Bardoel e Deuze (2001), Larry Pryor (2002), Noci e Salaverría (2003), James Stovall (2004), Stephen Quinn (2005), Ramon Salaverría (2005), Vivar e Guadalupe (2005), Xosé López (2006), João Canavilhas (2006-2009), Luis Albornoz (2007) e Pere Masip (2008). No cenário brasileiro, destacam-se os trabalhos de Elias Machado (2000-2003-2006), Marcos Palacios (2002), Beth Saad (2003), Luciana Mielniczuk (2003), Leila Nogueira (2005), Beatriz Ribas (2005), José Afonso da Silva Junior (2006), Suzana Barbosa (2007) e Carla Schwingel (2008).

Para investigar as especificidades da linguagem audiovisual, nos baseamos nas contribuições de Walter Sampaio (1971), David Weaver (1983), Sebastião Squirra (1993a), Jeremy Tunstall (1993), Michel Chion (1994), Keirstead e Keirstead (1999), Guilherme Rezende (2000-2010), Arlindo Machado (2001-2007-2009), Barbeiro e Lima (2002), Sergio Mattos (2002), Antônio Brasil (2002), Brasil e Arnt (2002), Cébrian Herreros (2003), Beatriz Becker (2004-2005-2009), Philip Keirstead (2005), Alfredo Vizeu (2005), Miquel Peralta (2005), Vera Íris Paternostro (2006), Josep Micó (2006-2007), Brittos e Bolaño (2007), Fernando Crocomo (2007), Fabiana Piccinin (2007), Yvana Fechine (2008) e Vizeu, Porcello e Coutinho (2010).

Os conceitos de produção audiovisual universitária foram estudados especialmente a partir da literatura produzida por Omar Rincón (2002), Flávio Porcello (2002), Cláudio Magalhães (2002-2003-2009), Gabriel Priolli (2004-2007), Alzimar Ramalho (2005-2010), Donesca Calligaro (2009) e Thaisa Bacco (2010). Utilizamos, ainda, os trabalhos de Eduardo Meditsch (1999-2006), Antônio Fidalgo (2001-

2007), Jorge Pedro Sousa (2004), Machado e Palacios (2007a), Joseph Pulitzer (2009), Machado e Teixeira (2010), e Franklin e Mensing (2011) para compreender as particularidades do ensino do jornalismo.

As definições sobre gêneros e formatos jornalísticos basearam-se nos estudos de Carl Warren (1975), José Marques de Melo (1985), Mikhail Bakhtin (1997), Shepherd e Watters (1998), Guilherme Rezende (2000-2010), Nora Mazziotti (2002), Cébrian Herreros (2003), Aronchi de Souza (2004), Marcuschi e Xavier (2004), Josep Micó (2006-2007), Duarte e Castro (2007), Lorenzo Gomis (2008), Patrick Charaudeau (2009), Immaculada Gordillo (2009), Lia Seixas (2009) e Marques de Melo e Assis (2010). E para empregar os conceitos de inovação e de qualidade no webjornalismo audiovisual universitário utilizamos principalmente os trabalhos de Nonaka e Takeuchi (1997), Arlindo Machado (2001), Álvaro Vieira Pinto (2005), Beatriz Becker (2005-2009), Borges e Reia-Baptista (2008), Carina Benedeti (2009) e Carlos Franciscato (2010).

4.2. Procedimentos

Consideramos que uma das estratégias metodológicas mais adequadas para realizar a reflexão aqui proposta sobre as perspectivas de uso e apropriação das novas tecnologias na *web*, investigando especificamente os potenciais e as limitações do webjornalismo audiovisual universitário, é a desenvolvida e adotada pelo Grupo de Jornalismo On-line da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (GJOL), que realiza pesquisas desde o início de 1995. Os pesquisadores do GJOL adotam um modelo de metodologia híbrida, que emprega procedimentos de pesquisa qualitativa e quantitativa⁴ de forma complementar dentro de um processo contínuo de investigação dos conceitos do jornalismo produzido no ciberespaço (MACHADO; PALACIOS, 2007b, p.200). A escolha da metodologia do GJOL também ocorreu em função deste projeto estar associado a um grupo de pesquisa – o Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (LAPJOR) – coordenado pelo professor Elias Machado, orientador deste trabalho.

⁴ A pesquisa quantitativa é rigorosa, sistemática e objetiva. Centrada na análise de dados numéricos, utiliza procedimentos estatísticos para o contraste das hipóteses. Já a investigação qualitativa, embora se constitua também como uma análise sistemática, não está interessada no controle e na manipulação das variáveis, mas em estudar a experiência subjetiva e completa dos textos e indivíduos (IGARTÚA, 2006, pp.92-93).

Segundo Machado e Palacios (2007b, p.201), o jornalismo se constitui de um processo composto por quatro etapas, consideradas parâmetros fundamentais para a elaboração de modelos de produção de conteúdos em sociedades complexas: apuração, produção, circulação e consumo de informações. Pretendemos, nessa dissertação, estudar de que forma as três primeiras fases se desenvolvem no webjornalismo audiovisual universitário e investigar em que medida essas experiências acadêmicas podem oferecer inovações para todo o processo jornalístico. Para isso, percorreremos as três etapas propostas pela metodologia adotada pelo GJOL:

1) Revisão bibliográfica, acompanhada de análise preliminar dos veículos de comunicação relacionados ao objeto de estudo. Esta primeira fase pretende mapear o campo para a escolha adequada das organizações jornalísticas que serão posteriormente analisadas⁵. Cabe ressaltar que a representatividade deste mapeamento será diretamente influenciada pela qualidade da bibliografia revisada. Até porque, o conhecimento científico, por ser acumulativo, precisa se apoiar em trabalhos desenvolvidos por investigações anteriores (IGARTÚA, 2006, p.79). Desse modo, a revisão bibliográfica deve buscar teorias e metodologias já produzidas em relação ao problema que a pesquisa propõe, não apenas para delimitar da forma mais adequada o tema, mas também para desenvolvê-lo longe de uma perspectiva do senso comum e evitar que esforços sejam empreendidos em problemas cuja solução já tenha sido encontrada (STUMPF, 2009, p.52). Além disso, o levantamento bibliográfico favorece a argumentação sobre a relevância do trabalho, já que permite corroborar que este ainda não foi feito, atribuindo um grau mais elevado de originalidade à pesquisa e reforçando os motivos pelos quais ela deve ser realizada (SANTAELLA, 2001, pp.154-155, p.159). A bibliografia revisada durante essa pesquisa foi sistematizada por meio de fichamentos, nos quais, além de registrar com exatidão as referências bibliográficas do

⁵ A realização de diferentes análises do objeto de estudo é essencial durante o desenvolvimento de qualquer pesquisa. Isso porque todo projeto é passível de alteração e revisão durante os diversos estágios da investigação. Mas, cabe explicitar que essa flexibilidade diz respeito à seleção de casos diferentes daqueles inicialmente identificados, e não à alteração do propósito ou dos objetivos do estudo para se adaptar aos casos que foram encontrados (MATSUUCHI DUARTE, 2009, p.228). Assim, as análises devem ter como objetivo avaliar os instrumentos e procedimentos metodológicos propostos, e a partir das informações obtidas, permitirem ao pesquisador realizar os ajustes necessários para resolver eventuais problemas (IGARTÚA, 2006, p.87).

texto, buscamos identificar, transcrever e comentar elementos relevantes com relação ao tema da dissertação (STUMPF, 2009, p.60).

2) Delimitação do objeto de estudo, com definição das hipóteses de trabalho e dos estudos de caso com pesquisa de campo nas organizações selecionadas. Esta etapa é a mais relevante no que diz respeito ao potencial dos futuros resultados e tem dois objetivos específicos e complementares entre si: identificar hipóteses importantes para a compreensão do objeto de estudo e investigar regularidades e/ou descontinuidades para a elaboração de novas hipóteses. Entre os critérios básicos para a definição dos objetos de estudo de caso estão a originalidade, a representatividade e a diversidade.

3) Elaboração de categorias de análise⁶, processamento do material coletado e definição conceitual sobre as especificidades dos objetos estudados. Os conceitos e as categorias de análise são duas formas de abstração imprescindíveis no processo de produção de conhecimento, a fim de definir e descrever realidades e objetos. É o processamento dos dados coletados, com base na interpretação e na reconstrução realizada pelo pesquisador, que permite a apresentação dos conceitos através de um diálogo diferenciado com a realidade. Por isso, também, no desenvolvimento dessa dissertação, buscamos oferecer uma atenção especial à redação dos resultados alcançados, uma vez que é nesse momento que o pesquisador articula os conceitos e reflete sobre as informações obtidas, avançando na estruturação consistente do trabalho (DUARTE, 2009, p.63, p.78).

É importante destacar, ainda, que os estudos de caso são compreendidos pelos pesquisadores do GJOL como um processo de combinação de metodologias, com o objetivo principal de ampliar a descrição, a explicação e a compreensão do objeto. Em outras palavras: embora os estudos de caso sejam a estratégia adequada para quando se colocam questões do tipo “como” e “por que”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os acontecimentos e/ou quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real, essa metodologia pode se basear em provas, ao mesmo tempo, quantitativas e qualitativas (YIN, 2005, p.19, p.34). Por isso, os

⁶ As categorias são estruturas analíticas elaboradas pelo pesquisador a fim de organizar as informações a partir da separação e da classificação do objeto de estudo em temas autônomos, mas inter-relacionados. Conforme sugere Duarte (2009, p.78), “analisar implica separar o todo em partes e examinar a natureza, funções e relações de cada uma”.

estudos de caso podem ser aplicados na ilustração⁷ de argumentos, na demonstração da validade ou na refutação de hipóteses propostas pelo próprio pesquisador ou por outros trabalhos (MACHADO; PALACIOS, 2007b, p.206).

Um estudo de caso tem, pelo menos, duas fontes de evidências: a observação direta dos acontecimentos que estão sendo estudados e as entrevistas com as pessoas neles envolvidas (YIN, 2005, p.26). Como observação direta, compreendemos a visita realizada ao local da investigação, com o objetivo de fornecer dados adicionais sobre o tema em análise (MATSUUCHI DUARTE, 2009, p.230). Nas três experiências webjornalísticas audiovisuais universitárias estudadas, as visitas ocorreram no mês de outubro de 2010: na TV UVA, entre os dias 18 e 22; na TV UERJ, de 25 a 29; e no TJ UFRJ, entre os dias 1º e 7. Cabe destacar que alguns dos depoimentos mencionados nessa dissertação foram obtidos não pelas entrevistas, mas por conversas diárias informais com os integrantes das equipes, o que reforça a importância dessas visitas para o avanço, especialmente, em questões mais delicadas e, por conseguinte, de difícil apreensão em situações mais formais (MACHADO, 2000, p.51).

A entrevista, por sua vez, é uma técnica que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de maneira estruturada. A intenção central é recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte. Esse tipo de procedimento metodológico permite explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos, compreender o passado e apontar perspectivas (DUARTE, 2009, p.63).

⁷ É partindo do pressuposto de que o estudo de caso deve servir como ilustração de argumentos, que, nessa dissertação, apresentamos os resultados obtidos espalhados pelos diversos capítulos. Ou seja, não dedicamos um capítulo específico para a análise dos dados coletados nas análises e no trabalho de campo dos estudos de caso. Em vez disso, as estatísticas e descrições foram empregadas somente quando necessárias para fundamentar e/ou ilustrar as discussões conceituais desenvolvidas na dissertação; apenas com o objetivo de evidenciar dados relevantes para os argumentos teóricos da pesquisa. Desse modo, cada capítulo, ainda que inserido em um conjunto articulado, constitui uma unidade autônoma e apresenta a oportunidade de fazer abordagens teóricas específicas ilustradas com exemplos da TV UVA, da TV UERJ e do TJ UFRJ (MACHADO, 2000, p.12, pp.46-47).

Adotamos nessa pesquisa sobre o webjornalismo audiovisual universitário a entrevista semiaberta, com professores⁸, alunos e técnicos envolvidos nos projetos acadêmicos que tomamos como objetos de estudo. A entrevista semiaberta é um modelo de entrevista em profundidade, que se baseia em um roteiro de questões-guia, as quais atendem ao interesse da pesquisa e são apresentadas ao entrevistado de forma aberta. Desse modo, é possível conciliar a flexibilidade da questão com o controle do roteiro. Embora a temática, a ordem e a profundidade das perguntas sejam determinadas pelo pesquisador, o entrevistado tem um papel fundamental, pois o andamento da entrevista vai depender dos seus conhecimento e disposição para falar sobre o assunto. Segundo Duarte (2009, p.66), em geral, as entrevistas semiabertas devem possuir entre quatro e sete questões, tratadas individualmente como perguntas abertas. Isso porque o roteiro deve apresentar poucas questões, mas suficientemente amplas para serem discutidas em profundidade sem que haja interferências entre elas ou redundâncias. As entrevistas realizadas para essa pesquisa tiveram pouco mais que sete perguntas, mas não passaram, em nenhum dos casos, das dez questões.

Aplicamos, ainda, questionários aos professores, alunos e técnicos envolvidos na produção webjornalística audiovisual das iniciativas acadêmicas estudadas, a fim de que pudéssemos recolher informações sobre o perfil de cada um dos entrevistados, assim como dados mais quantitativos referentes a determinados aspectos da dissertação. Os modelos de entrevistas e questionários que utilizamos durante essa pesquisa são apresentados como apêndices. Em acordo com Machado (2000, p.51), essa triangulação metodológica na pesquisa de campo – observação direta, combinada com as informações obtidas nas entrevistas e nos questionários – é uma importante iniciativa no sentido de reduzir a fragilidade de cada procedimento, que pode ser compensada pelos demais.

Vale mencionar que esses procedimentos metodológicos foram adotados a fim de garantir a fidedignidade, a credibilidade, a confirmabilidade e a fidelidade dos resultados do estudo (YIN, 2005, p.55; MATSUUCHI DUARTE, 2009, p.226), essenciais à qualquer

⁸ Em apêndice, disponibilizamos a íntegra das entrevistas com a diretora da TV UVA Mônica Miranda, com os coordenadores da TV UERJ Antônio Brasil e Fábio Mário Iório, e com a coordenadora do TJ UFRJ Beatriz Becker. As demais entrevistas não são disponibilizadas na íntegra, porém os trechos mais relevantes dentro da proposta dessa dissertação são apresentados ao longo dos capítulos.

pesquisa e ainda mais imprescindíveis à aqui proposta, na medida em que a autora esteve vinculada a um dos objetos de estudo, o TJ UFRJ, entre 2007 e 2009. Nesse sentido, Yin (2005, p.55-56) propõe quatro testes, que devem ser aplicados ao longo de toda a realização do estudo de caso: 1) a validade de constructo, a qual se refere ao estabelecimento de medidas operacionais corretas para os conceitos sob estudo, o que requer, por exemplo, a utilização de fontes de evidência diversas; 2) a validade interna, mais relacionada aos estudos explanatórios ou causais, é o resultado de estratégias que objetivam eliminar a ambiguidade e a contradição e do estabelecimento de sólidas conexões entre os dados; 3) a validade externa, a qual estabelece o domínio em que as conclusões de determinada pesquisa podem ser generalizadas, podendo ser obtidas na replicação do estudo; e 4) a confiabilidade, que se refere à demonstração de que as operações de um estudo podem ser repetidas, apresentando os mesmos resultados, ou seja, nesse caso, a ênfase está em se fazer o mesmo estudo de caso novamente e não em replicar os resultados em outros estudos, o que exige tornar todas as etapas do processo operacionais.

Para deixar essas questões ainda mais claras com relação à pesquisa proposta, apresentamos, como apêndice, o protocolo do estudo de caso utilizado, em que são descritos os procedimentos e as regras gerais seguidas no uso dos instrumentos metodológicos. O protocolo é considerado por Yin (2005, pp.92-94) e por Matsuuchi Duarte (2009, p.229) uma das principais táticas para aumentar a confiabilidade da pesquisa, uma vez que orienta o pesquisador, oferecendo uma visão geral do tema analisado, sistematizando os procedimentos da coleta de dados, apresentando questões específicas do estudo de caso e antecipando possíveis problemas que podem ocorrer no desenvolvimento da pesquisa.

É verdade que diversas adaptações no roteiro inicialmente previsto foram necessárias em função da dinâmica de funcionamento de cada estudo de caso – tais como alterações na ordem de aplicação dos questionários e de realização das entrevistas de acordo com os dias em que cada integrante da equipe comparecia ao projeto e ampliação no número de pessoas entrevistadas (estipulado para dez) por causa de relatos interessantes que determinados entrevistados poderiam agregar à pesquisa. O principal exemplo disso está na TV UERJ, em que foi preciso entrevistar dois “coordenadores”: o prof. Antônio Brasil, responsável pelo projeto desde o seu início até o primeiro semestre de

2010, e ainda o mais indicado para falar sobre o mesmo; e o prof. Fábio Mário Iório, atual coordenador interino, que não se considerou apto a responder determinadas questões sobre a TV UERJ. Realizamos, portanto, 13⁹ entrevistas na TV UVA; 15¹⁰, na TV UERJ; e dez¹¹, no TJ UFRJ. Já os questionários foram aplicados a 27 integrantes da TV UVA, 15¹² da TV UERJ e dez do TJ UFRJ. Isso, entretanto, não caracteriza um erro, um desequilíbrio ou um ponto negativo da pesquisa, na medida em que representa uma flexibilidade e, por conseguinte, uma adaptação saudável à dinâmica encontrada nas diferentes experiências acadêmicas. Afinal, uma pesquisa não deve buscar “encaixar” a realidade em seus objetivos e procedimentos iniciais, mas deve adequar seus parâmetros à realidade que se apresenta e procurar constatar a sua dinâmica de funcionamento.

Sob a perspectiva do GJOL, todos os procedimentos de pesquisa de campo apontados até aqui funcionam para o teste *in loco* das hipóteses de trabalho e para a investigação de informações complementares sobre os veículos escolhidos como estudos de caso (MACHADO; PALACIOS, 2007b, p.205). Conforme sugere Melo (2007, p.14), a adoção dos princípios do GJOL representa uma iniciativa

⁹ Com a diretora Mônica Miranda; os funcionários Anderson Barreto, Sandro Barreto, Lúcio Cardoso e Alberto Ramiro Guimarães; e com os alunos Eric Maciel Araújo, Kessy Dias, Vitor Granja Nascimento, Juliana Xavier, Valéria Lobato, Eduardo Lima, Joyce Brum e Alexandre Ponce.

¹⁰ Com os coordenadores Antônio Brasil e Fábio Mário Iório; com o funcionário Robson Carlos de Souza; com o ex-funcionário Fábio Penna; com os alunos Mariana de Oliveira, Jéssica Mendonça, Roberta Marins, João Vitor Figueira, Rômulo Herzer, Bárbara Vianna, Andressa Cabral, Luana Correa (em parceria com o Observatório da Imprensa) e Yuri Franco Rodrigues (em sua última semana na equipe); e com os ex-estagiários Arthur Prado e Ludmila Curi.

¹¹ Com a coordenadora Beatriz Becker; com os funcionários Sérgio Brenner, Moacir Urbano Lima e Nelson de Santi; com as bolsistas Patrícia Oliveira Rodrigues Valle, Fernanda Braune, Alyne Bittencourt, Lara Mateus e Alyssa Gomes; e a ex-bolsista Lidiane Queiroz. As estudantes do Laboratório do TJ UFRJ não foram entrevistadas, nem responderam aos questionários por não fazerem parte da equipe regular de produção do webjornal audiovisual. De qualquer forma, destacamos o nome de cada uma delas, visto que algumas são mencionadas ao longo da dissertação: Amanda Duarte Millan Avila, Janine Figueiredo Souza Justen, Elisa Ferreira de Carvalho Patrício, Rebeca Gehren Moreira de Almeida, Fernanda Novaes Cruz e Nathalia Aldeia Teixeira.

¹² Não aplicamos os questionários aos ex-integrantes da equipe, mas apenas aos alunos e funcionários que participavam diretamente da produção da TV UERJ no período da pesquisa de campo.

essencial no sentido de diminuir o distanciamento entre a teoria e a prática e de evidenciar que a pesquisa acadêmica tem a capacidade de se propagar e produzir resultados para o aperfeiçoamento do ensino e para oferecer perspectivas de desenvolvimento social, princípios que devem ser intrínsecos ao webjornalismo audiovisual universitário (RINCÓN, 2002, pp.30-31).

Com base sobretudo na teoria do *newsmaking* e na metodologia do GJOL, foi realizada uma pesquisa do webjornalismo audiovisual universitário, através de três experiências acadêmicas do Rio de Janeiro: a TV UERJ, a TV UVA e o TJ UFRJ. Buscamos identificar o modo como são apurados, produzidos, editados e distribuídos os conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários e o potencial dessas iniciativas acadêmicas para a produção de gêneros e formatos jornalísticos inovadores. Um dos principais objetivos, conforme mencionado anteriormente, é observar, com maior clareza e precisão, como as inovações tecnológicas podem favorecer ou limitar a construção de notícias, em especial as audiovisuais, mais contextualizadas.

5. Casos estudados

No decorrer de toda essa pesquisa, realizamos análises pontuais das experiências de webjornalismo audiovisual universitário contemporâneas. Em outubro de 2009, conforme será detalhado no primeiro capítulo dessa dissertação, definimos a TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ como nossos estudos de caso, a partir de distintos critérios, tais como: a produção de conteúdos audiovisuais especificamente para a Internet e não uma simples cópia dos vídeos veiculados na TV da instituição de ensino superior; a disponibilização dos vídeos como o principal produto jornalístico do *site*; não se constituir enquanto uma propaganda institucional; a busca pela inovação nos processos e produtos jornalísticos; a divulgação de conhecimentos da universidade como um todo, e não somente as atividades de um curso em específico; e não focar na divulgação de trabalhos e atividades curriculares dos estudantes.

Nas semanas entre 1º e 7 de março, e entre 27 de agosto e 3 de setembro de 2010, observamos sistematicamente – todos os dias, pelo menos três horas por dia, numa média de seis horas por dia –, em acordo com alguns dos aspectos propostos por Herreros (2003) e Coutinho

(2009, p.341, p.343), características como a duração, a temática, a periodicidade e o formato dos conteúdos jornalísticos; a forma de apresentação dos vídeos nos *sites*; os recursos de edição empregados nos materiais audiovisuais; e as possibilidades de interatividade, hipertextualidade e memória das três experiências universitárias que se constituem como estudos de caso dessa pesquisa. Também realizamos uma breve análise (com base nos parâmetros estabelecidos pelo protocolo do estudo de caso) das três iniciativas no dia 15 de agosto de 2010, buscando identificar como ocorria a produção webjornalística audiovisual universitária nos períodos de recesso (férias).

Nesses períodos sistemáticos de análise, sempre eram coletadas “capturas de telas” (*print-screen*) dos *sites*, não apenas para servir de ilustração, mas principalmente para que pudéssemos ter algum tipo de registro do material analisado, uma vez que na Internet as publicações são efêmeras e muitas acabam “se perdendo”. A amostragem dos vídeos analisados compreende os materiais audiovisuais da página principal das experiências de webjornalismo audiovisual universitário e/ou os dois vídeos mais recentes disponibilizados em cada editoria ou em cada programa jornalístico dos três estudos de caso. Empregamos o termo “e/ou” pois cada iniciativa acadêmica se estrutura de uma maneira. Buscamos, portanto, tomar como base simultaneamente essas duas situações, a fim de, na medida do possível, criar um equilíbrio na amostragem. Esse objetivo não foi alcançado se considerarmos os números absolutos de vídeos analisados: 21 na TV UVA; 17 na TV UERJ¹³; e 38 no TJ UFRJ. Mas é possível afirmar que essa estratégia, ao menos, aproximou os números, os quais poderiam ser muito mais discrepantes se levarmos em conta, por exemplo, que uma única página do TJ UFRJ disponibiliza *links* para diversos vídeos, o que não ocorre na TV UVA.

A seguir, apresentamos uma breve descrição dos três casos estudados por essa pesquisa, assim como as suas páginas principais.

¹³ No caso da TV UERJ, também incluímos na análise os vídeos inseridos na página do *Youtube*, uma vez que essa experiência acadêmica estava passando por problemas técnicos na atualização de sua *homepage*, mas estava publicando regularmente os conteúdos audiovisuais produzidos no *Youtube*. Dos 17 vídeos da amostragem, nove são das páginas próprias da TV UERJ e oito são da página do *Youtube*.

5.1. TV UVA¹⁴

Figura 1 – Página principal da TV UVA no dia 28 de agosto de 2010.



Fonte: <http://www.uva.br/tvuva/>.

A TV UVA, fundada em 11 de agosto de 2008, é a *webtv* mantida pelo Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Veiga de Almeida, uma instituição de ensino superior privada. Os repórteres, apresentadores e produtores das reportagens, em geral, são alunos de Comunicação Social (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), que se revezam nessas funções desde o primeiro período, depois de participarem de um treinamento no qual recebem instruções básicas. Além disso, há estagiários de edição e de *webdesign*. Essa estrutura evidencia o objetivo dessa *webtv* universitária, apresentado na seção “A TV UVA”, de formar profissionais com novas competências diante do novo cenário digital e convergente, “transformando talentos em bytes”. A TV UVA também conta com a participação e apoio de uma equipe de nove profissionais de Comunicação, entre editores, *webmasters*, iluminadores, cinegrafistas e coordenadores administrativos e de produção, que auxiliam, direta ou indiretamente, em todo o processo de produção da *webtv*.

¹⁴ <http://www.uva.br/tvuva/>

5.2. TV UERJ On-line¹⁵

Figura 2 – Página principal da TV UERJ no dia 30 de agosto de 2010.



Fonte: <http://www.tvuerj.uerj.br/>.

A TV UERJ On-line é vinculada à Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Tendo entrado no ar às 19 horas do dia 14 de maio de 2001, se tornou a primeira experiência de webjornalismo audiovisual universitário do Brasil. A equipe responsável pela TV UERJ On-line é formada por alunos, entre bolsistas e voluntários, dos cursos de Jornalismo e de Relações Públicas, que se revezam nas diferentes funções da produção jornalística, ou seja, todos os estudantes são responsáveis pela escolha das pautas e pela construção dos conteúdos e da programação. Os únicos alunos que possuem uma distinção dos demais são os editores-chefe de cada programa. Há, também, sempre um aluno do projeto (geralmente o mais experiente da equipe) que estagia no Observatório da Imprensa, através de uma parceria. A equipe da TV UERJ é coordenada pelo corpo docente da Universidade e conta com o apoio de um funcionário (jornalista) da instituição. Com essa estrutura, segundo a apresentação institucional da TV UERJ, objetiva-se não apenas ensinar os modelos já estabelecidos para a produção jornalística audiovisual no mercado, como também incentivar e possibilitar a prática da criatividade e da experimentação.

¹⁵ <http://www.tvuerj.uerj.br/>

5.3. TJ UFRJ¹⁶

Figura 3 – Página principal do TJ UFRJ no dia 27 de agosto de 2010.



Fonte: <http://www.tj.ufrj.br/>.

O TJ UFRJ – o telejornal on-line da Escola de Comunicação da UFRJ (ECO) surgiu a partir do aprimoramento do projeto TJ ECO, desenvolvido por um grupo de alunos da Escola desde 2001. Em 2004, o projeto foi reconhecido pela Universidade e inserido na grade curricular como disciplina laboratorial da habilitação de Jornalismo. Hoje, a equipe regular do TJ UFRJ é formada por cinco alunos – um bolsista PIBIC e quatro bolsistas de Iniciação Artística e Cultural –, que contam com a colaboração de estudantes do 2º e 3º períodos da ECO-UFRJ inscritos no Laboratório TJ UFRJ oferecido ao Ciclo Básico (Comunicação Social). Quatro técnicos oferecem suporte ao projeto: três deles, dois cinegrafistas e um editor de imagem, dão apoio às atividades propostas aos estudantes do Ciclo Básico inscritos na disciplina laboratorial e passam instruções, quando necessário, aos bolsistas. O quarto técnico, especialista em rede, auxilia na solução de problemas referentes ao uso de computadores e de acesso à Internet no *campus* da Praia Vermelha. Todas as coberturas realizadas pelo TJ UFRJ são produzidas pelos próprios bolsistas sem apoio dos técnicos, com exceção das transmissões diretas feitas em parceria com a Central de Produção Multimídia – CPM. O TJ UFRJ também conta com o apoio do

¹⁶ <http://www.tj.ufrj.br/>

Núcleo de Computação Eletrônica da UFRJ (NCE) e das Pró-reitorias de Graduação e de Extensão.

6. Estrutura da dissertação

Essa dissertação pretende analisar o webjornalismo audiovisual universitário, a partir tanto dos seus produtos, quanto do seu processo de produção¹⁷. Machado (2001, p.16, p.19) afirma que, hoje, são poucos os pesquisadores que concentram seus esforços no conjunto dos trabalhos audiovisuais que cada meio efetivamente produz e aos quais os espectadores efetivamente assistem. A maior parte dos estudos aborda a estrutura genérica do meio, o que exclui a pesquisa apropriada sobre os produtos jornalísticos audiovisuais. São recorrentes também os trabalhos que aplicam critérios de valoração aleatórios aos conteúdos dos veículos estudados, o que não é o objetivo dessa dissertação. Em vez disso, buscamos pensar a produção webjornalística audiovisual universitária longe do maniqueísmo de conteúdos “bons” ou “ruins”, ou seja, analisamos o webjornalismo audiovisual universitário a partir dos produtos e processos que o constituem de forma efetiva, e não do que acreditamos que deveria ou poderia ser produzido.

Para atender a tais propósitos, essa dissertação está dividida em oito capítulos¹⁸, além da Introdução e das Conclusões. No primeiro capítulo, intitulado “O webjornalismo audiovisual universitário”, o objetivo é conceituar essa nova modalidade de jornalismo praticada no Brasil contemporâneo, sem deixar de precisar alguns dos aspectos da definição proposta. Nessa seção, ainda são definidos os três tipos de

¹⁷ É importante salientar que já foram desenvolvidos alguns estudos específicos sobre o webjornalismo audiovisual universitário, como a dissertação de Bacco (2010), mas nossa pesquisa tem um propósito mais amplo, justamente por buscar investigar tanto os produtos, quanto os processos jornalísticos de diferentes experiências acadêmicas brasileiras na contemporaneidade. Outro diferencial dessa dissertação é que se baseia não apenas na análise das iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário, mas também no trabalho de campo nas três experiências estudadas.

¹⁸ Na qualificação, propomos a divisão da dissertação em cinco capítulos. Mas, depois da redação, verificamos a necessidade de redistribuir os conteúdos. Desse modo, o antigo terceiro capítulo foi fragmentado em cinco capítulos diferentes, visando contemplar o processo produtivo como um todo, bem como suas quatro etapas. Além disso, o conteúdo do antigo quinto capítulo, o qual seria dedicado à “contribuição da universidade para a construção de um webjornalismo audiovisual inovador”, foi distribuído entre as considerações realizadas nos oito atuais capítulos da dissertação.

cibermeios desse novo jornalismo – a *webtv* universitária, a televisão universitária on-line e o webjornal audiovisual universitário –, assim como são sistematizadas as três diferentes fases das experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual brasileiras.

Propomo-nos também a identificar e analisar os gêneros e formatos empregados pelo webjornalismo audiovisual universitário. O segundo capítulo, cujo título é “Gêneros e formatos do webjornalismo audiovisual universitário”, busca apontar as principais tendências nesse sentido e, por isso, não é dividido em função dos diferentes tipos de gêneros. Primeiramente, apresentamos a importância dos gêneros e formatos jornalísticos na contemporaneidade, para, depois, abordarmos a hibridização desses na produção webjornalística audiovisual universitária contemporânea. Em seguida, são realizadas considerações sobre a relação entre os formatos com ou sem edição, os conteúdos atemporais ou factuais e as informações externas ou internas à universidade no jornalismo audiovisual acadêmico praticado no ciberespaço. Por fim, identificamos algumas particularidades da compreensão dos gêneros e formatos pelos integrantes dos três estudos de caso.

Ao mesmo tempo em que as inovações tecnológicas exigem mudanças e experimentações nos gêneros e formatos informativos, apresentam novas possibilidades de prática jornalística, tornando necessária a renovação permanente do processo de produção do jornalismo, sempre em combinação com a pesquisa (HERREROS, 2003, p.24). Segundo Alsina (2009, p.58), a necessidade de se desenvolver cada vez mais uma linguagem específica para o meio digital pressupõe mudanças expressivas nas estruturas de produção do jornalismo. Até porque, no ciberespaço, os jornalistas não apenas trabalham com novas ferramentas, mas também elaboram as notícias em relação com as fontes e com os internautas, o que apresenta desafios distintos à produção jornalística dos meios tradicionais (LÓPEZ; OTERO, 2006, p.7; CROCOMO, 2007, p.42, p.126).

Esse contexto evidencia a relevância de também analisarmos o processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário, o que é feito por meio do terceiro capítulo dessa dissertação, intitulado “O processo de produção webjornalística audiovisual universitária”. O objetivo desse capítulo é observar quais as continuidades e rupturas da produção webjornalística audiovisual universitária como um todo com relação à dos meios tradicionais. Para realizar uma delimitação do

processo de produção webjornalística audiovisual universitária, partimos das etapas já sistematizadas por Herreros (2003, pp.73-98), Becker (2004, p.60), Machado e Palacios (2007b, p.201), Micó (2007, pp.63-64) e Alsina (2009, p.10) para o jornalismo, e propomos uma quarta classificação, apresentada como os quatro capítulos seguintes: a apuração (capítulo quatro), a produção (capítulo cinco), a edição (capítulo seis) e a circulação (capítulo sete).

No oitavo e último capítulo, cujo título é “O perfil dos profissionais do webjornalismo audiovisual universitário”, buscamos investigar o perfil dos profissionais envolvidos em todo o processo de produção webjornalística audiovisual universitária, uma vez que, hoje, têm ocorrido mudanças significativas na função e no *status* dos produtores das informações (FIDLER, 1997, p.2; BARDOEL; DEUZE, 2001, pp.6-7). Identificamos quais as funções desempenhadas pelos diferentes atores sociais que produzem o webjornalismo audiovisual universitário – o que inclui os corpos discente e docente, além dos funcionários e técnicos –, e que novas competências a atuação nesses *sites* atribui sobretudo aos estudantes. Cabe ressaltar que, embora reconheçamos que as funções desempenhadas estão relacionadas com o público, não foi objetivo dessa pesquisa estudar as funções e influências do público na produção de informações.

Diante das tecnologias digitais de comunicação, a única certeza que temos é que precisamos adaptar constantemente os novos produtos e processos jornalísticos que se derivam delas. Nessa dissertação, objetivamos verificar se e em que medida as diferentes experiências de webjornalismo audiovisual universitário, enquanto núcleos de formação dos futuros profissionais, estão atentas às novas necessidades que as potencialidades do meio digital apresentam: gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais inovadores, modalidades diferenciadas de produção e transformações no perfil dos jornalistas que atuam nos veículos webjornalísticos audiovisuais.

CAPÍTULO UM

O webjornalismo audiovisual universitário

Nesse primeiro capítulo da dissertação, o objetivo é conceituar o webjornalismo audiovisual universitário praticado na contemporaneidade, sem deixar de precisar alguns dos aspectos da definição aqui proposta. Em seguida, pretendemos definir os três tipos de cibermeios desse novo jornalismo – a *webtv* universitária, a televisão universitária on-line e o webjornal audiovisual universitário –, apresentando como ilustrações os três estudos de caso da pesquisa: a TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ, respectivamente. Por fim, será realizada uma sistematização das três diferentes fases das experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual no Brasil.

1.1. Um conceito de webjornalismo audiovisual universitário

Atualmente, não há consenso entre pesquisadores e autores sobre a denominação adequada para o jornalismo praticado na Internet. Segundo López e Otero (2006, p.3), os termos mais utilizados são jornalismo em rede (em especial no âmbito anglo-saxão), jornalismo eletrônico, jornalismo digital e ciberjornalismo. Empregaremos, nesse estudo, o termo webjornalismo, em acordo com a diferenciação que Canavilhas (2006, p.114) propõe entre jornalismo on-line e webjornalismo – o qual se equivale ao ciberjornalismo. No primeiro caso, as publicações na *web* mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem, ou seja, do jornal, do rádio e da televisão; no segundo caso, as notícias passam a ser produzidas com base em uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperlinks, tudo combinado de forma que o internauta possa escolher o seu próprio percurso de interação. Um dos diferenciais dos meios digitais é, justamente, a possibilidade de explorar o conteúdo de modo aleatório, já que o caminho a seguir não está predeterminado; em vez disso todos os percursos são legítimos (MACHADO, A., 2007, pp.211-213).

A terminologia adotada para designar mais especificamente o jornalismo audiovisual produzido na Internet será “webjornalismo audiovisual”, em acordo com a definição de Nogueira (2005, p.13).

Webjornalismo audiovisual é a atividade que utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som enquanto elementos

constitutivos do produto disponibilizado nos bancos de dados da *web*. O conceito envolve ainda a atividade jornalística que é veiculada apenas através deste suporte. É importante lembrar, também, que o webjornalismo incorpora os usuários na produção dos conteúdos e é, por natureza, multimidiático.

Cabe reforçar a ideia de que o webjornalismo audiovisual engloba as iniciativas que surgem especificamente para a *web* (SAAD, 2003, pp.76-77; BERTOCCHI, 2010, p.322), ainda que optem por exibir sua programação também em canais de TV. Até porque, hoje, já não é possível delinear com precisão o destino dos materiais veiculados através da Internet. É importante explicitar, também, que consideramos como experiências webjornalísticas audiovisuais apenas os *sites* que têm como seu principal produto os materiais audiovisuais. Em outras palavras: os portais em que o vídeo aparece como uma forma de complementação da informação jornalística transmitida através de texto e fotos, não serão caracterizados aqui como webjornalismo audiovisual universitário.

Na contemporaneidade, estudar o jornalismo audiovisual praticado na *web* torna-se cada vez mais relevante, já que a crescente veiculação de conteúdos audiovisuais na Internet exige a elaboração de uma estrutura narrativa diferenciada, que empregue as possibilidades das novas tecnologias para subverter a estrutura padrão do telejornalismo (AMARAL, 2007, p.13; URETA, 2007, p.43). As iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário definem-se (na apresentação de seus projetos editoriais) como experiências que buscam apontar novas perspectivas de apropriação das possibilidades do ciberespaço para a produção de conteúdos audiovisuais mais inventivos, plurais, contextualizados. Esses propósitos estão de acordo com o que se espera de um meio de comunicação vinculado a uma instituição de ensino superior.

A universidade¹⁹ tem o potencial de servir como um contraponto aos gêneros, formatos e estéticas clássicos do jornalismo audiovisual e oferecer alternativas que priorizem a integração entre os diferentes atores sociais envolvidos no processo de produção jornalística. Conforme sugere Magalhães (2002, pp.50-51), a universidade é o lugar em comum e não o lugar-comum.

Como um centro de reflexão, pesquisa e análise da realidade, com base em um espírito crítico e criativo, e responsável pela formação do indivíduo, a universidade precisa acompanhar ou, principalmente, antecipar-se às mudanças sociais (PORCELLO, 2002, p.17, p.24; RINCÓN, 2002, p.314), o que tem sido dificultado pelas muitas divergências e contradições quanto às características, estruturas e funções que os projetos acadêmicos apresentam. Nesse contexto, conceituar o webjornalismo audiovisual universitário não representa apenas uma questão de rigor metodológico, mas também é fundamental para compreender a realidade dessas iniciativas acadêmicas: a programação que seguem, a estrutura que assumem, os objetivos que têm, e as articulações que buscam com os mercados da comunicação, da educação e da cultura (PRIOLLI, 2004).

Enquanto não conseguirmos definir o que é e para que serve, o webjornalismo audiovisual universitário corre o risco de seguir o mesmo caminho das televisões universitárias brasileiras, as quais, na opinião de Brasil (2002, p.202), continuam sendo ignoradas pelo grande público, pela crítica especializada, pelo mercado profissional e, o que é pior, pelos próprios estudantes e professores. Hoje, as TVs universitárias,

¹⁹ Reconhecemos, em acordo com Minogue (1981, pp.10-11) e Charle e Verger (1996, pp.7-8), que a definição de universidade a partir de um critério único é impossível e que qualquer tentativa nesse sentido será errônea. Isto porque as universidades modernas, além de serem uma mistura de instituições, nas quais um grande número de atividades são conduzidas, representam apenas uma parte do que poderíamos denominar, de modo amplo, ensino superior. Segundo Minogue (1981, pp.10-11), explorar o conceito de universidade exige não apenas a apresentação de argumentos filosóficos que abarquem os campos da educação e da teoria política e social, mas também a reflexão sobre as circunstâncias históricas de sua criação e os tipos de relacionamento que surgiram entre as universidades, de um lado, e a sociedade e a cultura de outro. Mas, como o objetivo dessa dissertação não é conceituar as universidades, nos basearemos nas definições cunhadas por Ramalho (2005) e Charle e Verger (1996). Os dois últimos autores afirmam que a universidade, enquanto uma criação da civilização ocidental nascida na Itália, na França e na Inglaterra no início do século XIII, pode ser definida como uma “comunidade (mais ou menos) autônoma de mestres e alunos reunidos para assegurar um determinado número de disciplinas em um nível superior” (CHARLE; VERGER, 1996, pp.7-8). Ramalho (2005, p.37), por sua vez, associa a universidade à uma instituição de ensino superior, já que “universitário é todo mundo que estuda no ensino superior, independente do que seja a instituição – uma escola isolada ou uma universidade”.

mesmo se constituindo como uma esfera mais consolidada que a produção audiovisual voltada para a Internet, ainda não têm uma visão estratégica dos seus verdadeiros objetivos (BRASIL 2002, p.200). Em vez disso, a maioria delas produz conteúdos audiovisuais sem realizar um debate conceitual, o que impede que conheçam com clareza a natureza e a finalidade do que oferecem ao público (PRIOLLI, 2004), assim como o desenvolvimento de experimentações efetivas.

A Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU)²⁰ considera, em seu estatuto (2004), que uma televisão universitária é aquela produzida por instituições de ensino superior e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos, Internet etc.), voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania. Segundo Magalhães (2002, p.15), essa é uma definição adequada, na medida em que evidencia que fazer televisão não é só produzir, mas requer a disseminação da produção de maneira abrangente e fora das salas de aula e dos centros produtivos. É nesse sentido que tem cada vez mais se difundido a ideia de que a televisão universitária ultrapassa as fronteiras de uma televisão estudantil. Enquanto uma representação da universidade e a expressão audiovisual de sua comunidade, de suas atividades e de seus projetos, a televisão universitária pode oferecer uma programação atraente, consistente e relevante (PRIOLLI, 2004). A produção audiovisual universitária não aborda apenas aspectos ligados à administração, a eventos e a cursos da própria instituição. É possível oferecer cultura, educação e cidadania para o maior número de pessoas, e não somente para a comunidade acadêmica; até porque o que justifica a existência dos canais universitários é o fato de falarem para a sociedade, e não somente *para si* nem *de si* (CALLIGARO, 2009, p.7, p.12).

Falta, ainda, uma compreensão de que a produção audiovisual universitária tem o potencial de divulgar a ciência produzida nas instituições através de uma linguagem específica e adequada, a fim de aproximar universidade e sociedade (CALLIGARO, 2009, p.2; RAMALHO, 2005, p.33; RAMALHO, 2010, p.146), e cumprir a sua função social de informar, formar e educar os cidadãos (AZAMBUJA, 2008, p.6; TÓTARO, 2008, pp.63-64). A televisão universitária pode

²⁰ Fundada em 30 de outubro de 2000, a ABTU congrega as instituições de ensino superior que produzem televisão educativa e cultural no Brasil. Reúne, atualmente, mais de 50 instituições afiliadas de Norte a Sul do país que transmitem informação e promovem cultura e conhecimento através de diferentes tecnologias: ondas eletromagnéticas, cabo, satélite e Internet. (<http://www.abtu.org.br/>)

promover a conexão entre o conhecimento obtido na instituição acadêmica e a sua beneficiária mais direta: a sociedade (PORCELLO, 2002, p.48-49). Com a emergência das iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário, essa preocupação torna-se ainda mais fundamental, já que se abrem novos caminhos e perspectivas para que todo conhecimento, informação e sabedoria emanados do ensino e da pesquisa produzidos nos centros acadêmicos estejam disponíveis a cada vez mais indivíduos (PORCELLO, 2002, p.85). Como sustenta Brasil (2002, p.56), ao sair dos corredores das instituições de ensino ou dos limites impostos pelas TVs universitárias, as produções audiovisuais dos estudantes de Jornalismo ganham uma verdadeira perspectiva global no ciberespaço.

Em acordo com Porcello (2002, p.84), para alcançar uma maior identificação com o público, as experiências audiovisuais acadêmicas deveriam criar um espaço entre o público e o privado, denominado “espaço quase público”, onde a produção audiovisual universitária é privada na agilidade de seus processos e na busca de recursos, e pública nos seus compromissos éticos e sociais. Desse modo, é possível afirmar que algumas características do jornalismo público²¹ são perfeitamente aplicáveis às iniciativas de jornalismo audiovisual universitárias (BRINATI; GUMARÃES, 2009, pp.8-9), pois, mesmo que muitas vezes pertençam a instituições privadas, esses canais têm como foco a sociedade e o interesse do cidadão (CALLIGARO, 2009, pp.11-12). Não podemos confundir gestão com vocação: independente da origem do financiamento de uma instituição acadêmica, o interesse público sempre é sua principal missão (MAGALHÃES, 2009).

²¹ Uma televisão pública precisa interpelar o cidadão; promover o diálogo sobre o cenário nacional intercultural; dignificar o idioma; ter processos e fluxos próprios de narrativas audiovisuais; recuperar os aspectos prazeroso, significativo, sedutor e afetivo que promovem a televisão, a cultura e a educação; mostrar valores de justiça, solidariedade e respeito; ampliar as possibilidades simbólicas de representação, de reconhecimento e de visibilidade para a construção da cidadania, da sociedade e da democracia; ser uma experiência cultural em si mesma ao promover expressão, sensibilidades e sentidos; integrar todos os cidadãos nas representações pessoais e dos seus interesses; e formar e fomentar os espectadores tanto no âmbito da leitura livre e crítica das imagens, quanto no do controle sobre as mensagens audiovisuais que são exibidas em toda a programação (RINCÓN, 2002, pp.30-31; FARRÉ, 2008, p.344). Além disso, os discursos de uma televisão pública dirigida à construção da cidadania estão alicerçados numa programação de qualidade, levando em consideração a diversidade cultural, a tolerância e a abertura para outros sujeitos culturais (MAZZIOTTI, 2002, p.213).

Diante das múltiplas abordagens e percepções sobre o que é e como ocorre a produção audiovisual universitária, empregaremos, nessa pesquisa, a definição proposta por Priolli (2004).

A televisão universitária é aquela produzida no âmbito das IES [Instituições de Ensino Superior] ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão, independente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária.

As experiências de webjornalismo audiovisual universitário são compreendidas também enquanto núcleos autônomos da universidade, e, portanto, não têm como objetivo a propaganda institucional (BRINATI; GUIMARÃES, 2009, p.2). A produção audiovisual universitária atende aos interesses das diversas áreas da instituição, oferecendo uma programação equilibrada e equidistante, ainda que os seus responsáveis sejam vinculados aos cursos de jornalismo e comunicação (KULINSKI, 2006, p.152).

Segundo Magalhães (2003, pp.1-2), uma TV universitária não é somente um órgão laboratorial reservado às atividades práticas dos estudantes dos cursos de comunicação e jornalismo. É imprescindível que a produção audiovisual universitária saia do ambiente restrito da sala de aula e dos laboratórios, não apenas no que diz respeito à difusão, mas também no que se refere às temáticas abordadas. Em outras palavras: as iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário não se constituem como um veículo de trabalhos e atividades curriculares realizados pelos estudantes, mas como um meio de informação e conhecimento (PORCELLO, 2002, p.85), uma característica fundamental quando nos referimos à produção jornalística. Desconsideramos como webjornalismo audiovisual universitário os *sites* que somente publicam trabalhos e atividades curriculares de alunos, e consideramos apenas aqueles que veiculam informações jornalísticas produzidas pela comunidade acadêmica, ainda que com base em

estruturas laboratoriais, compostas por alunos, professores, funcionários, pesquisadores ou todos eles em conjunto (MAGALHÃES, 2003, pp.1-2; BRINATI; GUIMARÃES, 2009, p.5; GUTSCHE JR., 2011, p.65).

A partir das definições apresentadas, buscamos identificar no Brasil, durante o mês de outubro de 2009, experiências de webjornalismo audiovisual universitário. Encontramos, ao todo, 36 propostas de disponibilização de conteúdos audiovisuais universitários na Internet. Apenas três delas se constituirão como estudos de caso nessa pesquisa. Das 33 propostas que serão desconsideradas: 14 (42,4%) apenas publicam na *web* o vídeo veiculado na TV da instituição²²; sete (21,2%), embora produzam conteúdos audiovisuais exclusivos para a *web*, não têm os vídeos como o principal produto jornalístico do *site*²³;

²² São elas: Núcleo de TV e Rádio, da Universidade Federal de Pernambuco; TV PUC-SP, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; TV USP, da Universidade de São Paulo; TV UFMG, da Universidade Federal de Minas Gerais; TV UFBA, da Universidade Federal da Bahia; TV U, da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul; UNB TV, da Universidade de Brasília; TV UNO-Chaçecó, da Universidade Comunitária de Chapecó; TV UNIFEV, da Fundação Rádio Educacional de Votuporanga; TV Unisinos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos; TV FEMA, do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis (IMESA); TV UESC, da Universidade Estadual de Santa Cruz (que também produz e veicula vídeos institucionais sobre a UESC); *Site* de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero de São Paulo; e Rudge Ramos On-line, da Universidade Metodista de São Paulo. Cabe ressaltar que, nos dois últimos casos, ainda há o agravante de não veicularem os vídeos como principal produto jornalístico do *site*, mas apenas como um complemento da informação.

²³ São elas: PUC-Rio Digital, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro; Labmídia, da Universidade Federal de Minas Gerais; Magnífica Mundi, da Universidade Federal de Goiás; Curitiba Agora, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná; Jornal Comunicação, da Universidade Federal do Paraná (na seção “quem somos”, esse *site* afirma que há “material produzido pelos veículos de rádio e TV” da universidade, mas, como os vídeos disponibilizados no período desse mapeamento eram produzidos pela equipe do *site*, optamos por inseri-lo nesse grupo); Teleweb do Unicom, da Universidade de Santa Cruz do Sul (que integra o Blog do Unicom); e WebTV do Lab.web, da Faculdade Social da Bahia (a qual tem o agravante de os vídeos serem produzidos pelos estudantes para uma disciplina específica, ou seja, trata-se da divulgação dos trabalhos e atividades de alunos).

quatro (12,1%) são *webtvs* institucionais, ou seja, visam promover, ainda que implicitamente, as ações e iniciativas das universidades²⁴; uma (3,03%) está focada no desenvolvimento dos aspectos tecnológicos e não na inovação dos processos e produtos jornalísticos²⁵; duas (6,06%) não chegam sequer a publicar vídeos, embora apresentem essa intenção no nome do *site*²⁶; uma (3,03%) não divulga os conhecimentos da universidade como um todo, mas apenas as atividades de um curso em específico²⁷; e quatro (12,1%) priorizam a divulgação de trabalhos e atividades curriculares dos estudantes²⁸.

²⁴ São elas: webTV UFRJ, da Universidade Federal do Rio de Janeiro; TV Universitária, da Universidade Estadual de Feira de Santana (Em outubro de 2009, a TV da UEFS não tinha um caráter institucional explícito, mas se concentrava na divulgação dos eventos promovidos pela Universidade e não na socialização dos conhecimentos produzidos pela instituição. Em setembro de 2010, verificamos que o *site* foi reformulado, modificando inclusive seu nome para TV Olhos D'água. Depois dessa reformulação, a TV da UEFS passou a “dar prioridade à difusão do conhecimento produzido na UEFS e a iniciativas da comunidade externa que tenham relevância para a sociedade”. Consideramos, entretanto, nessa pesquisa, os resultados obtidos no mapeamento realizado em outubro de 2009.); TV Web UNIP, da Universidade Paulista (um agravante é que não há qualquer tratamento jornalístico dos conteúdos audiovisuais. Ou seja, embora possa ser considerada uma *webtv*, em função do seu conteúdo ser exibido apenas na Internet, esse *site* apenas veicula palestras e congressos na íntegra e, portanto, não apresenta inovações de formatos, gêneros e narrativas jornalísticos.); e Web TV UNEB, da Universidade do Estado da Bahia (Embora produza conteúdos que buscam “promover o diálogo com toda a comunidade universitária e com a sociedade como um todo”, trata-se de um veículo que “integra a estrutura da Assessoria de Comunicação da UNEB”, ou seja, é uma *webtv* diretamente vinculada à estrutura institucional da Universidade.)

²⁵ O único exemplo é a IPTV USP, da Universidade de São Paulo.

²⁶ São elas: TV UFSC, da Universidade Federal de Santa Catarina; e UFPR TV, da Universidade Federal do Paraná.

²⁷ Este é o caso da EATV – Webtv da Escola de Administração, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

²⁸ São elas: FAAC WebTV, da Universidade Estadual Paulista (que também tem o problema de veicular apenas as produções dos alunos da Faculdade de Arquitetura, Arte e Comunicação e não conteúdos de todas as áreas da Universidade); Colab, *site* vinculado à TV PUC-SP, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; *Site* de Telejornalismo, da Universidade Metodista de São Paulo (o qual possui o agravante de veicular alguns dos conteúdos produzidos para e veiculados na TV convencional, através da “NET Cidades”. Cabe destacar, ainda, que este *site* não tem um nome específico, por isso, adotamos a palavra com mais destaque no topo da página, o que evidencia a sua função de apenas divulgar os vídeos produzidos nas disciplinas vinculadas ao departamento de telejornalismo da Universidade); e TV Facopp On-line, da Universidade do Oeste Paulista (Nesse caso, reconhecemos a existência de uma produção jornalística independente dos trabalhos dos alunos, mas estes recebem igual importância que os produtos jornalísticos no *site* como um todo, conferindo à TV Facopp On-line um caráter curricular, ainda que os trabalhos dos estudantes não ocupem toda a programação. Além disso, o programa “Notícia em Ação” tem como objetivo a propaganda das ações da Universidade e/ou da própria TV Facopp On-line, ou seja, confere caráter institucional ao *site*.)

É com base especialmente no pressuposto de que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário podem funcionar como ambientes de experimentação e inovação de produtos e processos jornalísticos, que essa pesquisa foi dedicada à análise da produção jornalística de três iniciativas, todas realizadas no Rio de Janeiro: a TV UVA²⁹, a TV UERJ On-line³⁰ e o TJ UFRJ³¹. Embora as três experiências estejam localizadas em uma mesma cidade, a representatividade e a diversidade da amostra estão garantidas, uma vez que a primeira instituição é particular, a segunda é estadual e a terceira, federal. Vale reforçar, ainda, que a autora dessa pesquisa esteve vinculada ao TJ UFRJ entre 2007 e 2009³², o que não compromete a qualidade do trabalho aqui proposto, já que, conforme evidenciamos na metodologia, foram adotados procedimentos para garantir a fidedignidade, a credibilidade, a confirmabilidade e a fidelidade dos dados (YIN, 2005, p.55; MATSUUCHI DUARTE, 2009, p.226).

A TV UVA será abordada, nessa dissertação, enquanto uma *webtv* universitária. A TV UERJ como um exemplo de televisão universitária on-line. E o TJ UFRJ será conceituado como um webjornal audiovisual universitário, conforme apresentaremos mais adiante. Antes, porém, é importante precisar alguns dos aspectos da definição de webjornalismo audiovisual universitário proposta com base nas observações e na pesquisa de campo realizadas nos três estudos de caso. Como defende Charaudeau (2009, p.29),

o papel do analista é o de observar a distância, para tentar compreender e explicar como funciona a máquina de fabricar sentido social, engajando-se em interpretações cuja relatividade deverá aceitar e evidenciar. Apresentar como verdade absoluta uma explicação relativa e acreditar nela seria arrogância. Fazê-lo sem acreditar seria cinismo. Entretanto, entre arrogância e cinismo, há lugar para uma atitude que, sem ignorar as convicções fortes, procure compreender os fenômenos, tente

²⁹ <http://www.uva.br/tvuva/>

³⁰ <http://www.tvuerj.uerj.br/>

³¹ <http://www.tj.ufrj.br/>

³² Primeiramente, foi bolsista de Iniciação Artística e Cultural (IAC) e, mais tarde, se tornou bolsista de Iniciação Científica (PIBIC).

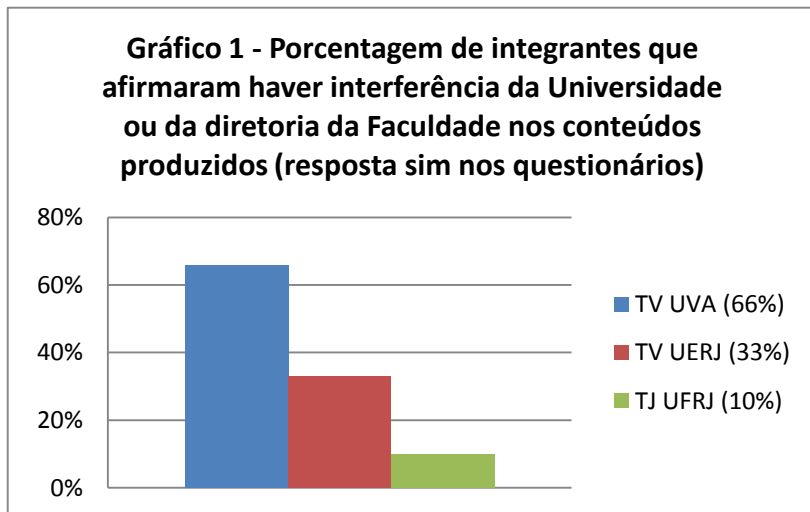
descrevê-los e proponha interpretações para colocá-los em foco no debate social.

1.2. Precisando o conceito

Na seção anterior, definimos algumas categorias para a construção do conceito de webjornalismo audiovisual universitário, as quais estabeleceram que essas experiências acadêmicas são caracterizadas por: produzir conteúdos audiovisuais especificamente para a Internet e não uma simples cópia dos vídeos veiculados na TV da instituição; disponibilizar os vídeos como o principal produto jornalístico do *site*; não se constituir enquanto uma propaganda institucional; buscar a inovação nos processos e produtos jornalísticos; divulgar conhecimentos da universidade como um todo, e não somente as atividades de um curso em específico; e não focar na divulgação de trabalhos e atividades curriculares dos estudantes. Foram, inclusive, esses critérios que nortearam a delimitação dos estudos de caso dessa pesquisa, conforme evidenciado anteriormente.

Durante a pesquisa de campo, verificamos que essas categorias, embora sejam legítimas para a conceituação do webjornalismo audiovisual universitário, não podem ser pensadas de uma forma estanque ou excludente, e sim, como sugere Sodré (2009, pp.16-17), apenas como “limiares” para a definição desse novo tipo de jornalismo. Observamos que os três estudos de caso possuíam diferentes exceções com relação a estes critérios, mas que não os descaracterizaram enquanto efetivas experiências de webjornalismo audiovisual universitário em função da baixa porcentagem destas exceções dentro da totalidade dos vídeos da amostragem.

A primeira dessas exceções diz respeito ao caráter institucional das iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário. Embora nenhum dos três coordenadores (MIRANDA, 2010; BRASIL, 2010; BECKER, 2010) tenha admitido haver uma interferência da reitoria da Universidade nos conteúdos do projeto acadêmico, não houve unanimidade quanto a esse aspecto nos questionários preenchidos pela equipe. Como mostra o gráfico a seguir, a TV UVA é a experiência com mais interferência institucional, segundo seus integrantes (66%); seguida da TV UERJ (33%) e, por fim, do TJ UFRJ (10%).



Fonte: autora

Realmente, a questão institucional se revelou de forma mais expressiva na TV UVA do que nas demais experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas. Conforme ressaltou Anderson Barreto (2010), coordenador de produção dessa *webtv*, não se pode ignorar que “a TV UVA está atrás de um CNPJ” e “é uma vitrine da Universidade”. Priolli (2004) já afirmava que a televisão universitária é muito mais do que uma televisão estudantil; é uma face da universidade, a expressão audiovisual de sua comunidade, de suas atividades e de seus projetos. Mas, isso se torna um aspecto mais explícito na TV UVA na medida em que está vinculada a uma instituição de ensino particular. Nesse caso, o fato das experiências de webjornalismo audiovisual universitário serem uma vitrine da Universidade faz com que a reitoria interfira de forma mais direta nos conteúdos. Interferência que é considerada negativa por parte dos seus alunos. De acordo com o estagiário Eduardo Lima (2010), estudante do 8º período de Jornalismo, o fato de a TV UVA estar vinculada a uma instituição de ensino acaba prejudicando a realização de inovações nos conteúdos. Juliana Xavier (2010), também estagiária e aluna do 8º período de Jornalismo, afirmou que as inovações “esbarram muito” na questão institucional, a qual, por vezes, chega a impedir a realização de entrevistas com determinados artistas.

Além disso, no decorrer da análise preliminar dos *sites*, já havia sido possível notar que em alguns conteúdos da TV UVA há uma exacerbação das qualidades da Universidade à qual está vinculada, mesmo que indiretamente. Podemos citar como exemplo o programa *Vivenciando Profissões*, que aborda o mercado de trabalho, o perfil do profissional e a realidade das diferentes profissões. Verificamos que há muitas sonoras³³ com professores e alunos da UVA, o que, embora não se constitua enquanto uma propaganda explícita, centra o assunto na Universidade e, por vezes, acaba exaltando implicitamente os distintos cursos oferecidos pela instituição. A propaganda é feita, portanto, não através da temática, mas por intermédio da edição das sonoras. A entrevista de Miranda (2010) corrobora essa afirmação. Segundo a diretora da TV UVA, há a tentativa de não fazer um produto institucional, mas sempre se busca “passar uma mensagem subliminar”. Ou seja, de acordo com Miranda (2010), nunca é dito que o usuário deve estudar na UVA, mas ao se disponibilizar um conteúdo de boa qualidade, feito pelos alunos da instituição e esclarecendo assuntos a partir da perspectiva da Universidade, “há automaticamente uma associação de ideias, uma espécie de mensagem subliminar mesmo” (MIRANDA, 2010).

Nessa dissertação, não estamos afirmando que a interferência institucional ocorre apenas nas universidades privadas, embora nessas instituições de ensino essa questão seja mais evidente (GUTSCHE JR., 2011, p.73). O vínculo institucional foi verificado nas três experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas. Segundo Fernanda Braune (2010), bolsista do TJ UFRJ e aluna do 3º período de Comunicação Social, a produção jornalística para uma *webtv* universitária gera “uma pressão e um aprisionamento maior do que na *web* em geral, como nos *blogs* por exemplo, já que existe um compromisso institucional com a Universidade”.

³³ Há dois tipos de entrevista: a entrevista integrada ao relato da notícia e a entrevista como programa autônomo. Em ambos os casos, é o procedimento utilizado pelo jornalista para obter as informações desejadas; mas, embora os pontos de partida coincidam, cada um destes exemplos gera um produto diferente (MICÓ, 2007, p.45). A sonora está inserida no primeiro tipo, já que consiste na seleção de uma parte da entrevista para integrá-la, pelo seu valor informativo, ao relato. Tem o sentido genérico de toda a gravação feita em externas e designa, em particular, a fala dos entrevistados nas reportagens (REZENDE, 2000, p.149). É empregada para ampliar algum dado da notícia mediante o testemunho dos protagonistas ou testemunhas do fato ou do parecer de um especialista sobre determinado tema (HERREROS, 2003, pp.247-248; REZENDE, 2010, p.309). Frequentemente é breve e os jornalistas incluem apenas as respostas nas suas notícias, reportagens, documentários etc (MICÓ, 2007, p.46).

Na TV UERJ, a questão institucional se impõe de uma forma distinta. Por ter ingressado no ciberespaço independente do interesse da Universidade, a TV UERJ não recebe apoio institucional, o que reflete na falta de recursos e equipamentos e, portanto, no conteúdo (BRASIL, 2010). Ou seja, de qualquer forma, há uma interferência institucional, ainda que negativa. Essa ausência de apoio da reitoria da Universidade foi, inclusive, apontada como um dos principais problemas do projeto acadêmico pelo estagiário Rômulo Herzer (2010), aluno do 2º período de Relações Públicas. Segundo ele, “falta apoio da reitoria, que não enxerga como o projeto é pioneiro e deseja apenas derrubá-lo para ganhar o seu nome”³⁴.

Reafirmamos o fato de que essas relações institucionais não descaracterizam a TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ como exemplos de webjornalismo audiovisual universitário por dois principais motivos: primeiramente porque isso não ocorre na maior parte dos seus conteúdos, mas se constituem apenas enquanto exceções; e, em segundo lugar, porque o jornalismo é uma prática, em sua essência, institucional. Tuchmann (1978, pp.4-5) já afirmava que a notícia, ao conferir caráter público aos acontecimentos é, antes de tudo, produto de uma instituição social, pois se constitui como um método institucional de tornar informações acessíveis aos cidadãos, é uma aliada das instituições legitimadas e deriva de processos produtivos e práticas de profissionais trabalhando em organizações. Alsina (2009, pp.14-15) endossa essa perspectiva ao destacar que existe uma dupla institucionalização no jornalismo, uma vez que, além da notícia ser gerada em uma instituição, o papel da mídia é institucionalizado e tem legitimidade de gerar a realidade socialmente relevante.

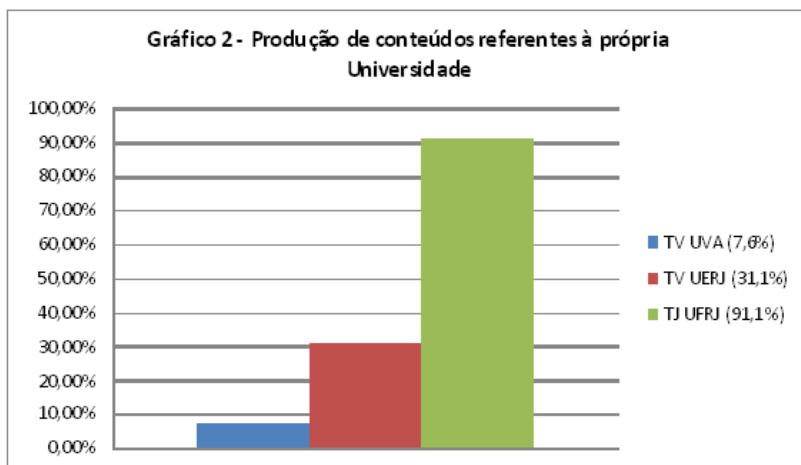
Especificamente sobre os meios de comunicação universitários, Gutsche Jr. (2011, p.64, pp.71-72) afirma que a luta entre a independência editorial e a proteção da soberania da instituição é constante. Já cientes desta tensão, os alunos sempre buscam equilibrar esses aspectos na produção jornalística acadêmica, uma vez que os veículos universitários sempre funcionam com base em algum tipo de relação, ainda que dentro de várias formas de autonomia, com sua instituição de origem. Os três estudos de caso seriam desconsiderados

³⁴ Há um conflito dentro da UERJ com relação ao nome “TV UERJ On-line”. Como o *site* não pediu autorização da reitoria para ingressar na *web*, hoje, o seu nome vem sendo questionado. Na opinião da reitoria da Universidade, o nome mais adequado para o projeto acadêmico seria TV FCS On-line (em menção à Faculdade de Comunicação Social) e não TV UERJ On-line, que deveria ser uma *webtv* institucional (BRASIL, 2010).

enquanto experiências de webjornalismo audiovisual universitário se realizassem propaganda institucional de forma explícita ou de modo implícito recorrentemente, conforme verificamos em algumas iniciativas do mapeamento realizado em outubro de 2009, mas esse não é o caso de nenhum dos três projetos acadêmicos aqui analisados.

Uma segunda exceção relativa às categorias apresentadas na primeira seção desse capítulo é a questão de “não focar na divulgação de trabalhos e atividades curriculares dos estudantes”. Verificamos durante a análise do TJ UFRJ que estavam disponíveis alguns trabalhos e atividades curriculares dos alunos. Porém, esses vídeos eram poucos (13,3%) diante dos demais armazenados no webjornal audiovisual e não foram sequer incluídos na amostragem, já que são materiais antigos, não se constituindo enquanto produção regular. A pesquisa de campo revelou que, hoje, os conteúdos audiovisuais disponibilizados no TJ UFRJ são todos produzidos com exclusividade para o webjornal e não pelas alunas que integram a disciplina optativa (laboratório) oferecida pela coordenadora do projeto (BECKER, 2010), mas pelas suas bolsistas. As alunas matriculadas na disciplina podem até colaborar, produzindo conteúdos para o webjornal audiovisual, mas isso não implica em qualquer vínculo curricular. Entre os 17 programas da TV UVA também encontramos um dedicado à publicação de produções audiovisuais dos alunos, o *Vídeo Vitrine*, que reúne os vídeos mais bem produzidos da disciplina “Oficina de Comunicação”. Mas, assim como no TJ UFRJ, essa porcentagem pode ser considerada pequena (5,8%) e, devido ao fato dos vídeos veiculados não serem necessariamente jornalísticos e sim ficcionais, o programa não foi incluído na amostragem.

A terceira exceção diz respeito à produção de conteúdos referentes não apenas a um curso específico, mas à universidade como um todo e que interessem à sociedade em geral. Todos os estudos de caso preenchem esse requisito, mas, através da análise dos *sites* e da pesquisa de campo, verificamos que, em particular no TJ UFRJ e na TV UERJ, há uma dificuldade de produzir conteúdos fora do *campus*, gerando um desequilíbrio entre os conteúdos internos à universidade e assuntos mais gerais. Conforme o gráfico a seguir evidencia, o TJ UFRJ é a experiência de webjornalismo audiovisual universitário estudada que produz mais conteúdos referentes à própria Universidade (91,1%); seguido da TV UERJ (31,1%) e da TV UVA (7,6%).



Fonte: autora

Esses números são decorrentes, em primeiro lugar, da falta de recursos das experiências realizadas nas duas universidades públicas (UFRJ e UERJ). Por exemplo, enquanto a TV UVA consegue utilizar transporte da Universidade até três vezes por mês para realizar matérias externas (BARRETO, A., 2010), a TV UERJ e o TJ UFRJ não dispõem de qualquer veículo à sua disposição. Durante a pesquisa de campo, as alunas do TJ UFRJ precisaram realizar a cobertura de um evento na Ilha da Cidade Universitária³⁵ e, para isso, utilizaram o carro do pai de uma das alunas. Esse foi apontado como um dos problemas do projeto por quatro de seus dez integrantes: o técnico em cinegrafia Moacir Urbano (2010) e as bolsistas Alyne Bittencourt (2010), Fernanda Braune (2010) e Alyssa Gomes (2010). Segundo eles, essa deficiência restringe as coberturas a assuntos relacionados ao *campus* da Praia Vermelha da UFRJ.

Para compensar a carência de assuntos externos, a equipe do TJ UFRJ nem sempre realiza as entrevistas (dos *flashes* e das reportagens)

³⁵ A Escola de Comunicação é localizada no *campus* da Praia Vermelha da UFRJ. Mas, há outros dois *campi*: o da Cidade Universitária – Ilha do Fundão (que é o principal *campus*, onde fica a reitoria) e o de Macaé. Há, ainda, o Pólo de Xerém e 13 Unidades Isoladas (são elas: Observatório do Valongo; Escola de Enfermagem Anna Nery; Hospital Escola São Francisco de Assis; Escola de Música; Faculdade Nacional de Direito; Maternidade Escola; Colégio de Aplicação; Coordenação de Atividades Educacionais - CAE/HUCFF; Canecão; Antigo Bingo; Instituto de Filosofia e Ciências Sociais; Casa da Ciência; e Museu Nacional).

com professores, técnicos ou alunos da ECO ou da UFRJ, ouvidos em apenas 38,6% dos vídeos analisados. Em vez disso, são priorizados entrevistados de fora (61,4%), geralmente os palestrantes dos eventos, o que confere, pelo menos, uma visão “externa” ao assunto. O inverso ocorre na TV UVA, que aborda muitos assuntos externos, mas costuma entrevistar os professores e alunos da Universidade. Isso revela que, embora tenha mais condições de transporte que o TJ UFRJ, a TV UVA também tem seu conteúdo comprometido por essas carências, já que não podemos considerar três externas por mês como algo satisfatório para uma produção jornalística audiovisual regular e diversificada.

Esse é um problema enfrentado também pela TV UERJ, que, inclusive, atualmente, prioriza as pautas sobre a Universidade no *Telejornal UERJ On-line*, seu único programa diário. Segundo a bolsista Bárbara Vianna (2010), estudante do 2º período de Jornalismo, como não há condições de sair do *campus* todos os dias para produzir vídeos, são priorizadas as informações sobre os diferentes núcleos da UERJ. Nesse ponto, a TV UERJ tem uma vantagem sobre o TJ UFRJ: a maioria dos cursos da Universidade estadual fica concentrada em um único *campus*, enquanto que os diferentes núcleos da Universidade federal são distribuídos em 17 diferentes pontos do Estado, conforme já detalhado. Portanto, a TV UERJ pode abordar uma diversidade maior de cursos que o TJ UFRJ, uma vez que as distintas áreas do conhecimento ficam quase todas no mesmo prédio ou, no máximo, nos prédios adjacentes. Como afirmou Roberta Marins (2010), bolsista da TV UERJ e aluna do 2º período de Relações Públicas, “a vantagem é que a distância é o elevador”. Cabe destacar que, embora tenha as mesmas deficiências na questão do transporte e esteja mais próxima dos diferentes cursos da Universidade, a TV UERJ apresenta um número bem menor de conteúdos internos do que o TJ UFRJ, o que se deve ao fato de utilizarem debates e entrevistas, sem imagens do fato, para abordar assuntos externos. Esse é um assunto que detalharemos no próximo capítulo.

A quarta e última exceção refere-se à produção de conteúdos audiovisuais especificamente para a Internet e se aplica apenas à TV UVA, já que as demais experiências de webjornalismo audiovisual estudadas não apresentam qualquer vídeo decorrente da TV universitária. Durante a pesquisa de campo, verificamos que dois dos 17 programas regulares (*Arena* e *Jogo Aberto*), assim como os programas especiais, da *webtv* são produzidos para e veiculados no canal

universitário e, apenas depois, são postados na Internet. Mas, consideramos que isso não desqualifica a TV UVA enquanto uma experiência de webjornalismo audiovisual universitário dentro dos parâmetros propostos por essa pesquisa, já que a porcentagem de vídeos publicados nesses programas é pequena (16,6%) com relação ao total de conteúdos audiovisuais da *webtv*.

O apontamento dessas exceções não teve o objetivo de desconstruir o conceito de webjornalismo audiovisual universitário proposto na seção anterior. Pelo contrário: buscamos evidenciar que as categorias apresentadas para definição do jornalismo audiovisual universitário praticado hoje no ciberespaço são válidas e legítimas, mas, como todo conceito, não devem ser pensadas de forma rígida ou excludente, pois são exatamente as exceções que confirmam a regra.

1.3. Tipos de webjornalismo audiovisual universitário

A partir do conceito de webjornalismo audiovisual universitário apresentado e discutido até aqui, propomos a seguir três tipos de produtos webjornalísticos audiovisuais acadêmicos: a *webtv* universitária, a televisão universitária on-line e o webjornal audiovisual universitário, exemplificados através de cada um dos estudos de caso dessa pesquisa – a TV UVA, a TV UERJ On-line e o TJ UFRJ, respectivamente. Pretendemos, com isso, conforme já mencionado, delimitar “limiões” (SODRÉ, 2009, pp.16-17) entre as diferentes possibilidades oferecidas pelo jornalismo audiovisual praticado pelas universidades no ciberespaço. Até porque, o fato dos três casos estudados serem universitários não faz com que adotem as mesmas perspectivas e abordagens na produção de conteúdos (RAMALHO, 2005, p.40).

Segundo Briggs e Burke (2004, p.327), hoje, as definições são necessárias, assim como as noções que as estimulam e sustentam, mas devem ser compreendidas como “afirmações mutantes”. Mais importante do que estabelecer distinções entre cada experiência de webjornalismo audiovisual universitário, é necessário percebê-las no contexto das práticas jornalísticas contemporâneas. Portanto, a adoção de um único termo para denominar uma iniciativa acadêmica não é o ideal, já que as diferentes denominações perpassam várias esferas, assim como atividades de diversas naturezas da produção jornalística (MIELNICZUK, 2003, pp.197-198).

É relevante, ainda, ressaltarmos que, conforme sustenta Palacios (2002, p.2), “não acreditamos existir um formato canônico, nem tampouco ‘mais avançado’ ou ‘mais apropriado’ no jornalismo que hoje se pratica na *web*”. No ciberespaço contemporâneo, diferentes experiências estão sendo desenvolvidas, fazendo usos variados das características das novas tecnologias da comunicação e, por conseguinte, gerando distintas possibilidades de formatos (PALACIOS, 2002, p.2). Desse modo, os três tipos de webjornalismo audiovisual universitário apresentados a seguir não se constituem, de forma alguma, enquanto estágios ou etapas de desenvolvimento para os produtos jornalísticos audiovisuais na Internet, mas como possibilidades diversas de apropriação das potencialidades dessa nova tecnologia para a produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais nos ambientes acadêmicos.

1.3.1. *Webtv* universitária: o caso da TV UVA

A proposição do termo *webtv* universitária baseia-se nas três fases de desenvolvimento do webjornalismo audiovisual³⁶. A primeira fase é marcada pela transposição do conteúdo dos veículos tradicionais para o ambiente digital. Não há a preocupação na transformação da linguagem de uma mídia analógica para uma digital. Há apenas a transposição das imagens, que não passam por qualquer processo de adaptação. A informação não é recriada, o que implica numa continuidade de gêneros e formas narrativas tradicionais da televisão simplesmente digitalizadas e oferecidas no meio digital (AFFINI; BURINI, 2009, pp.8-13). Segundo Vivar e Guadalupe (2005, p.21), a vantagem desse primeiro modelo é que os recursos da organização jornalística podem ser aproveitados, mas, ao mesmo tempo, gera uma dependência do meio-matriz, podendo, em alguns casos, comprometer a

³⁶ Alguns autores sistematizam o webjornalismo de outras formas, como Stovall (2004, pp.16-20), o qual afirma que o jornalismo on-line pode ter até quatro métodos de inclusão de conteúdos em um *site*; e como Pavlik (2008, pp.103-104; pp.128-129), que descreve quatro formas possíveis de conteúdo num ambiente digital. Adotaremos a sistematização do webjornalismo audiovisual em três fases ou etapas, pois essa é a divisão mais empregada pelos estudos de jornalismo digital, como os de Pavlik (2001), Pryor (2002), Palacios (2002), Mielniczuk (2003) e Boczkowski (2004), e de jornalismo audiovisual, como os de Eco (1985), Casetti e Odin (1996) e Gordillo (2009). Além disso, essa é a sistematização utilizada por Nogueira (2005, pp.29-30), por Bacco (2010) e por Becker e Teixeira (2008, pp.110-111), que estudam especificamente o webjornalismo audiovisual.

evolução, a autonomia, as dinâmicas de trabalho, os temas de agenda e o tratamento informativo da versão on-line.

A segunda etapa é constituída de conteúdos produzidos especificamente para a Internet, com aproveitamento de recursos multimídia, da hipertextualidade, da interatividade e da personalização das notícias. Porém, as produções da segunda fase do webjornalismo audiovisual são veiculadas também nos meios de comunicação tradicionais, na maioria das vezes em função da falta de um modelo de negócios que ofereça viabilidade comercial para seus produtores.

Já os *sites* de webjornalismo audiovisual da terceira fase produzem conteúdos exclusivos para o meio digital, proporcionando-lhes maior convergência, imediatismo, contextualização e interatividade. Além disso, se na primeira fase, os proprietários das organizações jornalísticas controlavam o produto jornalístico, nesse terceiro momento o controle está sendo partilhado e a inovação está se desenvolvendo através de uma parceria entre proprietários, jornalistas e internautas (PRYOR, 2002, pp.6-7)³⁷.

Cabe, entretanto, evidenciar que as fases do webjornalismo audiovisual não são rígidas, nem excludentes. Em um mesmo período cronológico, é possível observar no mesmo *site* a existência de publicações jornalísticas de diferentes estágios ou gerações. Ou seja, a classificação por fases ou modelos é apenas uma forma didática de caracterizar as experiências audiovisuais na *web*, uma vez que muitas delas são híbridas (MIELNICZUK, 2003, pp.31-32; AMARAL, 2007, p.3).

³⁷ As primeiras experiências de transmissão de conteúdo exclusivo para a *web* surgiram em 2000, quando o portal *Universo On-line* contratou o jornalista Paulo Henrique Amorim para ancorar um telejornal diário exclusivo para a rede. Em seguida, o portal *Terra* passou a exibir um programa com a jornalista Lillian Witte Fibe (PASE, 2008, p.201; AMARAL, 2007, pp.5-6). Na mesma época foi lançado também um programa de entrevistas no portal *AOL*, apresentado pela jornalista Mona Dorf. Em 2002, surge a *AllTV*, que também exibe conteúdos audiovisuais apenas na Internet, mas o diferencial dessa iniciativa é não ter nenhum grande jornalista das emissoras de TV aberta (SILVA, 2006, p.20).

É preciso também reconhecer que vivenciamos um período de gestação de uma quarta geração do webjornalismo: a do jornalismo digital em base de dados³⁸ (MANOVICH, 2001; MACHADO, 2006; BARBOSA, 2007). Entre as características dessa fase de transição entre o terceiro e um quarto estágio estão: base tecnológica ampliada; conexões banda larga; plataformas móveis; sistemas de gestão de conteúdos mais complexos; maior incorporação dos *blogs*; sistemas que habilitam a participação efetiva do usuário na produção de informações; produtos criados e mantidos de modo automatizado; narrativas multimídia; novas técnicas para distribuição de conteúdos em áudio e em vídeo; experimentação de novos elementos conceituais para a organização da informação; maior integração do material de arquivo na oferta informativa; e aplicação de novos métodos para visualizações diferenciadas dos conteúdos jornalísticos (BARBOSA, 2007, p.23, p.150). Como o processo de transição é gradual, o jornalismo digital em base de dados tem se consolidado de maneira progressiva. Barbosa (2007, p.279, p.23, p.152) destaca que, seja qual for a configuração da quarta geração, as bases de dados desempenharão papel fundamental, pois foram elas que habilitaram a passagem de um padrão estático para outro dinâmico, revelando o valor da informação estruturada e organizada para a publicação de conteúdos originais. Além disso, se constituirão em elemento estruturante, pela sua flexibilidade intrínseca e pelo seu potencial de reinvenção.

De qualquer forma, recorremos sobretudo à Nogueira (2005, pp.89-90), que a partir das três primeiras fases, sistematiza as três formas através das quais a notícia audiovisual circula no ciberespaço: a TV aberta em presença on-line, relacionada à primeira fase; a *webtv*, relacionada à segunda; e o canal de conteúdo em vídeo, à terceira. Uma vez que o segundo modelo engloba as emissoras que surgem especificamente para a *web*, ainda que optem por exibir sua

³⁸ Distinguir os bancos de dados e as bases de dados é relevante, na medida em que se tratam de conceitos diferentes. Os bancos de dados se constituem de um conjunto de conteúdos armazenados em uma base de dados. As bases de dados, por sua vez, são as estruturas que permitem o armazenamento e a estruturação desses conjuntos, viabilizando que os dados, por serem independentes, possam ser modificados, representados ou recuperados de modos variados (COLLE, 2002, p.29; RIBAS, 2005, p.7, p.28). Para o webjornalismo, as bases de dados são definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos. Correspondem a um elemento fundamental na constituição de sistemas complexos para a criação, manutenção, atualização, disponibilização e circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos. Suas funções podem ser notadas na gestão tanto dos produtos, quanto dos processos jornalísticos (BARBOSA, 2007, pp.27-28).

programação também em canais de TV, adotaremos aqui esse termo para fazer referências às experiências das *webtvs* universitárias³⁹. Até porque, conforme já mencionado, hoje, já não é possível mais delinear com precisão o destino dos materiais veiculados através da Internet.

É importante reafirmar, ainda, que consideramos enquanto *webtvs* apenas os *sites* que têm como seu principal produto os materiais audiovisuais. Estabelecendo um paralelo com a definição de webradio proposta por Prata (2009, pp.73-74), a qual defende que, na Internet, “o elemento-chave do rádio continua sendo o som, só que agora com a agregação de novos signos nos campos textual e imagético gerados pela *web*”, ressaltamos que os portais onde o vídeo aparece como uma forma de complementação da informação jornalística transmitida através de texto e fotos, não serão caracterizados aqui como *webtvs*. Ou seja, para compreender a mensagem transmitida, o usuário não deve precisar do auxílio dos demais elementos da página do *site*, já que a mensagem adquire sentido apenas pelo material audiovisual, sem necessidade de apoio do texto (PRATA, 2009, p.60).

Com base nesse aspecto, os três estudos de caso dessa pesquisa poderiam ser considerados como *webtvs*, tanto que essa característica foi inserida como uma das categorias para a conceituação do webjornalismo audiovisual universitário. Embora na TV UERJ o vídeo não abra automaticamente quando o internauta acessa a página, enquanto que na TV UVA e no TJ UFRJ isso ocorre, tornando evidente que o principal produto jornalístico do *site* é o audiovisual, o qual já adquire destaque desde o início do acesso; é possível afirmar que, nas três experiências, o conteúdo pode ser compreendido apenas através do vídeo. Mas, iremos considerar a TV UVA como o principal exemplo de *webtv* universitária,

³⁹ Há autores que propõem outros termos e classificações para os conteúdos audiovisuais produzidos para a Internet. Amaral (2007, p.2) defende que os vídeos disponíveis atualmente na *web* podem ser divididos em dois grupos: as *webtvs* e as *cibertvs*; sendo que o primeiro grupo engloba as emissoras de TV convencionais que disponibilizam seus sinais também via Internet; e o segundo reúne os canais de televisão que existem somente no ciberespaço, ou seja, são concebidos, produzidos e transmitidos apenas para a *web*. Fidalgo (2001, p.6) emprega o termo televisão on-line e Conhaim (2006) utiliza a denominação Internet TV para designar a veiculação de vídeos na Internet. Já Prado e Franquet (1998), Nielsen (2000, pp.354-371), Capparelli, Ramos e Santos (2000, p.52, p.60) e Mattos (2002, p.151) afirmam que o termo *webtv* se refere à experiência de fornecer acesso à Internet a partir do televisor. Optamos aqui pelas denominações cunhadas por Nogueira (2005), por considerarmos que se aproximam mais das pesquisas acadêmicas realizadas na área do jornalismo audiovisual, como as de Machado (2009, pp.229-230) e de Becker e Teixeira (2008, p.15). Além disso, Ramalho (2010, p.147), que estuda especificamente a produção audiovisual universitária, também utiliza o termo *webtv*.

em função de outros critérios, os quais serão apresentados no decorrer da definição dos três tipos de webjornalismo audiovisual universitário na contemporaneidade.

Um desses critérios é a ideia de programação. Segundo Herrerros (2003, p.287), a programação é uma obra que se reparte em várias emissões e cada uma dessas em diversos programas, cada um dos quais podendo ter, por sua vez, vários cortes ou não. A programação é concebida pelo autor (HERREROS, 2003, p.288) como uma unidade sistemática e organizada, que integra programas heterogêneos por meio de diferentes vínculos, o que não significa realizar uma justaposição de programas. Ou seja, um programa, mesmo que idealizado e produzido como uma unidade isolada ou sequencial, em determinado momento se insere no conjunto da programação, sendo influenciado pelos demais; “se converte em um fragmento ou parte da programação” (HERREROS, 2003, p.451). Fernández (2002, pp.157-158) aborda o conceito de programação televisiva a partir da perspectiva do emissor, na qual a programação se refere ao processo em que um canal seleciona determinados programas e os combina em uma grade para ser oferecido na tela ao telespectador. Trata-se de um processo ativo do emissor sobre a seleção e combinação de programas, objetivados em uma grade de programação para determinados períodos.

Reconhecemos que, com as potencialidades da Internet, o conceito tradicional de programação sofre modificações por dois principais motivos. Em primeiro lugar, a interatividade tem intensificado o enfraquecimento da experiência coletiva de todos os telespectadores assistindo ao mesmo programa em um mesmo horário, conduzindo a uma expansiva fragmentação e segmentação do público, a qual já tem sido verificada desde o advento do videocassete (BOLAÑO; BRITTOS, 2007, p.28). O segundo motivo advém do fato de que os conteúdos audiovisuais são disponibilizados em um *menu* sob demanda e acessados através de hiperlinks, o que subverte a estrutura narrativa padrão do telejornalismo convencional, onde a programação é veiculada com base em critérios editoriais fechados (AMARAL, 2007, p.4).

Essas alterações na ideia de programação não significam que esse conceito deve ser desconsiderado para a definição de uma *webtv* universitária. Pelo contrário: como destacam Bolaño e Brittos (2007, p.29), “se programar não é só ordenar produtos para consumo, mas também escolher os programas mais atrativos a serem disponibilizados aos consumidores, a atividade de programação permanece viva”. E é

justamente essa possibilidade de alterar a forma de acesso aos programas um dos principais diferenciais do webjornalismo audiovisual.

Definimos a TV UVA como o principal exemplo de uma *webtv* universitária pelo fato de disponibilizar 17 diferentes programas dentro de uma programação articulada através dos hiperlinks, encontrando-se, portanto, em consonância com as tendências do ciberespaço e com a ideia de que uma televisão universitária deve veicular diferentes tipos de programas (MAGALHÃES, 2002, pp.39-40). A diretora da TV UVA (MIRANDA, 2010) mostrou clareza sobre esse aspecto ao afirmar que “uma *webtv* deve ter uma programação, uma estrutura de programas”.

No que diz respeito à diversidade de programas e ao uso de hiperlinks, poderíamos definir a TV UERJ também como uma *webtv*. O problema é que, dentro de seus programas, a TV UERJ não realiza uma verdadeira ruptura com a estrutura narrativa padrão do telejornalismo, utilizando, inclusive, a escalada⁴⁰ do apresentador e os assuntos fragmentados dentro do telejornal (AMARAL, 2007, p.12), conforme detalharemos a seguir. Isso não acontece na TV UVA, que, geralmente, aprofunda um assunto diferente em cada programa e, embora utilize a figura do apresentador, o faz de uma forma diferenciada, assunto que será abordado em profundidade no segundo capítulo da dissertação. Pelos motivos apresentados, consideramos a TV UVA como o principal exemplo de *webtv* universitária, o que não significa que as demais experiências analisadas não possuam determinadas características desse tipo de webjornalismo audiovisual universitário.

1.3.2. Televisão universitária on-line: o exemplo da TV UERJ

Para conceituar uma televisão universitária on-line como um tipo de webjornalismo audiovisual universitário, é preciso, em primeiro lugar, retomarmos a distinção, já apresentada, proposta por Canavilhas (2006, p.114). O autor afirma que o jornalismo on-line engloba as publicações na *web* que mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem, ou seja, do jornal, do rádio e da televisão; e o webjornalismo reúne conteúdos produzidos com base em uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e

⁴⁰ A escalada é composta pelas chamadas para os principais assuntos de determinada edição de um programa. É composta por frases de impacto que abrem a transmissão, lidas pelos apresentadores de forma dinâmica, mesmo antes de saudarem o espectador. A função da escalada é despertar e manter a atenção do espectador durante todo o noticiário (REZENDE, 2000, p.147).

hiperlinks, tudo combinado de forma que o internauta possa escolher o seu próprio percurso de interação.

Embora estejamos empregando, nessa dissertação, a distinção de Canavilhas (2006, p.114) para conceituar o webjornalismo audiovisual universitário, defendemos que a televisão universitária on-line pode ser inserida dentro desse conceito, mas apenas quando uma experiência desse tipo produz conteúdos especificamente para o ciberespaço, ainda que mantenha algumas características narrativas incorporadas da televisão. Reconhecemos que isso pode parecer paradoxal, mas essa complexa interação de necessidades e inovações é intrínseca ao processo de transformação de um meio de comunicação, como evidencia Fidler (1997, p.xv) através da ideia de midiamorfose. Segundo o autor (FIDLER, 1997, p.29), as novas mídias não surgem de modo espontâneo e independente e, sim, emergem gradualmente da metamorfose das mídias antigas. É essa ideia que pretendemos transmitir a partir do conceito de televisão universitária on-line.

Optamos pelo termo televisão on-line, a princípio, porque ele se diferencia da primeira forma de notícia audiovisual no ciberespaço sugerida por Nogueira (2005, pp.89-90): TV aberta em presença on-line. Como esse termo é vinculado à ideia de “cópia” dos conteúdos da televisão aberta para a Internet, consideramos que não seria o mais adequado. Afinal, conforme já mencionado, levando-se em conta esse aspecto, os três estudos de caso dessa pesquisa poderiam ser considerados como *webtvs*, já que produzem conteúdos audiovisuais especificamente para o ciberespaço. O conceito que propomos aqui como televisão universitária on-line aproxima-se de forma mais consistente dos trabalhos de Fidalgo (2001), Brasil (2002) e Bacco (2010).

Segundo Brasil (2002, p.333), como hoje não existe uma terminologia ou quadro de conceitos definidos e universais, acabamos adotando os termos dos meios de comunicação já existentes para denominar os novos formatos. Por isso, nesse momento de transição e de linguagens híbridas e experimentais (BRASIL *in* BRASIL; ARNT, 2002, pp.9-11), o termo mais adequado para o autor seria telejornalismo on-line, do qual derivamos a “televisão on-line”. Embora não seja o termo ideal, inclusive na opinião de Brasil (2002, p.333), é o que melhor define essa nova fórmula, a qual emprega a linguagem telejornalística adaptada ao novo meio. “Um híbrido de telejornal com tudo que ainda não sabemos, mas já experimentamos” (BRASIL, 2002, pp.347-348).

Uma televisão on-line mescla características do telejornalismo tradicional e do jornalismo audiovisual realizado até então com as novas possibilidades da Internet para produzir um *site* com uma linguagem que procura oferecer uma alternativa aos modelos existentes. “Trata-se de uma verdadeira interface entre os tradicionais noticiários da TV e o novo meio digital da Internet. Um meio em busca de uma linguagem” (BRASIL *in* BRASIL; ARNT, 2002, p.9).

Seria possível dizer que, nesse aspecto, a TV UVA e o TJ UFRJ também poderiam ser considerados enquanto produtos jornalísticos on-line, já que a mescla com a linguagem da televisão e do telejornalismo tradicionais está presente nas três experiências analisadas. A diferença é que, na TV UERJ, algumas apropriações da TV convencional são mais evidentes, principalmente no *Telejornal UERJ On-line*. Ainda que diferentes experimentações para a construção de uma linguagem própria para a *web* já tenham sido realizadas pelo projeto (BACCO, 2010, p.14), a TV UERJ continua, por exemplo, empregando a ideia do apresentador tradicional dentro do estúdio e atrás de uma bancada, não apenas em seu telejornal (*TJ UERJ On-line*), mas também no seu programa de esportes (*TV UERJ Esportes*)⁴¹, o que não é verificado nas outras duas iniciativas acadêmicas. A TV UERJ mantém a imagem de um enunciador central na figura do apresentador, que desempenha o papel de um pólo organizador dos conteúdos. “A relação entre o mundo referencial e o telespectador é assegurada pelo mesmo apresentador, que se apaga, se faz transparente e constrói, de si, uma imagem de enunciador impessoal; isso não o torna anônimo, pois ele mantém o domínio da gestão midiática do processo evenemencial” (CHARAUDEAU, 2009, p.230).

A estrutura dos programas também aproxima a TV UERJ do telejornalismo tradicional na medida em que estes não possuem a característica de “mosaico digital de notícias” proposta por Nogueira (2005, pp.32-50), ou seja, os conteúdos não são apresentados de uma forma fragmentada, como é o ideal na Internet até para que o internauta possa escolher a ordem de interação com o conteúdo. Em vez disso, o *Telejornal UERJ On-line* aborda diferentes assuntos na ordem estipulada pelo editor-chefe, o que também ocorre com os demais programas dessa experiência acadêmica. Resta ao internauta somente a possibilidade de escolher qual programa assistir primeiro através do *menu* da televisão on-line. Constatamos que essa estrutura linear dos

⁴¹ Como a TV UERJ possui apenas quatro programas, o *Telejornal UERJ On-line* e o *TV UERJ Esportes* representam 50% da produção total de vídeos do *site*.

programas é mantida também na TV UVA, mas essa *webtv* realiza experimentações na figura do apresentador, por exemplo, conforme já evidenciado, e, desse modo, se diferencia da TV UERJ.

Um último exemplo para corroborar a conceituação da TV UERJ como uma televisão universitária on-line é a produção dos programas apenas de dentro do estúdio. Verificamos, durante a pesquisa de campo, que isso se deve, na verdade, não à uma opção, mas à uma carência do projeto: a falta de câmeras. Embora Brasil (2002, p.140) afirme que a limitação de recursos não deveria justificar a ausência de criatividade; Carneiro (*in* BRASIL; ARNT, 2002, p.28) ressalta que “fazer televisão dentro de um novo conceito é caríssimo”, o que acaba comprometendo as autênticas inovações. Hoje, os alunos da TV UERJ dispõem somente de uma câmera digital amadora, em que não podem sequer conectar um microfone, problema que influencia não só na constituição da experiência como uma televisão universitária on-line, mas também nas questões dos gêneros e formatos utilizados, conforme detalharemos no próximo capítulo.

Devemos reafirmar, por fim, que os tipos de webjornalismo audiovisual universitário não são, nessa dissertação, pensados enquanto fases de um processo de evolução, em que um tipo é mais desenvolvido que os demais. Um fato que corrobora a necessidade dessa forma de abordagem é que a TV UERJ era, nas suas origens, um webjornal audiovisual universitário, nos moldes do TJ UFRJ, conforme detalharemos a seguir. Fábio Penna (2010), que foi funcionário da Universidade de 2001 a 2005, destaca essa transição do webjornal para uma televisão on-line como uma das principais inovações realizadas pela TV UERJ, pois a produção de uma programação, em vez de um único programa, conferiu mais amplitude aos assuntos e uma possibilidade de criação mais ampla aos alunos. Embora esse depoimento sirva como uma ilustração, não devemos, nem pretendemos, de forma alguma, pensar os diferentes tipos de webjornalismo audiovisual universitário como melhores ou piores que os demais. O nosso objetivo é observar, identificar e descrever o modo como se constituem e conceituá-los a partir de suas características e especificidades.

1.3.3. Webjornal audiovisual universitário: a experiência do TJ UFRJ

Diante da Internet, a fronteira entre cada produto jornalístico audiovisual tem sido borrada, na medida em que é cada vez mais difícil distinguir entre um programa “continente” e um programa “conteúdo” (MACHADO, 2001, p.28). Além disso, a duração de cada programa na *web* pode variar muito, em função das próprias potencialidades do ciberespaço, o qual tem viabilizado a veiculação de conteúdos mais extensos, dificultando ainda mais a identificação e definição dos conceitos de gênero e programa.

Embora o cenário atual levante discussões frequentes e controvérsias teóricas com relação a esses conceitos, Machado (2001, p.29) afirma que investigações empíricas têm demonstrado que tanto a produção quanto a recepção dos meios de comunicação continuam se baseando em núcleos de significação coerentes, como os gêneros e os programas. Isso significa dizer que os gêneros e os programas continuam sendo os modos mais estáveis de referência da produção jornalística, especialmente a audiovisual, uma vez que permitem distinguir diferenças e semelhanças entre os diversos produtos jornalísticos (MACHADO, 2001, pp.28-29). São, portanto, conceitos imprescindíveis aos estudos narrativos e culturais na contemporaneidade (GORDILLO, 2009, p.26).

Para compreender o conceito proposto de webjornal audiovisual enquanto o terceiro tipo de webjornalismo audiovisual universitário, é preciso definir a noção de programa. Herreros (2003, p.451, p.457) afirma que todo programa tem uma dupla dimensão. Por um lado, possui sua unidade e coerência própria e, por outro, se incorpora a uma estrutura superior para gerar a sequencialidade da programação. Ou seja, os programas formam cada uma das unidades com seu correspondente princípio e final e se integram como tais dentro de uma programação. Como destaca Micó (2007, pp.21-22), os programas são cada uma das unidades de conteúdos independentes que compõem a programação de uma emissão. Há diferentes recursos que marcam e separam os distintos programas inseridos em uma programação. Gordillo (2009, pp.42-43) sintetiza esses recursos dentro de três critérios: 1) a presença de um título e vinheta comum; 2) a inserção na grade de programação enquanto uma unidade temática ou de elementos narrativos; e 3) a periodicidade ou regularidade de veiculação, com exceção dos programas denominados especiais. Em acordo com Machado (2001, pp.27-28),

programa é qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva com relação às outras séries sintagmáticas da programação, podendo ser uma peça única, uma série em capítulos definidos e até a programação inteira, no caso de emissoras ou redes segmentadas ou especializadas, que não apresentam variações de blocos⁴². Isso nos permite afirmar que, mesmo que um programa ocupe toda a programação de uma TV, ainda assim será um programa.

É a partir dessas definições que o TJ UFRJ será conceituado, nessa dissertação, como um webjornal audiovisual e não como uma *webtv* universitária, na medida em que se trata de um único programa webjornalístico audiovisual, dividido por editorias, e não de uma *webtv* universitária, composta por diferentes programas inseridos em uma programação⁴³. Com esse conceito, pretendemos, ainda, evidenciar que o TJ UFRJ se difere do telejornal on-line produzido pela TV UERJ, já que o TJ UFRJ é um *site* autônomo e não um telejornal inserido em uma televisão, composta por outros tipos de programas.

Cabe justificar também porque adotamos o termo webjornal audiovisual, relacionado ao conceito de telejornal, e não a nomenclatura de outro formato jornalístico. Existem diversas variáveis que contribuem para definir determinado gênero, formato ou programa: o tipo de produção (própria ou terceirizada, individual ou seriada), o apoio à produção, o local de produção, a técnica de realização, o procedimento de transmissão (direto ou gravado), a periodicidade, a duração, o público-alvo, o grau de interação que permite, entre outras (MICÓ, 2007, p.27). Buscaremos evidenciar a seguir de que maneira e em que medida o TJ UFRJ se aproxima e distancia das principais características de um telejornal, a ponto de ser conceituado como um webjornal audiovisual.

⁴² Os blocos de um noticiário são compostos pelos conteúdos jornalísticos em seus mais diversos gêneros e temas e são separados por intervalos. Esses intervalos, geralmente, começam e terminam com vinhetas que identificam o programa, denominadas “passagens de *break*” (REZENDE, 2000, p.147).

⁴³ As pesquisas desenvolvidas pela equipe do TJ UFRJ (BECKER et al, 2009) revelam que esse projeto acadêmico não é conceituado pela sua coordenação enquanto um webjornal audiovisual, mas como uma *webtv*. Cabe esclarecer, ainda, que o nome “TJ UFRJ – o telejornal on-line da Escola de Comunicação da UFRJ” é considerado pela equipe apenas como uma referência às origens do projeto – que surgiu, em 2001, com esse subtítulo, embora o nome principal fosse TJ ECO – e não como um conceito que defina o que o *site* é atualmente.

Segundo Temer (2010, p.102), hoje, o telejornal é um dos programas mais facilmente identificáveis na grade de programação das emissoras brasileiras. Sua primeira característica distintiva é a de ser um programa informativo. O principal objetivo deve ser apresentar informações da atualidade que são de interesse da sociedade como um todo (MICÓ, 2007, p.25). Em geral, os departamentos de jornalismo das redes de televisão mantêm uma estrutura independente e com tecnologia para a produção de programas voltados para a categoria informação. O formato clássico do telejornal mantém, até hoje, sua fórmula pioneira: um ou mais apresentadores leem os textos e apresentam as reportagens externas realizadas pelos jornalistas, ao vivo ou gravadas. Comentaristas especializados também fazem parte dos principais telejornais (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 149, p.152).

A estrutura tradicional dos telejornais obriga os jornalistas a simplificarem os fatos e oferecê-los de forma fragmentária e dispersa, característica que pode ser reconhecida tanto nos âmbitos temático e narrativo, quanto no formal (GORDILLO, 2009, p.56). Segundo Herreros (2003, p.428), uma unidade programática contém duas ou mais micronidades, as quais podem ser relacionadas de diferentes maneiras nos diferentes gêneros e formatos: por encadeamento ou justaposição; em forma de dobradiça; coordenadas ou vinculadas por um narrador-condutor; ou de forma difusa. Nos programas informativos, em particular nos telejornais, a maneira mais usual é a da justaposição, caracterizada por unir diferentes conteúdos apenas devido ao fato de pertencerem ao mesmo gênero.

A composição narrativa do telejornal é organizada em torno de diferentes formas televisuais, tais como: “anúncios, reportagens, resultados de pesquisas e de investigações, entrevistas, mini-debates, análises de especialistas etc” (CHARAUDEAU, 2009, p.227). Um telejornal separa a realidade em mosaicos-notícias, previamente seleciona as diversas notícias do contexto em que se produziram, fragmenta o relato mediante múltiplos planos e une diferentes partes da realidade para gerar um discurso coerente entre as imagens e a expressão oral, e depois as submete ao contexto próprio que se cria dentro do programa (HERREROS, 2003, p.474). Ao buscar construir uma concepção organizada, ordenadora e hierarquizada da realidade diária fragmentada por tempos, o telejornal une as diversas informações, as quais possuem significado parcial por si mesmas, em blocos mais amplos, que, por sua vez, também conferem sentido aos conteúdos ao

incorporá-los na unidade e coesão global do telejornal (HERREROS, 2003, p.478). Portanto, assim como as notícias, os blocos ou seções são característicos do telejornal enquanto gênero (TEMER, 2010, p.115), ainda que a sua quantidade e extensão possam variar (REZENDE, 2000, p.147).

Machado (2001, p.104) afirma que é dessa estrutura básica dos telejornais que se extrai o diferencial desse formato: uma montagem de vozes, muitas vezes contraditórias, que se sucedem, se revezam e se contrapõem para relatar determinado acontecimento. Em um webjornal audiovisual, essa divisão de notícias e reportagens pode ser verificada de forma clara através dos diferentes arquivos de vídeo. Já a divisão de blocos tradicional do telejornalismo ocorre a partir do *menu* do *site*. Podemos citar como um exemplo o fato de que o TJ UFRJ divide seus diversos conteúdos audiovisuais entre as seções localizadas na lateral esquerda do *site*: “Página Principal”, “Audiovisual”, “Ciências”, “ECO-Pós”, “Graduação-ECO”, “Notícias” e “Publique”. Algumas dessas seções, inclusive, se subdividem em outras, de acordo com a temática abordada.

Outra característica distintiva do telejornal é que não se trata de um periódico o qual, necessariamente, se emite uma vez ao dia, mas que tem continuidade ao longo do dia com uma configuração ou outra. Em acordo com Herreros (2003, p.473), ainda que esses programas se mostrem como compartimentos estanques, pode haver uma continuidade narrativa dos fatos no decorrer do dia. Para o autor, cada notícia, à medida que se desenvolve, tem tratamentos diferenciados em cada um dos telejornais nos quais aparece. Mas, o conteúdo é contínuo; o que varia é o enfoque, a configuração e o tratamento segundo seja um noticiário, um magazine ou outro tipo de programa. E os telejornais também efetuam esse seguimento contínuo. Por essa razão, é possível afirmar que o fato de o TJ UFRJ não possuir uma transmissão diária ou com periodicidade fixa, assim como ocorre com o telejornal on-line da TV UERJ, não o descaracteriza enquanto um programa jornalístico. Afinal, os conteúdos podem ser postados em função do desenvolvimento da cobertura do fato.

Micó (2007, p.30) sistematiza e resume de forma clara as características mais básicas de um telejornal: a) modelo estrutural estabelecido na segmentação das partes em blocos temáticos, com espaçadores na forma de intervalos ou sem estes elementos; b) discurso informativo estruturado com o relato do apresentador do estúdio; c)

imagens de eventos de interesse com uma narração verbal complementar; d) entrevistas e relatos de repórteres a partir do local dos fatos; e) som ambiente dos eventos com capacidade informativa e força expressiva; e f) identificação dos personagens e cenários relevantes da informação. Isso não significa dizer que todos os telejornais são iguais ou seguem um modelo padrão. Para Herreros (2003, p.477), ainda que cumpra todas as exigências de qualquer programa inserido na programação geral de uma TV (duração, horário de emissão, precedido e seguido por outros programas ou outros conteúdos como os publicitários e autopromoções), cada telejornal tem sua personalidade e seu público-alvo. Essa possibilidade de variação faz com que os telejornais sejam configurados e planejados com base em distintas condições e, desse modo, se diferenciem uns dos outros.

Soma-se a isso o fato de que, hoje, há um estímulo à inovação e à criatividade de cada equipe ou diretor de telejornal (HERREROS, 2003, p.483). A prova é que entre os anos 2002 e 2008, conforme relata Bonner (2009, p.155), o *Jornal Nacional* foi quatro vezes finalista do *Emmy International*. E em todas essas oportunidades, foram edições atípicas que renderam a indicação do telejornal da *Rede Globo*: a cobertura dos atentados de 11 de setembro de 2001; a reeleição de George W. Bush à presidência dos Estados Unidos, em 2004; a *Caravana JN*, um projeto apresentado na cobertura pré-eleitoral de 2006; e as edições que registraram um dos maiores desastres da história da aviação brasileira, em julho de 2007, no aeroporto de Congonhas, em São Paulo. Todos os trabalhos especiais, em edições atípicas. Essas indicações revelam a valorização que vem hoje sendo conferida às experimentações nos produtos e processos jornalísticos contemporâneos.

É diante desse panorama que propomos o conceito de webjornal audiovisual como o terceiro tipo de webjornalismo audiovisual universitário e apresentamos o TJ UFRJ como o seu principal exemplo. Consideramos que essa experiência da Escola de Comunicação da UFRJ apresenta algumas das principais características básicas de um programa jornalístico clássico como telejornal, adaptadas e renovadas em função das potencialidades oferecidas pelo ciberespaço, conforme evidenciaremos a seguir. É essa adaptação do modelo tradicional de um telejornal que nos impele a empregar o conceito de webjornal audiovisual e não de telejornal on-line. Enquanto em um webjornal, há a realização de inovações com relação à estrutura clássica do telejornal, em função da inserção dos vídeos na Internet; em um telejornal on-line,

a forma de apresentação do conteúdo é mantida, o que não ocorre no TJ UFRJ.

Podemos citar como exemplo o fato de que um webjornal audiovisual não tem a figura do apresentador. Herreros (2003, p.490) e Rezende (2000, p.88) apontam como uma das principais características do telejornal tradicional a presença de um apresentador, que cumpre a função de mediação humana imprescindível à informação audiovisual na televisão. Segundo Machado (2001, pp.107-108), existem diversos modelos de apresentador⁴⁴, mas no relato telejornalístico padrão, imaginado como uma estrutura destituída de entidade narradora central na qual o evento é reportado através das falas de seus protagonistas e/ou dos enviados especiais da própria televisão, a função do apresentador consiste basicamente em ler as notícias e amarrar os vários enunciados, chamando os outros protagonistas, mas não lhe cabe tecer comentários ou extrair conclusões. Nessa estrutura, o repórter possui uma grande autonomia, na medida em que se encontra na fronteira intermediária entre a voz institucional e a voz individual e constitui uma espécie de interface entre o veículo de comunicação e o acontecimento.

É possível afirmar, com base no modelo telejornalístico padrão proposto por Machado (2001), que o fato de não ter apresentador é uma das características distintivas de um webjornal audiovisual, já que a função de amarrar e relacionar os conteúdos é cumprida pelos editores

⁴⁴ Conforme destaca Sampaio (1971, pp.84-85), há muitas discussões sobre o tipo de apresentador ideal para um noticiário. Alguns defendem que a informação deve ser transmitida por alguém que seria, ao mesmo tempo, apresentador e repórter, o que deixaria de limitar esse profissional apenas à transmissão da informação, pois este poderia oferecer uma contribuição testemunhal. Outros preferem um apresentador mais “neutro”, um simples intermediário entre o “palco da ação” e o público. Os dois modelos, entretanto, apresentam qualidades e limitações. Sampaio (1971, pp.84-85) alerta, por exemplo, que o perigo do primeiro apresentador é o de transformar-se em vedete, quando esse lugar pertence à informação; o do segundo é a torrente verbal. Machado (2001, p.107) também realiza uma diferenciação entre dois modelos: alguns pretendem mascarar a situação de mediação, através da incorporação sutil de recursos narrativos da ficção audiovisual; enquanto outros explicitam-na, baseando o relato “na autoridade de um âncora onisciente, onividente e onipresente, uma espécie de voz consensual que se intromete nos relatos e os fecha com um comentário de tipo editorial”. Os exemplos mais conhecidos do segundo modelo são Walter Cronkite e Dan Rather, na televisão estadunidense, e Bóris Casoy, na televisão brasileira (MACHADO, 2001, p.107). No Brasil, Bóris Casoy inovou ao fazer comentários no *TJ Brasil*, o que, segundo Squirra (1993b), corresponde ao lançamento de um jornalismo televisivo opinativo no País. Rezende (2000, p.273) afirma que o âncora chegava a ocupar como falante, em diferentes papéis, a metade do tempo total das edições do telejornal, monopolizando a fala. Casoy começou a construir seu estilo em setembro de 1988, mas, não necessariamente, seus comentários acrescentavam mais informações ou qualidade no tratamento dos relatos. De qualquer modo, Casoy constitui-se numa referência do telejornalismo brasileiro (SQUIRRA, 1993b; BECKER, 2004, p.85).

do *site* através das próprias potencialidades da *web*, em particular a hipertextualidade, uma vez que o internauta pode escolher as notícias que deseja acessar através dos *links* para os destaques da página principal ou para cada uma das seções. A mediação e a hierarquização dos acontecimentos também ocorrem por meio do uso que os editores fazem das próprias possibilidades da Internet, na medida em que as notícias apresentadas na primeira página são apontadas como as mais relevantes e o vídeo principal é indicado como o conteúdo de destaque daquele dia. Verifica-se que as principais funções do apresentador são mantidas, mas são exercidas através dos próprios potenciais do ciberespaço, revelando que essa conceituação de webjornal audiovisual é adequada.

Constatamos também que esse terceiro tipo de webjornalismo audiovisual universitário amplia a autonomia que os repórteres já possuíam no modelo tradicional de telejornalismo, uma vez que não há, de fato, nenhum outro jornalista introduzindo ou encerrando a sua participação. E, em uma iniciativa acadêmica, onde os repórteres são estudantes de jornalismo, tal autonomia adquire ainda mais relevância, pois são os futuros profissionais que se tornam mais autônomos no relato das informações, podendo, inclusive, experimentar novos modos de narrar os fatos.

Na estrutura de webjornal audiovisual podemos verificar, ainda, que a ideia proposta por Machado (2001, p.108) do telejornal como uma polifonia de vozes, cada uma delas existindo de forma mais ou menos autônoma e prescindindo de qualquer síntese global, é efetivada. Além das reportagens reunirem diferentes atores sociais, as diversas notícias são distribuídas pelas seções do *site*, permitindo que o internauta escolha a maneira que mais lhe convém ou interessa para acessar a informação.

Micó (2007, pp.190-191) afirma que um noticiário da era da interatividade deve ter uma gama de conteúdos variados, entre reportagens, notícias, entrevistas etc, possibilitando que a audiência se aproxime como se fosse um telejornal convencional, mas também possa selecionar os assuntos que prefere para se aprofundar mais. Para isso, a interface de navegação deve ser apresentada em forma de um *menu*, composto por diversas “janelas” através das quais cada internauta possa avançar em uma direção. Talvez, o formato de webjornal audiovisual já atenda a essa demanda do jornalismo audiovisual contemporâneo, conferindo não apenas mais poder aos cidadãos, mas principalmente

mais responsabilidade para os jornalistas na organização dos conteúdos através da hipertextualidade (MICÓ, 2007, pp.190-191).

1.4. Fases do webjornalismo audiovisual universitário

Após conceituar os três diferentes tipos de experiências de webjornalismo audiovisual universitário na contemporaneidade, é necessário identificar as diversas fases de desenvolvimento que essas iniciativas acadêmicas percorrem. Atualmente, existem sistematizações variadas e consistentes sobre as fases históricas das televisões públicas e universitárias (RAMALHO, 2010; PORCELLO, 2002) e até mesmo sobre as etapas de implantação da televisão digital no Brasil (BRITTOS; BOLAÑO, 2007), mas não conseguimos ter acesso a qualquer trabalho semelhante na área do webjornalismo audiovisual universitário. Reconhecemos o esforço de Bacco (2010) em sistematizar as fases da TV UERJ⁴⁵, as quais, serviram inclusive de base para o desenvolvimento das etapas propostas pela presente dissertação. Mas, a sistematização da autora (BACCO, 2010) tem como foco a televisão online da Universidade estadual e não o webjornalismo audiovisual universitário como um todo, que é a nossa intenção aqui, a partir da análise da história dos três estudos de caso: a TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ.

Embora existam críticas⁴⁶, o estabelecimento de fases é uma atividade importante para que conheçamos o webjornalismo audiovisual universitário. Conforme defende Pinto (2005, p.46), devemos apenas ter cuidado para não reduzir a questão aos seus aspectos exclusivamente técnicos. Em vez disso, é necessário que desenvolvamos as fases a partir de uma perspectiva social, cultural, política, econômica e – também – tecnológica, já que, como em qualquer desenvolvimento tecnológico, os efeitos do webjornalismo audiovisual universitário dependem das diversas formas de sua apropriação pela sociedade (MACHADO, 2000, p.32; PICCININ, 2007, p.11, p.44). Em acordo com Briggs e Burke

⁴⁵ As fases propostas por Bacco (2010, p.14) são: 1) implantação; 2) reconhecimento e parcerias; e 3) sobrevivência e experimentação.

⁴⁶ Os coordenadores da TV UERJ (BRASIL, 2010) e do TJ UFRJ (BECKER, 2010) questionam o estabelecimento de fases. Segundo Becker (2010), as fases são importantes para tentar compreender o jornalismo audiovisual praticado na contemporaneidade, mas não dão conta da complexidade em que vivemos. Brasil (2010) defende que, mais do que em fases, devemos falar em “feitos”. Uma crítica de Brasil (2010) é que os pesquisadores têm focado demasiadamente no *layout* dos *sites*, ignorando o real processo de evolução das diversas propostas.

(2004, p.17, p.289) e Masip (2008, pp.16-17), rejeitamos o determinismo tecnológico baseado em simplificações enganosas, e compreendemos que a velocidade das transformações causadas pelas novas tecnologias de comunicação não dependem somente de avanços técnicos, mas também de todo um contexto de transição.

Reconhecemos que essa delimitação de fases é um trabalho complexo e um objetivo difícil de ser alcançado no webjornalismo, que não é um fenômeno concluído ou consolidado, e sim em constituição; muito mais efêmero e transitório do que perene (CASTELLS, 2003, p.11; MIELNICZUK, 2003, p.21; TOURINHO, 2010, p.21; BRIGGS; BURKE, 2004, p.334; SAAD, 2003, p.23; PICCININ, 2007, p.12, p.209; SOSTER, 2009, p.165, p.176). Segundo Machado (2000, p.11), uma das principais dificuldades no estudo do jornalismo praticado no ciberespaço é a sua característica de estar no epicentro das estruturas sociais emergentes na contemporaneidade. “As novas mídias evoluem cotidianamente, o que nos move a frequentemente repensar e até mesmo reformular nossas definições” (GOSCIOLA, 2003, p.15). O fato de que o impacto das novas tecnologias não é uniforme em todos os meios de comunicação, promovendo diferentes efeitos em função da estrutura de cada veículo jornalístico (URSELL, 2001, p.178), dificulta ainda mais nossa tarefa.

Considerando os aspectos apresentados até aqui e levando em conta a análise do desenvolvimento dos três estudos de caso dessa pesquisa, propomos fases “não cronológicas” e “não lineares” para o webjornalismo audiovisual universitário. Não cronológicas porque não houve uma identificação entre as fases propostas e determinado período de tempo a partir de acontecimentos que servissem como ponto de referência para o seu início. Ou seja, não vinculamos as fases do webjornalismo audiovisual universitário a períodos temporais definidos; em vez disso, as compreendemos como etapas que se sucedem, independente da época em que cada etapa ocorre. A não linearidade das fases, ideia que talvez fique mais clara quando forem apresentadas mais adiante, se baseia no princípio de que não existe “progresso contínuo” ou “caminho único de desenvolvimento” (BRIGGS; BURKE, 2004, p.14, p.322; PICCININ, 2007, p.23, p.43, p.204). “Neste universo complexo, o tempo de transformação das mídias é veloz, porém não constante” (PASE, 2008, p.242). Ao invés de propormos fases progressivas como as de Kulinski (2006, p.142), apresentamos, na

verdade, etapas que indicam o trajeto percorrido pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário contemporâneas.

São três as diferentes fases do webjornalismo audiovisual universitário: 1) **implantação**; 2) **consolidação e reconhecimento**; e 3) **estagnação e busca por inovações**. A primeira fase, a de implantação, como o próprio nome já sugere, vai do período da concepção do projeto até a sua disponibilização regular na *web*. Na TV UERJ, essa fase aconteceu em 2001, quando o *site* entrou no ar, ainda como um webjornal audiovisual. O TJ UFRJ – que destaca o seu histórico no vídeo de abertura, evidenciando a importância conferida ao caminho percorrido até hoje – ingressou na *web* no mesmo ano, pelas mãos de um grupo de alunos da Escola de Comunicação interessados em experimentar as novas tecnologias da comunicação. Desde a sua criação, o TJ UFRJ contou com a colaboração de diferentes professores da ECO. Já a TV UVA foi fundada em 2008 pela reitoria da Universidade. Hoje, a *webtv* tenta evidenciar essa história de implantação através de um “cabeçalho” comemorativo dos seus dois anos.

É importante destacar que a maneira como ocorreu a implantação do TJ UFRJ é diferente da forma como se deu na TV UERJ e na TV UVA. Até 2004, quando o TJ UFRJ foi reconhecido como um projeto oficial da Escola de Comunicação da UFRJ, o webjornal audiovisual era um projeto conduzido essencialmente pelos alunos. Já a TV UVA e a TV UERJ foram concebidas enquanto ferramentas de ensino de jornalismo audiovisual. Ludmila Curi (2010), ex-aluna da UERJ e atualmente videoreporter do *site O Globo On-line*, afirmou que antes da implantação da televisão on-line, os conteúdos produzidos pelos alunos eram transmitidos na TV que ficava no *hall* de elevadores da Universidade. Daí, surgiu o *site*, que representava não apenas uma forma de conferir maior visibilidade para o conteúdo produzido, em acordo com Fábio Penna (2010), como também um modo de compensar a carência de ferramentas de ensino do jornalismo audiovisual. Para Brasil (2010), “a *web* veio a calhar com um dos objetivos da TV UERJ, que era dar a possibilidade do aluno, ao invés de produzir um telejornal por semestre, produzir um telejornal por dia”. A TV UVA, por sua vez, foi concebida a partir do projeto de pesquisa RTVeiga, que identificou a necessidade de um veículo para a divulgação de vídeos produzidos por alunos. Segundo Miranda (2010), foram necessários 18 meses para a concepção da *webtv*, até que essa ingressasse no ciberespaço em 2008.

A segunda fase é a da consolidação e do reconhecimento das experiências de webjornalismo audiovisual universitário. Na TV UERJ, essa fase ocorreu entre 2002 e 2005 e foi marcada pelos prêmios conquistados⁴⁷, pela projeção nas mídias nacional e internacional, assim como pelas parcerias firmadas com a rede de notícias estadunidense *CNN*, o *Observatório da Imprensa* e o portal *Painel Brasil* (BACCO, 2010, p.14). Nessa fase, também, o coordenador divulgou o projeto em diferentes países e começaram a ser realizadas pesquisas acadêmicas sobre a TV UERJ por pesquisadores externos à Universidade.

No TJ UFRJ, a segunda fase aconteceu entre 2006 e 2009. Depois de seu reconhecimento como projeto oficial da ECO em 2004, o TJ UFRJ passou por um período de dificuldades técnicas e acabou saindo do ar. Sua reinserção na Internet, assim como a atualização da sua proposta e do seu formato, ocorreu no segundo semestre de 2006, quando a coordenadora reassumiu o *site* e o projeto passou a contar com o apoio das pró-reitorias de Graduação e de Extensão e da Central de Produção Multimídia da ECO para o seu desenvolvimento. Nessa segunda fase, o TJ UFRJ começou a receber bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) e de Iniciação Artística e Cultural (PIBIAC) da UFRJ. Em 2008 e 2009, o projeto foi contemplado com recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj) para compra de equipamentos. Além disso, desde 2006, os integrantes do projeto produzem artigos científicos, publicados em periódicos e apresentados em congressos da área e na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ, na qual, em 2008 e 2010, os trabalhos dos bolsistas do TJ UFRJ receberam menções honrosas.

Na TV UVA, a segunda fase começou em 2009 e se estende até hoje. No aniversário de um ano do projeto, Miranda (2010) resolveu investir nas transmissões diretas. Algumas dessas transmissões chegaram a ser realizadas, mas foram suspensas para melhorar sua qualidade de exibição, o que vem sendo o objetivo dos testes realizados

⁴⁷ No dia 3 de setembro de 2002, o projeto *TJ UERJ* recebeu o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação na categoria “Grupo Inovador”. O concurso, promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom), é um dos mais importantes do país. Ainda em 2002, a *TV UERJ* firmou parceria com o projeto *Student Bureau*, da rede estadunidense de notícias *CNN* (BACCO, 2010, p.58). Nessa parceria, os alunos da televisão on-line desenvolviam, sob orientação da *CNN*, matérias especiais em inglês e conteúdo para o *site* da *CNN Student Bureau*. O prêmio mais recente conquistado pela *TV UERJ* foi em 2007: menção honrosa do *Top Comm Award* na categoria IPTV (*Internet Protocol Television*) (BACCO, 2010, p.64).

atualmente pelo responsável pela parte técnica da *webtv*. O objetivo da coordenação (MIRANDA, 2010) é, a partir desses testes e de pesquisas, fazer uma grande reformulação no *site*, aprimorando-o. Não tivemos acesso a nenhuma pesquisa científica realizada sobre a TV UVA, mas a inserção dessa *webtv* enquanto um dos estudos de caso dessa dissertação já pode indicar o início do reconhecimento dessa experiência de webjornalismo audiovisual universitário como uma proposta relevante.

A terceira e última fase é a da estagnação e da busca por inovações como solução. A TV UVA ainda não ingressou nessa fase, principalmente em função de ser um projeto recente se comparado aos demais. O TJ UFRJ encontra-se em um período de transição entre a segunda e a terceira fases. Embora o trabalho das bolsistas do projeto tenha recebido menção honrosa na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ em 2010, o número de bolsas concedidas pela Universidade ao webjornal audiovisual foi reduzido em mais da metade: de nove para quatro bolsas, o que implicou em uma desaceleração e queda no volume de produção do *site*. Segundo o técnico em edição e cinegrafia Sérgio Brenner (2010), o reduzido número de bolsas é, atualmente, um dos principais problemas do TJ UFRJ.

A TV UERJ, desde 2005, encontra-se na terceira fase. A falta de apoio da Universidade e as dificuldades financeiras e de infraestrutura têm impedido um crescimento mais expressivo do projeto, que luta para sobreviver (BACCO, 2010, p.14). A televisão on-line encontra-se, inclusive, conforme já mencionado na Introdução, sem um coordenador que atue mais diretamente diante das suas demandas. O prof. Fábio Mário Iório (2010), coordenador interino e Chefe do Departamento de Jornalismo da UERJ, afirmou que já está sendo providenciada a modernização dos equipamentos do Laboratório de TV e Vídeo (espaço em que a TV UERJ é produzida) com recursos da Faperj⁴⁸, assim como a contratação de um novo coordenador e de novos técnicos e jornalistas, o que irá aprimorar e intensificar a produção da TV UERJ. Segundo Brasil (2010), a TV UERJ passa, hoje, por sua pior fase, o que irá exigir uma reformulação total em breve. Essa

⁴⁸ O Laboratório de TV e Vídeo foi contemplado por dois projetos da Faperj enviados por dois diferentes professores da Universidade, mas os recursos ainda não foram liberados. Os projetos não são focados na TV UERJ em si, mas equipam indiretamente a televisão on-line. Um dos projetos aprovados, por exemplo, propõe aulas de audiovisual para alunos da Mangueira (uma comunidade carente no Rio de Janeiro) no Laboratório de TV e Vídeo, o que exige que sejam adquiridos novos equipamentos.

reformulação poderá indicar uma nova fase do webjornalismo audiovisual universitário, a qual ainda não temos condições de definir.

Corroboramos, através da apresentação e exemplificação das três fases do webjornalismo audiovisual universitário, que as diferentes etapas não devem ser pensadas de uma forma cronológica ou linear. Nos três estudos de caso, cada fase correspondeu a um período de tempo e a anos distintos; e as etapas de desenvolvimento não se assemelham a linhas retas que evoluem em um sentido único, mas se aproximam mais da forma de parábolas, que oscilam em função do apoio e do reconhecimento recebido.

As soluções para a estagnação, que, atualmente, se constitui como a última fase do webjornalismo audiovisual universitário, não são únicas, unânimes ou uniformes (BRASIL, 2002, p.68). Mas, talvez uma delas seja a busca constante por inovações nos gêneros e formatos com o objetivo de desenvolver uma linguagem jornalística própria para o ciberespaço. As tentativas empreendidas pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário nesse sentido são o tema do próximo capítulo.

CAPÍTULO DOIS

Gêneros e formatos do webjornalismo audiovisual universitário

Esse segundo capítulo da dissertação será dedicado à identificação e análise dos gêneros e formatos audiovisuais utilizados e/ou desenvolvidos pelas experiências acadêmicas de webjornalismo. Em acordo com Gordillo (2009, p.30), acreditamos que detectar um gênero pode ser mais simples que defini-lo e, portanto, essa seria uma tarefa exequível por uma pesquisa de mestrado. Há estudos consolidados sobre os gêneros e formatos jornalísticos presentes na televisão (ARONCHI DE SOUZA, 2004; GORDILLO, 2009). Mas, o mesmo não se pode dizer do webjornalismo audiovisual universitário. Por isso, o principal objetivo desse capítulo é identificar, a partir do estudo dos casos da TV UVA, da TV UERJ e do TJ UFRJ, quais os gêneros e formatos mais empregados no webjornalismo audiovisual, em especial o universitário, sem perder de vista os esforços já empreendidos por diversos autores, que servirão de base para a análise aqui proposta.

As seções do capítulo não serão divididas em função dos diferentes tipos de gêneros. Ou seja, não serão apresentadas de forma a contemplar os gêneros expositivos e de relato, os dialógicos, e os expressivos ou testemunhais (HERREROS, 2003, pp.244-250; MACHADO, 2001, p.72). Tampouco empregaremos as divisões entre gêneros informativo, opinativo, interpretativo, dialógico, argumentativo, diversional e utilitário (BELTRÃO, 1960, 1976, 1980; MELO, 2010, pp.27-28; NOCI; SALAVERRÍA, 2003). Nossa pretensão, aqui, também não é sistematizar as distintas definições existentes para esses conceitos de difícil delimitação e sem consenso no campo da comunicação, principalmente por estarem vinculados a diversas concepções de produção audiovisual e de seus discursos, e por serem compostos por lógicas variadas, elásticas e efêmeras (BAKHTIN, 1997, p.281; MACHADO, 2001, p.70; ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.36; TUNSTALL, 1993, p.3, p.22, pp.201-202; MARCUSCHI, 2004, p.27; CHAMBAT-HOUILLO, 2007, pp.141-142, p.162; GOMIS, 2008, p.68, pp.89-91; MELO, 2010, p.26; COSTA, 2010, p.77; REZENDE, 2010, p.303). Até porque, a tarefa de definir e elencar as principais características dos gêneros e formatos já foi empreendida por diferentes autores como: Melo (1985); Bakhtin (1997); Mazziotti (2002); Herreros (2003); Noci e Salaverría (2003); Marcuschi (2004); Aronchi de Souza (2004); Vizeu (2005); Micó (2006, 2007); Jost (2007); Gomis (2008);

Charaudeau (2009); Gordillo (2009); Seixas (2009); Temer (2010); e Costa (2010). Em vez disso, priorizamos apontar as principais tendências dos gêneros e formatos no webjornalismo audiovisual universitário.

2.1. A importância dos gêneros e formatos jornalísticos na contemporaneidade

Embora não possamos desconsiderar as dificuldades, nos âmbitos do mercado e da academia, para classificar e refletir sobre os gêneros e formatos audiovisuais, esse tipo de categorização facilita a construção de sentidos, à medida que oferece organização e aglutinação de recursos expressivos e de linguagens (ROSÁRIO, 2007, pp.183-184), e, portanto, merece ser estudado. Em acordo com Tuchmann (1978, p.104), sugerimos que as características formais do produto jornalístico são guias para a sua investigação, por isso o poder das formas não pode ser descartado. Segundo Gordillo (2009, p.26), ainda que a noção de gênero seja objeto de controvérsias teóricas, não se pode negar que sua utilização por parte dos estudos narrativos e culturais a converteu em um conceito imprescindível. Como já mencionado, investigações empíricas têm demonstrado que tanto a produção quanto a recepção dos meios de comunicação continuam se baseando em núcleos de significação coerentes, como os gêneros e os programas (MACHADO, 2001, pp.28-29).

Bertocchi (2010, p.319) defende que, mesmo que os gêneros sofram alterações com o tempo, suas classificações são relevantes pois os conteúdos que englobam e os critérios nos quais se apóiam são reflexos do sistema de valores do jornalismo. Podemos apontar outras três razões para a realização de pesquisas sobre os gêneros e formatos jornalísticos, em especial os do webjornalismo audiovisual: 1) o fato de que os estudos realizados até então são separados por mídia; 2) a estagnação, sobretudo na década de 1990, dos estudos brasileiros sobre gênero; e 3) a dispersão das pesquisas realizadas (SEIXAS, 2009, pp.2-3; ASSIS, 2010, p.9; MELO, 2010, p.16; COSTA, 2010, p.47).

É importante salientar também que, embora os gêneros e formatos possuam elementos formadores e traços que sempre devem estar presentes, são instâncias complexas, dinâmicas, mutáveis e heterogêneas, que se desconstróem e reconstróem em função de tendências, interesses e demandas sociais, tecnológicas e de mercado (MACHADO, 2001, p.71; CHARAUDEAU, 2009, pp.210-211;

TEMER, 2010, p.107). Bakhtin (1997, p.303) afirma que, em concomitância aos gêneros padronizados, sempre existiram, e continuarão a existir, gêneros mais livres, o que viabiliza uma reestruturação criativa do seu uso, mas não significa, necessariamente, a recriação de um gênero. Nas suas constantes hibridizações e fragmentações, os gêneros costumam misturar seus próprios sentidos, evidenciando alguns e apagando outros, o que é intrínseco à sua estrutura. Isso lhes confere uma maneira de operar no limite entre o conhecido e o inovador (MAZZIOTTI, 2002, pp.205-206). Talvez essa seja uma das razões para a indefinição desses conceitos na contemporaneidade, pois, na medida em que realizam hibridizações, as lógicas de significação vigentes se transformam. E no contexto digital, a alteração nas formas de criação e usos dos gêneros é cada vez mais veloz, acelerando ainda mais o processo de hibridização, conforme detalharemos a seguir.

2.2. A hibridização dos gêneros e formatos

Com a emergência das tecnologias digitais, uma das características da narrativa jornalística passou a ser a hibridização e mescla das práticas discursivas, dando origem a fragmentações de gêneros e a novos formatos, assim como a um panorama onde as fronteiras canônicas se diluem (GORDILLO, 2009, p.14; SEIXAS, 2009, p.2; MICÓ, 2006, p.73; PICCININ, 2007, pp.204-205). É verdade que a atenuação dos limites ortodoxos entre os gêneros e formas de comunicação não é recente (BRIGGS; BURKE, 2004, p.322; SODRÉ, 2009, p.138) e ocorre em função de distintos fatores (CHARAUDEAU, 2009, p.231). Tanto que, já em 1993, Tunstall (p.2, pp.23-24, p.80) falava em “programação *edinfotainment*”. Na contemporaneidade, contudo, as possibilidades trazidas pela hipertextualidade, pela multimídia e pela interatividade ampliam o potencial de surgimento de conteúdos específicos para o ciberespaço, demandando alterações nas estruturas formais dos gêneros (URETA, 2007, p.47; RIBAS, 2005, p.35, p.87; ROSÁRIO, 2007, p.185, p.188).

No universo audiovisual, essa hibridização é também intensa (MACHADO, 2007, pp.133-134). Segundo Becker (2009, pp.97-100), o telejornalismo e o webjornalismo audiovisual têm sofrido influências mútuas e passam por uma constante hibridização mediada pelas tecnologias digitais. O importante é ter em mente que a inserção do vídeo na Internet não se trata de uma soma de duas tecnologias, mas de

um hibridismo (CAPPARELLI; RAMOS; SANTOS, 2000, p.57), que exige novas formas de pensar os gêneros e formatos audiovisuais no ciberespaço. Relevante também é, em acordo com Palacios (2002, pp.4-6), afastar a ideia de que a Internet está se constituindo a partir de uma lógica de superação dos gêneros e formatos anteriores, o que poderia nos conduzir a uma visão evolucionista e linear simplista. Em vez disso, trata-se de uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diferentes suportes, convivendo e se complementando no ambiente midiático. “As características do Jornalismo na Web aparecem majoritariamente como **Continuidades** e **Potencializações** e não, necessariamente, como **Rupturas** com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores” (PALACIOS, 2002, pp.5-6).

Consideramos que, no ciberespaço, os gêneros tradicionais têm se reconfigurado com base nos novos, através do processo já descrito por Fidler (1997) como midiamorfose, ou seja, pelo entrecruzamento de características dos gêneros de origem com os propósitos do novo suporte. O conceito de remediação de Bolter e Grusin (2002) também pode ser aplicado a essa conjuntura, uma vez que remete à ideia de que as mídias digitais partem dos meios anteriores para aperfeiçoar determinados aspectos e para acrescentar novos recursos, operando de modo híbrido e inclusivo. Hoje, composições que aliam elementos já existentes a formas esquecidas e/ou novas têm gerado conteúdos diferenciados (MANOVICH, 2001, p.227; RIBAS, 2005, p.5; BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p.180; BOCZKOWSKI, 2004, p.178).

Torna-se necessário, portanto, repensar a narrativa jornalística audiovisual e organizar um mapa atualizado de gêneros e formatos, já que os produtos jornalísticos atuais não se correspondem com as definições clássicas, as quais se convertem cada vez mais rápido em taxonomias obsoletas e, por vezes, confusas (GORDILLO, 2009, p.14; REZENDE, 2010, p.312; MARCUSCHI, 2004, p.17; PERUZZO, 2010, p.8). Essa conceituação não é relevante só para fins acadêmicos, mas é fundamental também para que os internautas possam saber como interagir com esses novos tipos de conteúdo jornalístico que emergem na *web*. Afinal, os gêneros e formatos estabelecem uma série de códigos reconhecíveis, que possibilitam o entendimento entre o autor e o público (MICÓ, 2006, p.73; GORDILLO, 2009, p.24).

Ao mesmo tempo em que essa sistematização e conceituação dos novos gêneros e formatos é necessária, não é algo simples ou fácil,

pois, conforme sustenta Charaudeau (2009, p.211), “é sempre difícil discernir o que, sob as variações da forma, estabelece uma ruptura e, por conseguinte, a aparição de uma nova categoria”. Se por um lado, os diferentes gêneros já consolidados evoluem em resposta a mudanças institucionais e a pressões sociais; por outro, toda nova atividade comunicativa traz consigo o nascimento de gêneros novos e específicos (SHEPHERD; WATTERS, 1998, p.1; GORDILLO, 2009, p.23; BERTOCCHI, 2010, p.318, p.324). Shepherd e Watters (1998, p.1) afirmam que as tecnologias digitais de comunicação, em especial a Internet, têm se constituído como um poderoso gatilho para o surgimento de uma nova classe de gênero, denominada cibergênero, a nomenclatura que empregamos, nessa dissertação, para nos referirmos aos gêneros verificados hoje no ciberespaço, e mais especificamente nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas.

Shepherd e Watters (1998, pp.2-3) dividem os cibergêneros em dois grandes grupos: o grupo dos “gêneros existentes”, que se subdivide em “replicados” e “variantes”; e o dos “novos”, subdividido em “emergentes” e “espontâneos”⁴⁹. O primeiro grupo engloba os cibergêneros que migram dos meios tradicionais para a *web*, e, pelo menos a princípio, não exploram as capacidades do seu novo meio. O segundo grupo reúne os cibergêneros que já aproveitam as potencialidades da Internet. A diferença entre os dois tipos presentes nesse último grupo está no fato de que os emergentes seguem um processo evolutivo, ou seja, emergem de uma força que explora progressivamente as funcionalidades oferecidas pelo novo meio; enquanto que os espontâneos não têm contrapartida em nenhum outro meio.

Os gêneros e formatos adotados pelo webjornalismo audiovisual universitário brasileiro são, majoritariamente, emergentes, isto é, tomam como base para suas inovações as fórmulas já estabelecidas e consagradas pelos meios tradicionais. Isso é considerado como “natural” por Fidalgo (2001, p.8), já que, embora a *web* introduza

⁴⁹ Essa diferenciação entre os cibergêneros é adotada também por Ureta (2007, p.48), apenas com outras nomenclaturas: “repetição”; “enriquecimento”; “renovação”; e “inovação”. É possível, ainda, traçar um paralelo com as quatro formas de conteúdo da mídia digital propostas por Pavlik (2008, pp.103-104) – 1) Conteúdo reformulado com design de mídia tradicional; 2) Conteúdo reformulado com design para mídia digital; 3) Conteúdo original com design de mídia tradicional; e 4) Conteúdo original com design para mídia digital – e com os três tipos de práticas de informação sugeridas por Boczkowski (2004, p.51, p.55) – “adaptação”, “recombinação” e “recriação”.

novas formas de jornalismo, criar ou experimentar tais formas não é fazê-lo sem relação com o passado. Precisamos admitir, conforme o fez Micó (2007, p.179) com relação à televisão digital, que no webjornalismo audiovisual universitário, alguns dos novos modelos quase coincidem com os antigos. Ainda que os cibermeios estejam protagonizando um processo de experimentação em um ambiente onde a ausência de padrões estabelecidos convida a criar novas convenções e reinventar gêneros (SALAVERRÍA, 2005, pp.517-518), é necessário um aprofundamento das pesquisas acadêmicas que fomentem inovações mais expressivas.

Isso significa que, diante desse cenário, as instituições de ensino superior continuam sendo cada vez mais fundamentais, já que são os formatos e gêneros veiculados que determinam as características, potencialidades e limitações do conhecimento transmitido à sociedade. Em acordo com Aronchi de Souza (2004, p.183), afirmamos que as universidades têm o potencial de empreender pesquisas e estimular a criatividade profissional no sentido de criar uma nova classificação dos formatos e dos gêneros. Algumas experimentações já têm sido realizadas nas diferentes iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário, conforme evidenciaremos nas próximas seções.

2.2.1. Uma mescla com o educativo e o ficcional

Os conteúdos dos meios de comunicação sempre se constituíram através do que Briggs e Burke (2004, p.196) chamam de “tríade sagrada”: informação, educação e entretenimento. Embora os limites entre informação e entretenimento tenham começado a ser atenuados durante as décadas de 1950 e 1960, a cultura contemporânea é caracterizada por uma contaminação bem mais expressiva entre as diversas formas, sendo frequente o desenvolvimento de trabalhos audiovisuais com propriedades dos vários modelos, que geram fórmulas mistas, as quais correspondem a padrões complexos e dificultam qualquer taxonomia (MICÓ, 2007, p.157; PERALTA, 2005, p.93; HENN, 1996, p.73).

As definições clássicas, em geral, separam os conteúdos informativos, educativos e ficcionais em categorias distintas (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.92; MICÓ, 2007, pp.25-27). Contudo, pode-se dizer que sempre houve uma relação estreita, sobretudo entre o educativo e o jornalismo, mais vinculado ao informativo (MELO, 1985, pp.18-19; SODRÉ, 2009, p.52; ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.154).

Essa relação do jornalismo com a educação é ainda mais evidente na produção jornalística universitária, que tem como finalidades primordiais as educativas e culturais (PORCELLO, 2002, p.85; PRIOLLI, 2004).

Isso não significa que o discurso jornalístico e o discurso educativo são equivalentes. Segundo Charaudeau (2009, pp.184-185), o jornalismo não pode ser confundido com o discurso didático, mesmo quando possuir diversos traços de didaticidade, na medida em que existem entre eles duas diferenças principais: 1) o discurso didático tem um alvo específico – o que não é o caso do discurso jornalístico –, e o contrato que se instaura entre professor e aluno é um contrato de aprendizagem – e não de informação; e 2) o discurso didático pressupõe um saber já estabelecido em um lugar de verdade, enquanto o discurso jornalístico prioriza a descoberta dos fatos e do saber ocultos. Nem mesmo o jornalismo produzido pelas televisões das universidades pode ser confundido com um conteúdo educativo, ainda que a educação seja uma de suas finalidades. Tanto que distintos autores diferenciam as TVs universitárias das TVs educativas (PORCELLO, 2002, p.77; PRIOLLI, 2004). Conforme sistematizado por Bacco (2010, p.44), as televisões universitárias reúnem determinadas características das emissoras educativas, mas são definidas pelo seu aspecto formativo e não pelo compromisso pedagógico, o que distingue os conteúdos educativos.

No webjornalismo audiovisual universitário, em especial na TV UVA⁵⁰, verificamos que têm sido empreendidas tentativas no sentido de mesclar conteúdos informativos e educativos, recorrendo, inclusive, à ficção. O objetivo dessa dissertação, conforme já mencionado, não é propor conceitos para esses novos gêneros e formatos emergentes. A nossa intenção é apenas identificar e apontar as diferentes tendências do webjornalismo audiovisual universitário na contemporaneidade. De qualquer forma, essa tendência pode ser relacionada com o que Azambuja (2008, p.6) chama de Jornalismo Educativo: “um Jornalismo preocupado em informar, formar e educar, com uma clara função social”, oferecendo, para além da informação, dados explicativos para

⁵⁰ É verdade que no TJ UFRJ são realizados esforços para a produção de conteúdos mais educativos, focados na divulgação científica, através de suas reportagens especiais, as quais abordaremos na próxima seção. Porém, a linguagem adotada pelo TJ UFRJ se aproxima mais do modelo informativo do jornalismo tradicional do que de conteúdos que misturam o informativo com o educativo. Já a TV UVA busca hibridizar de um modo diferenciado esses dois tipos distintos de conteúdo, o que pode vir a se constituir em um novo gênero do webjornalismo audiovisual universitário.

que se tenha condição de aprender novos conceitos, adquirir mais conhecimentos ou se interessar e ir em busca destes.

De acordo com Miranda (2010), a ideia de mesclar o informativo com o educativo é o que direciona a TV UVA desde a sua concepção. Uma solução encontrada para promover essa mistura é o uso da ficção, através de encenações realizadas pelos próprios estudantes de comunicação, as quais, na opinião de Miranda (2010), permitem abordar assuntos considerados “chatos” ou “batidos” de uma maneira mais “lúdica, engraçada e descontraída”. A introdução dos temas é feita por meio da dramatização de situações cotidianas vivenciadas por qualquer pessoa, para depois transmitir a informação numa linguagem que mescla o jornalismo e a educação.

Os dois principais exemplos desse formato na TV UVA são os programas *Saúde em Foco* e *Ambiente Virtual*, cujo total de edições representa 19% dos vídeos jornalísticos analisados⁵¹. Todas as edições do *Saúde em Foco* são protagonizadas por uma marionete chamada “Tio Hypo” e por um ou dois alunos desempenhando o papel de apresentador(es). No programa sobre hipertensão, as duas apresentadoras chegaram a conversar com o boneco; enquanto que na edição sobre a vacinação contra o vírus H1N1, o apresentador não se dirige ao boneco, mantendo a postura tradicional de um apresentador. Isso revela que os níveis de mescla entre ficção e jornalismo variam. Já no programa *Ambiente Virtual*, a dramatização é feita entre os próprios alunos, que encenam conversas cotidianas. Há, ainda, um terceiro aluno fazendo a apresentação do programa no estúdio. É relevante mencionar que, em ambos os programas, os créditos dos envolvidos na dramatização são diferentes dos créditos das sonoras e do apresentador, recurso que revela uma preocupação pertinente com a diferenciação entre o que é encenação e o que se trata de um conteúdo jornalístico, já que as misturas entre as diferentes categorias são válidas no campo da criação, mas não devem servir para confundir o público, que espera ser informado (MICÓ, 2007, p.160; FARRÉ, 2008, pp.348-349).

Nem a TV UERJ, nem o TJ UFRJ, empregam a mescla do jornalismo com a ficção da mesma forma que a TV UVA. A única tentativa da TV UERJ nesse sentido é o uso de diálogos com bonecos no *ETC!*. É comum que os apresentadores conversem ou interajam com

⁵¹ O programa *Letras & Etc* também emprega a dramatização, mas não foi considerado jornalístico por essa pesquisa, pois se aproximava demasiadamente do estilo de uma aula, ou seja, não apresentava uma mescla do conteúdo jornalístico com o educativo.

uma boneca Minnie em diferentes momentos do programa. Na edição do dia 27 de novembro de 2009, a boneca chegou a ser dublada para aparecer no vídeo como a última opinião da enquete⁵² do Quadro “Cinco”. Segundo a estudante Bárbara Vianna (2010), a boneca começou a ser usada em 2008 a fim de conferir um caráter descontraído ao programa.

Reforçamos que não é nosso objetivo conceituar esses gêneros e formatos emergentes. Não podemos, contudo, deixar de destacar que essa mescla entre jornalismo e ficção tem um paralelo com o que Gordillo (2009, p.40) conceitua como “hipergênero docudramático”, o qual consiste na fusão da realidade e da ficção em uma simbiose quase que perfeita.

A emergência desse novo tipo de jornalismo, hibridizado com conteúdos educativos e ficcionais, corrobora que, como já defendia Aronchi de Souza (2004, p.183, p.150), as pesquisas e a criatividade profissional podem levar a uma nova classificação das categorias, gêneros e formatos tradicionais, até porque a própria multiplicidade dos gêneros jornalísticos na cultura brasileira estimula a experimentação dos formatos e as comparações com outras categorias. As constatações apresentadas nessa seção reafirmam, ainda, que para gerar transformações efetivas, nenhuma forma de comunicação deve ser ignorada: informação, educação e entretenimento precisam, todos e juntos, modificar e adaptar suas fórmulas diante das possibilidades das novas tecnologias (MICÓ, 2007, pp.178-179).

Conforme alertam Bardoel e Deuze (2001, pp.9-10), de fato, a eliminação das fronteiras entre os diferentes tipos de conteúdos e formas narrativas representa alguns riscos para o jornalismo, como o de se tornar cada vez mais direcionado a atender às demandas do mercado. Mas, como constatado através dos exemplos apresentados, as hibridizações têm sido pensadas e empreendidas com muita

⁵² A enquete ou povo fala consiste em fazer a mesma pergunta a diversas pessoas para que opinem sobre um fato. Trata-se de várias entrevistas, em geral curtas, sobre determinado assunto. Tem caráter opinativo e interpretativo, não informativo. Não é igual à enquete sociológica: a enquete jornalística busca detectar tendências, impressões, correntes ou confrontações de ideias em torno de um tema. Para isso, pessoas são entrevistadas aleatoriamente, objetivando refletir a diversidade de opiniões existentes. Na Internet, a enquete adquire maior protagonismo informativo devido a duas características: os participantes vão até a enquete; e a apresentação dos dados, em vez de perguntas abertas, recorre a modelos de tabulação estatística, possibilitando resultados mais rápidos com mais pessoas (HERREROS, 2003, pp.248-249; REZENDE, 2000, p.150; MICÓ, 2007, pp.47-48; RIBAS, 2005, p.39).

responsabilidade pelas universidades (vide o caso dos créditos nas encenações) e, portanto, são bem-vindas.

2.2.2. Os formatos híbridos

Antes de apresentar os diferentes formatos identificados no webjornalismo audiovisual universitário brasileiro, é relevante evidenciar que há determinados programas dos três estudos de caso com mais formatos novos, enquanto que outros se aproximam de modo mais expressivo do formato telejornalístico clássico. Isso tem gerado, nessas iniciativas acadêmicas, um equilíbrio entre o novo e o tradicional, entre a criatividade e a repetição, característico do audiovisual no século XXI (GORDILLO, 2009, p.17) e de qualquer novo meio de comunicação (BECKER; MATEUS, 2010, p.128). Portanto, consideramos esse equilíbrio positivo, na medida em que cria condições para a emergência de inovações diante das possibilidades das novas tecnologias de comunicação.

2.2.2.1. Reportagens especiais

Os tipos de reportagem na Internet ainda não possuem um consenso sobre a sua terminologia. O que abordaremos, nessa pesquisa, enquanto “especiais” também já foi denominado “reportagem multimídia”, “reportagem em profundidade”, entre outras nomenclaturas (RIBAS, 2005, pp.92-93). Embora reconheçamos a complexidade desse assunto, nos basearemos na sistematização proposta por Ureta (2007, pp.49-50), que distingue dois tipos principais de “especiais”: os imprevistos, provocados por um acontecimento de relevância; e os previstos, que, por estarem desvinculados da atualidade imediata, dispõem de tempo suficiente para a preparação e elaboração. No webjornalismo audiovisual universitário praticado pelos casos estudados, verificamos somente a presença do segundo tipo de especiais. Portanto, todas as considerações realizadas por essa seção partem da perspectiva dos especiais enquanto programas previstos e preparados com antecedência.

Os especiais do webjornalismo audiovisual universitário são, antes de tudo, reportagens. Micó (2007, p.99) destaca três linhas distintivas da reportagem: 1) interesse em analisar os fatos e incluir a avaliação de especialistas; 2) originalidade do tratamento dos acontecimentos; e 3) narração informativa dos fatos. O conteúdo deve adotar um ponto de vista distanciado e amplo, além de propor um

questionamento sobre as causas, correlações e repercussões do fenômeno tratado (CHARAUDEAU, 2009, pp.221-222; REZENDE, 2000, p.157). Pensada a partir desses pressupostos, a reportagem é, segundo Salaverría (2005, p.521), um gênero adequado para a implantação da hipertextualidade, na medida em que recorre a outros documentos para contextualizar e explicar os novos acontecimentos.

Os especiais, entretanto, não são qualquer reportagem. Daí deriva a sua nomenclatura. São reportagens que têm sua própria unidade e uma organização única e livre segundo a criatividade de cada autor ou equipe. Não estão submetidos a periodicidade, estrutura ou duração prévias, o que depende da complexidade de cada tema. Os especiais são apresentados ao público como algo excepcional dentro da programação. Normalmente, abordam assuntos de interesse geral, e não só de um veículo de comunicação (HERREROS, 2003, pp.468-469). Consistem em um olhar em profundidade sobre um fenômeno específico (BOCZKOWSKI, 2004, p.61). No Brasil, os especiais são classificados como produções exclusivas e inéditas apresentadas como programas diferenciados (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.39).

Hoje, os especiais se constituem enquanto um dos campos mais fecundos para a experimentação nos conteúdos webjornalísticos⁵³, em função da possibilidade de exploração da hipertextualidade, da multimídia e da interatividade proporcionadas pela Internet (SALAVERRÍA, 2005, pp.520-521; URETA, 2007, p.43; RIBAS, 2005, p.151; BOCZKOWSKI, 2004, p.61). Pavlik (2001, p.217, pp.xiii-xiv) defende que as novas tecnologias geram condições para a emergência de uma forma de comunicação que incorpora não apenas as capacidades multimídia das plataformas digitais, mas também as qualidades interativas e hipermediáticas, conferindo aos jornalistas a oportunidade de elaborarem reportagens mais navegáveis e contextualizadas, as quais narram os acontecimentos de maneira mais precisa, completa e dinâmica.

Ureta (2007, pp.56-58) propõe princípios gerais e características distintas para formatar uma reportagem especial: a função jornalística;

⁵³ Reconhecemos que os especiais já existem na televisão tradicional (HERREROS, 2003, pp.468-469; ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.39). Mas, diante das possibilidades da Internet, esse formato tem adquirido contornos inovadores. Ureta (2007, p.43), Mielniczuk (2003, p.50) e Salaverría (2005, pp.520-521) são alguns dos autores os quais destacam as reportagens especiais como uma das formas narrativas jornalísticas emergentes no ciberespaço que se afastam de maneira expressiva dos formatos tradicionais dos relatos jornalísticos.

a estrutura hipertextual; o multiformato; a interatividade; e a periodicidade ilimitada. Esse último aspecto também é destacado por Mielniczuk (2003, p.61), que ressalta como um dos diferenciais desse tipo de reportagem a possibilidade de ficar disponível no *site* de maneira permanente e cumulativa, ocupando, inclusive, seções específicas do webjornal. Isso foi verificado, em parte, com as reportagens especiais produzidas pelo TJ UFRJ. Embora não tenha uma seção específica com o nome “Especiais” (o que pode se constituir como um problema para o usuário em determinados momentos), esse tipo de conteúdo é concentrado em duas determinadas editorias, a “Audiovisual” e a “Ciências”: 80% das reportagens especiais do TJ UFRJ inseridas na amostragem da presente pesquisa foram publicadas nessas duas seções.

Dos três estudos de caso dessa dissertação, o TJ UFRJ é a iniciativa de webjornalismo audiovisual universitário que mais experimentou no campo das reportagens especiais⁵⁴. A ex-bolsista Lidiane Queiroz (2010), que hoje atua como colaboradora esporádica do projeto, afirma que os especiais são o maior espaço para se inovar no TJ UFRJ. Em acordo com Queiroz (2010), nos vídeos mais cotidianos (com, no máximo, 1min30s), não há muito espaço para a experimentação; mas, como as reportagens especiais podem ter até 5min, há a possibilidade de se inovar mais. O webjornal audiovisual disponibilizava, no período da análise, 17 reportagens especiais, sendo 15 delas dedicadas à divulgação científica, as quais abordavam as pesquisas realizadas nas diferentes áreas da Universidade, como as relacionadas com células-tronco e biodiesel. As outras duas reportagens

⁵⁴ A página principal da TV UERJ apresenta um *link* para seus “Especiais”. Porém, os conteúdos mais recentes dessa editoria datam de 2008, ou seja, não fazem parte da produção jornalística regular da televisão on-line e, por isso, não foram incluídos na amostragem dessa pesquisa. Já os vídeos que a TV UVA nomeia de “Especiais” não foram considerados para essa análise por serem “cópias” dos conteúdos produzidos para a televisão universitária. É verdade que, na TV UVA, com exceção do *A Dica é* e do *TV UVA Notícias*, todos os programas webjornalísticos focam em um único tema, para discutí-lo, aprofundá-lo e contextualizá-lo. Mas, conforme destacado na seção anterior, alguns deles não se restringem à narração informativa dos fatos e, portanto, se afastam do conceito de reportagem jornalística (MICÓ, 2007, p.99). Outros utilizam formatos que não a reportagem para discutir os assuntos, como o *Expresso.com*, um programa de entrevista. Os programas da TV UVA que mais se aproximam do que poderíamos chamar de reportagens especiais são *Desvendando a História*, *Retratos do Rio*, *Abrindo o Jogo*, *Vivenciando Profissões* e *Pedagogia em Ação*. De qualquer forma, optamos por focalizar nas experimentações empreendidas pelo TJ UFRJ, em que a preocupação em produzir especiais se apresentou de forma mais clara e intensa, inclusive entre os alunos.

discutiam a implantação da TV Digital no Brasil e os desafios do ensino do Jornalismo no século XXI.

As reportagens especiais do TJ UFRJ buscam abordar temas de interesse da sociedade como um todo, através de uma perspectiva contextualizada e aprofundada. Segundo a bolsista Lara Mateus (2010), já foram realizadas experimentações na produção de uma reportagem audiovisual que empregava o hipertexto. Tratava-se de um vídeo sobre a importância da preservação da Amazônia, que foi apresentado na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ de 2009, mas não pôde ser disponibilizado no webjornal audiovisual por limitações do sistema utilizado (*Joomla*). Esse exemplo ilustra o fato de que, embora experiências já sejam empreendidas, as limitações técnicas ainda comprometem os conteúdos produzidos pelas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário.

Outro fator limitador nesse sentido é o tempo. Conforme alerta Ayerdi (2002, p.11), na Internet, os conteúdos, por diversas vezes, são sacrificados pelo tempo de resposta e funcionalidade, pois, se o *site* demorar para carregar, os usuários migram para outro endereço eletrônico. Mateus (2010) mostrou clareza sobre esse aspecto ao afirmar que as reportagens especiais do TJ UFRJ não possuem mais de 5min, porque, se o tivessem, poderiam demorar a carregar (como acontece com alguns vídeos mais longos não apenas do TJ UFRJ, mas também da TV UVA), além de correrem o risco de se tornarem conteúdos cansativos para se assistir no computador.

A bolsista chamou a atenção para outro elemento que compromete o desenvolvimento dos especiais pelas iniciativas acadêmicas: a falta de recursos financeiros. “O ideal seria produzirmos, pelo menos, uma reportagem especial por mês, mas, para isso, precisaríamos de recursos” (MATEUS, 2010). Os recursos financeiros são necessários, sobretudo, porque as reportagens especiais abordam assuntos externos ao *campus* da Praia Vermelha e, para serem produzidas, despesas com aluguel de transporte precisam ser cobertas, uma vez que, conforme já mencionado, o TJ UFRJ não conta com o apoio da Universidade nesse sentido. Corrobora essa afirmação o fato de que 88% dos especiais disponibilizados no TJ UFRJ durante o período da análise foram produzidos com base nos recursos concedidos pela Faperj no ano de 2008. Na ocasião da pesquisa de campo, três novas reportagens desse tipo estavam começando a ser apuradas e a sua produção também seria possibilitada pela concessão de recursos da

Faperj por meio de edital do ano de 2009. Embora Ureta (2007, p.51) afirme que o ambiente da Internet pode ajudar a afastar a ideia de que as reportagens especiais são caras, ainda não é essa a realidade verificada no webjornalismo audiovisual universitário do Brasil.

Em acordo com Pavlik (2001, p.218), concluímos que, apesar de ainda existir a necessidade de produzir vídeos curtos no ciberespaço, é também cada vez mais imprescindível realizar a exposição completa dos fatos dentro de um contexto. No ambiente acadêmico, é preciso também lidar com as limitações financeiras, que tolhem algumas tentativas de inovação. É justamente alcançar o equilíbrio entre todas essas exigências e obstáculos o que irá desafiar o webjornalismo audiovisual universitário nos próximos anos.

2.2.2.2. O apresentador-repórter e o repórter-comentarista

Hoje, as funções dos jornalistas nos conteúdos informativos audiovisuais podem variar: repórteres e apresentadores são dois dos papéis desempenhados por esses profissionais no vídeo. Pode ser que, no futuro, os jornalistas ocupem mais funções, já que, até alguns anos atrás, a posição de apresentador, por exemplo, era reservada a locutores (REZENDE, 2000, p.28). A mescla realizada pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário entre os papéis tradicionais dos jornalistas aponta uma tendência nesse sentido, uma vez que, a partir desse hibridismo, podem surgir novas funções profissionais e, por conseguinte, formatos inovadores. Identificamos, nessa pesquisa, duas hibridizações realizadas com relação às funções do jornalista, as quais deram origem a dois diferentes formatos: o apresentador-repórter e o repórter-comentarista.

Como o próprio nome sugere, a função do apresentador-repórter exige do jornalista não apenas apresentar o programa jornalístico, mas também produzir efetivamente a reportagem. É verdade que, já há algum tempo, o apresentador acompanha o processo de produção em todas as suas etapas, acumulando a função de editor-chefe (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.76). A nova figura do apresentador-repórter se difere no sentido de que é o próprio apresentador que executa essas diversas etapas, construindo, com seu próprio trabalho, o formato final do programa. Reconhecemos também que Sampaio (1971, pp.84-85) já falava em um modelo de apresentador que seria, ao mesmo tempo, repórter, deixando de se limitar à transmissão da informação, e oferecendo uma contribuição testemunhal. Mas, conforme destacado no

capítulo anterior, esse não é o modelo telejornalístico padrão no Brasil, portanto, será abordado como uma novidade, na medida em que a sua apropriação no contexto do ciberespaço trata-se de um diferencial.

Empregamos a palavra “apresentador” em primeiro lugar por considerarmos que essa nova função se aproxima de forma mais expressiva da ideia tradicional de apresentador do que de repórter. Embora, nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário (particularmente na TV UVA), algumas dessas “apresentações” sejam realizadas do local do acontecimento, não podem ser classificadas como cabeças de repórter⁵⁵, e sim como cabeças de apresentador⁵⁶, já que integram os diferentes relatos, coordenando a passagem de uns aos outros, situando os diversos conteúdos, abrindo espaço para os demais atores sociais ouvidos, e estabelecendo continuidade e coerência. Além disso, não há um modelo único de apresentação (HERREROS, 2003, p.490), tampouco algum impedimento para que um programa jornalístico seja apresentado de fora dos estúdios e diretamente do local dos fatos. A edição do dia 15 de maio de 2006 do *Jornal Nacional* corrobora essa afirmação. Naquela data, o telejornal foi apresentado da laje do prédio da *Rede Globo* de São Paulo, que oferecia vista para a Marginal Pinheiros e para a região do Brooklin e do Morumbi, a fim de conferir destaque aos atentados de uma facção criminosa na cidade (BONNER, 2009, pp.153-155).

A TV UVA é a iniciativa acadêmica analisada que melhor exemplifica essa função do apresentador-repórter, na medida em que os outros estudos de caso não empreendem experimentações tão

⁵⁵ Esse formato é assim denominado pois é o repórter quem abre a notícia ou reportagem com sua aparição no vídeo, buscando oferecer uma informação relevante para a compreensão do fato. Geralmente, visa complementar a cabeça já lida pelo apresentador (REZENDE, 2000, p.148).

⁵⁶ Também denominada abertura de matéria, consiste no texto lido pelo apresentador antes da entrada da notícia ou reportagem. Em geral, o apresentador também é o responsável por elaborar o texto segundo o planejamento do programa, a valorização da notícia no conjunto, e o enfoque e o ritmo que deseja conferir à notícia ou ao programa. A cabeça deve ser breve e objetiva, buscando situar, contextualizar e abordar dados que não apareçam no início da matéria. A apresentação agrega, ainda que se tente evitar, marcas personalistas e valores de relato aos fatos, diferenciando o acontecimento da narração informativa. A apresentação estabelece uma hierarquia entre os jornalistas, ou seja, há o apresentador que por sua reiterada presença adquire o papel de protagonista, enquanto os repórteres adquirem uma importância secundária. A cabeça deve criar expectativa e atrair o espectador (VIZEU, 2005, p.11; SQUIRRA, 1993a, p.72; HERREROS, 2003, p. 203, pp.210-211).

significativas nesse sentido⁵⁷. Na *webtv* universitária, 47,6% dos programas webjornalísticos empregam esse novo formato de apresentação nos conteúdos audiovisuais. Segundo Anderson Barreto (2010), coordenador de produção da TV UVA, o apresentador-repórter começou a ser utilizado porque a equipe não dispunha de muitas imagens para cobrir o *off*⁵⁸ das reportagens; daí a inserção de informações na narrativa através do jornalista no estúdio ou no local do fato. Ou seja, surgiu como uma forma de lidar com a pouca diversidade das imagens, mas que, depois, passou a ser vista como algo adequado para ser usado por uma *webtv* universitária, que, justamente pela constante falta de recursos, deve aprender a contornar as limitações de modo criativo. Embora tenha emergido como uma estratégia para driblar as carências, a função do apresentador-repórter pode ser apontada como uma inovação válida para os formatos dos conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários, pois representa uma alternativa às diversas limitações impostas pela escassez de recursos, como as reduzidas equipes e os obstáculos para gravar imagens externas ao *campus*. Trata-se, na verdade, mais de uma adaptação diante das diferentes restrições enfrentadas do que de uma inovação intencional, mas que tem reconfigurado alguns dos formatos vigentes.

A segunda nova função identificada nos programas webjornalísticos audiovisuais acadêmicos é a do repórter-comentarista. É caracterizada pela integração de informações objetivas e comentários subjetivos na fala de um mesmo estudante de Comunicação. Nossa pretensão, aqui, não é julgar se essa é uma iniciativa positiva ou negativa, mas apenas apontar que se constitui enquanto uma das tendências emergentes do webjornalismo audiovisual universitário na contemporaneidade.

Tradicionalmente, se o jornalista não se define como um comentarista, o seu relato precisa realizar uma distinção nítida entre

⁵⁷ O TJ UFRJ, conforme já esclarecido, por se constituir enquanto um webjornal audiovisual, não tem sequer o apresentador. Já a TV UERJ possui apresentadores em seus diferentes programas, mas os estudantes de jornalismo desempenham essa função de maneira mais tradicional.

⁵⁸ O *off* é a parte da informação gravada para ser inserida sobre as imagens do fato, sem que o rosto de quem faz a leitura apareça no vídeo. A narração deve estar conjugada com as imagens que cobrem o texto lido. Pode ser coberto com imagens obtidas pela equipe de reportagem, com imagens de agências ou de arquivo, ou com a exibição de dados que ocupam toda a tela (REZENDE, 2000, p.149; BARBEIRO; LIMA, 2002, p.102).

informação e opinião (SODRÉ, 2009, p.12). Afinal, as duas atividades discursivas buscam satisfazer necessidades sociais diversas, resultando em uma combinação diferente de formas e de conteúdos. O que não significa que relatar e comentar sejam duas atividades discursivas opostas. Os relatos e os comentários se opõem em suas finalidades, mas no uso comunicativo estão intrinsecamente ligados, sendo possível afirmar, inclusive, que são atividades discursivas complementares, até porque ambas se constituem como um processo de interpretação da realidade (CHARAUDEAU, 2009, pp.175-176; GOMIS, 2008, p.115, p.119, p.68, p.72).

No webjornalismo audiovisual universitário, as atividades de relatar e comentar têm convergido de forma ainda mais estreita através do repórter-comentarista, que se constitui como um novo formato de inserção do jornalista nos noticiários. Adotamos o termo “repórter” em primeiro lugar devido a algumas características específicas dessa nova função webjornalística audiovisual universitária, que a afastam do comentário em seu sentido mais clássico. Um comentário consiste na abordagem especializada de determinado assunto, implicando na participação de um especialista permanente ou esporádico no tema (HERREROS, 2003, p.250; REZENDE, 2000, p.158; MICÓ, 2007, p.50; MELO, 1985, pp.88-89). Os repórteres-comentaristas da TV UERJ e da TV UVA não são especializados em qualquer área; em vez disso, costumam abordar temas diversos. Ou seja, nessa nova função webjornalística audiovisual universitária, o jornalista não desempenha o papel de especialista, mas aborda assuntos gerais, se aproximando mais do trabalho de um repórter.

Embora o comentário seja um formato que mantém vinculação estreita com a atualidade e sua angulação seja o imediato, deve sempre ser apresentado junto com as notícias, explicando seu alcance, suas circunstâncias, suas consequências (MELO, 1985, pp.87-88; GOMIS, 2008, p.70, p.119). Segundo Herreros (2003, pp.250-251), os comentários servem para realizar uma ampliação das notícias, analisá-las e situá-las no contexto. Com base nessa perspectiva, um comentário pode acrescentar alguns dados novos à notícia, mas esse não é seu objetivo. Nas experiências realizadas pelos estudos de caso dessa pesquisa com a função do repórter-comentarista, pode-se dizer que, nesse sentido, simultaneamente, se aproximam e se afastam do comentário, evidenciando o caráter híbrido do formato. Ao mesmo tempo em que essa nova função de jornalista aborda os fatos enquanto

novidades dentro do programa (já que as informações não são apresentadas anteriormente por uma notícia ou reportagem, por exemplo), busca problematizar os acontecimentos através de uma abordagem de ordem explicativa e valorativa, ainda que nem sempre se emita uma opinião explícita e o julgamento seja percebido pelos rumos da sua argumentação (MELO, 1985, pp.85-87; CHARAUDEAU, 2009, p.176). A aproximação do formato comentário também ocorre por meio da postura adotada pelo repórter-comentarista nos programas webjornalísticos audiovisuais universitários: se posiciona ao lado do apresentador na bancada e é “convidado” por ele a participar do programa.

Os principais exemplos de emprego do repórter-comentarista são da TV UERJ e da TV UVA, embora o uso desse formato ainda seja tímido em ambas as experiências acadêmicas. Na TV UVA, foi verificado apenas nas duas transmissões diretas do *TV UVA Notícias* analisadas; e na TV UERJ⁵⁹, somente em uma edição do *Telejornal UERJ On-line* durante o período da pesquisa.

Podemos afirmar que, mesmo que isso não tenha sido destacado por nenhum dos membros das iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual, a emergência do repórter-comentarista decorre da dificuldade de levar entrevistados, sobretudo os especialistas, para os seus estúdios, tornando os próprios repórteres os mais indicados para comentar o acontecimento relatado. Essa consideração, acrescida pelo que já destacamos sobre as condições em que emergiu o apresentador-repórter, explicita que os formatos híbridos não estão sendo desenvolvidos, necessariamente, em função de uma busca aleatória da experimentação, e sim com base em uma procura por formas alternativas de ultrapassar as limitações impostas para a produção do webjornalismo audiovisual universitário. Diante dessa realidade, as inovações tornam-se mais do que necessárias: urgentes, pois implicam na sobrevivência dessas iniciativas acadêmicas.

⁵⁹ Na TV UERJ, o comentário tradicional é empregado de forma recorrente, tanto através dos quadros do *Telejornal UERJ On-line*, quanto nas diferentes edições do programa *TV UERJ Esportes*. Isso evidencia que, no webjornalismo audiovisual universitário, as características dos formatos, ao mesmo tempo em que se hibridizam, se reafirmam: conforme já destacava Melo (1985, p.90), “o campo que se afigura livre para o comentário é o dos esportes, não apenas pela coincidência da valorização do futebol como válvula de escape nacional, mas pela liberdade de atuação de que gozam os jornalistas esportivos para emitir conceitos e sugerir julgamentos”.

2.2.2.3. Bastidores ou *making of*

Uma última tendência relativa à hibridização dos formatos no webjornalismo audiovisual universitário no Brasil contemporâneo é a produção de programas que revelam os bastidores do processo jornalístico, o que também pode ser denominado de *making of*. Em acordo com Temer (2010, p.124), os bastidores serão cada vez mais explorados através de câmeras menores e mais numerosas, trazendo o processo de produção jornalístico para o primeiro plano. Essa tendência pode ser apontada como o desenvolvimento de uma ideia que já vem sendo utilizada desde quando os cenários dos telejornais passaram a registrar, como fundo de cena ou parte do cenário, a presença de suas redações com os profissionais trabalhando em ambiente contíguo (SILVA; ROCHA, 2010, p.205).

Segundo o coordenador da TV UERJ (BRASIL, 2010), entre uma das nomenclaturas possíveis para esse novo formato, talvez pudesse estar também a de *reality show*. De fato, a mescla cada vez mais expressiva dos gêneros e formatos e dos temas que pertencem aos espaços público e privado, tem intensificado a emergência dos *reality shows* (CHARAUDEAU, 2009, pp.231-232). Mas, não podemos confundir a ideia de um *making of*, baseado na apresentação do processo “real” de produção jornalística, com o conceito de *reality show*, que implica na captação de fatos previstos e provocados, procedentes de uma realidade controlada e manipulada, para exibi-los como se fossem acontecimentos espontâneos pertencentes a circunstâncias não manipuladas (GORDILLO, 2009, p.167). Reconhecemos que a presença de uma câmera na redação de um programa jornalístico irá alterar o comportamento dos jornalistas, o que não significa dizer que esses profissionais irão “atuar” diante de uma realidade controlada, assim como ocorre nos *reality shows*. Por esse motivo, optamos pelo uso dos termos bastidores ou *making of* para fazer referência a essa nova tendência do webjornalismo audiovisual universitário.

Na TV UVA, a preocupação de apresentar os bastidores da produção webjornalística audiovisual universitária se evidenciou de duas formas, ambas relacionadas ao programa *TV UVA Notícias*. A primeira foi a apresentação do programa a partir da Sala de Produção da *webtv* universitária. É verdade que, para quem assiste a transmissão pela Internet, não é possível notar que aquele é o ambiente onde ocorre o processo produtivo, pois, devido ao fato do espaço ser reduzido, o que aparece na tela é somente uma parede com a logo da TV UVA. Mas,

segundo o bolsista Eduardo Lima (2010), a transmissão direta do programa ocorria na Sala de Produção justamente para tentar “mostrar” a redação da *webtv*. Outra tentativa de revelar os bastidores é a disponibilização de um *making of* do *TV UVA Notícias* na seção Controle Remoto. O vídeo é iniciado e encerrado com a fala do apresentador na transmissão e as demais imagens são dos bastidores do programa, todas cobertas por trilha sonora.

Na TV UERJ, o novo formato já foi experimentado através da *Casa dos Jornalistas*, baseada na ideia de uma câmera exibindo, em tempo real, imagens da redação da televisão on-line durante um período do dia. De acordo com Bacco (2010, pp.63-64), nos primeiros quatro anos do *site*, “a média de acessos diária aumentou 630%, a quantidade de vídeos disponível para *download* foi crescendo, chegando a 700 arquivos em 2004, e o tempo de exposição ao vivo também, somando mais de seis horas de exposição diária”. Segundo a autora (BACCO, 2010, pp.63-64), o principal motivo do aumento das exibições em tempo real, naquela época, foi justamente a *Casa dos Jornalistas*. Brasil (2010) considera essa ideia como um formato de jornalismo interessante para ser empreendido pelas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual, mas que, nem mesmo a TV UERJ conseguiu, ainda, consolidar em função da falta de recursos. Mais uma vez, verificamos como as limitações financeiras e, por conseguinte, técnicas comprometem a inovação e a experimentação no webjornalismo audiovisual produzido nas universidades brasileiras. É isso que também constataremos a partir das observações apresentadas na próxima seção.

2.3. A relação entre os formatos com ou sem edição, os conteúdos atemporais ou factuais e as informações externas ou internas à universidade

No jornalismo audiovisual, os elementos verbais e icônicos precisam ser empregados em contínua integração. Não podemos negar o poder expressivo e de fascínio das imagens, assim como o seu papel fundamental nos conteúdos audiovisuais (SAMPAIO, 1971, pp.71-72; REZENDE, 2000, p.29; BARBEIRO; LIMA, 2002, p.17; PATERNOSTRO, 2006, pp.73-74; PORCELLO, 2006, p.155). Mas, embora o código icônico seja o componente básico e distintivo da linguagem audiovisual, não se pode prescindir do verbal, na medida em que a palavra “ancora o visual”, complementando-o e orientando a interpretação das imagens pelo público (REZENDE, 2000, pp.47-48;

p.81; PATERNOSTRO, 2006, p.85, p.75; SQUIRRA, 1993a, p.64). O audiovisual é imagem e fala em relação direta, de modo que não se pode determinar de qual das duas depende a estruturação do sentido; embora reconheçamos que cada uma tem potencialidades próprias (CHARAUDEAU, 2009, pp.109-110).

Um dos maiores desafios ao se experimentar com a linguagem audiovisual é, portanto, descobrir como e quando usar a palavra ou a imagem (PATERNOSTRO, 2006, p.85). Daí a necessidade da ação crítica do jornalista, o qual deve saber avaliar em que momento os elementos verbais e icônicos podem conferir maior ou menor contribuição aos conteúdos jornalísticos audiovisuais (BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.14-16). Uma questão que se exacerba no ciberespaço, por sua essência, um ambiente multimidiático, que exige a integração harmoniosa não apenas no “audio-visual”, mas também com os textos, infográficos e todas as demais possibilidades de expressão.

Verificamos, durante essa pesquisa, que o webjornalismo audiovisual universitário é marcado por um forte predomínio da palavra sobre as imagens. Esse não é um problema novo, nem do jornalismo audiovisual, nem da produção audiovisual acadêmica. Segundo Machado (2001, p.72), embora se propague a ideia de uma “civilização das imagens” por causa da hegemonia da televisão a partir da segunda metade do século XX e apesar da recente utilização de recursos gráficos computadorizados, a televisão continua a ser um meio pouco “visual” e o emprego das imagens é pouco sofisticado. São essas características que fazem Chion (1994) propôr que a televisão trata-se de uma “rádio ilustrada”, visto que a linguagem audiovisual se aproxima mais do rádio e da palavra oralizada, através de um apresentador, debatedor ou entrevistado. Por conseguinte, passa a existir um predomínio dos formatos fundamentados no diálogo, em especial os opinativos, como as

entrevistas⁶⁰, os comentários e os debates⁶¹, onde as palavras tornam-se a principal matéria-prima (MACHADO, 2001, p.72; REZENDE, 2000, pp.29-30, p.273; BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.15-16).

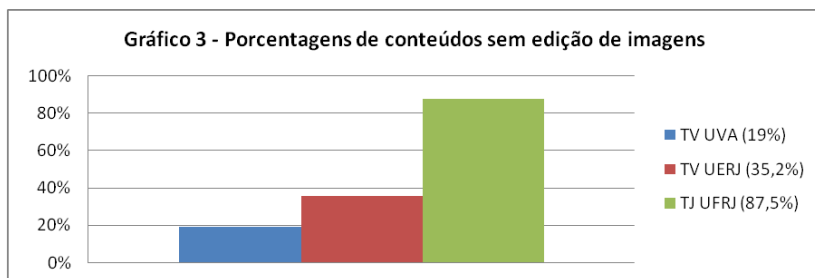
Na produção audiovisual acadêmica, esses problemas são intensificados e acentuados por dois motivos principais – o primeiro é o de que a universidade é o território privilegiado dos discursos e é através de formatos como debates, entrevistas e palestras que ela melhor comunica; e o segundo refere-se aos custos de produção, já que esses formatos são os mais simples e baratos (PRIOLLI, 2004). As razões financeiras, operacionais e tecnológicas são, de fato, determinantes nesse sentido, inclusive no jornalismo produzido pelas grandes empresas (REZENDE, 2000, p.71), mas não são as únicas. Ao mesmo tempo em que os formatos baseados na palavra se constituem em formas mais baratas, podem oferecer menos problemas para a transmissão direta ou para o ritmo veloz de produção (MACHADO, 2001, p.72). Essa é justamente uma das maiores críticas de Brasil (2002, pp.197-199) às televisões universitárias: embora alguns núcleos de produção televisiva de instituições públicas e privadas tenham orçamentos acima dos padrões de projetos universitários, tudo é previsível e pré-gravado, pois

⁶⁰ A entrevista como programa autônomo tem unidade própria, duração maior e tratamento diferenciado. Nesse formato, através de perguntas, um apresentador entrevista uma pessoa relacionada à atualidade ou a qualquer aspecto que a torne relevante. A entrevista vai ser importante em função do seu imediatismo, proximidade e raridade e, nos veículos audiovisuais, mais relevante do que “o que” se diz é “como” se diz. A alternância de fala é regulada pelo apresentador, o que não significa que o entrevistado ocupe posição inferior. Pelo contrário: o entrevistado é o foco e não o apresentador. Mais que a exposição de novos fatos, é preciso incorporar a valoração pessoal do entrevistado aos mesmos. Geralmente, essas entrevistas empregam a técnica do contra-plano, reforçada com imagens de detalhes e planos gerais (HERREROS, 2003, p.248; GORDILLO, 2009, p.51; SAMPAIO, 1971, p.103; GOMIS, 2008, p.162; WARREN, 1975, p.218, pp.223-224; REZENDE, 2010, p.292; CHARAUDEAU, 2009, p.214; ARONCHI DE SOUZA, 2004, pp.143-153; MICÓ, 2007, pp.46-47).

⁶¹ O debate é um intercâmbio de opiniões sobre temas da atualidade. Sua principal característica é o número de entrevistados e entrevistadores, embora o apresentador único caracterize a maioria dos debates. O apresentador representa a instância midiática, desempenhando o papel de gestor da palavra, construindo um plano de tratamento do tema e organizando as falas dos convidados. Espera-se dos entrevistados que respondam às intervenções produzidas, o que os coloca em uma situação delicada: o que dizem não é considerado como aquilo que pensam, mas como o efeito que produz sobre os outros. Assim, a opinião do entrevistado não é julgada pelo seu conteúdo, mas pelo valor relacional de dissenso ou de consenso. O que conceitua um debate é a controvérsia sobre um assunto; mas não é preciso chegar a um acordo final, pois os debates são incentivados mais pelas divergências do que pelas coincidências (GORDILLO, 2009, p.52; ARONCHI DE SOUZA, 2004, pp.143-145; CHARAUDEAU, 2009, pp.218-220; SAMPAIO, 1971, pp.109-110; MICÓ, 2007, p.51).

uma televisão nesses moldes “pode ser pouco criativa, mas é sempre mais segura e controlável”. Preocupante é que o predomínio da palavra sobre a imagem tem sido também uma constante nos conteúdos pensados para a Internet (AMARAL, 2007, p.11).

Reconhecemos a importância dos formatos mais argumentativos para o webjornalismo audiovisual universitário, especialmente no que se refere aos custos reduzidos de produção, mas ressaltamos a necessidade de pensá-los a partir de perspectivas inovadoras. “A seleção de entrevistados e de temas pertinentes, úteis, aliados a movimentos de câmera diferenciados, boa iluminação, emprego de trilhas sonoras adequadas, prova que a criatividade é possível e com o emprego dos recursos que já existem” (CALLIGARO, 2009, p.14). Verificamos que no webjornalismo audiovisual universitário, nem sempre, ocorrem tais inovações e os formatos que priorizam a palavra sobre as imagens são utilizados da forma tradicional, como uma forma de facilitar e agilizar a produção, mas comprometendo o produto jornalístico no que diz respeito à variedade de imagens. Essa afirmação pode ser corroborada pelo gráfico a seguir, que revela as porcentagens de conteúdos sem edição de imagens nos três estudos de caso.



Fonte: autora

Percebe-se que, na TV UVA, a proporção de programas com edição é maior dos que os sem edição, o que revela uma valorização da imagem. Além disso, mesmo no *Expresso.com*, um programa de entrevista considerado pela pesquisa como sem edição, não há a simples gravação da fala do entrevistado e do apresentador por apenas uma câmera, e sim uma preocupação de realizar cortes diversos no vídeo, com o objetivo de não deixar a entrevista monótona. O único programa da *webtv* universitária em que não existe qualquer tipo de edição é o *TV UVA Notícias*, cujas duas transmissões diretas foram acompanhadas

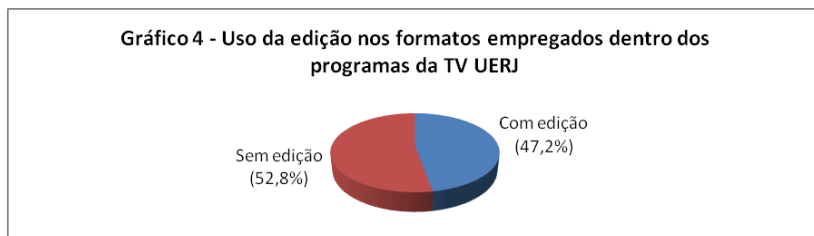
durante a análise, ainda que o programa no período da pesquisa de campo estivesse fora do ar para ajustes técnicos. O *TV UVA Notícias* consistia na gravação de imagens por uma câmera parada na frente da bancada do apresentador. O único movimento verificado é o do *zoom*⁶² aproximando a imagem do rosto do apresentador ou abrindo para enquadrar também os convidados, que se revezavam ao lado do apresentador. Essa ausência de edição está relacionada ao fato de se tratar de uma transmissão direta, ou seja, a *webtv* universitária ainda não tem a mesma estrutura de edição aplicada nos outros programas para as transmissões diretas. Nesse ponto, o TJ UFRJ se destaca das outras duas iniciativas acadêmicas, pois, em algumas das suas transmissões, há uma mesa de corte, a qual permite modificar os ângulos das imagens a partir das gravações de diferentes câmeras, conferindo maior dinamismo ao conteúdo e tornando-o menos monótono.

Nas duas transmissões diretas do *TV UVA Notícias* analisadas, não conseguimos assistir o vídeo completo, porque, por diversas vezes, a imagem desaparecia, restando apenas o som para a captação da informação. De qualquer forma, apenas pela fala do apresentador e dos entrevistados foi possível compreender todas as informações, reafirmando a ideia de “rádio ilustrada” (CHION, 1994) e nos permitindo afirmar que essa pode ser aplicada também ao webjornalismo audiovisual universitário.

Na TV UERJ, o conceito de “rádio ilustrada” foi verificado em dois programas: o *TV UERJ Esportes* e o *Penúltimas*, cujas edições analisadas representam os 35,2% de programas sem edição da televisão on-line. Embora o índice de programas com edição seja considerável, a edição não é empregada na TV UERJ da mesma forma como ocorre na TV UVA. Dentro das diferentes edições do *Telejornal UERJ On-line* e do *ETC!*, considerados pela pesquisa como programas com edição, a maioria das informações são abordadas por formatos sem imagens sobre

⁶² Possibilitado por todas as câmaras atualmente, o *zoom* é um movimento ótico, realizado através dos jogos de lentes, que permite aproximar os objetos ou pessoas no enquadramento. O movimento *zoom* de aproximação é denominado *zoom-in*. Quando afastamos o objeto, trata-se de um *zoom-out* (SQUIRRA, 1993a, p.139).

o fato (como *stand-ups* de repórter⁶³ e notas simples do apresentador⁶⁴), eliminando a necessidade de edição, como mostra o gráfico a seguir.



Fonte: autora

Os próprios estagiários da TV UERJ reconhecem que poderiam empregar de forma mais expressiva a edição dentro de determinados programas. Segundo a bolsista Bárbara Vianna (2010), a inserção de mais conteúdos editados no *Telejornal UERJ On-line* poderia enriquecer o programa, mas o problema é que os alunos não querem perder tempo, nem ter muito trabalho editando. Quando há um esforço nesse sentido, porém, o resultado é positivo. Podemos citar como exemplo a edição do programa *Penúltimas* que abordou o assunto tatuagem através de uma entrevista realizada com um tatuador em seu ambiente de trabalho. Nessa entrevista, foram feitos cortes na imagem, deixando de priorizar a palavra do entrevistado para conferir destaque à imagem de um dos alunos sendo tatuado. Isso mostra que é possível realizar tipos inovadores de entrevista nas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual.

⁶³ O recurso do *stand-up*, também chamado de boletim, pode ser usado em entradas ao vivo ou gravadas. Trata-se de uma comunicação curta e direta com a câmera e o público, caracterizada pela presença do repórter no local dos acontecimentos. O repórter deve aparecer em pé, pois daí vem o sentido da expressão original em inglês. Esse recurso é empregado para relatar um fato, concluir um raciocínio ou complementar uma informação que não se tenha imagem. Pode ser apresentado enquanto uma matéria autônoma, condição em que se confunde com o *flash* (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.69; REZENDE, 2000, pp.148-149).

⁶⁴ As notas simples ou peladas são relatos curtos e objetivos sobre fatos acontecidos ou por acontecer, sem imagens de cobertura, característica que as distingue como formato. Em geral, são apresentadas ao vivo, pelo apresentador. O fato de ser uma das formas mais simples não reduz a sua importância, na medida em que seu uso se justifica para suprir a falta de imagens e para dar ritmo ao telejornal, já que a nota é mais curta que a reportagem (SQUIRRA, 1993a, pp.71-72; REZENDE, 2000, pp.151-152).

O gráfico que apresenta os índices do uso da edição dentro dos programas da TV UERJ evidencia, ainda, que a distância verificada entre o emprego da edição pela TV UERJ (35,2%) e pelo TJ UFRJ (87,5%) não é tão expressiva se considerarmos que o webjornal audiovisual é um programa e os números da pesquisa se basearam nas formas de apresentação de cada conteúdo. Ou seja, enquanto a TV UERJ tem dois programas (*Telejornal UERJ On-line* e *ETC!*) sendo considerados como formatos com edição, dentro deles há muitos formatos sem edição, o que aproxima a televisão on-line dos índices alcançados pelo TJ UFRJ. De qualquer forma, a porcentagem de formatos sem edição empregados pelo webjornal audiovisual ainda é grande, evidenciando a dificuldade de se usar o recurso da edição no webjornalismo audiovisual universitário e reforçando o predomínio da palavra sobre a imagem nessas iniciativas acadêmicas.

Entre os conteúdos sem edição do TJ UFRJ, 55,1% são *flashes*⁶⁵ seguidos de entrevista e 44,9% são íntegras de eventos. Geralmente, as gravações de eventos na íntegra são disponibilizadas de forma associada a, pelo menos, um *flash*, o qual cumpre a função de contextualizar o evento apresentado, embora, na maioria das vezes, seja ouvido apenas um entrevistado sobre o assunto, comprometendo a pluralidade da abordagem. É comum, ainda, que os *flashes* sejam utilizados para abordar os assuntos mais factuais: por não haver edição, esse formato confere agilidade aos processos de produção e publicação dos conteúdos audiovisuais. Como o processo produtivo do jornalismo na universidade é, em geral, mais lento do que no mercado, até porque envolve o aprendizado dos estudantes, os assuntos que precisam ser noticiados com mais rapidez são tratados através de *flashes*, na medida em que a demora da edição inviabiliza a abordagem desses conteúdos a partir de uma reportagem, por exemplo. Já os formatos com edição são usados em grande parte das vezes nas reportagens especiais (71,4%), ou seja, nos conteúdos atemporais do webjornal audiovisual. É possível, portanto, fazer um paralelo entre o alto índice de formatos sem edição (87,5%) e o grande número de conteúdos factuais (84,2%) no TJ UFRJ.

Essa relação entre os conteúdos atemporais e a edição foi observada também nos demais estudos de caso da pesquisa. Se no

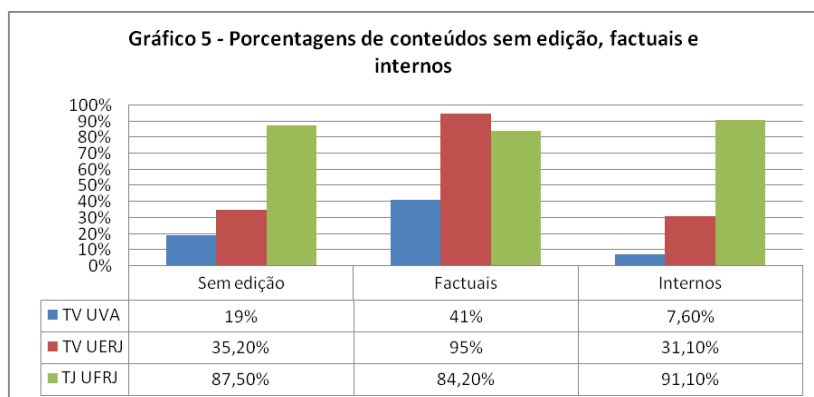
⁶⁵ O *flash* é uma espécie de boletim em que o repórter apresenta as informações mais recentes ou relevantes sobre um fato quando este ainda está se desenrolando. Trata-se de um resumo das informações de uma notícia. Pode ser direto/ao vivo ou gravado, mas a presença do repórter no local do acontecimento é sempre fundamental para produzir a concomitância entre o fato e o seu relato (REZENDE, 2000, p.149; FECHINE, 2008, p.169).

telejornalismo tradicional, apenas nas edições em que poucos fatos ocorrem, abre-se espaço para os conteúdos atemporais – “que, apesar de não se enquadrarem no critério da atualidade do dia a dia, pela permanente relevância dos temas e questões que focalizam, não sofrem o mesmo processo de rápido envelhecimento a que se submete o factual” (REZENDE, 2000, p.147) –, o mesmo não pode ser dito do webjornalismo audiovisual praticado na TV UVA. Os únicos programas da *webtv* universitária que abordam assuntos factuais são o *TV UVA Notícias* e o *A Dica é e*, e, ainda assim, dentro desses programas são apresentados temas atemporais. Durante a pesquisa, verificamos que a minoria dos conteúdos apresentados pela TV UVA são factuais (41%), nos permitindo fazer um paralelo com o fato de que apenas 19% não possuem edição. Segundo o bolsista da TV UVA Eric Araújo (2010), em média, os programas gravados demoram cerca de um mês para serem editados, o que justifica a priorização de programas jornalísticos mais atemporais.

Na TV UERJ, 95% dos temas abordados são factuais. Isso poderia indicar que a relação que propomos entre conteúdos sem edição e os temas atuais não é válida, pois apenas 35,2% dos programas da televisão on-line não empregam a edição. Mas, conforme já salientado, dentro dos programas, ou seja, na abordagem específica de cada conteúdo, a edição não é utilizada de forma tão expressiva na TV UERJ, o que, em vez de refutar a relação entre a edição e a temporalidade dos vídeos, a comprova.

O vínculo entre edição e atualidade também pode ser estendido à questão dos conteúdos serem internos ou externos à universidade. Conforme já explicitado no primeiro capítulo, inclusive através de um gráfico, a TV UVA é a experiência com menos conteúdos referentes à própria instituição (7,6%), seguida da TV UERJ (31,1%) e do TJ UFRJ (91,1%). Ou seja, a *webtv* universitária é a iniciativa acadêmica que mais emprega a edição e que mais aborda assuntos externos e atemporais. Na posição oposta, está o TJ UFRJ, que menos emprega a edição e que mais trata de temas internos e factuais. Isso se deve ao fato de que, para as iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário, é mais simples produzir vídeos factuais sem edição e sobre os eventos da própria universidade, dos quais se toma ciência antecipadamente e se está perto para cobrir. Como sair da universidade requer um planejamento maior, os conteúdos externos são, normalmente, abordados de forma atemporal e com edição. Mais uma vez, pode-se

chamar a atenção para o fato de que a TV UERJ tem um alto índice de assuntos factuais (95%) e uma porcentagem pequena de temas internos (31,1%). A questão que permite explicar isso é que a TV UERJ aborda os assuntos externos, em geral, através de notas simples do apresentador ou de entrevistas, portanto, sem fazer uso da edição e de imagens externas ao *campus* da Universidade. O gráfico a seguir ilustra e sistematiza a relação proposta entre os conteúdos sem edição, factuais e internos, e, por conseguinte, entre os conteúdos com edição, atemporais e externos.



Fonte: autora

Uma ressalva importante é que não se deve considerar que essa relação ocorre de forma equivalente em todos os programas e editoriais dos três estudos de caso da pesquisa. Tanto no TJ UFRJ, quanto na TV UERJ e na TV UVA, há seções com mais ou menos foco nos conteúdos com ou sem edição, atemporais ou factuais, e externos ou internos.

Além disso, quando a criatividade é usada, até mesmo um único tema pode ser abordado de formas distintas. Embora seja uma coincidência rara no webjornalismo, diante do fato de que no ciberespaço a tarefa de tematização parte de uma grande variedade de assuntos (MACHADO, 2000, p.358), verificamos abordagens diferentes da TV UVA e da TV UERJ para um mesmo tema: tatuagem. Essa coincidência se torna ainda mais significativa, pois não se trata de um assunto factual, e sim atemporal.

Mas, a abordagem diferenciada dos mesmos assuntos, e até das mesmas imagens, é comum no telejornalismo⁶⁶ (REZENDE, 2000, p.274; CHARAUDEAU, 2009, p.110). Nossa intenção ao salientar essa questão aqui é mostrar que, assim como o telejornalismo, o webjornalismo audiovisual universitário contemporâneo não se constitui enquanto um todo uniforme e indistinto, na medida em que as iniciativas analisadas possuem diferenças expressivas na abordagem dos assuntos; e evidenciar que as experimentações realizadas já têm produzido conteúdos diferenciados.

Na TV UERJ, o tema tatuagem foi abordado na edição de 25 de agosto de 2010 do programa *Penúltimas*; e na TV UVA, foi apresentado no programa *Abrindo o Jogo*. No primeiro caso, o tema foi tratado através de uma entrevista com um tatuador, marcada por cortes para imagens do estúdio desse profissional e para telas com texto sobreposto narrando a história da tatuagem no Brasil e no mundo. No segundo programa, o assunto foi abordado por meio de um especial, que contava, inclusive, com a apresentadora-repórter conduzindo o tema. O único ponto em comum entre ambos os vídeos é que os próprios estagiários dos *sites* aparecem fazendo tatuagens e é justamente isso que pode explicar a coincidência na tematização: o interesse dos alunos.

Embora a abordagem dos conteúdos possa variar de programa para programa e até mesmo diante do mesmo assunto, acreditamos que a relação proposta por essa dissertação é válida, até porque pode ser percebida também na página principal de dois dos diferentes estudos de

⁶⁶ Tanto que essa coincidência é considerada dentro dos “valores-notícia relacionados à concorrência”, uma categoria que diz respeito às relações estabelecidas entre os meios de comunicação e o mercado informativo (WOLF, 1999, p.89, p.96). Num contexto de crescente competição, acirrada pelas versões eletrônicas dos veículos, os assuntos abordados pelos concorrentes influenciam, em maior ou menor medida, a tematização dos meios (PERALTA, 2005, pp.59-60, p.63); o que pode ter ocorrido nesse caso, até porque a diversidade da concorrência “a ser acompanhada” no webjornalismo audiovisual universitário é menor. É necessário deixar claro que, em acordo com Peralta (2005, pp.63-64), não estamos falando de “plágio”, e sim de uma competição de conteúdos. No entanto, não é possível afirmar que essa categoria de valor-notícia, de fato, se fez presente aqui. Por este motivo, optamos por não nos aprofundarmos nessa discussão.

caso da pesquisa: o TJ UFRJ e a TV UVA⁶⁷. No TJ UFRJ, durante todo o período da análise, não houve qualquer alteração do vídeo principal do webjornal audiovisual: uma reportagem especial sobre a história de implantação do projeto acadêmico. A partir desse ponto de vista, seria possível afirmar que, embora o TJ UFRJ tenha mais assuntos factuais (84,2%), destaca em sua primeira página um conteúdo atemporal e com edição. Mas, ao analisar os quatro destaques que se seguem, verificamos que todos são factuais⁶⁸ e, em grande parte, internos e sem edição. Está certo que esses destaques não rodam automaticamente como o vídeo principal, não recebendo o mesmo grau de relevância, mas são quatro assuntos factuais distintos em comparação a um único vídeo atemporal.

Na TV UVA, o vídeo que abre automaticamente quando entramos no *site* é o com publicação mais recente. Isso, a princípio, nos levou a pensar que não existia uma priorização de determinados formatos na página principal da *webtv* universitária, ideia que foi revisada a partir do momento em que verificamos a dinâmica de atualização do *site*. Na época em que eram realizadas as transmissões diretas do *TV UVA Notícias*, havia a publicação de conteúdos factuais (por meio desse programa) uma vez por semana, enquanto que novas edições de três dos nove demais programas webjornalísticos audiovisuais, geralmente atemporais, eram disponibilizadas a cada sete dias. Com a interrupção nas transmissões do *TV UVA Notícias*, os assuntos factuais continuam a ser publicados somente uma vez por semana através do programa *A Dica é*, e as mesmas três edições dos outros programas atemporais são disponibilizadas toda semana. Isso significa que há, sim, uma priorização dos conteúdos atemporais na página principal da TV UVA, até porque os programas que são disponibilizados aparecem como os mais recentes para os internautas,

⁶⁷ Na TV UERJ, não é possível afirmar que existe uma priorização entre conteúdos com edição, atemporais e externos na publicação da página principal do *site*, pois esta priorização ocorre em função de um programa específico: o *Telejornal UERJ On-line*. Durante todo o período da análise, só houve a alteração do vídeo principal uma única vez e os dois materiais audiovisuais (o que substituiu e o que foi substituído) eram edições desse programa. Na pesquisa de campo, essa prioridade foi confirmada não apenas pelas atitudes dos alunos (interrompendo a edição dos demais programas para ceder o computador para a edição do *Telejornal*), mas também pelo depoimento da bolsista Bárbara Vianna (2010), que afirmou que o *Telejornal UERJ On-line* tem prioridade total, desde a produção até a publicação, sobretudo porque esse foi o primeiro programa a ser criado.

⁶⁸ Dois desses destaques poderiam ser considerados atemporais na medida em que reúnem palestras, mas, aqui, estamos classificando a cobertura desse tipo de acontecimento como factual, já que se tratam de eventos datados.

mas não são necessariamente os últimos produzidos pela equipe. Conforme observamos na reunião de pauta acompanhada durante a pesquisa de campo, a prioridade é gerar um equilíbrio entre os diversos programas webjornalísticos audiovisuais, em geral atemporais, nas três publicações de cada semana. Tanto que algumas edições já prontas foram preteridas com relação a outras ainda em processo de produção a fim de garantir esse equilíbrio na publicação.

Um dos principais desafios de qualquer iniciativa de produção audiovisual universitária contemporânea é alcançar diferentes formas de equilíbrio, sendo a primeira delas o equilíbrio entre o que precisa ser dito e a forma de dizê-lo (PORCELLO, 2002, p.89). A relação aqui proposta entre conteúdos com ou sem edição, atemporais ou factuais, e externos ou internos, aponta as tendências das diferentes experiências de webjornalismo audiovisual universitário quanto aos formatos de apresentação de determinados tipos de conteúdo, mas está longe de revelar que um equilíbrio tenha sido alcançado.

2.4. Algumas particularidades da compreensão dos gêneros e formatos

Para que se estabeleça uma forma de comunicação, é preciso não só conhecer os gêneros e formatos, como também ter uma competência linguística – o domínio do idioma – e uma competência enciclopédica – “conhecimentos sobre o mundo” – (VIZEU, 2005, p.86), apenas para citar dois exemplos. Reconhecer estes pressupostos não diminui a importância do domínio dos gêneros para qualquer processo de comunicação. Conforme destaca Vizeu (2005, p.86, p.88), o domínio dos diversos tipos de gêneros do discurso é essencial, uma vez que a competência comunicativa de um indivíduo depende da forma como produzimos e nos comportamos diante das múltiplas possibilidades de gêneros. Quanto melhor dominamos os gêneros, mais livremente os empregamos (BAKHTIN, 1997, p.303).

Em geral, mesmo não dominando determinados gêneros, um indivíduo é capaz de identificá-los e de adotar um posicionamento diante destes (VIZEU, 2005, p.88). Bakhtin (1997, p.301) afirma que, muitas vezes, na prática, empregamos os gêneros “com segurança e destreza, mas podemos ignorar totalmente a sua existência teórica”. Para um cidadão comum, esse distanciamento da teoria é admissível. Porém, nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário não é o ideal, até porque, para inovar, é necessário, em primeiro lugar, conhecer

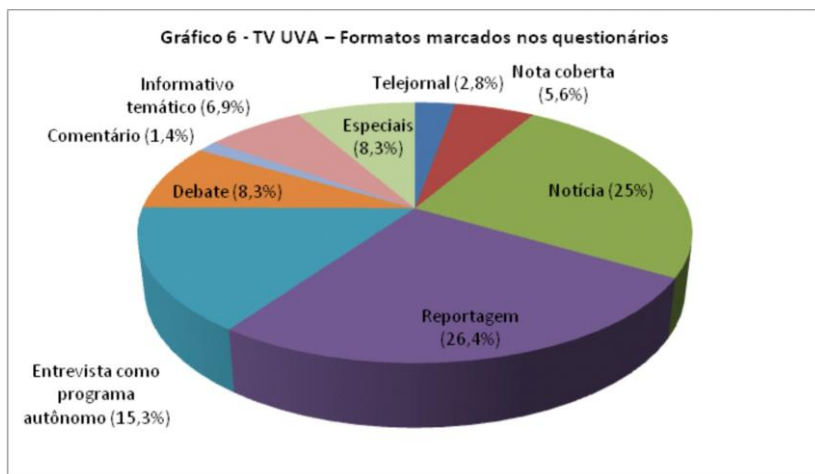
os gêneros tradicionais (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.22). Como defende Crocomo (2007, p.32, p.40), não se deve buscar a inovação sem considerar os velhos formatos; em vez disso, é preciso revisitar o passado, para que surjam novas propostas.

Em sua pesquisa sobre as webrádios, Prata (2009, p.225) observou que os comunicadores ainda não dominam as novidades que a Internet pode agregar aos gêneros e, portanto, não conseguem explorar por completo as possibilidades da digitalização. Segundo a autora (PRATA, 2009, p.225), isso decorre do fato de que ainda não existe um domínio dos gêneros, o que dificulta o emprego livre das novas formas e gera tentativas engessadas nos velhos formatos. É possível, nessa dissertação, traçar um paralelo entre a realidade das webrádios e as iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual, através de uma comparação entre os gêneros e formatos verificados na análise empreendida por essa pesquisa e os apontados pelos integrantes das três experiências universitárias analisadas nos questionários aplicados. Os resultados revelaram que ainda existe uma incongruência entre os gêneros identificados nos estudos de caso e o que os envolvidos nos projetos afirmam que produzem, descompasso que dificulta a realização de experimentos efetivos no que diz respeito aos gêneros e formatos.

Na TV UVA, como ilustram os gráficos a seguir, há uma clareza de que a maior produção é de reportagens (26,4%), ainda que nenhum de seus integrantes tenha diferenciado as novas formas por meio das quais esse formato jornalístico é apresentado, o que foi realizado pela análise através da distinção entre os programas conduzidos pelo apresentador-repórter (47,6%) e os que mesclam jornalismo e dramatização (19%). Os números revelam que, embora as reportagens tenham aparecido como gênero mais utilizado nos questionários, a sua porcentagem não foi tão grande quanto deveria, o que decorre do fato de que uma quantidade expressiva de membros da TV UVA afirmou que são produzidas notícias⁶⁹ (25%), inseridas no

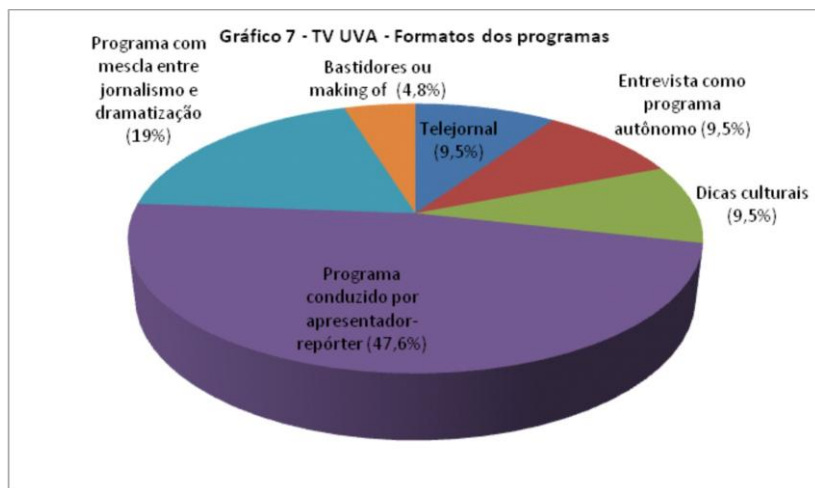
⁶⁹ A notícia também pode ser chamada, no jargão profissional, de matéria ou VT. É o relato informativo de um fato, através de sons e imagens “reais”, de maneira concisa e sem juízos de valor. Tem como objetivo a descrição e a narração das ações e a apresentação dos depoimentos de seus protagonistas ou testemunhas. Geralmente, inclui o relato de um jornalista a partir do local do acontecimento. Tem nas gravações e na montagem os recursos mais adequados para a sua elaboração e seu tratamento. Não pode ser caracterizada como um programa autônomo, mas como uma parte de distintos programas informativos (MICÓ, 2007, pp.39-40; HERREROS, 2003, p.244; GORDILLO, 2009, p.48).

questionário sob a nomenclatura “matéria ou VT”⁷⁰. No entanto, conforme já salientado, a maior parte dos conteúdos da TV UVA são atemporais (59%) e não factuais (41%). Em outras palavras: o equilíbrio verificado nos questionários entre as reportagens e as notícias não ocorre na produção real da *webtv*, já que existe uma diferença de quase 20%. É importante destacar, ainda, que embora as entrevistas enquanto programas autônomos apareçam em terceiro lugar (15,3%) nos questionários, não é essa a realidade do webjornalismo audiovisual universitário praticado pela TV UVA, pois a maior parte desse tipo de programa é produzida para a televisão universitária e não especificamente para a *webtv*, não levando em consideração as características da Internet. Os únicos programas webjornalísticos audiovisuais desse estudo de caso que podem ser considerados como entrevistas autônomas são as duas edições do *Expresso.com*, o que representa somente 9,5% da amostragem.

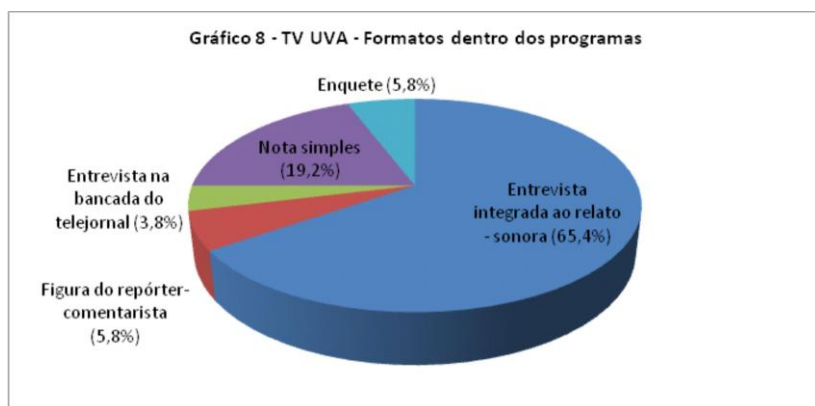


Fonte: autora

⁷⁰ Reconhecemos que a escolha do termo “matéria ou VT” pode ter comprometido, em alguma medida, as correlações dessa pesquisa com os conceitos científicos dos formatos. Mas, como não seria possível acompanhar de perto o preenchimento de todos os questionários, consideramos mais apropriado empregar tais jargões profissionais, a fim de que os membros das experiências de webjornalismo audiovisual universitário não tivessem dúvida com relação ao fato de que fazíamos referência a conteúdos audiovisuais editados e factuais.



Fonte: autora



Fonte: autora

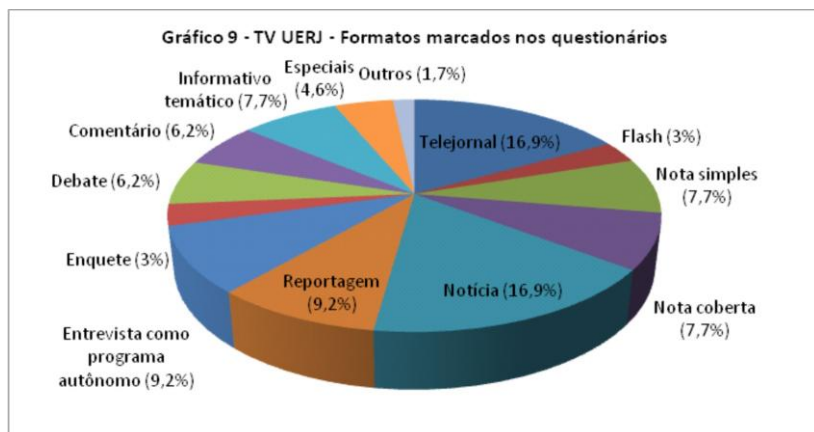
Com relação à TV UERJ, é possível afirmar que há clareza sobre os formatos dos programas como um todo, mas não sobre os formatos empregados dentro dos programas. Os números dos questionários revelam que há uma compreensão de que os telejornais (16,9%) são os programas mais produzidos, seguidos das entrevistas autônomas (9,2%). Em uma primeira observação dos números, se poderia concluir que há uma incompreensão nesse sentido, já que, na

análise, são os debates que aparecem em segundo lugar (23,5%). Mas, é necessário explicar que o programa *TV UERJ Esportes*, por exemplo, foi considerado na pesquisa como debate, porém pode também ser classificado como um informativo temático⁷¹, o que nos permitiria somar os 6,2% dos debates com os 7,7% dos informativos temáticos nos questionários. Com isso, totalizaríamos 13,9% e os debates poderiam alcançar o segundo lugar na análise e nos questionários. O que foi observado acima reforça a ideia de que os gêneros e formatos não podem ser analisados de forma dissociada ou isolada, mas em constante interação e integração, já que se mesclam e confundem recorrentemente.

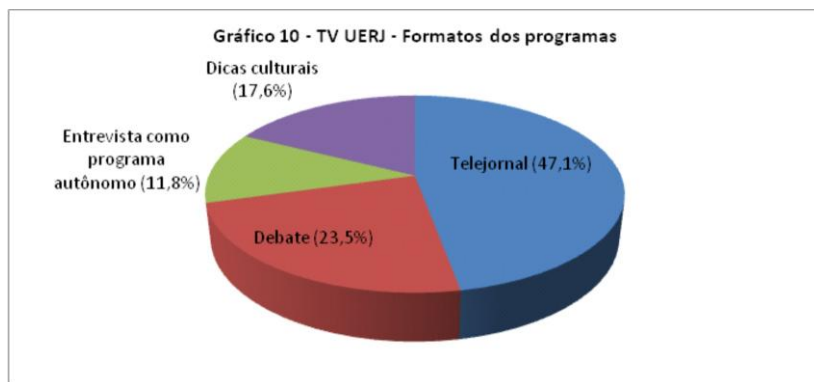
Embora tenha sido observada uma compreensão correta por parte dos membros da TV UERJ sobre os formatos de programas mais utilizados, não foi percebida a mesma clareza no que diz respeito aos formatos empregados dentro dos programas. Talvez, os melhores exemplos sejam os percentuais das notícias, das reportagens e das notas de apresentador. Nos questionários, as notícias, que receberam o nome de matérias ou VTs, representaram 16,9% das marcações; enquanto que, na análise, foram verificadas em somente 5,8% dos conteúdos. Já as reportagens receberam 9,2% das marcações nos questionários, mas nenhum formato desse tipo foi identificado na análise. A partir da pesquisa de campo, podemos afirmar que essa incongruência se deve ao fato de que os estudantes da TV UERJ empregam os termos “matérias”, “*stand-ups*” e “reportagens” indistintamente, não tendo clareza sobre as diferenças conceituais entre cada formato. Concluímos que o mesmo ocorre com relação às notas de apresentador, já que, nos questionários, as simples e as cobertas obtiveram o mesmo percentual (7,7%), enquanto, na análise, a diferença foi expressiva: as notas simples (38,5%) foram produzidas duas vezes mais que as notas cobertas⁷² (19,2%).

⁷¹ Em um informativo temático, os conteúdos se referem a um único tema geral relacionando-o com a atualidade a partir de uma regularidade, quase sempre, semanal. Pode combinar elementos de outros diferentes formatos. Geralmente, são programas gravados (GORDILLO, 2009, pp.52-53).

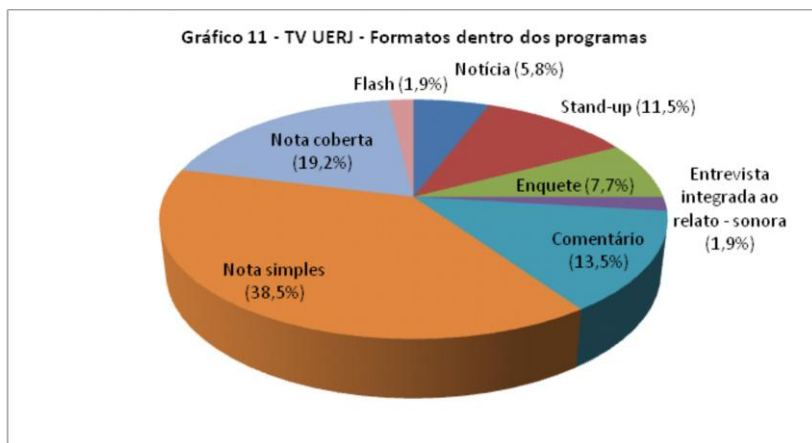
⁷² As notas cobertas, assim como as simples, são um relato objetivo do acontecimento a que se referem. Possuem como elemento diferencial o uso de informações visuais sobre o fato relatado, podendo oferecer um detalhamento maior do assunto abordado (SQUIRRA, 1993a, p.72). Em geral, são formadas por duas partes complementares: a cabeça, lida pelo apresentador em quadro; e o *off*, em que o apresentador (ou mesmo o repórter) faz a narração paralelamente à exibição das imagens do fato (REZENDE, 2000, pp.151-152).



Fonte: autora

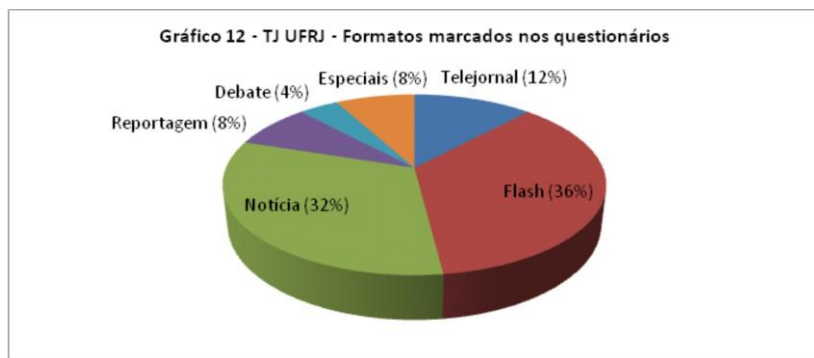


Fonte: autora

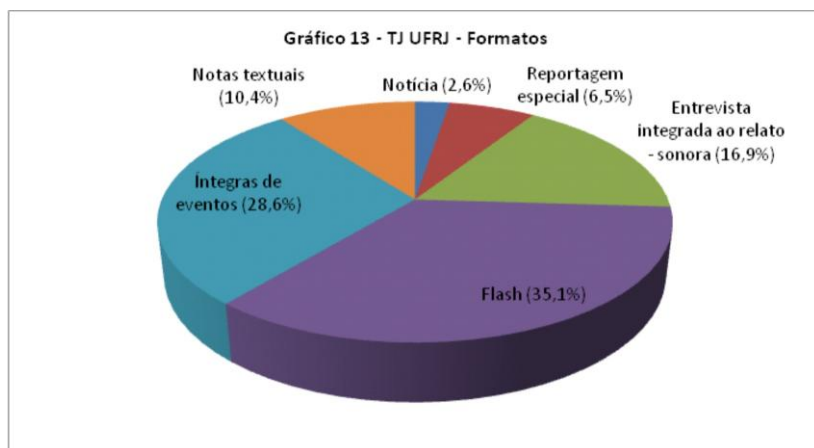


Fonte: autora

Também no TJ UFRJ, diferentes compreensões e incompreensões no que se refere aos formatos puderam ser percebidas. Os membros do webjornal têm clareza de que há uma produção mais expressiva de *flashes*, o que foi confirmado pela pesquisa: nos questionários, esse formato alcançou 36%, e na análise foi observado em 35,1% dos conteúdos. O número de notícias, entretanto, foi muito maior nos questionários (32%) do que na análise (2,6%). Embora isso não tenha sido verificado da mesma forma como o foi na TV UERJ durante a pesquisa de campo, podemos concluir que esse desequilíbrio provavelmente se deve à pouca clareza dos alunos do TJ UFRJ sobre as distinções entre uma notícia (um tipo de “matéria” mais factual) e uma reportagem (de caráter mais atemporal ou com maior profundidade). Outro ponto que merece destaque é que 12% dos membros do TJ UFRJ marcaram a opção “telejornal” nos questionários. O que verificamos na análise e, inclusive, durante o processo de conceituação dessa iniciativa acadêmica, é que o TJ UFRJ não produz telejornais; em vez disso, é pensado em sua totalidade dentro da lógica desse tipo de programa de forma integrada com as potencialidades da Internet, se constituindo como um webjornal audiovisual.



Fonte: autora



Fonte: autora

Diante dessas constatações, entramos em contato (por e-mail) com os coordenadores das três experiências estudadas (MIRANDA, 2011; BRASIL, 2011; BECKER, 2011) na tentativa de conhecer as percepções dos responsáveis pelos projetos sobre o assunto. Questionamos sobre como os formatos ou gêneros são tratados em cada caso, e se existe uma discussão teórica prévia ou durante a produção ou se o projeto somente está direcionado para a produção dos conteúdos. A diretora da TV UVA (MIRANDA, 2011) afirmou que a escolha dos formatos e gêneros é feita com foco nas necessidades da *webtv*, ou seja, a maior preocupação é, de fato, com a produção dos conteúdos e não

com a transmissão de conhecimentos mais teóricos com relação aos gêneros e formatos para os estudantes.

Brasil (2011), coordenador da TV UERJ, reconhece que o projeto ou até mesmo a não existência de um projeto para a implantação da televisão universitária on-line não contemplou uma revisão e análise teórica e histórica do processo de produção. Questão que é apontada como um problema.

Estamos mais envolvidos com o processo de criar novos conteúdos diariamente, enfrentar obstáculos tecnológicos e financeiros e principalmente, vencer resistências acadêmicas e burocráticas e não nos dedicamos tanto mais à reflexão sobre o nosso próprio trabalho. (...) Mas creio que o maior problema é também uma das nossas melhores qualidades. Os alunos/as que conduzem o projeto desde os seus primeiros anos pertencem aos primeiros períodos do curso de jornalismo e de relações públicas. Talvez ainda nos falte uma maior maturidade e conhecimento para discutir "teoricamente" gêneros e formatos no telejornalismo tradicional. Creio que "fazemos" gêneros e formatos de forma empírica e não muito reflexiva. (...) Ainda somos muito influenciados pela TV tradicional e seus modelos ou gêneros e formatos. Mas apesar de completarmos 10 anos no ar, e isso ser algo inusitado e impensável para a maioria dos projetos laboratoriais de telejornalismo em nosso país, creio que ainda temos que criar e experimentar novos gêneros e formatos mais específicos para o telejornalismo on-line. Mas também acredito que isso é questão de tempo e maturidade. O projeto ainda é muito novo e recente. Telejornalismo on-line só está começando! (BRASIL, 2011)

A coordenadora do TJ UFRJ (BECKER, 2011), ao contrário dos demais professores, destacou que no ambiente do webjornal audiovisual há, sim, discussões a partir de textos indicados para leitura e aulas teóricas sobre os gêneros e formatos com os bolsistas envolvidos na pesquisa. No entanto, esse processo começa somente “depois de experimentar as funções de repórter, cinegrafista, editor, produtor...justamente em acordo com a proposta do projeto de integrar

teoria e prática, aprender a fazer e a pensar o jornalismo audiovisual”. Segundo Becker (2011), as incompreensões apontadas por essa pesquisa devem-se ao fato das bolsistas entrevistadas terem ingressado “recentemente no projeto e ainda estão realizando as suas primeiras experiências de conhecimento, os primeiros contatos com essa linguagem”. Outro aspecto a ser considerado no caso do TJ UFRJ é que, mesmo na fase de iniciação à pesquisa, há dois estágios diferentes de formação: o primeiro dos bolsistas PIBIAC; e o segundo dos bolsistas que chegam, “devido a um crescimento destacado”, a PIBIC.

Os bolsistas PIBIAC e PIBIC participam da Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural e também podem ter a oportunidade de participar de outros fóruns especializados, em congressos e eventos. Porém, nas atividades dos bolsistas PIBIC, o foco maior já não é o laboratório e as atividades práticas, mas a integração entre elas, concretizada na socialização de seus conhecimentos com os recém-chegados e na contribuição ao desenvolvimento da pesquisa do professor responsável por meio do levantamento de dados dos estudos de caso empíricos (BECKER, 2011).

Uma prova desse amadurecimento gradual e constante dos bolsistas do TJ UFRJ no que diz respeito aos gêneros e formatos é a resposta da bolsista PIBIC Lara Mateus (2010) sobre a incongruência entre a denominação de algumas editorias do TJ UFRJ – há editorias que se referem a temas (exemplo: Ciências), outras a setores da Escola de Comunicação da UFRJ (exemplos: ECO-Pós e Graduação), e outras a formatos (exemplo: Notícias⁷³). Mateus (2010) afirmou que, quando a atual versão do webjornal audiovisual foi desenvolvida, essa distribuição foi a maneira encontrada para dar conta da multiplicidade de conteúdos disponibilizados, mas, atualmente, as editorias já foram repensadas e a sua alteração está dependendo apenas de ajustes técnicos no sistema utilizado (*Joomla*). Isso evidencia que os gêneros e formatos são pensados com regularidade e com cada vez mais aprofundamento no

⁷³ A seção “Notícias” reúne as notas textuais (que representam 10,4% dos conteúdos das páginas do TJ UFRJ) sobre assuntos que a equipe julga relevantes, mas não teve condições de realizar uma cobertura em audiovisual.

projeto, ainda que problemas como os verificados por essa pesquisa existam.

Todas as considerações apresentadas até aqui corroboram a existência de um paralelo entre as conclusões da pesquisa de Prata (2009) sobre as webrádios e as experiências contemporâneas de webjornalismo audiovisual universitário. De fato, a falta de um domínio pleno dos gêneros e dos formatos, assim como das potencialidades da Internet, tem dificultado o desenvolvimento de novas formas de apresentação dos conteúdos jornalísticos, os quais, apesar de algumas experimentações, continuam se parecendo, em diversos casos, com os velhos formatos. Conforme propõe Gomis (2008, pp.15-16), não há nada mais adequado para compreender a função das mensagens jornalísticas que o estudo e o exercício dos gêneros. Apontamos para a importância da integração entre teoria e prática nas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual, pois essa é uma das principais maneiras de fazer com que os futuros profissionais não apenas identifiquem os gêneros e formatos tradicionais, mas os compreendam teoricamente e os experimentem, na prática, em conjunto com as possibilidades da Internet, visando à produção de um webjornalismo audiovisual universitário realmente inovador. Essa é uma questão que será aprofundada no último capítulo dessa dissertação.

2.5. Ainda em busca de uma gramática própria

A emergência de diferentes experiências de jornalismo audiovisual universitário no ciberespaço brasileiro reforça a ideia de que, na *web*, a mensagem jornalística pode perder a sua forma tradicional, mas não a sua importância. Segundo Ureta (2007, p.47, p.59), os conteúdos produzidos para a Internet estão se adaptando cada vez mais ao novo meio, o que permite afirmar que, nas próximas décadas, ocorrerão mudanças ainda mais expressivas nos gêneros e formatos. Em acordo com Ayerdi (2002, p.9), sugerimos que, nesse contexto, um dos passos mais relevantes a ser dado pelo webjornalismo audiovisual universitário é elaborar e produzir linguagem e conteúdos próprios.

Reconhecemos que, embora toda nova mídia ofereça formas diferenciadas de contar histórias, inovações precisam de tempo para emergir (QUINN, 2005, p.12; AYERDI, 2002, p.9). Verificamos que, como já apontava Salaverría (2005, p.523), as mudanças nos conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários têm sido lentas e graduais,

além de dependerem em grande medida da linguagem da televisão. Para ser inovador, hoje, um conteúdo jornalístico audiovisual precisa de planejamento; estar atualizado com as demandas da sociedade na qual se insere; dispor de ferramentas tecnológicas e digitais; e possuir mecanismos para um contato interativo com o espectador (TOURINHO, 2010, p.28). E mais: é necessário que exerça a criatividade, compreendida por Herreros (2003, p.452) como a busca pela “originalidade, vanguarda, imaginação”. Muitos desses elementos não são inerentes ao webjornalismo audiovisual universitário, sobretudo em função da escassez de recursos, mas, percebemos, durante a pesquisa de campo, que vontade de inovar é o que não falta entre alunos e professores, ânsia que já tem apontado para algumas experimentações relevantes no campo do jornalismo digital.

Hoje – e é provável que nunca – não há um formato canônico, mais avançado ou mais apropriado para o webjornalismo. Afinal, conforme destaca Palacios (*in* MACHADO, 2003, p.9):

Diferentes experimentos encontram-se em curso, sugerindo uma multiplicidade de formatos possíveis e complementares, que exploram de modo variado as características e potencialidades das novas tecnologias de comunicação, conjugam de maneira variada os diferentes suportes mediáticos. Se alguma generalização é possível, neste momento, ela certamente diz respeito ao fato de que todos esses formatos são ainda altamente incipientes e experimentais, em função do pouco tempo de existência da digitalização enquanto meta-tecnologia.

Esse contexto torna o papel das iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário ainda mais relevante, já que, enquanto experiências acadêmicas, estão comprometidas de forma mais expressiva que o mercado com o apontamento de formas de comunicação e de jornalismo mais inventivas, críticas e contextualizadas. Os ciber gêneros e os ciberformatos tornam-se, portanto, espaços importantes de experimentação e inovação, na medida em que a produção de conteúdos diferenciados é uma demanda crescente na *web* (AYERDI, 2002, p.11). Cientes disso é que nos propusemos a analisar o processo de produção webjornalística audiovisual universitária nos próximos capítulos dessa dissertação.

CAPÍTULO TRÊS

O processo de produção webjornalística audiovisual universitária

Na medida em que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário se apresentam como iniciativas que buscam produzir conteúdos jornalísticos diferenciados, nesse terceiro capítulo da dissertação, o objetivo é verificar se e quais transformações esse novo tipo de produto gera no processo de produção jornalística. O conceito de produção tem uma dupla significação no campo do jornalismo. Um sentido abarca todo o processo de elaboração técnica da informação e compreende múltiplas categorias profissionais – esse será o foco do presente capítulo. O outro sentido se refere estritamente a um setor ou parte do trabalho, como é a da organização e distribuição dos recursos econômicos, técnicos e humanos; e está relacionado aos trabalhos desenvolvidos pelo produtor ou equipe de produção (HERREROS, 2003, p.73) – tema do quinto capítulo.

Em outras palavras: nessa dissertação, abordaremos ambos os sentidos, à medida que buscaremos oferecer uma visão global do processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário e, inserido nele, aparece também o sentido estreito, assim como as demais etapas. Para realizar uma delimitação do processo de produção webjornalística audiovisual universitária, partimos das etapas já sistematizadas por Herreros (2003, pp.73-98), Becker (2004, p.60), Machado e Palacios (2007b, p.201), Micó (2007, pp.63-64) e Alsina (2009, p.10) para o jornalismo, e propomos uma quarta classificação, apresentada nos próximos quatro capítulos: a apuração, a produção, a edição e a circulação.

Embora a inovação seja possível e provável diante das especificidades do meio digital e das temáticas abordadas por veículos de comunicação universitários, em acordo com Herreros (2003, p.24), não podemos, nem devemos promover um distanciamento excessivo dos modelos tradicionais de produção a fim de que as novas formas sejam viáveis dentro do sistema informativo. Nesse terceiro capítulo pretendemos, portanto, observar quais as continuidades e rupturas da produção webjornalística audiovisual universitária com relação à dos meios tradicionais.

3.1. A relação entre as tecnologias digitais e novos processos produtivos

Embora já existam diversos estudos sobre as regras de produção e as condições de recepção da televisão, ainda não se verifica o mesmo no webjornalismo audiovisual universitário. Pesquisas nesse sentido tornam-se cada vez mais fundamentais na contemporaneidade, quando os meios de comunicação, sobretudo os baseados no ciberespaço, são marcados por uma reestruturação tecnológica contínua e profunda, alterando de maneira significativa o funcionamento de todas as fases produtivas (MASIP, 2008, p.27).

Está certo que, segundo Machado (2001, p.16), não devemos focar somente nesse aspecto produtivo, pois corremos o risco de nos afastarmos do conjunto dos trabalhos audiovisuais efetivamente produzidos e aos quais os espectadores efetivamente assistem. Mas, também não podemos ignorar a importância do estudo dos novos processos de produção que têm emergido no jornalismo audiovisual praticado no ciberespaço, até porque é a partir da compreensão do perfil produtivo que apreendemos melhor o planejamento, a organização, a criação, a implantação e a criação dos programas (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.30). É conhecendo as formas empregadas pelos vários profissionais para processar a informação, que podemos entender a razão dos conteúdos jornalísticos serem como são (PERALTA, 2005, p.16). Conforme alerta Boczkowski (2004, p.5, pp.178-179) uma análise com foco exclusivo ou predominante em seus produtos, sem ou com pouca atenção para os processos de produção, apresenta riscos que podem ser superados por uma ênfase no processo, a qual, por sua vez, contribui para tornar mais visíveis as práticas em curso decorrentes das mudanças tecnológicas.

Em acordo com Pinto (2005), é possível relacionar a produção a duas ideias principais: a de razão e a de técnica. O autor (PINTO, 2005, p.484) conceitua a razão como a capacidade de produzir que o homem conquistou na competição evolutiva ao realizar as primeiras inovações, ou seja, os primeiros atos criadores de bens. É a habilidade humana de pensar para gerar, prescrever e dirigir o processo produtivo. A partir dessa perspectiva, o desenvolvimento da razão é o aperfeiçoamento da capacidade de produção, o que gera, por um lado, a multiplicação dos produtos, e por outro, a sua diversificação. Pinto (2005, pp.469-470) destaca que é o progresso da tecnologia que corporifica o avanço da razão, na medida em que se trata da invenção de mediações cada vez

mais eficazes para alcançar as finalidades da produção dos bens de que os homens necessitam. Pode ser verificada principalmente em âmbitos como os da organização do trabalho e das novas metodologias para economia de esforços físicos e mentais ou de recursos materiais.

A técnica, por sua vez, é a ação de produzir tornada eficaz pelo conhecimento que a guia. Consiste em obedecer às qualidades das coisas e agir conforme as leis dos fenômenos, seguindo os processos mais adequados possíveis em cada fase do conhecimento da realidade. Assim, toda técnica exige um modo de produção, da mesma forma que todo sistema produtivo gera determinadas espécies de técnicas (PINTO, 2005, p.290). “A razão, sob as espécies da técnica, engendra toda a produção humana” (PINTO, 2005, p.484).

Com base nessa perspectiva, não estamos considerando a técnica e, no contexto do ciberespaço, as novas tecnologias digitais, como o aspecto mais importante do processo produtivo. Pelo contrário: partindo dessas ideias, a produção é caracterizada pela sua natureza social e inventiva, que não se identifica com qualquer forma de automatismo ou com uma simples cooperação mútua entre indivíduos e máquinas.

O que dá caráter social à produção é a necessidade do uso da técnica ou, em última análise, de inventar continuamente novas formas de ação, para que estas, tendo êxito, retornem sob forma de conhecimentos ampliados ao acervo da razão, desenvolvam-na e expandam-na. O homem isolado não inventa, quando muito vale-se com astúcia dos conhecimentos possuídos. (...) A invenção compendia num ato criador que exige fundamento social para ocorrer. A sociedade engendra a consciência das contradições a serem resolvidas e estabelece a linha de prioridades entre elas. O motivo encontra-se no fato de somente a sociedade ser a depositária, pela cultura acumulada, dos instrumentos que possibilitarão à imaginação criar nova ação, uma técnica ou um método, e realizá-la, submetendo-a à prova da prática, que confirmará exclusiva e autenticamente o caráter inventivo da concepção interior. (PINTO, 2005, p.485)

Especificamente no campo do jornalismo, Masip (2008, p.18) endossa esse ponto de vista ao sustentar que a introdução de qualquer nova tecnologia contribui para a transformação das práticas jornalísticas vigentes e para a criação de outras, mas sempre em conjunto com o desenvolvimento de novas habilidades jornalísticas. A digitalização permitiu, por exemplo, a descentralização da produção, bem como tornou possível o armazenamento de grandes quantidades de informação que podem ser tratadas, gerenciadas e recuperadas com facilidade e agilidade pelos jornalistas. Soster (2009, p.160) ressalta, ainda, que o jornalismo nunca se dissocia do seu contexto; desse modo, sempre que ocorre um desenvolvimento – seja social, político ou tecnológico –, o jornalismo sofre transformações na sua linguagem, nos seus códigos, nas suas operações, nos seus valores e, inclusive, na sua relação com o contexto vigente.

A relação entre as tecnologias digitais e novos processos produtivos torna-se, portanto, evidente, o que nos impele a observar como essa tem ocorrido no âmbito do webjornalismo audiovisual universitário. Antes, contudo, é relevante destacar o fato de que o jornalismo se constitui enquanto um processo de produção já reconhecido e legitimado por diferentes pesquisas acadêmicas.

3.2. O jornalismo enquanto produção processual

Na década de 1970, emergiu um novo paradigma da investigação acadêmica sobre o jornalismo: as teorias construtivistas, as quais concebem o papel do jornalista dentro de um processo de produção da notícia (*newsmaking*), isto é, compreendem esse profissional como um construtor da realidade a partir da institucionalização da sua própria função e de determinados mecanismos de produção (ALSINA, 2009, pp.213-214; TRAQUINA, 2005; TUCHMANN, 1978; SCHUDSON, 1978; ROSHCO, 1975). Esta linha de pesquisa retoma a tradição fundada por Robert Ezra Park nos anos 1920 (PARK, 1950, 1952, 1955), e hoje, segundo Peralta (2005, pp.22-23), se constitui enquanto uma das vertentes de investigação científica mais adequadas para abordar, a partir de uma perspectiva acadêmica, a realidade prática e teórica dos meios de comunicação audiovisuais. As teorias construtivistas defendem que o jornalismo é o resultado de um processo de produção definido como percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (principalmente os fatos) num produto (as informações jornalísticas) (VIZEU, 2005, p.25).

Isso não significa que o jornalismo seja ficção. Bird e Dardenne (1993, p.264) classificam as notícias enquanto narrativas, produto de uma construção cultural, mas que não perdem o seu valor de correspondentes da realidade exterior, afetando ou sendo afetadas pela sociedade. No mesmo sentido, Medina (1988, p.99) defende que relatar um fato não é igual a vivenciar esse fato; portanto, a notícia representa a passagem fundamental para uma realidade substitutiva, um esforço de prolongar o tempo anterior de uma maneira intencional e articulada, o que configura o relato dos acontecimentos como um universo simbólico e atenua as diferenças expressivas entre as narrativas ficcional e jornalística, a qual se pretende referencial.

A perspectiva construtivista rejeita claramente a teoria do espelho. Mas isso não significa considerar as notícias ficcionais, sem correspondência com a realidade exterior. Na verdade, o método construtivista apenas enfatiza o caráter convencional das notícias, admitindo que elas informam e têm referência na realidade. Entretanto, também ajudam a construir essa mesma realidade e possuem uma lógica interna de constituição que influencia todo o processo de construção (PENA, 2005, p.129).

Embora não seja ficção, em acordo com as teorias construtivistas, o jornalismo também não é um “reflexo da realidade” por três principais razões: 1) é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e as organizações jornalísticas porque as notícias ajudam a construir a própria realidade; 2) a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta da realidade, porque a linguagem sem interpretação é impossível; e 3) a organização jornalística estrutura inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos (TRAQUINA, 2005). Segundo Tuchmann (1978, p.5), ainda que alguns jornalistas proclamem que as notícias representam o real, as narrativas jornalísticas são histórias contadas e comentadas, que possuem um caráter público – pois estão disponíveis a todos – e que constituem nosso equipamento cultural. A autora (TUCHMANN, 1978, p.2, p.12) afirma também que o ato de fazer notícia é o ato de construir socialmente a própria realidade através de ocorrências do mundo cotidiano que ocupam tempo e espaço, em vez de um retrato da

realidade. Ou seja, o trabalho jornalístico transforma acontecimentos em eventos noticiosos, e inspira-se em aspectos da vida cotidiana para narrar histórias e apresentá-las a nós mesmos. Como destaca Vizeu (2005, pp.33-34), as notícias são uma construção social onde os discursos se constituem da materialização de diferentes operações.

Sodré (2009, p.25, pp.70-71) ressalta que, hoje, já se tem uma consciência mais ampla de que a notícia não apenas representa ou transmite aspectos da realidade, mas também é capaz de constituir uma realidade específica e de produzir efeitos de real segundo os parâmetros jornalísticos de tratamento do fato, tais como a apuração, as entrevistas, a redação e a edição.

A dimensão construtivista deixa ver que se trata mesmo de uma interpretação singularizante do fato – um processo ordenado de versões – em função da cultura jornalística, isto é, do conjunto de regras, hábitos e convenções que estruturam o campo profissional da imprensa (SODRÉ, 2009, pp.70-71).

Como todo discurso social, o discurso jornalístico está inserido num sistema produtivo, dotado de características próprias, as quais devem ser estudadas (ALSINA, 2009, p.10). Em função da imprevisibilidade dos acontecimentos e das pressões do tempo e do espaço, o jornalismo dispõe de procedimentos específicos e limites organizacionais à produção das informações, tais como pontos fixos de observação, divisão do trabalho e hierarquia profissional, apenas para citar alguns exemplos (ALSINA, 2009, p.177). Tendo que pensar na eficácia de um produto imprevisível e, por diversas vezes caro, os jornalistas são compelidos a empregar formas de hierarquia na tomada de decisões, a realizar uma tipificação dos fatos e utilizar critérios de noticiabilidade – tema que será aprofundado no quarto capítulo, dedicado à etapa de apuração (PERALTA, 2005, p.22).

Genro Filho (1987) defende que, por ser uma linguagem específica referente a um determinado processo social, o jornalismo está subordinado a normas e procedimentos técnicos que o distinguem da espontaneidade lógica, linguística e epistemológica da linguagem comum, tornando-se, inclusive, uma especialidade técnica no contexto da divisão do trabalho e implicando um fazer e um saber próprios. Conforme sustenta Tuchmann (1978, p.ix, p.1, p.5), para compreendermos a notícia como construção social da realidade, é

preciso considerar as limitações do trabalho jornalístico e dos recursos disponíveis aos jornalistas; os jornalistas como profissionais com preocupações mais profissionais do que pessoais; as redações jornalísticas enquanto organizações complexas submetidas a certos processos; e as práticas profissionais como formas de servir às necessidades da organização jornalística.

É, portanto, dos processos produtivos, paralelamente à cultura profissional dos jornalistas e à organização do trabalho, que emergem os conteúdos jornalísticos. Toda essa estrutura faz com que o jornalista seja parcialmente autônomo, na medida em que tem a obrigação de seguir um padrão de produção e uma concepção coletiva de que assuntos merecem ser noticiados (SODRÉ, 2009, pp.25-26). Trata-se da institucionalização de um processo objetivo para dar conta de um trabalho de natureza subjetiva (PICCININ, 2007, pp.18-19).

Cabe esclarecer que como padrão de produção não nos referimos à qualidade dos programas. Em acordo com Squirra (1993a, p.45), consideramos o padrão de produção como o estabelecimento de procedimentos internos e de equipes técnicas capazes de executar tarefas com regularidade e frequência. Também não remetemos aqui à ideia de rotina de produção enquanto mecanização do trabalho. Em consonância com Vizeu (2005, p.184), procuramos romper a tradição sociológica dos estudos estadunidenses e ingleses sobre notícia, que classifica as rotinas profissionais dos jornalistas como atividades mecânicas, repetitivas, como se todo dia o jornalista fosse submetido a regras estabelecidas e padronizadas. Em vez disso, compreendemos a redação jornalística como um espaço tensional, de disputas entre os diversos sujeitos, para a produção dos conteúdos. “Falar em rotina como um processo mecânico é desconhecer a dimensão simbólica do jornalismo, a sua dimensão discursiva” (VIZEU, 2005, p.184).

Masip (2008, pp.91-93) comprova essa perspectiva ao afirmar que a ideia de rotina não tem por si uma conotação negativa, uma vez que todas as etapas da produção jornalística – em maior ou menor medida – estão sujeitas à incorporação de procedimentos estabelecidos por uma prática rotineira. É claro que, se a rotina é transformada em rotinização, ou seja, “rotina da rotina”, torna-se uma simples transformação mecânica da atualidade em notícia, que ignora as diversas fases nas quais se baseia a prática jornalística. Nesse caso, trata-se de uma má aplicação das rotinas que pode significar uma atitude de negligência manifesta por meio do oficialismo, da espetacularização, da

superficialidade e da parcialidade. Contudo, quando introduzidas da maneira devida, as rotinas oferecem, entre outras vantagens, a racionalização do trabalho, a distribuição dos recursos de forma mais eficiente, a garantia do fluxo de informações e a redução do tempo de produção.

O que existe, portanto, é um conjunto de procedimentos de organização, disciplina, distribuição, especificação e coordenação de tarefas para cada jornalista e para toda a equipe com o objetivo de produzir conteúdos jornalísticos diante da imprevisibilidade, da tensão e do pouco tempo para tomada de decisões intrínsecos à elaboração informativa (WARREN, 1975, p.468; HERREROS, 2003, p.76). Como defende Piccinin (2006, pp.140-141, p.144; 2007, pp.18-19), para se operacionalizar cada edição de um produto jornalístico no tempo e no tamanho predeterminados, é necessário combinar instrumentais éticos, estéticos e técnicos dos jornalistas, buscando cumprir duas premissas: “o que informar” e “que tratamento conferir ao que for selecionado”. Isso significa que a produção jornalística engloba não somente aspectos quantitativos, mecânicos, repetitivos e padronizados, mas também requer a inserção de elementos qualitativos, intuitivos e criativos, cada vez mais valorizados atualmente por grande parte das organizações, em função das exigências dos próprios espectadores (HERREROS, 2003, p.78), especialmente a partir das possibilidades da interatividade, conforme detalharemos mais adiante.

Nos conteúdos audiovisuais, as características do jornalismo enquanto uma produção processual talvez sejam ainda mais explícitas. É verdade que as imagens transmitem uma maior sensação de “reflexo da realidade”, mas, em função das próprias condições técnicas de produção, o jornalismo audiovisual é uma reconstrução da realidade a partir das perspectivas de diferentes profissionais: do repórter, do cinegrafista, do editor, entre outros, cujas ações se consolidam em um processo de edição (TEMER, 2010, p.111). Embora o audiovisual maximize as intenções dos repórteres e cinegrafistas na construção dos conteúdos jornalísticos, na medida em que se pode mudar a palavra escrita com mais facilidade do que a palavra gravada e as imagens (TUCHMANN, 1978, p.107), esse tipo específico de jornalismo se constitui, tradicionalmente, como um trabalho fragmentado, com diversos jornalistas agindo de forma paralela e/ou em conjunto, quase sempre em um ritmo de produção mais acelerado que o exigido das demais formas de expressão. Em outras palavras: as interferências

diversas na atividade de construção coletiva do jornalismo audiovisual, ainda que variem em função de diferentes graus de competência profissional, níveis de poder e possibilidades de utilização do tempo (TEMER, 2010, p.111, pp.117-118), evidenciam que o jornalismo é, de fato, um complexo processo de produção.

Complexo não apenas por envolver diversos atores sociais na produção, mas principalmente por, como todo ato de comunicação, ser constituído de uma troca entre duas instâncias⁷⁴ distintas: a de produção e a de recepção. Segundo Charaudeau (2009, p.28), essa distinção permite abordar a informação como algo que não corresponde somente à intenção do produtor, nem apenas à do receptor no ato comunicativo, mas como resultado de uma cointencionalidade que engloba os efeitos visados, os possíveis, e os produzidos. Ainda de acordo com Charaudeau (2009, pp.23-24), a relação instaurada entre a produção e a recepção determina três lugares de pertinência: o da instância de produção; o da instância de recepção; e o do texto como produto, que se encontra, enquanto tal, submetido a certas condições de construção.

Essas considerações reforçam a ideia de que o jornalismo é um processo de construção negociado (TUCHMANN, 1978, p.6). Não devemos, nem podemos considerar o processo produtivo como uniforme, estático ou imutável, já que ocorre através da interação dos jornalistas com outras categorias de atores mobilizadas para a determinação dos fatos e sua posterior transformação em acontecimento midiático (SODRÉ, 2009, pp.39-40; TRAQUINA, 2005). Além disso, a produção jornalística varia bastante de acordo com o tipo de informações que se pretende transmitir, e se o conteúdo é gravado em estúdio ou em áreas externas ou é resultado de uma transmissão direta. Em função de todos esses condicionantes, há mudanças na técnica e nos papéis que cada jornalista desempenha no processo de produção (HERREROS, 2003, p.76).

Na sociedade contemporânea, especialmente diante das possibilidades oferecidas pelo ciberespaço, há a possibilidade de exposição cada vez maior do processo produtivo, o que se constitui enquanto uma tendência inovadora uma vez que, tradicionalmente, os meios de comunicação, no seu início, tornam opacos os procedimentos

⁷⁴ Charaudeau (2009, p.73) emprega o termo “instância” por compreender que o que preside a produção da comunicação midiática é uma entidade compósita a qual envolve diversos tipos de atores e onde todos contribuem para construir uma enunciação aparentemente unitária e homogênea do discurso midiático. Na verdade, trata-se de uma co-enunciação, cuja intencionalidade significativa corresponde a um projeto comum a esses vários atores.

de produção e, quando evoluem, almejam a ocultação ou a transparência desse processo (GOSCIOLA, 2003, p.90). Já mencionamos essa tendência no capítulo dois da presente dissertação, quando foi abordado o formato de bastidores ou *making of*. Isso revela que algumas mudanças têm sido verificadas no processo de produção do jornalismo audiovisual no ciberespaço, mesmo que diversas continuidades ainda possam ser percebidas, conforme será apresentado na seção a seguir.

3.3. Um novo produto, o mesmo processo?

As potencialidades oferecidas pelo ciberespaço permitem transformar as práticas sociais, a vivência do tempo e do espaço e as formas de produzir e consumir conteúdos jornalísticos (LEMONS, 2004, p.1). Mudanças dessa magnitude requerem novas estratégias e táticas comunicativas, relacionadas e adaptadas ao contexto onde estão inseridas e às mensagens informativas transmitidas (BRIGGS; BURKE, 2004, p.17). Conforme destaca Stovall (2004, p.15), os *sites* jornalísticos precisam aproveitar os aspectos da Internet que os distinguem dos meios de comunicação tradicionais. Mas, tais transformações não são facilmente identificáveis, sobretudo quando nos referimos aos efeitos a longo prazo, surpreendentes e involuntários do uso das possibilidades das novas tecnologias digitais (BRIGGS; BURKE, 2004, p.17).

Por um lado, não podemos negar que, diante das múltiplas capacidades da *web*, o ciberjornalismo tem sido muito tímido no que se refere à criatividade e à inovação nos produtos e processos jornalísticos (ALVES, 2006, p.94). É preciso diferenciar o potencial a partir do ponto de vista tecnológico do on-line e a realidade de seu desenvolvimento e exploração (DIEZHANDINO, 2005, p.9). Até porque, a disponibilidade de uma tecnologia não necessariamente implica na sua adoção, muito menos garante que essa adoção seja imediata; além disso, é possível que a circunstância de utilização de uma determinada tecnologia seja diferente do uso para o qual foi concebida (MASIP, 2008, p.173). Em geral, a estrutura e o fluxo de um *site* jornalístico ainda se assemelham aos das organizações jornalísticas tradicionais, embora exista a probabilidade de mudanças mais expressivas na apuração, na produção e na apresentação dos conteúdos em um futuro próximo (STOVALL, 2004, pp.15-16; MARCUSCHI, 2004, p.67; BOCZKOWSKI, 2004, pp.8-9; MASIP, 2008, p.174). Por outro lado, não devemos ignorar ou minimizar os avanços já empreendidos no processo de produção do jornalismo audiovisual no ciberespaço, na medida em que isso

evidenciaria um desconhecimento sobre o efetivo processo de desenvolvimento de inovações.

Segundo Pinto (2005, p.67), é preciso compreender o caráter contraditório da ação do homem sobre a natureza. A continuidade de determinados aspectos apesar do progresso tecnológico, é simultânea a saltos qualitativos, os quais geram inovações no processo produtivo existente até então. Quando ocorre um desses saltos, o sistema de produção constituído pelo trabalhador e pela máquina tem seu sentido modificado de maneira recíproca. Mas, quando as mudanças acontecem sem qualquer alteração qualitativa do regime de relações de produção, geram somente modificações superficiais, conferindo aos trabalhadores a ilusão de melhora no regime de trabalho. Em outras palavras: quando não há um salto qualitativo que implique em alguma transformação no processo de produção, a mudança se restringe ao manejo de instrumentos aperfeiçoados e de manuseio menos penoso (PINTO, 2005, p.472).

No entanto, essas mudanças qualitativas exigem tempo, ou seja, não ocorrem do dia para a noite. É comum, conforme já sustentava Tunstall (1993, p.205), que o modo de trabalho dos profissionais se mantenha por um período de tempo, independente do regime editorial ou da estrutura da organização jornalística. Cabe destacar, ainda, que a transformação qualitativa, em geral, é decorrente da ampliação e desenvolvimento de uma mudança quantitativa (MACHADO, 2003, p.22).

É a predominância de mudanças quantitativas em detrimento dos saltos qualitativos que tem gerado a impressão de que o webjornalismo não produz qualquer alteração no processo de produção tradicional. Conforme esclarece Machado (2003, p.35),

o descompasso entre as demandas da prática profissional e o modelo de adoção dos computadores nas redações impediram uma modificação no sistema de produção de conteúdos nas organizações jornalísticas. Muito desta defasagem se deve à difusão de conceitos como jornalismo de precisão ou reportagem assistida por computador, capazes de reduzir a tecnologia a um uso instrumental porque aperfeiçoa o trabalho sem desestabilizar os fundamentos da prática. A consolidação no jornalismo digital pressupõe a compreensão de que a tecnologia representa a

possibilidade de criação de um formato distinto de jornalismo em que todas as etapas do sistema de produção de conteúdos – desde a apuração até a circulação – são circunscritas aos limites do ciberespaço.

As inovações no jornalismo, portanto, não podem ser buscadas apenas através de investimentos tecnológicos; precisam ser caracterizadas também por mudanças no processo de trabalho dos jornalistas, assim como na produção dos conteúdos jornalísticos (FRANCISCATO, 2010, p.12; BOCZKOWSKI, 2004, p.9). Franciscato (2010, pp.13-15) aponta três tipos de inovações necessárias ao jornalismo contemporâneo: 1) a inovação tecnológica, a qual atinge produtos e processos, além de incluir ações de execução dentro das organizações jornalísticas que possam beneficiar a sociedade; 2) a inovação organizacional, que consiste na implantação de um novo modelo de gestão e de um método diferenciado de organização das práticas profissionais, das relações de autoridade e hierarquia, do ambiente de trabalho, dos sistemas de remuneração e dos sistemas de comunicação internos e externos à empresa; e 3) a inovação social, a qual possui atributos como a satisfação de necessidades humanas não atendidas pelo mercado, a promoção da inclusão social, e a capacitação de diferentes atores sociais antes sujeitos à exclusão.

É possível afirmar que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas procuram realizar os três tipos de inovações propostos por Franciscato (2010), conforme detalharemos mais adiante. A TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ buscam empreender experimentos tecnológicos, através do emprego diferenciado dos equipamentos de que dispõem; organizacionais, a partir de um modelo de gestão em que os estudantes dispõem de expressiva autonomia; e sociais, por meio da veiculação de conteúdos diferenciados, os quais buscam atender a diversos setores sociais, e das tentativas, ainda que tímidas, de promover a interatividade com os usuários.

Por outro lado, as continuidades observadas também foram múltiplas. Ainda não há uma efetiva redistribuição dos poderes de controle do conteúdo entre todos os membros do sistema produtivo, a qual considere os usuários ao mesmo tempo fontes e produtores de informações (MACHADO, 2003, p.36; SODRÉ, 2009, pp.108-109). Embora os procedimentos de edição jornalística se complexifiquem no ciberespaço, não mudam tão significativamente se comparados aos

mecanismos de edição dos meios de comunicação tradicionais (MIELNICZUK, 2006, p.178). Mesmo que existam experimentos como os das reportagens especiais, que revelam um crescente aproveitamento das possibilidades da Internet, os recursos da hipertextualidade, por exemplo, não são explorados em sua totalidade e têm sido incorporados ao webjornalismo de forma lenta e gradual (DEUZE, 2004, p.141; SALAVERRÍA, 2005, p.523; PAVLIK, 2008, p.96). Em acordo com Mielniczuk (2003, p.198), ainda não dispomos de padrões consolidados e generalizados com relação à exploração dos recursos oferecidos pela *web* no jornalismo, refletindo um momento de experimentações.

Atualmente, no ciberespaço, é possível constatar que são percorridas as mesmas etapas de produção do jornalismo audiovisual tradicional: apuração, produção, edição e circulação. Essa percepção foi, inclusive, um consenso nas entrevistas realizadas com os membros das três experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas. O que muda é a maneira como essas etapas são executadas pelos jornalistas ou futuros jornalistas, a partir das competências e habilidades de que esses profissionais dispõem (BACCO, 2010, p.40). Ou seja, hoje, ainda estamos falando em etapas tradicionais do jornalismo, mas em um contexto diferenciado, mais acelerado, que exige, por exemplo, mais habilidade de quem exerce a função de editor, só que com menos tempo disponível para aprender a exercê-la (SOSTER, 2006, p.14). Isso significa que nos encontramos diante de um processo de transição das transformações quantitativas para as qualitativas, as quais, contudo, ainda não se efetivaram enquanto um salto, gerando inovações expressivas. Confirma-se, aqui, portanto, as constatações feitas por Masip (2008, p.178) de que a Internet ainda não oferece um salto qualitativo no sentido de um jornalismo diferenciado, inovador e mais contextualizado.

Não é possível, nesse momento, indicar quantos dias, meses, anos ou décadas serão necessários para que ocorram saltos qualitativos no webjornalismo audiovisual, até porque nem todas as mudanças ocorrem no mesmo ritmo (SOSTER, 2006, p.14). O que podemos afirmar é que não será um processo guiado pelo progresso tecnológico intenso dos últimos tempos. Embora as tecnologias funcionem como importantes fatores de transformação social, sempre dependem do curso que os homens imprimem à sua trajetória, a fim de atender às necessidades sociais e de produção de bens materiais (PINTO, 2005, p.285). Como alerta Jenkins (2008, p.36), nessa era de transição

mediática, as direções são imprecisas e os resultados imprevisíveis, já que são marcados por decisões táticas e consequências inesperadas, sinais confusos e interesses conflitantes.

Embora a impressão que grande parte dos indivíduos tem seja de que as mudanças estão ocorrendo cada vez mais rapidamente na contemporaneidade, Fidler (1997, p.8) chama atenção para a “regra dos 30 anos”, a qual enuncia que três décadas são necessárias para que novas ideias sejam totalmente absorvidas por uma determinada sociedade. Portanto, diante dos desafios das tecnologias digitais emergentes, a lentidão da mudança é a regra e não a exceção, o que justifica algumas das dificuldades enfrentadas pelas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário estudadas para inovar no que se refere ao processo de produção. A sensação de que as mudanças ocorrem de forma mais acelerada hoje provém do fato de que diversas tecnologias estão surgindo simultaneamente, cujos cruzamentos, além de gerarem a impressão de surpresa e, por conseguinte, de velocidade, dificultam as pesquisas sobre novas mídias (FIDLER, 1997, p.8). Para Fidler (1997, p.10), a regra dos 30 anos pode não ser infalível, mas, ao menos, nos insere em uma perspectiva mais realista diante das novas tecnologias de comunicação.

A consolidação do webjornalismo audiovisual requer o desenvolvimento de práticas jornalísticas renovadas e mais eficazes, que explorem novas formas de apuração, produção, edição e circulação dos conteúdos informativos no ciberespaço (URETA, 2007, p.42). Para isso, devemos levar em conta a relação entre os modos de ver, de fazer e de usar proposta por Palacios (*in* MACHADO, 2003, p.7): “Sem que se ampliem os modos de ver, o fazer e o usar tendem a continuar ancorados às artes do passado”. É claro que nenhuma tecnologia pode fazer, mas apenas possibilitar fazeres (PALACIOS *in* MACHADO, 2003, p.8). Portanto, o papel das experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual é cada vez mais fundamental, na medida em que podem gerar e incentivar modos de ver diferenciados nos futuros profissionais, permitindo a emergência de fazeres e usos inovadores diante das tecnologias digitais de comunicação, mesmo que de uma maneira (ainda) não qualitativa. De qualquer forma, entretanto, é preciso considerar que essas mudanças não ocorrem de forma uniforme, linear ou unidirecional: no webjornalismo audiovisual universitário contemporâneo, ao mesmo tempo em que se apresentam novas

possibilidades, emergem novas limitações, conforme será apresentado a seguir.

3.4. Possibilidades e limitações para mudanças no processo de produção webjornalística audiovisual universitária

As tecnologias digitais têm sido implantadas em todas as áreas da comunicação nas últimas décadas, atingindo grande parte dos seus espaços de produção, distribuição e consumo (MICÓ, 2007, pp.184-185). Porém, não existe e provavelmente jamais existirá, uma teoria única ou predominante que forneça um guia completo para a apropriação das tecnologias de comunicação de alta definição, de interação e mutuamente convergentes, pois as suas relações, sejam elas individuais ou sociais, locais ou globais, estão em fluxo contínuo (BRIGGS; BURKE, 2004, p.25). Segundo Jenkins (2008, p.41), é preciso compreender que a convergência midiática se refere a um processo, portanto contínuo, e não a um ponto final, a algo que ocorre de modo inesperado a partir de uma mudança tecnológica.

Conforme já apontava Castells (1999, 2003), as tecnologias devem ser compreendidas em sua complexa interação com os indivíduos e com as instituições, sobretudo quando nos referimos à produção e à circulação de informações. Ao mesmo tempo em que a tecnologia é influenciada, modificada e experimentada pela sociedade em que se insere, a influencia. Para Machado (2000, pp. 35-36), o ambiente social gerado por uma nova tecnologia é um espaço composto por processos ativos que estimulam o surgimento de formas diferenciadas de associação entre os indivíduos e as tecnologias. A tecnologia, simultaneamente, requer e produz mudanças sociais e organizacionais (BRIGGS; BURKE, 2004, p.194).

E isso inclui o jornalismo, que, hoje, afeta e é afetado em suas mais diversas instâncias pelas tecnologias digitais de comunicação, em especial quando nos referimos aos meios que se baseiam no ciberespaço (SOSTER, 2009, pp.13-14). Além disso, quando submetida a diferentes contextos sociais, uma mesma tecnologia pode apresentar estruturas institucionais distintas para o jornalismo. “Mais que uma ferramenta que otimiza o trabalho do profissional, a tecnologia digital funda um entorno social distinto, dando origem a um novo modelo econômico e a uma nova divisão social do trabalho” (MACHADO, 2003, p.11). Assim, nessa nova ordem emergente, onde as tecnologias ocupam um lugar estratégico e central no processamento das informações, é possível

afirmar, em acordo com Piccinin (2007, p.38), que o jornalismo é particularmente transformado, bem como transforma de maneira direta e fundamental esse novo ambiente que se instaura.

Diante das potencialidades do ciberespaço, as transformações do jornalismo não são simples, uniformes ou unidimensionais: dependem de um amplo conjunto de variáveis econômicas, organizacionais, regulatórias e culturais, impulsionadas por diferentes aplicações tecnológicas, o que influencia de diversas maneiras e intensidades a extensão e a forma na qual as transformações são possíveis (PAVLIK, 2001, p.xi; QUINN, 2005, p.5; URSELL, 2001, p.178; CASTELLS, 2003, p.225). Como destaca Ayerdi (2002, p.2), a Internet não está alterando apenas os meios de acesso à informação pelos internautas, o modelo tradicional de comunicação e as organizações jornalísticas, mas também o perfil do jornalista.

Por isso, é preciso que os estudos acadêmicos sobre o webjornalismo estejam atentos às distintas questões que o contexto digital apresenta: novas modalidades de produção, transformações nos sistemas de difusão e maneiras diferentes na recepção que fragmentam as audiências estabelecendo outros modos de interação entre emissores, usuários e mensagens, são apenas alguns dos exemplos indicados por Herreros (2003, p.26). É necessário também manter a atenção sobre as renovações nas redações jornalísticas, nas plataformas⁷⁵ de produção dos conteúdos, nos modelos de gestão (LÓPEZ; OTERO, 2006, p.9; VILLADA, 2006, p.118) e na forma como o trabalho jornalístico é desempenhado. Deuze (2004, p.139) alerta que todos esses elementos devem ser considerados de modo combinado, já que as atividades dos jornalistas têm moldado e estão sendo moldadas pelos diferentes contextos envolvidos no jornalismo contemporâneo. Pode-se observar, por exemplo, um processo de influência mútua na construção das narrativas audiovisuais, as quais mesclam características dos telejornais e do webjornalismo audiovisual em modelos híbridos de produção, circulação e consumo de informação (BECKER; MATEUS, 2010, p.129).

⁷⁵ As plataformas são sistemas para a criação de novos formatos de conteúdos. Em sua forma mais básica, uma plataforma é algo que torna mais fácil construir outras coisas. O jornal, por exemplo, é uma plataforma que confere suporte à pesquisa, à escrita, à impressão, à distribuição e às respostas do público. O formato do noticiário televisivo é uma plataforma que ordena os fatos de uma forma útil e convincente. Hoje, existem plataformas familiares e alternativas para os conteúdos jornalísticos, as quais, provavelmente, irão apoiar o jornalismo no futuro (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, pp.8-9).

Talvez um dos maiores desafios dos jornalistas nesse ambiente repleto de tecnologias digitais seja descobrir sobre quais aspectos incidir e potencializar, e quais são perigosos para as organizações informativas (VIVAR; GUADALUPE, 2005, p.39). Hoje, vivenciamos mudanças mais complexas do que alguns imaginavam e o processo de produção jornalística precisa ser repensado dentro dessa nova conformação (CROCOMO, 2007, p.42).

É verdade que, no jornalismo, algumas atividades provavelmente nunca irão mudar, entre elas, checar os fatos rigorosamente, buscar fontes idôneas, apresentar os fatos da forma mais objetiva, clara e contextualizada possível, e aderir aos principais padrões deontológicos (PAVLIK, 2001, p.193; CROCOMO, 2007, pp.152-153). Mas, diante das novas tecnologias de comunicação, em especial da Internet, será inevitável que algumas estruturas e processos mudem, seja para melhor ou pior. Com o passar do tempo, toda ciência, arte, profissão ou ofício sofre modificações, e o trabalho jornalístico não é exceção (WARREN, 1975, p.9). A partir da emergência do ciberespaço, esse processo de mudança tem se intensificado, na medida em que o componente tecnológico torna-se determinante para a definição operacional do webjornalismo, exigindo que os jornalistas realizem cada vez mais a apuração, a produção e a edição de informações exclusivas para a *web* (BARDOEL; DEUZE, 2001, p.3).

Pavlik (2001, p.193) afirma que o jornalismo moderno está sendo transformado em cinco principais áreas: 1) apuração e redação jornalística; 2) armazenamento, indexação e recuperação das informações, sobretudo os conteúdos multimídia; 3) processamento, produção e editorialização; 4) distribuição e publicação; e 5) apresentação, exibição e acesso. É importante considerarmos, porém, que as tecnologias digitais podem desencadear duas distintas formas de utilização das redes telemáticas nessas diferentes etapas do jornalismo: 1) as redes como uma ferramenta auxiliar para oferecer aos jornalistas conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais; e 2) as redes enquanto um ambiente diferenciado com capacidade de gerar uma nova modalidade de jornalismo, em que todas as etapas de produção – desde a pesquisa e apuração até a circulação – dos conteúdos jornalísticos estão circunscritas às fronteiras do ciberespaço (MACHADO, 2003, p.19).

Embora as iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário ainda não realizem mudanças qualitativas profundas nas

etapas do processo de produção em si, conforme mencionado anteriormente, já se aproximam mais do segundo modelo de emprego das redes telemáticas, evidenciando que tudo pode ser uma questão de tempo e de aprofundamento das pesquisas e experimentações. É possível afirmar que a TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ já fazem uso da Internet enquanto um novo ambiente que permite a produção jornalística com base nas potencialidades do ciberespaço. Ou seja, as experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas têm buscado se afastar do primeiro modelo proposto por Machado (2003, pp.22-23), em que não são incorporadas as particularidades do jornalismo digital, e há o emprego dos conteúdos das redes nos meios tradicionais sem alterações significativas no conjunto das práticas de todos os profissionais dentro das redações. Afinal, como será detalhado mais adiante, as três iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual buscam incorporar as tecnologias digitais, ainda que em medidas distintas, nas diferentes etapas do processo produtivo.

Essa busca por novas formas de apropriação das tecnologias digitais pelo webjornalismo torna-se cada vez mais essencial e urgente, na medida em que é fundamental o desenvolvimento de um processo produtivo adequado às particularidades do jornalismo praticado no ciberespaço. Alsina (2009, p.54) alerta que cada meio deve procurar sua própria identidade, particularidade e especificidade de funções. Para isso, talvez, a aplicação de cânones padronizados estabelecidos para os meios de comunicação tradicionais não seja adequada ou realista para o webjornalismo, pois não leva em consideração, por exemplo, que na Internet qualquer participante está apto a ser tanto um produtor quanto um receptor de mensagens (MACHADO, 2003, p.76). Ayerdi (2002, p.2) defende que o campo da comunicação precisa enfrentar o desafio de adaptação das organizações e dos modos tradicionais de jornalismo aos formatos e ferramentas que a rede impõe. O ideal seria que, junto com as novas tecnologias, fossem introduzidas novas concepções e novas formas de trabalho (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.2).

Para inovar, gerando processos de produção webjornalística diferenciados, precisamos que os jornalistas e demais profissionais envolvidos na realização de um programa aliem criatividade e imaginação. Se há alguns anos, nenhum estágio da produção de um programa poderia ser iniciado antes que o anterior tivesse sido finalizado, hoje, diante das possibilidades oferecidas pelas tecnologias digitais, vários profissionais podem trabalhar no mesmo vídeo ao

mesmo tempo, independentes uns dos outros. Com os adventos tecnológicos possibilitados pela indústria da computação, os conteúdos audiovisuais não precisam mais ser armazenados em fitas magnéticas, e são armazenados da mesma forma que os processadores de texto, ou seja, em arquivos de dados, não precisando ser transportados fisicamente de um lugar para outro, nem necessitando de circuitos de comunicação especializados e caros (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.61, p.4). Diante dessas potencialidades, segundo Brittos e Bolaño (2007, p.40, pp.42-43), os novos meios devem encontrar novos modelos que estimulem uma produção diferenciada, quem sabe, uma produção terceirizada, alternativa e local que incentive a desconcentração do mercado produtor, o surgimento de novos realizadores, a diversidade cultural e o reposicionamento das identidades locais e não hegemônicas.

O futuro do jornalismo digital passa pela ruptura com o passado e com a migração plena para o ciberespaço: como espaço para localização das fontes, criação de modelos de negócio, ferramenta para apuração e suporte para a disseminação dos conteúdos entre os membros das redes articuladas em torno de cada publicação. Uma ruptura que, sem deixar de incorporar os conhecimentos acumulados ao longo de quatro séculos, parte do pressuposto que, por mais experiente que seja, um jornalista dos meios convencionais parece um foca no mundo das redes (MACHADO, 2003, pp.12-13).

Nesse último ponto, as experiências de webjornalismo audiovisual universitário também se encontram à frente, pois, conforme será abordado no último capítulo dessa dissertação, formam os futuros profissionais já com base nas exigências e habilidades inerentes ao exercício do jornalismo no ciberespaço. Além disso, procuram incorporar ao seu processo produtivo se não todas, grande parte, das especificidades e particularidades do webjornalismo na contemporaneidade: a interatividade, a convergência, a personalização dos conteúdos, a hipertextualidade, a capacidade de armazenamento, o imediatismo, a multimídia e a atualização constante (PAVLIK, 2001, p.xi; BARDOEL; DEUZE, 2001, pp.3-4; PALACIOS, 2002, p.2; MIELNICZUK, 2003, p.40; STOVALL, 2004, p.154; SALAVERRÍA,

2005, p.517; VIVAR; GUADALUPE, 2005, pp.26-27; PETICCA, 2005, pp.16-17, pp.88-89; LÓPEZ; OTERO, 2006, p.7; ALVES, 2006, p.95).

Em acordo com Pinheiro (2006, p.185, p.190), consideramos que, na Internet, não basta apurar e escrever textos com rigor jornalístico; é necessário empregar todas as potencialidades do ciberespaço para produzir conteúdos diferenciados que interajam com os internautas e utilizem os hiperlinks. Com a possibilidade de acesso não linear aos vários dispositivos, devemos tentar recuperar dados de maneira interativa, utilizar *softwares* não lineares, aprimorar a qualidade da imagem, gravar com câmeras cada vez mais portáteis, poderosas e baratas, buscar fontes variadas e confiáveis, e enviar e receber mensagens e dados de maneira mais rápida, porque é possível comprimir, reduzindo o tamanho dos arquivos (CROCOMO, 2007, p.122, p.124; PAVLIK, 2001, p.xiv; 2008, p.195, p.197). Na Internet, não temos somente a capacidade de produzir vídeos de maneira simples e barata, mas é possível obter uma distribuição mundial econômica, rápida e eficiente (BRASIL, 2002, p.272).

No ciberespaço, portanto, é preciso buscar explorar as diferentes possibilidades digitais na produção de conteúdos jornalísticos, o que não significa que a qualidade de um conteúdo informativo dependa exclusivamente do emprego desses recursos. Salaverría (2005, p.517) ressalta que um conteúdo jornalístico pode possuir qualidade, sem recorrer às possibilidades da hipertextualidade, da multimídia ou da interatividade e, por outro lado, uma produção jornalística com muitos desses recursos pode não ter nenhum valor informativo. No entanto, a utilização dessas potencialidades da Internet revela uma adequação às novas mídias que merece ser considerada (SALAVERRÍA, 2005, p.517). E não apenas de maneira isolada. Como sustenta Palacios (2002, p.7), o webjornalismo encontra sua especificidade não somente no emprego de cada um dos recursos mencionados, mas sobretudo através da combinação de, pelo menos, algumas dessas características potencializadas, gerando novos efeitos (PALACIOS, 2002, p.7).

Está certo que as tecnologias digitais oferecem novas possibilidades, permitindo ao jornalismo ultrapassar velhos desafios, mas não eliminam algumas de suas limitações e problemas (LÓPEZ; OTERO, 2006, p.9), os quais se apresentam talvez de uma forma ainda mais dramática diante das potencialidades da Internet. Um exemplo disso é a crescente redução do tempo disponível para a produção

jornalística, em função principalmente da exacerbação da necessidade de produzir e distribuir informações em “tempo real” (PERALTA, 2005, p.33).

Embora o internauta tenha a ideia de que a *web* é regida pela velocidade, isto nem sempre é benéfico para os conteúdos jornalísticos, tornando-se, por vezes, algo prejudicial ao gerar erros na apuração dos fatos (PINHEIRO, 2006, p.191). Além disso, essa escassez do tempo para a produção pode: obrigar o repórter a divulgar informações sobre as quais não tem certeza; reduzir a reflexão com relação ao processo de produção da informação; limitar a elaboração de conteúdos com ângulos diferenciados de abordagem; dificultar a ampliação do repertório de fontes; e confundir as funções de redator e editor, uma vez que o mesmo profissional adquire poderes para decidir se a informação será ou não disponibilizada (PINHEIRO, 2006, p.186, p.188; PERALTA, 2005, p.33). Ursell (2001, p.193) também destaca que os tratamentos dos conteúdos têm se tornado cada vez mais superficiais e menos fundamentados nos fatos, gerando, inclusive, insatisfações entre os próprios jornalistas diante da qualidade do que eles são capazes de produzir. Peralta (2005, p.33) chama a atenção para a problemática de que, em alguns casos, a necessidade de imediatismo leva a uma tendência perigosa: a “antecipação” dos fatos. O desejo de ser o primeiro a informar conduz o jornalista a divulgar os acontecimentos antes que efetivamente ocorram, o que representa um risco, ainda mais expressivo que os demais, para a credibilidade das informações.

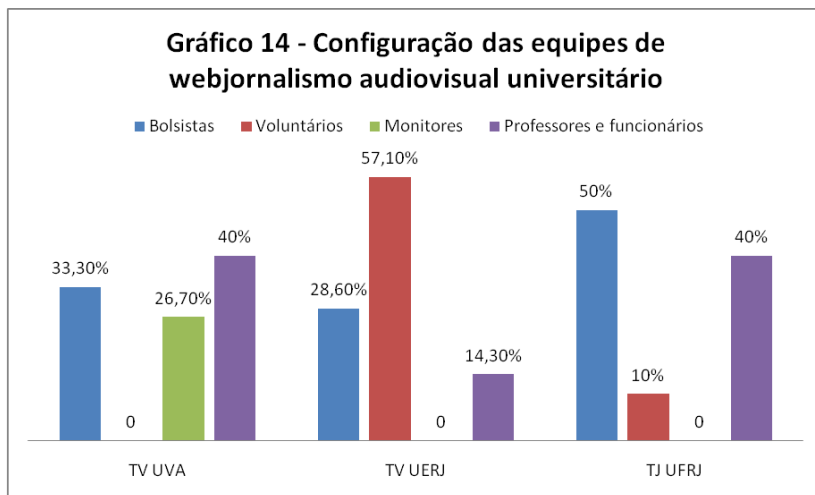
Outras limitações que devemos considerar nessa dissertação são decorrentes do próprio caráter acadêmico das experiências de webjornalismo audiovisual analisadas. Segundo Magalhães (2002, pp.25-26, p.38), são múltiplas as formas de produção de conteúdos audiovisuais universitários e a escolha de uma determinada forma condiciona a programação, os conteúdos e o tempo dos programas. Mas, nem sempre, o emprego de um processo de produção específico é uma simples escolha, pois, em acordo com Brasil (2002, p.193), a relação entre o audiovisual e a academia em geral é, pelo menos, “delicada”. Priolli (2004) endossa essa perspectiva ao afirmar que, embora sejam distintas as formas pelas quais os núcleos de televisão se integram às estruturas acadêmicas, a inadequação é, por diversas vezes, o denominador comum. Isso porque “poucas organizações são tão distintas entre si, no *modus operandi*, quanto uma televisão e uma universidade. O dramático contraste entre elas resulta em problemas

altamente complexos, quando se trata de inserir uma no organograma funcional da outra” (PRIOLLI, 2004).

Como aponta Porcello (2002, p.68), a produção audiovisual universitária enfrenta cinco tipos de desafios no Brasil; são eles: editoriais, administrativos, financeiros, técnicos e políticos. Todos esses desafios condicionam o processo de produção das experiências de webjornalismo audiovisual universitário, na medida em que dificultam questões não apenas referentes a equipamentos, mas também à configuração da equipe. Exemplos disso são as constatações de que a obtenção de recursos pelas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual analisadas ocorre em particular através de editais da Faperj (em especial, na TV UERJ e no TJ UFRJ, realizadas no ambiente de universidades públicas) e de que as equipes das três experiências são formadas essencialmente por bolsistas⁷⁶, monitores⁷⁷ ou voluntários, ou seja, por alunos que não recebem uma remuneração compatível ao mercado, mesmo que ocupassem cargos de estagiários nas organizações jornalísticas tradicionais. O gráfico a seguir ilustra a configuração das equipes da TV UVA, da TV UERJ e do TJ UFRJ.

⁷⁶ No TJ UFRJ, as bolsas são concedidas no valor de R\$ 360, sejam elas de Iniciação Artística e Cultural ou de Iniciação Científica. Na TV UERJ, os bolsistas, que podem ser de Estágio Interno Complementar (CTreina) ou de Pesquisa e Extensão (DPEXT), recebem um valor menor: R\$ 300. Já na TV UVA, vinculada a uma universidade privada, a bolsa corresponde a descontos na mensalidade do aluno e varia de acordo com o número de horas trabalhadas diariamente. As bolsas de 50% são referentes a seis horas diárias de trabalho, enquanto que as bolsas de 40% exigem quatro horas diárias de dedicação à *webtv*. Além da bolsa, os alunos validam créditos de atividades complementares e têm a carteira assinada.

⁷⁷ Na TV UVA, os monitores são os alunos que não recebem bolsa através da *webtv* universitária. Ou seja, há alguns monitores que recebem bolsa, mas essa foi conquistada a partir do desempenho do aluno na prova de vestibular. Por isso, inclusive, é que os bolsistas não são denominados dessa forma pelos membros da TV UVA, mas são chamados de “estagiários”. As horas dedicadas pelos monitores ao projeto acadêmico são revertidas em créditos de atividades complementares. Em geral, esse tipo de aluno trabalha três horas em dois diferentes dias da semana. Os monitores da TV UVA não têm a carteira assinada, nem possuem crachá, como os bolsistas/estagiários. Na TV UERJ e no TJ UFRJ, não há qualquer tipo de monitoria.



Fonte: autora

Outra questão que deve ser levada em consideração ao abordar iniciativas acadêmicas é o fato de que há o período de férias das universidades, o que compromete a regularidade da produção jornalística das experiências de webjornalismo audiovisual universitário, sobretudo nos meses de janeiro, fevereiro, julho e agosto. Não afirmamos com isso que, durante o período das férias, a TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ sofram uma queda na qualidade de suas produções. Pelo contrário, as três iniciativas estudadas sempre buscam alternativas para evitar que as férias prejudiquem os conteúdos, apesar da escassa e, em alguns casos, nenhuma produção de novos vídeos.

Segundo o estagiário da TV UVA Eduardo Lima (2010), embora não haja produção durante as férias, são inseridos novos conteúdos no *site*, ainda que não todos os dias. Isto é, se regularmente a atualização da *webtv* é realizada cinco dias na semana (três dias com conteúdos exclusivos para a Internet e dois dias com programas “copiados” da televisão universitária), no período de férias, esse ritmo de atualização é reduzido e são disponibilizados programas gravados em novembro e dezembro e, no máximo, editados em janeiro. Além disso, na análise da TV UVA, verificamos que existe a preocupação em produzir e disponibilizar programas focados nas férias. Em 15 de agosto de 2010, observamos que o programa *A Dica* é era voltado para dicas de leituras para o período de recesso acadêmico e os apresentadores

evidenciam isso no encerramento do programa ao dizerem: “Aproveite as dicas nas suas férias”.

Na TV UERJ, durante as férias de julho/agosto, foi observada a postagem de vídeo denominado “Comunicado da TV UERJ”, que tinha a vinheta de abertura do *Telejornal UERJ On-line*. O comunicado se constituía de um apresentador (o aluno Arthur Prado) na bancada do estúdio, informando que a televisão on-line entraria em recesso e, nesse período, seria aprimorada. Também foi disponibilizada, abaixo do *link* para o *blog* (na lateral esquerda da página principal), uma nota comunicando o recesso, o qual ocorreu em função não somente das férias, mas também de problemas técnicos com equipamentos imprescindíveis para a produção do *site*. Em acordo com a bolsista da TV UERJ Bárbara Vianna (2010), em 2010, as férias na metade do ano foram compulsórias, pois a equipe estava sem câmera. Mas, em geral, a produção é reduzida de qualquer forma, pois as atividades da Universidade são quase que interrompidas, o que inviabiliza a produção de programas como o *Telejornal UERJ On-line*, focado nos acontecimentos acadêmicos.

A solução encontrada pelo TJ UFRJ para lidar com o período das férias é de outra natureza. A bolsista Lara Mateus (2010) esclareceu que, durante o recesso, são disponibilizadas reportagens atemporais na página principal do webjornal audiovisual, as quais são atualizadas a cada quinze dias nos meses de janeiro e fevereiro. Na análise realizada para essa dissertação, observamos que, ao contrário da TV UERJ e em semelhança à TV UVA, o TJ UFRJ não disponibiliza qualquer tipo de informe referente ao período de férias, o que seria essencial, pois iniciativas como essa revelam preocupação e respeito com o internauta.

Praticamente as mesmas considerações podem ser aplicadas ao processo de produção nos finais de semana. Em nenhuma das três iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário analisadas há expediente aos sábados e domingos, o que diminui o ritmo, mas não compromete a qualidade dos conteúdos dos *sites*. A única diferença é que, nesse caso, não há qualquer tentativa – até porque não há necessidade – de disponibilizar comunicados ou reportagens atemporais e/ou especiais.

No webjornalismo audiovisual universitário, o processo de produção também é influenciado pelos próprios compromissos dessas experiências enquanto iniciativas acadêmicas: o ensino, a pesquisa e a extensão. Conforme destaca Porcello (2002, pp.14-15), o ensino é a

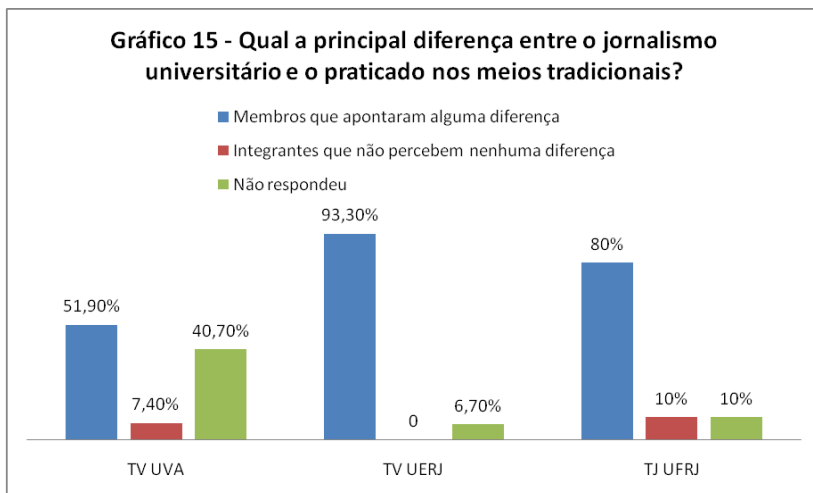
difusão do saber acumulado; a pesquisa é a preocupação com o desconhecido, com a investigação e a reflexão crítica; e a extensão é a articulação com a sociedade. Esses compromissos fazem com que a temporalidade da universidade seja distinta da verificada no jornalismo tradicional, já que se constituem como instâncias diferentes, com objetivos divergentes (PORCELLO, 2002, p.20, p.49). O que não significa que aliar a produção jornalística e a academia é impossível. Conforme já explicitado, isso não só é possível, quanto necessário, a fim de produzir conteúdos diferenciados, mas não devemos esperar que o ritmo e a temporalidade dessa produção sejam compatíveis aos praticados no mercado.

O compromisso com o ensino, por exemplo, faz com que o processo de produção nas três experiências de webjornalismo audiovisual universitário seja mais lento. Na TV UERJ, por exemplo, uma aluna que estava aprendendo a edição não linear de conteúdos audiovisuais precisou de quase o dobro do tempo dispensado pelos demais estudantes para finalizar o *Telejornal UERJ On-line*. No TJ UFRJ, essa questão também foi verificada: a equipe demorou uma tarde inteira apenas para gravar uma reportagem, ou seja, não contabilizamos o tempo necessário à edição, que seria realizada ainda no dia subsequente. Embora a responsabilidade com o ensino retarde o processo de produção webjornalística audiovisual universitária, não estamos apontando-a como um problema ou limitação. Em vez disso, procuramos indicar essa como uma questão que deve ser considerada, até por ser intrínseca e necessária a qualquer iniciativa de webjornalismo audiovisual universitário. Pode-se afirmar o mesmo com relação ao compromisso com a pesquisa e com a reflexão, que demandam um tempo mais lento de maturação das versões e de construção do conhecimento, o qual deve ser respeitado (SODRÉ, 2009, pp.49-50; PORCELLO, 2002, p.83; CALLIGARO, 2009, p.14).

Todas as particularidades das experiências de webjornalismo audiovisual universitário indicadas até aqui ao mesmo tempo em que impõem limitações, se apresentam enquanto potencialidades, revelando, mais uma vez, o caráter contraditório e paradoxal de toda prática humana. Não devemos, de forma alguma, acreditar que a característica acadêmica dessas iniciativas apenas lhes impõe restrições. Pelo contrário: a condição de não depender de verbas publicitárias, apenas para citar um exemplo, permite um ritmo próprio de produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais que pode incitar à reflexão, utilizar

fontes alternativas e autônomas de saber, entre outras possibilidades (BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.36-37).

Uma parcela expressiva dos integrantes das três experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual estudadas compreende que, em ambientes como esses, é possível produzir um jornalismo diferenciado. No questionário aplicado por essa pesquisa, foram maioria os membros que apontaram algum tipo de diferença entre o jornalismo universitário e o produzido pelos meios de comunicação tradicionais (51,9% na TV UVA, 93,3% na TV UERJ, e 80% no TJ UFRJ), como ilustra o gráfico a seguir.



Fonte: autora

Reconhecer que o webjornalismo audiovisual universitário tem características próprias e distintas do jornalismo audiovisual tradicional não significa que estes devem assumir posicionamentos opostos. É verdade que as organizações comerciais provavelmente nunca irão operar segundo os mesmos princípios que as produções universitárias e vice-versa, mas não é por isso que devemos distanciar a universidade do mercado.

Em acordo com Franciscato (2010, p.9), hoje, essas iniciativas são isoladas e o cenário comum é o de duas instâncias percorrendo caminhos paralelos, com escassos pontos de contato, embora ambas sustentem suas atividades na geração de conhecimento, seja ele na

forma conceitual (academia) ou aplicada à produção (organizações jornalísticas). Essa postura cria um abismo desnecessário entre a universidade e o mercado, contribuindo para estigmatizar jornalistas que resolvem se dedicar à academia e reforçando o autoengano daqueles que acreditam que “o saber é *commodity* de quem está no mercado” (MICK, 2002, p.79). Larangeira (2002, pp.115-116) defende que, se as organizações jornalísticas tradicionais estreitassem o diálogo com o meio acadêmico, incentivassem seus jornalistas a se aperfeiçoarem em cursos de pós-graduação e investissem em parcerias e pesquisas aplicadas na área de comunicação, talvez obtivessem melhores produtos jornalísticos e pudessem evitar investimentos precipitados e errôneos.

É importante ressaltar que a independência e a autonomia da universidade continuam sendo de vital importância. Mas, também é fundamental a interação dinâmica entre todos os atores envolvidos – pesquisadores, educadores e profissionais –, a fim de que se possam articular e integrar as pesquisas acadêmicas e as condições comerciais e estruturais do processo de produção jornalística (BERGLEZ, 2011, pp.151-152). Segundo Jenkins (2008, pp.317-318), uma política de confronto deve ser substituída por uma política focada na colaboração tática.

A literatura que vem estudando as interações entre universidades e institutos de pesquisas e organizações do setor produtivo tem indicado a necessidade de um duplo comprometimento: de um lado, as empresas devem desenvolver competências tecnológicas que possibilitem a absorção efetiva de conhecimento gerado nas universidades. Do lado da academia, o conhecimento científico deve assumir forma e conteúdo de assistência direta para as necessidades de mudança dos vários setores industriais (FRANCISCATO, 2010, p.9).

O webjornalismo audiovisual se insere em um contexto que lhe é intrínseco: a produção de conteúdos que visam a integração entre sociedade e universidade. Nesse sentido, é preciso evitar a repetição das estratégias adotadas pelas emissoras tradicionais, que, em primeiro lugar, buscam audiência. Mas, também não se deve tentar ser o oposto. Uma experiência acadêmica de webjornalismo audiovisual não pode ser definida como “o outro” das iniciativas comerciais e sim apreender suas

contribuições, até mesmo para diferenciar suas estratégias, delimitando o seu caráter acadêmico (REY, 2002, p.94).

O webjornalismo audiovisual universitário pode ser público e privado ao mesmo tempo, empregando, por exemplo, mecanismos mais ágeis para buscar recursos, sem discriminar nenhum setor da sociedade pelo poder econômico ou político (PORCELLO, 2002, p.86). Além disso, apesar da escassez de recursos, é possível realizar uma racionalização da produção que evite as ineficiências e torne seus produtos competitivos (REY, 2002, p.108). Para tal, como sugere Rey (2002, p.94), questões como a elaboração de outros conceitos de produção, o estabelecimento de alianças com produtores independentes para preencher a grade de programação e o ressurgimento de gêneros e formatos, podem ser repensadas a partir da televisão comercial privada para serem projetadas nas produções audiovisuais públicas. O prof. Fábio Iório (2010), coordenador interino da TV UERJ, revelou clareza sobre esses aspectos ao afirmar que uma iniciativa acadêmica de webjornalismo audiovisual deve, sim, acompanhar o mercado, mas apenas tecnologicamente: a linha editorial e as práticas precisam ser diferenciadas.

As tecnologias digitais de comunicação oferecem, na contemporaneidade, a possibilidade de emergência de novos processos produtivos, especialmente no ambiente universitário. Conforme aponta Rincón (2002, p.322), a Internet fornece ferramentas que estão mudando a forma como os programas são produzidos e apresentados e exigindo novos processos produtivos das mensagens que empreguem ou, pelo menos, se inspirem nas tecnologias digitais. Herreros (2003, p.24) destaca que isso requer a renovação urgente e permanente de procedimentos e métodos de trabalho. Tal experimentação deverá estar também em combinação com a pesquisa, na medida em que se trata de estabelecer um conjunto de princípios suscetíveis de serem verificados na operatividade produtiva de novos conteúdos audiovisuais informativos.

Trata-se, portanto, de questionar e contrastar os processos já elaborados a partir das novas potencialidades do ciberespaço. As experimentações desenvolvidas nas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário se configuram, nesse sentido, como essenciais, pois ocorrem nesses ambientes mais propícios para tal espécie de inovações, conforme tentaremos evidenciar nos quatro próximos capítulos, os quais abordam mais detalhadamente as rupturas e

continuidades verificadas nos processos de apuração, produção, edição e circulação jornalística nas três experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual estudadas.

CAPÍTULO QUATRO

A apuração no webjornalismo audiovisual universitário

Esse quarto capítulo da dissertação abordará as mudanças e continuidades observadas na apuração realizada pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário, diante de todas as transformações sofridas por essa etapa do processo produtivo no contexto digital. Primeiramente, buscaremos destacar a tendência de definição das pautas com foco em temáticas educativas e/ou universitárias. Em seguida, apresentaremos três modelos de identificação e apresentação das pautas: 1) pauta identificada e aprovada pelo corpo discente, modelo exemplificado pela TV UERJ; 2) pauta identificada pelos estudantes e aprovada pelos coordenadores, tipo utilizado sobretudo no TJ UFRJ; e 3) pauta identificada e aprovada pelo corpo docente, modelo que caracteriza em especial a TV UVA. Por fim, apresentaremos duas tendências identificadas nas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual: a convivência, nos procedimentos de apuração, do modelo tradicional com o modelo baseado em recursos *web*; e o potencial não concretizado da diversidade de fontes jornalísticas.

4.1. A apuração no contexto digital

A apuração pode ser definida como a fase da concepção e decisão dos fatos que irão ser noticiados, o que requer a sistematização das informações escritas e audiovisuais, a hierarquização das fontes informativas primárias ou secundárias e a elaboração das pautas. São decisões complexas e desafiadoras, uma vez que supõem uma determinada concepção do acontecimento e uma avaliação das suas consequências. Herreros (2003, pp.78-79) classifica a apuração como a etapa mais importante do processo de produção, na medida em que será essa decisão que desenrolará todo o processo. Embora reconheçamos que a apuração não se baseia somente em critérios jornalísticos, pois depende também das possibilidades econômicas, tecnológicas e humanas de cada organização, sabe-se que uma apuração de qualidade pressupõe sempre priorizar a exatidão dos fatos, bem como a qualificação, idoneidade e diversificação das fontes por meio de múltiplas técnicas jornalísticas (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.70; HERREROS, 2003, p.87; VIRISSIMO, 2009, pp.13-14, p.31). Conforme sustentam Barbeiro e Lima (2002, p.70), “o rigor na apuração

dos fatos é determinante para a qualidade da reportagem”. Virissimo (2009, p.13) defende que um trabalho rigoroso de apuração tem o potencial de gerar um jornalismo qualificado, capaz de reconhecer a complexidade da sociedade, de oferecer informações exatas, verificadas e apresentadas de maneira equânime, e de expor opiniões divergentes.

Desde a década de 1960, grande parte das mensagens, sejam elas públicas ou privadas, verbais ou visuais, adquiriu a possibilidade de ser transmitida, coletada e registrada, qualquer que fosse seu lugar de origem, de preferência por meio da tecnologia eletrônica (BRIGGS; BURKE, 2004, p.264). Hoje, diante da arquitetura ainda mais descentralizada das tecnologias digitais, em especial do ciberespaço, as potencialidades de transmissão e coleta de informações são ainda mais variadas, gerando novas formas de estruturar e abordar a informação e novas maneiras de atingir públicos heterogêneos, na medida em que as bases da apuração jornalística se sustentam em outras fontes de informação não tradicionais (VIVAR; GUADALUPE, 2005, p.14).

Com isso, a definição das pautas e fontes deixa de ser uma atividade exclusiva dos jornalistas. Sodré (2009, p.109) destaca que, com a emergência dos mecanismos de agregação de conteúdo e distribuição automática de informações, os quais ajudam a transformar o leitor em editor, os cidadãos também adquirem “o poder de pautar os acontecimentos, logo, o arbítrio quanto à noticiabilidade dos fatos, ou definição do que será ou não notícia”. Além disso, os cidadãos tornam-se fontes, assim como os jornalistas, reconfigurando o cenário do jornalismo na Internet.

Estamos diante de uma nova ambiência – de matizes tecnológicas, mas também sociais e discursivas – que complexifica substancialmente as operações do campo jornalístico-comunicacional. E novas ambiências requerem gramáticas interpretativas apropriadas. Nesta perspectiva, acreditamos que se torne cada vez menos possível imaginar os dispositivos apenas como emissores, ou mesmo receptores de informação, à medida que, ao passo que emitem, também recebem, e, ao fazê-lo, transformam-se e são transformados pelos fluxos informacionais (SOSTER, 2009, pp.172-173).

O que não significa que a apuração jornalística tem perdido ou perderá a sua relevância no ciberespaço. Em acordo com Stovall (2004,

p.156), independente da mídia, a apuração continuará sendo uma das atividades jornalísticas mais importantes no webjornalismo. Como todo processo de apropriação de novas tecnologias, o emprego das possibilidades da Internet na apuração jornalística é ambivalente. Conforme ressalta Machado (2000, p.358), a natureza do jornalismo digital tanto facilita quanto prejudica a tarefa da tematização: se, por um lado, estimula a interconexão das várias dimensões da esfera pública, acelerando a interação social; por outro, modifica as normas e padrões profissionais, tendendo a apagar suas fronteiras. “O resgate da função jornalística da tematização supõe um compromisso com uma apresentação contextual dos fenômenos, relacionando-os com seu tempo e com o curso do processo social” (MACHADO, 2000, p.358). A apuração realizada pelos jornalistas no ciberespaço oferece, portanto, possibilidades ambíguas de desenvolvimento: o caráter potencialmente ilimitado de armazenamento de informações pode favorecer a pluralidade de informações, mas também apresenta a difícil tarefa de distinção dos conteúdos relevantes da ampla quantidade de dados, alguns inclusive falsos, encontrados na rede (VIRISSIMO, 2009, pp.105-106). Silva e Rocha (2010, p.198) endossam essa perspectiva ao destacarem que, ao mesmo tempo em que a *web* facilita a pesquisa de novas fontes, traz informações não confiáveis, o que exige mais atenção na filtragem.

Em um ambiente com as especificidades do mundo digital, o exercício de um jornalismo de qualidade depende do estabelecimento de critérios capazes de garantir a confiabilidade do sistema de apuração, bem como do domínio, tanto por parte dos profissionais quanto dos internautas, das técnicas adequadas para selecionar e hierarquizar informações diversas, com valor desigual e propósitos distintos (MACHADO, 2003, p.25, p.30). Diante da ideia de que a tecnologia digital torna tudo acessível, Quinn (2005, p.193) reforça que o desafio é filtrar o que não queremos saber e as pessoas as quais não queremos ouvir. O atual fluxo incessante de informações conduzirá cada vez mais para o processamento e apuração dos fatos como uma das principais responsabilidades jornalísticas. Nesse sentido, a definição das pautas torna-se uma tarefa de expressiva importância no processo de produção webjornalística, conforme buscaremos evidenciar a seguir.

4.2. Definição das pautas: o foco nas temáticas educativas e/ou universitárias

Como já apontava Genro Filho (1987), os conteúdos jornalísticos se baseiam em um recorte no fluxo contínuo de fatos, entre os quais, uma parte é separada do todo, tornando a informação jornalística uma escolha. Escolha que, para evitar o subjetivismo e o relativismo, deve sempre ser delimitada pela matéria objetiva, “ou seja, por uma substância histórica e socialmente constituída, independentemente dos enfoques subjetivos e ideológicos em jogo” (GENRO FILHO, 1987). Essa preocupação é importante na medida em que, ao noticiar uma informação, os meios de comunicação chamam a atenção pública para determinados fatos, pois lhes conferem relevância diante dos demais (SCHUDSON, 1998, p.29). A seleção da informação a ser divulgada através dos veículos jornalísticos também se constitui como o principal instrumento de que dispõe a organização para expressar a sua opinião, isto é, a partir dessa escolha se aplica na prática a linha editorial, evidenciando “a ótica através da qual a empresa jornalística vê o mundo” (MELO, 1985, p.59).

A pauta é justamente o roteiro destinado à pré-seleção das informações que serão noticiadas em detrimento de outras dentro do fluxo dos acontecimentos. Em acordo com Melo (1985, p.61), a pauta é uma das contribuições do jornalismo estadunidense ao jornalismo brasileiro e pode ser definida como uma previsão dos acontecimentos que receberão cobertura jornalística dos meios de comunicação. Todo conteúdo jornalístico parte de uma pauta, a qual se constitui, desse modo, enquanto um componente-chave na filtragem dos fatos, assim como a primeira força de angulação do acontecimento (HENN, 1996, p.83, p.86).

Squirra (1993a, p.50, p.84) ressalta que, embora seja bastante variada, a pauta é programável, na medida em que se trata do levantamento diário e previsível dos assuntos que podem ser transformados em conteúdos jornalísticos em determinado dia. Henn (1996, p.13, p.81, pp.100-101) sustenta que a pauta é uma das principais facetas do processo de mediação realizado pelos meios de comunicação, pois é o trabalho de produção das pautas que define aquilo que poderá ser noticiável. Também tem as funções de distribuir o conjunto de tarefas cotidianas entre os diferentes profissionais da redação, de prever os recursos financeiros que determinado acontecimento pode exigir, de sugerir possibilidades de fotos e ilustrações, e de indicar o enfoque dos

conteúdos jornalísticos, bem como fontes mais adequadas ou acessíveis. “A pauta não é apenas um elenco de temas ou assuntos a serem observados pelos jornalistas, mas uma indicação dos ângulos através dos quais os acontecimentos devem ser observados e relatados” (MELO, 1985, p.61).

Temer (2010, p.119) destaca, ainda, que a pauta é uma estratégia que possui a dupla intencionalidade de facilitar o trabalho jornalístico e tornar o tema atraente à apresentação. Além disso, é importante ressaltar que a atividade de pauta não se esgota no início do processo de produção jornalística: em vez disso, pontua e se desdobra nas várias etapas desse processo, dilatando-se e/ou transformando-se ao longo do mesmo. Afinal, a pauta é apenas uma concepção primitiva do conteúdo jornalístico, que tende a se ampliar ou modificar a partir da apuração, na medida em que esta pode confirmar ou refutar os aspectos previstos pela pauta. Ou seja, trata-se de uma atividade em constante execução no caminho entre o acontecimento e o seu relato jornalístico (HENN, 1996, pp.13-14, p.103, pp.105-107, p.112).

No audiovisual, a pauta adquire uma importância talvez mais significativa do que nas demais formas de expressão. Os detalhes necessários para a elaboração de um conteúdo jornalístico audiovisual, assim como a preocupação com a imagem em todas as etapas do processo produtivo, exigem um planejamento maior (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.111). Rezende (2000, p.44, pp.52-53) aponta que, no jornalismo audiovisual, o aspecto icônico das informações realmente adquire prioridade, o que não justifica que se sacrifique uma notícia importante porque dela não se dispõe de nenhuma imagem em movimento de boa qualidade, nem que uma imagem de impacto emocional ou estético prevaleça como critério de seleção de notícias, em detrimento do valor jornalístico. Daí a relevância da pauta. Tanto no jornalismo audiovisual, quanto no webjornalismo, ao qual a Internet tem oferecido novas e numerosas potencialidades para a definição de pautas (DÓRIA *in* BRASIL; ARNT, 2002, p.59), as pautas continuarão a existir, baseadas em um conjunto de critérios de relevância, que definem a noticiabilidade de um fato, isto é, a possibilidade dele ser noticiado (VIZEU, 2005, p.26; HENN, 1996, p.70).

Segundo Squirra (1993a, p.49) e Charaudeau (2009, pp.133-137), há uma série de critérios que determinam a seleção dos fatos: o tempo, o espaço entre ubiquidade e proximidade, e a importância dos acontecimentos são alguns deles. Cabe ressaltar, ainda, que esses

critérios podem ser externos, ou seja, voltados para o modo de aparição do fato, ou internos, isto é, relativos às escolhas operadas pela instância midiática (CHARAUDEAU, 2009, pp.137-138). Esse conjunto de normas, instrumentos e operações utilizado na seleção de uma quantidade limitada de informações entre os diferentes e numerosos acontecimentos do cotidiano constitui a noticiabilidade.

Definida a noticiabilidade como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, entre os quais há que selecionar as notícias, podemos definir os valores-notícia (*news values*) como um componente da noticiabilidade. Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (WOLF, 1999, p.86)

A aplicação da noticiabilidade ocorre, portanto, através dos valores-notícia⁷⁸, que são os elementos e princípios usados na escolha das pautas jornalísticas. Será a combinação desses que vai auxiliar os jornalistas a estabelecerem quais os fatos mais interessantes, significativos e/ou relevantes a ponto de serem transformados em conteúdos jornalísticos. Vale ressaltar que os valores-notícia não se restringem a essa etapa inicial do processo de produção jornalística, mas são empregados em todas as operações anteriores e posteriores à escolha, embora com um relevo diferente em cada situação (VIZEU, 2005, pp.26-27; HENN, 1996, p.80). Wolf (1999, p.87) defende que os

⁷⁸ Warren (1975, p.25) ainda não mencionava a nomenclatura “valores-notícia”, mas já apontava oito diferentes elementos que compõem a substância da informação jornalística: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências. Traquina (2008) sistematizou e elencou diversos valores-notícia: a morte; a notoriedade do ator social; a proximidade, sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais; a relevância; a novidade; o tempo; a notabilidade; o inesperado; o conflito ou a controvérsia; a infração; o escândalo; a disponibilidade, ou seja, a facilidade com que é possível realizar a cobertura do fato; o equilíbrio; a visualidade, isto é, se há elementos visuais que ilustrem a notícia; a concorrência, princípio relacionado ao furo jornalístico; o dia noticioso, que diz respeito aos fatos ocorridos no mesmo dia e que concorrem diretamente à ascensão à notícia; a simplificação, relacionada à clareza e à ausência de ambiguidade; a amplificação; a personalização; a dramatização, que diz respeito ao reforço dos aspectos emocionais e conflituais do fato; e a consonância.

valores-notícia possuem duas facetas. Em primeiro lugar, se constituem enquanto critérios de seleção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final. Em segundo, funcionam como uma orientação para o tratamento e para a apresentação do conteúdo, indicando o que merece ser realçado, omitido ou priorizado.

Além disso, não podem ou devem ser analisados em separado, uma vez que estão inseridos em um processo constante e contínuo de combinação (VIZEU, 2005, pp.26-27). Na seleção dos acontecimentos, esses critérios funcionam de maneira conjunta e complementar, e não isolada ou individualmente: são as diversas relações recíprocas estabelecidas entre os diferentes valores-notícia que sugerem que um fato seja noticiado. A partir dessa perspectiva, nem todos os valores-notícia são relevantes na mesma proporção, o que não é algo negativo, uma vez que, caso assim fosse, os jornalistas não teriam tempo suficiente para executar o seu trabalho (WOLF, 1999, p.87, pp.96-97; PERALTA, 2005, pp.45-46). Essas observações evidenciam o caráter negociado da noticiabilidade, na medida em que os elementos mais importantes em cada caso variam e se flexibilizam, ainda que de uma maneira limitada, de acordo com fatores distintos (WOLF, 1999, p.96).

Os valores-notícia não são princípios imutáveis, naturais ou neutros: são dinâmicos e flexíveis, podendo mudar e/ou variar em função de aspectos culturais, sociológicos, organizacionais, editoriais e tecnológicos (VIZEU, 2005, pp.26-27; TRAQUINA, 2008; HENN, 1996, p.80). Embora façam parte da cultura jornalística e, por diversas vezes, se apresentem como um consenso social partilhado por membros de diferentes comunidades, há fatores que acarretam a sua variação, como a política editorial da empresa jornalística, a qual influencia desde a distribuição dos recursos da organização até as estratégias de disponibilização dos conteúdos (WARREN, 1975, pp.23-25; HENN, 1996, p.79). Outro exemplo nesse sentido é a especialização temática que, em determinados períodos históricos, os meios de comunicação conferem a si mesmos: assuntos que, no passado, simplesmente não eram noticiados, podem vir a se constituir, de uma forma geral e gradual, enquanto uma temática noticiável, chegando a se tornar, em alguns casos, uma editoria específica (WOLF, 1999, p.88). A atual supremacia do imediatismo é outra questão ilustrativa, pois, há alguns anos atrás, não era tão valorizada quanto hoje (PERALTA, 2005, pp.45-46).

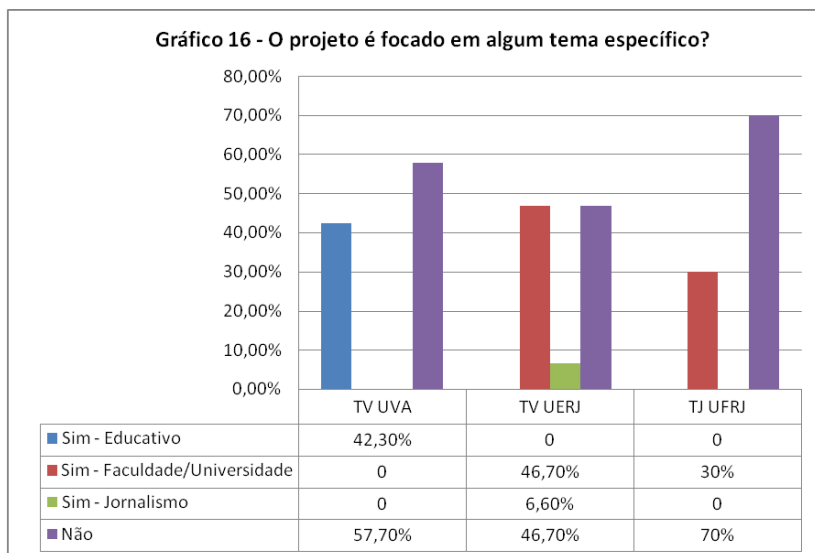
Essas constatações revelam que não existe uma qualidade absoluta na definição das pautas de um noticiário, já que os seus valores são relativos (WARREN, 1975, pp.23-25). Os valores-notícia, portanto, mesmo que representem regras codificadas, segundo Henn (1996, pp.92-93, p.110), precisam sempre estar abertos ao novo, sobretudo através da pauta, na qual está embutido um processo de criação⁷⁹ para além da dinâmica de seleção que lhe é característica.

O webjornalismo audiovisual universitário é um exemplo de prática na qual os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia mostram a sua flexibilidade. É claro que alguns deles são mantidos, como a proximidade, a relevância, a novidade e o equilíbrio (conforme abordado no capítulo dois dessa dissertação). Esses podem ser considerados como valores-notícia básicos, que variam muito pouco ao longo do tempo e, provavelmente, sempre serão utilizados pelos profissionais no cotidiano das redações jornalísticas (TRAQUINA, 2008, p.63). Outros, porém, tendem a desaparecer nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual, entre os quais podemos destacar a infração e o escândalo, temas que não foram verificados em qualquer dos conteúdos analisados dos três estudos de caso. Além disso, na TV UVA, na TV UERJ e no TJ UFRJ, pudemos perceber a inserção de outro critério, na verdade mais relacionado ao seu caráter acadêmico do que ao jornalístico, embora fosse o ideal para qualquer organização noticiosa: a priorização do interesse público.

Porcello (2006, pp.166-167) destaca que, ao realizar as diferentes escolhas inerentes ao processo de produção jornalística, os profissionais deveriam sempre priorizar o “interesse público” em detrimento do “interesse do público”, o que tem ocorrido nas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário. Em vez de produzirem conteúdos que apelam para o drama ou para o escândalo, a TV UVA, a TV UERJ e o TJ UFRJ buscam abordar assuntos educativos e/ou relacionados à universidade e às ciências, evidenciando uma tentativa de empregar critérios de noticiabilidade diferentes do jornalismo

⁷⁹ Não se trata de uma criação em seu sentido pleno, até porque a linguagem jornalística está relacionada a códigos rígidos, que muitas vezes dificultam um exercício efetivamente criativo. Contudo, nas palavras de Henn (1996, p.110), “apesar das arbitrariedades do código, o que se defende é a possibilidade de redimensioná-lo, colocando-o em patamares onde a criatividade possa ter guarida e a realidade cotidiana ganhe novas fontes de revelação. A pauta, na medida em que concentra toda a codificação que rege a produção jornalística e funciona como um projeto, deveria converter-se em campo privilegiado da experimentação conduzindo a linguagem jornalística para novas complexidades”.

convencional, ainda que alguns valores-notícia básicos coincidam. As respostas oferecidas nos questionários aplicados para se a experiência acadêmica era focada em um tema específico corroboram essas afirmações. Entre os membros das equipes que responderam “Sim”, ou seja, que o projeto é focado em um tema específico, quase todos complementaram (em resposta à “Qual?”) com palavras que remetem a assuntos educativos ou referentes à Faculdade ou à Universidade, conforme ilustra o gráfico a seguir.



Fonte: autora

Vivar e Guadalupe (2005, p.135) aconselham que, diante do caudal de informações da contemporaneidade, o êxito de uma organização jornalística está em converter os conteúdos de qualidade disponíveis em um produto informativo que proporcione conhecimento especializado, apresentado ao receptor de uma forma que este possa ser assimilado do modo mais rápido e otimizado possível. Verificamos, nessa pesquisa, que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário têm buscado conduzir seu processo de produção em tal sentido.

Tentativas também têm sido empreendidas na forma como os temas selecionados são disponibilizados nas diferentes seções dos *sites*.

Charaudeau (2009, pp.146-147) defende que a distribuição dos assuntos em editorias é importante, porque revela a configuração temática do espaço público construído pelas organizações jornalísticas, ou seja, como cada uma constrói a cobertura temática do acontecimento. Essa distribuição varia de acordo com o suporte e com os objetivos de cada organização. E não tem sido diferente no webjornalismo audiovisual universitário.

A TV UERJ é a única iniciativa acadêmica que divide os seus programas entre as temáticas jornalísticas tradicionais, isto é, *hard news*⁸⁰, esporte, cultura etc. Na TV UVA, os assuntos abordados em cada programa variam e não há essa divisão convencional. Nesse aspecto, o TJ UFRJ é ainda mais diferenciado: suas editorias são divididas em Audiovisual, Ciências, ECO-Pós, Graduação-ECO, Notícias, Pesquisa e Publique. É verdade que essa não é a distribuição ideal por dois principais motivos: 1) há, conforme mencionado no capítulo dois, uma incongruência entre a denominação de algumas editorias (há editorias que se referem a temas, outras a setores da Escola de Comunicação da UFRJ, e outras a formatos); e 2) existe muita repetição de conteúdos no webjornal audiovisual, principalmente quando nos referimos às reportagens do TJ UFRJ Especial, as quais são disponibilizadas, ao mesmo tempo, separadas e reunidas em uma única chamada, e nas editorias Audiovisual e Ciências. No entanto, essas limitações não desqualificam a iniciativa do TJ UFRJ como uma tentativa de inovação na distribuição dos conteúdos jornalísticos, até porque, essas limitações no armazenamento dos conteúdos dentro das editorias são característicos também da clássica divisão de seções do jornalismo (CHARAUDEAU, 2009, p.146).

As mudanças na definição das pautas do webjornalismo audiovisual universitário não se concentram apenas na área temática. Há também alterações na maneira como elas são identificadas e aprovadas, assunto que detalharemos a seguir.

4.2.1. Três modelos de identificação e aprovação das pautas

Constatamos, nessa pesquisa, a existência de três diferentes modelos de identificação e aprovação das pautas no webjornalismo audiovisual universitário: 1) **pauta identificada e aprovada pelo corpo**

⁸⁰As *hard news* correspondem às matérias “quentes” do dia, factuais e fortes: acontecimentos trágicos, violentos ou de grande impacto social (BECKER, 2004, p.94).

discente, modelo exemplificado pela TV UERJ; 2) **pauta identificada pelos estudantes e aprovada pelos coordenadores**, tipo utilizado sobretudo no TJ UFRJ; e 3) **pauta identificada e aprovada pelo corpo docente**, modelo que caracteriza em especial a TV UVA. Em cada um desses modelos, conforme buscamos evidenciar através de sua nomenclatura, os estudantes e coordenadores desempenham uma função distinta no processo de definição das pautas.

Na TV UERJ, o melhor exemplo para o modelo “pauta identificada e aprovada pelo corpo discente”, o pauteiro⁸¹ é sempre o primeiro aluno a chegar no Laboratório de TV e Vídeo. Durante o período da pesquisa de campo, essa função era desempenhada pela bolsista Mariana de Oliveira (2010), estudante do 2º período de Jornalismo, que afirmou geralmente assumir essa tarefa, primeiro, porque é uma das atividades que mais gosta, e depois porque costuma chegar cedo e, por isso, “vai adiantando essa etapa inicial da produção”. O pauteiro da TV UERJ seleciona os assuntos a serem abordados no *Telejornal UERJ On-line* e redige as cabeças e as notas do apresentador, assim como propõe a pauta para as notícias ou *flashes* dos repórteres. Isso não impede que os demais estudantes proponham pautas, como ocorreu nos dias 28 e 29 de outubro de 2010. No primeiro dia, os alunos que acabavam de chegar à Universidade presenciaram um evento ocorrendo no *hall* dos elevadores da UERJ e foram até o Laboratório apenas para pegar a câmera para gravar. No segundo dia, duas alunas gravaram, ainda na parte da manhã, um *flash* seguido de entrevista com um fotógrafo brasileiro, que reside e trabalha na França, e ofereceu uma palestra no auditório da Faculdade de Comunicação da UERJ. Nos dois casos, pelo menos, parte da equipe foi consultada para confirmar que as gravações eram, de fato, relevantes.

Na TV UVA e no TJ UFRJ, a seleção e a determinação do tratamento dos assuntos são realizadas durante as reuniões de pauta, mensais na *webtv* e semanais no webjornal audiovisual. Nessas reuniões, os estudantes podem sugerir pautas, mas a sua execução depende da aprovação do coordenador de produção Anderson Barreto e da professora-coordenadora Beatriz Becker, característica que nos impulsionou a classificar ambas as experiências acadêmicas como

⁸¹ Espera-se de um pauteiro que construa um texto informativo, sucinto e claro, o qual sirva de roteiro para o repórter; que sugira perguntas e entrevistados; que anexe à pauta dados sobre as fontes, telefones e endereços importantes; e que agende as gravações e entrevistas (BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.112-113; SQUIRRA, 1993a, p.84).

modelos “aprovados pelo corpo docente”. Contudo, nos dois casos, um número expressivo de temas é definido pelos coordenadores antes mesmo das reuniões. É nesse ponto que o TJ UFRJ mais se diferencia da TV UVA: no webjornal audiovisual, algumas das pautas são pesquisadas e identificadas pelas bolsistas, sobretudo a bolsista PIBIC Lara Mateus, e apenas aprovadas pela professora-coordenadora. Na *webtv* universitária, o coordenador de produção já começa a reunião pedindo sugestões para determinados programas, o que condiciona a temática das pautas que podem ser identificadas pelos estudantes.

A definição da abordagem do tema também difere na TV UVA e no TJ UFRJ, embora em ambos os casos a elaboração da pauta seja realizada pelo próprio repórter que irá produzir o conteúdo jornalístico como um todo. A diferença está no fato de que, na TV UVA, antes da gravação, os roteiros dos programas passam pela aprovação de Anderson Barreto; enquanto que no TJ UFRJ, nesse caso, há mais uma troca de experiências do que uma aprovação, pois quem comumente revisa os roteiros são os bolsistas mais experientes.

Com base nas considerações já apresentadas sobre as definições das pautas no webjornalismo audiovisual universitário, podemos afirmar que nenhum dos três modelos de identificação e aprovação das pautas compromete o conteúdo das experiências acadêmicas analisadas. A única ressalva que poderia ser feita é que, nos dois últimos modelos, dependentes da aprovação do corpo docente, a autonomia dos estudantes é limitada, o que pode inibir a criatividade na sugestão das pautas.

Os três estudos de caso dessa pesquisa, mesmo que de formas distintas, nos permitem constatar também que as reuniões de pauta continuam tendo um lugar de destaque na apuração do webjornalismo audiovisual universitário. É verdade que, na TV UERJ, não reúnem todos os alunos e não são regulares, e que, na TV UVA e no TJ UFRJ, talvez funcionem mais como uma designação de tarefas; mas nada disso esvazia a sua importância para o processo de produção webjornalística audiovisual universitária. Afinal, é nas reuniões de pauta, abertas a todos os membros das equipes, onde é negociada, coletivamente, a relevância informativa dos acontecimentos a serem noticiados (TUCHMANN, 1978, p.12). E, hoje, diante do fato de que é o próprio repórter quem elabora a pauta em si, esse caráter de negociação torna-se ainda mais evidente, pois, mesmo que a temática da pauta seja discutida e decidida em um círculo mais fechado pelos coordenadores, sempre há a possibilidade do repórter elaborar o roteiro de uma forma diferenciada.

Como já destacava Melo (1985, p.59), a versão final de um produto jornalístico é sempre resultado de uma negociação implícita entre as partes que envolve. E isso não é diferente no webjornalismo audiovisual universitário.

Outras vantagens oferecidas pelas reuniões de pauta para as experiências de webjornalismo audiovisual universitário são a construção de um “arquivo com ideias” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.92), as quais podem ser utilizadas em um momento mais adequado, e a oportunidade de que os temas rejeitados sejam debatidos entre os coordenadores e os alunos. No depoimento de Bonner (2009, pp.120-121), a relevância desse último ponto fica explícita:

Quando um jornalista reconstrói sua argumentação em defesa de uma ideia de pauta, é comum encontrar o caminho para que ela seja aprovada numa segunda avaliação. Isso revela algumas normas não escritas do *Jornal Nacional*: que não pode haver “preguiça” na proposição de assuntos (...), que é preciso fundamentar racionalmente todo o processo de seleção (a proposta de pauta, a avaliação dela, o recurso contra a rejeição, a reavaliação) e, finalmente, que as melhores decisões são as compartilhadas. (...) Decisões tomadas com discussão ampla costumam ser menos suscetíveis a erros. E é sempre melhor acertar em grupo que errar sozinho.

Esses dois aspectos foram verificados sobretudo na TV UVA, através do coordenador de produção Anderson Barreto. Durante a reunião de pauta, Anderson anotou todas as sugestões de temas relevantes, mas que não poderiam ser executadas naquele momento. Além disso, quando um estudante insistia em determinada pauta ou fonte, pedia para que o aluno apresentasse e defendesse sua ideia para a diretora da TV UVA, Mônica Miranda. Isso revela uma preocupação em ensinar os alunos a lidar com situações cotidianas, mas bastante relevantes, do processo de produção jornalística.

4.3. Procedimentos de apuração: a convivência do modelo tradicional com o modelo baseado em recursos *web*

Vivenciamos um momento em que a constituição do ciberespaço como ambiente de trabalho tem oferecido aos jornalistas uma grande quantidade de informações, de forma barata, rápida e descentralizada. Na contemporaneidade, praticamente todos, senão todos, ainda que tenham diferentes funções organizacionais, usam as tecnologias digitais para tarefas semelhantes: pesquisar, enviar e receber e-mails, escrever textos, ler e editar o vídeo e encaminhar o trabalho concluído para o chefe (KEIRSTEAD, 2005, p.69). Hoje, o jornalista pode utilizar a *web* não apenas para coletar informações a serem incluídas nas narrativas jornalísticas, mas também para elaborar pautas de que possui pouco ou nenhum conhecimento prévio, para encontrar fontes não oficiais e para checar determinados fatos (VIRISSIMO, 2009, pp.37-38, p.48). Diante desse contexto, os webjornalistas precisam cada vez mais dominar as ferramentas da Internet para empregá-las da maneira mais adequada e precisa nas diferentes etapas do processo produtivo, em especial na apuração (LÓPEZ, 2006, p.xv).

No modelo tradicional de apuração, anterior ao advento dos computadores pessoais, os jornalistas poderiam obter informações, sobretudo se comunicando com suas fontes, através de duas formas: pessoalmente ou por telefone (PAVLIK, 2008, pp.96-97). Atualmente, com a Internet, as ferramentas para a apuração dos fatos estão mudando e se diversificando de modo substancial, configurando um novo modelo de apuração⁸² baseado em diferentes recursos *web*. A variedade de *browsers* de pesquisa da Internet, as bases de dados jornalísticas, o e-mail, as comunidades virtuais, as aplicações de telefone na *web*, as imagens de satélite e os protocolos de transferência de arquivos (FTP), são apenas alguns dos exemplos (PAVLIK, 2001, p.194; 2008, pp.98-100). Mota (2009, p.245) destaca também os grupos de discussão como recursos os quais permitem que parte do trabalho jornalístico seja feita à distância, facilitando a comunicação e o compartilhamento de ideias, assim como o envolvimento dos participantes em todas as etapas e na resolução coletiva de problemas.

⁸² Virissimo (2009, p.17) define o modelo de “apuração jornalística na internet como a pesquisa de informações tanto na rede mundial de computadores, a internet, quanto na rede interna de empresas multimídia para produção de matérias jornalísticas”. Nessa definição, inclui tanto os *sites* de órgãos institucionais e oficiais, quanto novas fontes do ciberespaço, tais como os usuários independentes em redes sociais ou *blogs* e também em bancos de dados.

Além de romper com os limites impostos pelas distâncias físicas, a Internet atenua as fronteiras econômicas. Por menor que seja o orçamento de determinadas organizações, como as iniciativas jornalísticas acadêmicas, o e-mail⁸³, por exemplo, viabiliza o acesso fácil, rápido e não invasivo a documentos e fontes primárias e/ou especializadas a um custo baixo (MACHADO, 2003, p.33; KEIRSTEAD, 2005, p.131; MASIP, 2008, pp.109-110; PAVLIK, 2008, pp.97-98). Hoje, o e-mail é uma das ferramentas mais utilizadas para obter e enviar informações jornalísticas, embora nos meios tradicionais ainda seja considerado enquanto um meio alternativo ou complementar (VILLADA, 2006, p.175; MASIP, 2008, p.98, pp.109-110). Outra potencialidade do e-mail é a capacidade de agregar indivíduos através das listas de discussão⁸⁴. Ao mesmo tempo em que podem favorecer a integração das equipes de webjornalismo audiovisual universitário (conforme será detalhado mais adiante), as listas de discussão reúnem variados grupos de interesse, nos quais o jornalista pode pedir conselhos, opiniões e pareceres sobre determinado assunto (PETICCA, 2005, p.90; KEIRSTEAD, 2005, p.133).

No ciberespaço, a quebra de barreiras geográficas não ocorre apenas através do e-mail. Atualmente, a digitalização das bibliotecas e dos arquivos das organizações jornalísticas tradicionais tem tornado seus materiais fontes importantes e ferramentas ativas de apuração (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.62). Através da *web*, é possível acessar banco de dados que fornecem diferentes tipos de informações sobre diversos países. Para isso, basta digitar a palavra-chave de sua pesquisa (KEIRSTEAD, 2005, p.75).

⁸³ E-mail é uma forma de comunicação escrita assíncrona de remessa de mensagens entre usuários do computador. Em geral, os interlocutores se conhecem, o que torna o anonimato raro e uma violação de normas do gênero. O e-mail está constituindo um novo gênero em função de suas peculiaridades formais e discursivas. Uma de suas vantagens é a transmissão instantânea, reduzindo o tempo de recebimento. Hoje, diante de novos programas, é possível remeter sons, imagens com animação, fundo com papel especial etc (MARCUSCHI, 2004, p.39, pp.41-42).

⁸⁴ As listas de discussão se constituem a partir de grupos bem definidos caracterizados como comunidades virtuais que se agrupam em torno de determinados interesses e operam via e-mails como forma de contato. São fundadas numa comunicação assíncrona, mediada por um responsável que organiza as mensagens e eventualmente faz triagens. Embora não existam temas fixos, há um enquadramento geral de assuntos que podem ser abordados pelos membros dessas listas. As listas de discussão não são definidas pelo número de participantes e sim pela natureza da participação e identidade do membro. Os participantes devem ser sancionados pelo moderador que os introduz no catálogo (MARCUSCHI, 2004, p.58).

O mesmo pode ser observado com relação aos arquivos dos órgãos públicos. Keirstead (2005, p.75, p.140) e Virissimo (2009, pp.34-35) chamam atenção para o fato de que, hoje, muitas instituições federais, estaduais e municipais estão distribuindo informações, *releases*, declarações, transcrições de discursos e decisões oficiais ou políticas através de seus *sites*⁸⁵ e, até mesmo, abrindo arquivos para os cidadãos no ciberespaço. É verdade que isso exige que os jornalistas contemporâneos percam algum tempo apurando cada um desses *sites* de informação pública todos os dias, mas essa possibilidade, de fato, mais facilita do que atrasa o processo de apuração, pois o jornalista não precisa, na maioria das vezes, mais ir aos órgãos públicos para ter acesso a determinadas informações (KEIRSTEAD, 2005, p.135). Conforme exemplifica Machado (2003, p.33), a partir de um exame cuidadoso dos bancos de dados existentes nas redes, o webjornalista pode descobrir fatos de relevância antes da medida entrar em funcionamento, quando ainda em fase de estudo ou finalização do projeto. Além disso, pode haver uma redução dos custos para as organizações jornalísticas, que ocorre em função de dois fatores principais: 1) não existe a necessidade de deslocamento; e 2) as bases de dados aumentam a flexibilidade e a eficiência dos jornalistas, os quais podem acumular a função de pesquisadores, localizando e analisando documentos (KOCH, 1991, p.307, p.309; PAVLIK, 2008, p.77).

Não são apenas os *sites* de instituições públicas que merecem atenção na apuração realizada para o webjornalismo. A maioria das empresas, associações e universidades, apenas para citar alguns exemplos, já dispõe de endereços eletrônicos, que fornecem informações diversas, e, em alguns casos, os e-mails de especialistas (KEIRSTEAD, 2005, p.136). Nos meios de comunicação audiovisuais tradicionais essa já é uma prática comum e incorporada à rotina dos produtores, mas ainda se constitui como um complemento da apuração baseada nos veículos impressos, nas rondas telefônicas etc (BONNER, 2009, p.70), e costuma ser empregada sobretudo na elaboração dos

⁸⁵ Alguns aperfeiçoamentos, de fato, ainda se fazem necessários. Segundo Masip (2008, p.105), embora cada vez mais *sites* institucionais tenham salas de imprensa virtuais, em geral, ainda possuem muitas lacunas nas informações que oferecem, tais como: a qualidade e a relevância dos conteúdos apresentados; a irregularidade na atualização de informações; a pouca agilidade na disponibilização dos *releases* encaminhados aos meios de comunicação; problemas de acessibilidade, *design*, navegabilidade e ergonomia; e, no caso do audiovisual, a dependência excessiva do texto escrito. De qualquer forma, as iniciativas já realizadas representam um diferencial propiciado pelo ciberespaço.

conteúdos atemporais (MASIP, 2008, p.102). No webjornalismo, o ideal é que o foco seja na apuração através dos *sites* e não dos meios tradicionais, até porque a temporalidade do impresso se difere de forma substancial do fluxo contínuo do ciberespaço.

Pavlik (2001, p.202; 2008, p.72) e Peticca (2005, p.91) apontam, ainda, outra ferramenta da Internet que pode ser empregada no processo de apuração do webjornalismo: os fóruns. Enquanto espaços permanentes de discussão e debate on-line onde os internautas expressam sua opinião e estão em contato com as opiniões de outros sobre assuntos específicos (RIBAS, 2005, pp.38-39), os fóruns apresentam não apenas ideias de pautas, mas também fontes e líderes (VIRISSIMO, 2009, p.40). Contudo, é preciso cautela ao utilizar informações apuradas em fóruns, as quais estão entre as de credibilidade mais questionável na *web* (PAVLIK, 2008, pp.73-74).

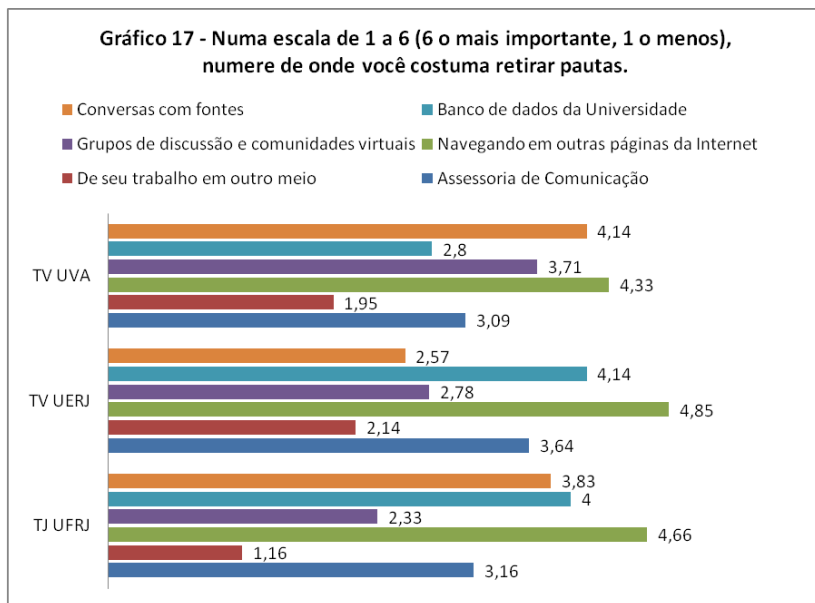
Koch (1991, pp.90-92, p.119) afirma que, diante de todas essas possibilidades, o jornalismo tem se tornado mais ativo do que reativo, pois, agora, em vez de somente citar um especialista, os jornalistas podem questionar as declarações de um entrevistado mais criticamente, a partir da perspectiva de um grande corpo de informações adquiridas nas pesquisas realizadas na Internet. Em vez de somente retransmitirem as afirmações de um especialista, os jornalistas podem agora elaborar perguntas mais apropriadas e identificar quando as respostas estão distorcidas ou incorretas (KOCH, 1991, p.91; PAVLIK, 2008, p.98). Está certo que as citações de entrevistas continuarão a existir, mas, pela primeira vez, partem de um amplo contexto de informações de domínio público. O jornalista adquire a liberdade com relação às informações cedidas por entrevistados políticos ou de única fonte de informação. Mesmo que demore, as potencialidades das tecnologias digitais poderão gerar conteúdos jornalísticos diferenciados (PAVLIK, 2008, p.77; VIRISSIMO, 2009, p.49), já que contextualizados e com afirmações que não são vistas como “verdade”, como fatos comprovados, mas apenas como hipóteses a serem testadas e avaliadas dentro da conjuntura na qual foram produzidas e comparadas a situações similares já ocorridas (KOCH, 1991, pp.118-119, p.101).

Em consonância com todo o contexto digital, a crescente incorporação dos recursos *web* no processo de apuração também é uma realidade no webjornalismo audiovisual universitário, onde a maioria das informações é obtida através da Internet. Segundo a bolsista da TV UERJ Bárbara Vianna (2010), a televisão on-line recebe diversos

pedidos de divulgação por telefone e e-mail e os alunos buscam informações nos corredores da Universidade, mas a maior parte dos conteúdos jornalísticos da TV UERJ é apurada em *sites*, em especial os institucionais. O mesmo ocorre no TJ UFRJ, onde, de acordo com a bolsista Lara Mateus (2010), a seleção das pautas é realizada a partir do ECOPress (a *newsletter* da Assessoria de Comunicação da Escola de Comunicação da UFRJ enviada para os e-mails de todos os cadastrados); do *site* do Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ; das listas de discussão dos professores; e, em menor medida, do “boca a boca” com professores e alunos.

O gráfico⁸⁶ a seguir corrobora essas afirmações ao evidenciar que a navegação por outras páginas na Internet é o método mais empregado para a definição de pautas na TV UVA (4,33), na TV UERJ (4,85) e no TJ UFRJ (4,66). Os bancos de dados das universidades também são priorizados na apuração da TV UERJ (4,14) e do TJ UFRJ (4,00). Curioso é notar que as conversas com fontes ocuparam posições de destaque na TV UVA (4,14) e no TJ UFRJ (3,83) explicitando que, assim como já sugeriam Barbeiro e Lima (2002, p.90), o contato com as fontes é, e provavelmente sempre será, fundamental para a apuração jornalística.

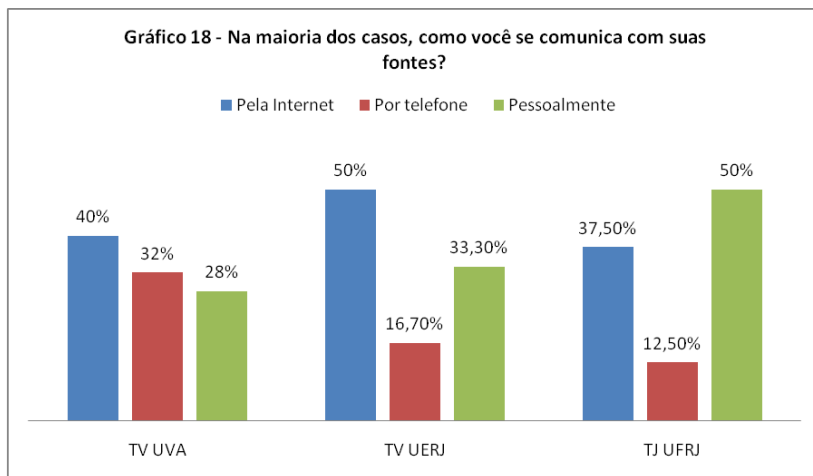
⁸⁶ Os números do gráfico são decorrentes da sistematização das respostas dadas pelos membros da TV UVA, da TV UERJ e do TJ UFRJ para a 18ª questão do formulário aplicado: “Numa escala de 1 a 6 (6 o mais importante, 1 o menos), numere de acordo com a importância de onde você costuma retirar as pautas”.



Fonte: autora

O que não significa que esse contato não possa explorar os recursos *web*. Pelo contrário: justamente em função do fato de que as conversas entre jornalistas e fontes supõem cerca de dois terços de todo o material jornalístico publicado, e ainda permeiam o terço restante (WARREN, 1975, p.215), é que se torna cada vez mais relevante que esses contatos sejam rápidos e eficientes, o que é permitido e facilitado pelo ciberespaço. Pavlik (2008, p.77) ressalta que os jornalistas têm complementado ou suplantado a apuração presencial com base nos recursos da Internet, em especial quando os prazos são curtos ou há a necessidade de verificação de fatos.

Esse potencial já foi percebido pelas três iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário analisadas. A Internet foi apontada, nos questionários aplicados às equipes, como a ferramenta mais utilizada para se comunicar com as fontes na TV UVA (40%) e na TV UERJ (50%). Embora no TJ UFRJ a *web* não tenha sido indicada como a principal forma de contato – provavelmente porque trata, com mais frequência, dos assuntos da Escola de Comunicação ou do *campus* da Praia Vermelha, podendo contatar fontes presencialmente –, também teve um índice expressivo: 37,5%, como ilustra o gráfico a seguir.



Fonte: autora

Durante a pesquisa de campo para essa dissertação, confirmamos, ainda, a tendência de que, uma das ferramentas *web* mais utilizadas pelo webjornalismo audiovisual universitário para contatar entrevistados e fontes de fora dos *campi* das universidades é o e-mail; até porque a TV UVA e a TV UERJ dispõem apenas de uma linha de telefone para esse fim e o TJ UFRJ não tem qualquer ramal telefônico na sua sala. É verdade que, nas três iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual, muitos contatos ainda são realizados presencialmente (no TJ UFRJ, esse modo de contato recebeu 50% das marcações nos questionários; na TV UVA, obteve 28% e na TV UERJ, 33,3%), sobretudo quando o entrevistado encontra-se dentro do *campus*, mas o uso do e-mail para as finalidades de apuração foi verificado com mais frequência que o telefone, por exemplo.

É preciso considerar também que esse percentual expressivo do contato presencial com as fontes decorre do fato de que o webjornalismo audiovisual universitário, embora seja webjornalismo e, portanto, precise incorporar as ferramentas digitais em seus processos de produção, trata-se também de um jornalismo audiovisual, que não pode abrir mão, por exemplo, de gravar (em vídeo) as entrevistas. Está certo que, algumas experimentações de gravações pela própria Internet já têm sido empreendidas. A estudante da UFRJ Lidianie Queiroz (2010) chegou a realizar experimentos nesse sentido quando ainda era bolsista do TJ UFRJ. Mas, enquanto determinadas ferramentas da Internet, como

o MSN e o Skype apenas para citar dois exemplos, não se massificarem e estabilizarem, inclusive em termos tecnológicos, a tendência é que as continuidades do jornalismo tradicional e as inovações permitidas pelo ciberespaço convivam no processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário.

Essa convivência do modelo tradicional com o modelo baseado em recursos *web* pode ser classificada como uma tendência positiva, pois, conforme adverte Keirstead (2005, p.142), o ideal não é que a navegação na Internet substitua completamente instrumentos do jornalismo como os telefonemas e as entrevistas pessoais. Embora possuam especificidades distintas, os procedimentos de apuração na Internet são complementares aos convencionais: “a saída a campo não pode ser descartada, pois a pesquisa no ciberespaço vem somar esforços, não substituir a apuração convencional já consagrada” (VIRISSIMO, 2009, p.46). O importante é que as informações obtidas a partir do ciberespaço sejam cruzadas com os demais métodos, até porque, como já mencionado, nem todas as fontes têm demonstrado confiabilidade.

4.4. A diversidade de fontes: um potencial não concretizado

O webjornalismo tem provocado transformações nas relações dos jornalistas com os conteúdos, com seus colegas de profissão e com seus entrevistados. Na contemporaneidade, essa situação tende a evoluir e se disseminar, uma vez que, a Internet, além de oferecer uma maior produtividade e eficiência – pois os repórteres podem cobrir mais criticamente diferentes tipos de acontecimentos e podem trabalhar como pesquisadores, localizando e analisando documentos oficiais –, fortalece os jornalistas, permitindo-lhes questionar uma postura oficial, sem importar quão relevante ou poderosa seja a fonte (KOCH, 1991, p.xxiii, p.309, pp.118-119). Esse novo contexto permite que os jornalistas tornem-se, ao mesmo tempo, os emissores e receptores da informação que circula através da rede (AYERDI, 2002, p.2; SOSTER, 2009, p.158). Além disso, esses profissionais têm à sua disposição uma multiplicidade, diversidade e pluralidade de fontes de informação cada vez maior, as quais incluem não apenas instituições e órgãos oficiais, mas também cidadãos comuns, que podem interagir e oferecer dados através do próprio ciberespaço (MASIP, 2008, pp.99-100; VIRISSIMO, 2009, p.18, p.41). Conforme evidencia Machado (2003, p.28), com a multiplicação das fontes propiciada pela facilidade de obtenção de informações nos diversos *sites*, bancos de dados públicos e redes de

circulação de notícias, aumenta a probabilidade de que ocorra um deslocamento do lugar das fontes da esfera do oficial ou do oficioso para o domínio público, assim como há um estímulo à diversificação dos entrevistados.

São várias as fontes de informações de que um jornalista dispõe para executar o seu trabalho: as agências nacionais e internacionais, os demais meios de comunicação, e as assessorias de imprensa governamentais e empresariais são alguns dos exemplos apontados por Squirra (1993a, pp.70-71). O manuseio dessas fontes tem importância decisiva na definição dos fatos a serem noticiados, até porque as organizações jornalísticas não podem realizar a cobertura simultânea de todos os acontecimentos (MELO, 1985, p.65; GOMIS, 2008, p.130). Para isso, conhecer as características de todos os tipos de fontes é fundamental para qualquer jornalista.

As fontes podem ser: 1) oficiais, mantidas pelo Estado e/ou por empresas e organizações como sindicatos ou associações; 2) oficiosas, relacionadas de forma direta com uma instituição ou personalidade, mas sem poder formal de representação; e 3) independentes, sem vínculos diretos com o assunto abordado (LAGE, 2008; MACHADO, 2003, pp.25-26). Melo (1985, pp.63-64) sugere a divisão em fontes: 1) próprias, que correspondem ao serviço noticioso mantido pela organização jornalística; 2) contratadas, formadas por agências de notícia que se especializam na cobertura de fatos nacionais ou internacionais; e 3) voluntárias, que, a partir dos serviços de relações públicas ou das assessorias de imprensa, atuam para lograr a divulgação de acontecimentos do interesse de empresas estatais, corporações privadas, órgãos governamentais e até mesmo movimentos sociais. Herreros (2003, p.80, p.82) e Charaudeau (2009, pp.147-148) classificam as fontes como: 1) internas à organização jornalística; e 2) externas, compartilhadas com outros meios e outros canais. Charaudeau (2009, p.148) distingue, ainda, as fontes passivas e as ativas: “Para aceder às fontes, ora são as informações que chegam aos mecanismos de informação (fala-se de fontes passivas), ora são os atores das mídias que vão procurá-las (fala-se de fontes ativas)”.

Nota-se que são múltiplas as classificações das fontes, o que torna ainda mais relevante o conhecimento por parte dos jornalistas sobre quais diferenças existem entre cada uma delas, e, portanto, sobre as distintas formas de lidar com todas. Como sustenta Virissimo (2009, pp.29-30), os diversos tipos de fontes apresentam, por exemplo,

disparidades no acesso aos jornalistas: os métodos empregados pelas fontes oficiais para contatar os jornalistas difere de modo substancial dos utilizados pelas fontes com recursos escassos para alcançar visibilidade. Talvez seja a falta de compreensão dessas questões que gera algumas das críticas com relação ao jornalismo contemporâneo.

Barbeiro e Lima (2002, p.34) alertam que, pelo fato da fonte ser uma das matérias-primas do jornalismo, é preciso tomar cuidado para não se praticar o “fontismo”, isto é, eleger determinado ator social como única fonte para o desenvolvimento de um assunto. Esse problema pode se tornar ainda mais grave quando levamos em consideração o fato de que o jornalismo convencional é um aliado das instituições legitimadas e que as práticas jornalísticas já possuem líderes legitimados para servir como fontes: um cidadão comum não costuma ter acesso aos meios de comunicação; nenhum cidadão tem o mesmo poder, assegurado aos políticos e especialistas, de converter suas ações à notícia (TUCHMANN, 1978, p.4, p.13). Segundo Masip (2008, p.96), a relação entre fontes e meios de comunicação, bem como os diferentes tipos de fontes, é caracterizada pela assimetria e tende a refletir a distribuição de poder na sociedade. Melo (1985, pp.62-63) critica esse aspecto do jornalismo destacando que, ao privilegiar certas organizações ou núcleos da sociedade e ao omitir outras, a organização jornalística marginaliza do fluxo noticioso vastos setores da vida social, os quais figuram nos noticiários somente quando surgem problemas de grande repercussão.

Cabe destacar também que algumas organizações jornalísticas acabam por estabelecer uma relação ambivalente com as fontes: ainda que tentem prevenir-se das tentativas de “influência” das fontes oficiais, procurando as provas de veracidade da informação, constantemente, preterem esse aspecto quando a informação tem o potencial de causar certo impacto (CHARAUDEAU, 2009, p.76). Com isso, o jornalismo, muitas vezes, passa a ser visto como não confiável, já que, como ressalta Koch (1991, p.311), a correspondência entre as declarações oficiais e a descrição completa e objetiva de um evento específico não é nem garantida, nem provável, até porque todos os atores sociais possuem o seu próprio complexo de interesses, preconceitos, ignorâncias e necessidades.

Diante das potencialidades da *web*, em especial da maior facilidade de acesso a diversas fontes, esse panorama tem o potencial de ser modificado. Sodré (2009, p.100) defende que o contexto atual tende a mudar sob a pressão das novas práticas informativas correntes na

Internet, as quais tornam o “antigo público-receptor” em “fonte emissora”, capaz de determinar os conteúdos jornalísticos. Brasil (2002, pp.52-53) destaca também a possibilidade de massificação das fontes informativas audiovisuais no Brasil, abrindo, em um “cenário de blocos hegemônicos poderosos e políticas monopolistas, uma pequena e verdadeira janela para o mundo”. Em acordo com Machado (2003, p.25), a estrutura descentralizada do ciberespaço complexifica o processo de produção jornalística, pois as fontes, a maioria sem tradição especializada no tratamento de notícias, se multiplicam e se distribuem em escala mundial.

Há, desse modo, um aumento nos fluxos de informação que chegam à redação, até porque as fontes, que também têm tentado aproveitar as oportunidades oferecidas pela tecnologia digital para melhorar a eficiência e aumentar a sua capacidade de fornecimento de informações, podem se comunicar com os jornalistas de uma maneira mais fluida e rápida (MASIP, 2008, p.97). E isso independe do fato dessas fontes terem acesso direto à Internet. Conforme exemplifica Rónai (*in* BRASIL; ARNT, 2002, p.50), o visitante de uma tribo africana a qual nunca teve contato com um computador pode transmitir informações sobre os seus membros, mostrando que a Internet é menos determinada pelo seu aspecto tecnológico do que pela sua capacidade de criar círculos concêntricos de informação e de sua democratização.

Hoje, talvez pela primeira vez, os movimentos sociais podem contribuir, independente das organizações jornalísticas, para a constituição de um espaço público democrático, desestabilizando as tradicionais classificações e divisões, já mencionadas, das fontes de informação, assim como a proporção do uso de cada uma delas pelos jornalistas (MACHADO, 2003, p.26).

A novidade do jornalismo digital reside no fato de que, quando fixa um entorno de arquitetura descentralizada, altera a relação de forças entre os diversos tipos de fontes porque concede a todos os usuários o *status* de fontes potenciais para os jornalistas. Se cada indivíduo ou instituição, desde que munido das condições técnicas adequadas, pode inserir conteúdos no ciberespaço devido à facilidade de domínio de áreas cada vez mais vastas, fica evidenciada tanto uma certa diluição do papel do jornalista como único intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na

esfera pública, quanto das fontes profissionais como detentoras do quase monopólio do acesso aos jornalistas. A possibilidade de dispensa de intermediários entre as fontes e usuários implode com a lógica do predomínio das fontes profissionais porque transforma os próprios usuários em fontes não menos importantes (MACHADO, 2003, pp.27-28).

Essas mudanças geradas pelas novas tecnologias digitais promovem transformações substanciais, senão completas inversões, não somente no acesso e seleção das fontes, mas também na maneira como ocorre a produção jornalística. Primeiro porque, antes de ir até uma fonte, o jornalista pode, e deve, empreender um levantamento dos dados necessários para elaborar o conteúdo jornalístico. Se no jornalismo convencional, a entrevista era, por vezes, considerada enquanto a informação principal, hoje, essa se constitui apenas como um dos elementos da notícia, reportagem etc (MACHADO, 2003, p.31). Isso não significa que as fontes oficiais serão substituídas ou extintas (MASIP, 2008, p.100, pp.110-111; VIRISSIMO, 2009, pp.41-42). A vantagem da Internet é que, com base nas pesquisas on-line, o jornalista pode evidenciar os objetivos e interesses institucionais dos diferentes entrevistados e os sentidos empregados pelos mesmos para promover esses objetivos e interesses (KOCH, 1991, p.100). É verdade que, mesmo no ciberespaço, alguns jornalistas continuam limitados por questões econômicas, sociais e políticas, mas, pelo menos, encontram-se mais livres para produzir os conteúdos com base nas declarações do entrevistado e também nos antecedentes do acontecimento (KOCH, 1991, p.321).

Em segundo lugar, porque a relação entre os jornalistas é alterada. Com a complexidade adquirida pelo processo produtivo, cada vez mais, os próprios jornalistas assumem o papel de fonte para seus colegas. Com isso, no webjornalismo, a produção ganha uma etapa em que o profissional deve organizar a informação para ser difundida não só para o público em geral, como também para as redes de circulação internas à organização (MACHADO, 2003, p.14). Ações como essa facilitam e agilizam o processo produtivo, até porque, conforme sustenta Koch (1991, pp.92-93), a “exclusividade” de um repórter com relação à determinada fonte não é uma característica do webjornalismo. Os dados individuais das fontes não são mais necessariamente isolados e os

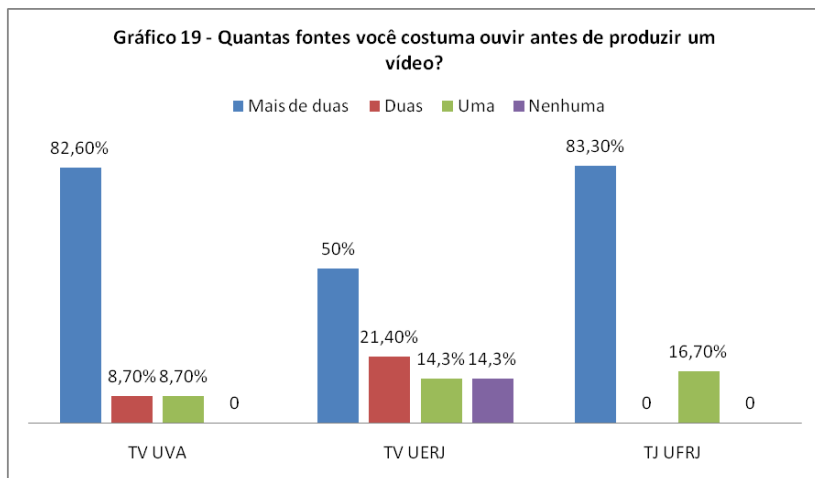
repórteres dependentes das relações pessoais com os entrevistados oficiais estão sendo reduzidos (KOCH, 1991, pp.92-93).

Por fim, vale salientar que, perante às potencialidades do ciberespaço, o trabalho do jornalista, em especial na identificação e seleção das fontes de informação, precisa ser ainda mais minucioso que o habitual. Ayerdi (2002, p.4) afirma que o emprego da Internet obriga esse profissional a estabelecer diferentes critérios para avaliar a veracidade da informação obtida, na medida em que muitos dos dados que trafegam na rede não são confiáveis, exigindo do jornalista cotejar e verificar suas fontes. Como alerta Sodré (2009, p.45), “na rede cibernética, principalmente, sem a garantia de um jogo correto das fontes, é cada vez mais difícil separar o imaginário do real ou o verdadeiro do falso”.

Portanto, o relacionamento com as fontes enquanto uma via de duplo sentido em que a ligação é a confiança entre as partes (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.34; PAVLIK, 2008, p.95) é algo que deverá ser mantido no jornalismo praticado no ciberespaço. O webjornalista também deve continuar a cumprir o seu código de ética (AYERDI, 2002, p.9), assim como começar a repensar esse mesmo código, o qual precisa se atualizar e adaptar a fim de estabelecer parâmetros de conduta, direitos e deveres para todos os atores sociais envolvidos no processo contemporâneo de produção jornalística: jornalistas, donos de organizações jornalísticas, fontes e cidadãos (MACHADO, 2003, pp.29-30, p.131). Além disso, os principais critérios de noticiabilidade e valores-notícia empregados para a seleção das pautas continuará a ser aplicado também às fontes no ciberespaço, já que continuará sendo imprescindível que os jornalistas julguem o que estão ouvindo com a mesma escala aplicada à definição dos temas (WARREN, 1975, p.218).

Nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário, esses critérios e valores são aplicados na seleção das fontes jornalísticas. Mas, não verificamos nenhuma tentativa de incorporar as potencialidades oferecidas pela Internet na busca, na definição e no questionamento das fontes. Ou seja, as iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual ainda não exploram as possibilidades de acesso a fontes diferenciadas no ciberespaço e acabam replicando, nesse aspecto, o modelo do jornalismo convencional. Há uma multiplicidade de vozes consultadas, algo característico do e essencial para o jornalismo, em especial o audiovisual (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.70),

na medida em que é a diversidade de versões sobre um fato que relativiza e neutraliza as suas várias vozes (MACHADO, 2001, p.11). Conforme ilustra o gráfico a seguir, mais de duas fontes costumam ser ouvidas para produzir um vídeo na TV UVA (82,6%), na TV UERJ (50%) e no TJ UFRJ (83,3%).



Fonte: autora

Porém, essa diversidade de versões não é verificada efetivamente nas sonoras dos *flashes*, notícias, reportagens etc. Ao contrário do que ocorre no jornalismo televisivo, onde, segundo Machado (2001, p.111), ao se jogar umas vozes contra as outras no fluxo audiovisual, se faz com que nenhuma delas seja convincente ou desprezível, grande parte dos conteúdos do webjornalismo audiovisual universitário apresentam apenas um entrevistado. Talvez os *flashes* sejam o exemplo mais evidente. No TJ UFRJ, os *flashes* representam 55,1% dos conteúdos sem edição, que, por sua vez, correspondem a 87,5% de toda a produção do webjornal audiovisual nos casos estudados. Desses *flashes*, apenas 14,8% são seguidos por mais de uma entrevista. Em suma: os *flashes* se constituem como um dos formatos mais empregados no TJ UFRJ e uma pequena parcela deles ouve mais de um ator social, evidenciando que a diversidade de fontes consultadas pelos seus integrantes não é inserida, de fato, nos vídeos.

Outra questão preocupante no que se refere à diversidade de sonoras nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário é a

repetição dos mesmos entrevistados. Podemos citar como exemplo as duas edições analisadas do programa *Ambiente Virtual*, da TV UVA. No vídeo “O e-mail na educação à distância”, a coordenadora do Núcleo de Educação à Distância da UVA Ilene Figueiredo Pessoa era uma das entrevistadas, e no programa “O que fazer as inscrições nas disciplinas on-line” a sonora com a coordenadora é a única apresentada.

Há, ainda, outro problema do webjornalismo audiovisual universitário com relação à apropriação das potencialidades do ciberespaço para inovar no que diz respeito às fontes jornalísticas; talvez o mais maléfico deles para a qualidade do jornalismo: a dependência das fontes legitimadas, em especial os professores e especialistas da própria Universidade. Essa problemática já foi apontada por Masip (2008, p.100, pp.102-103) como uma constante nos meios de comunicação atuais. Embora a Internet propicie ampliar o alcance de fontes disponíveis, as fontes, de fato, consultadas continuam sendo as institucionais e/ou oficiais.

Em acordo com o estagiário da TV UVA Eduardo Lima (2010), os entrevistados da *webtv* universitária são, em geral, professores da instituição, por três motivos principais: 1) é uma forma de prestigiar os profissionais da UVA; 2) se constitui em uma maneira de conferir credibilidade ao conteúdo jornalístico; e 3) em função das limitações de transporte, a TV UVA não tem condições de entrevistar pessoas de fora da Universidade com frequência. A bolsista da TV UERJ Bárbara Vianna (2010) afirma que o motivo dos membros da televisão on-line ouvirem mais professores da Universidade estadual é que os assuntos abordados se referem à própria instituição; mas, não existe qualquer restrição que impeça que outras pessoas sejam ouvidas. O TJ UFRJ é a iniciativa que mais entrevista indivíduos externos à Universidade, os quais, ainda assim, como confirma a bolsista Lara Mateus (2010), são professores e palestrantes convidados de outras universidades ou instituições, configurando-se, portanto, como fontes legitimadas.

Os estudantes da UVA, da UERJ e da UFRJ são ouvidos em raras ocasiões pelas três experiências de webjornalismo audiovisual universitárias e, é comum que, quando isso ocorre, sejam apresentados simbolicamente. Em acordo com Tuchmann (1978, pp.122-123), os símbolos desempenham duas funções complementares no conteúdo noticioso: os indivíduos enquanto símbolos falam sobre o impacto dos acontecimentos em suas vidas, protegendo o jornalista de apresentar-se como um envolvido na matéria; e o uso de símbolos reforça a distinção

entre os entrevistados legitimados e os cidadãos comuns. Ou seja, os símbolos incluem as pessoas cujas ideias e opiniões não são consideradas como informação. Não são representantes, mas apenas representações de outros indivíduos que estão lidando com um dilema comum (TUCHMANN, 1978, p.123).

Na TV UVA, os alunos são representados de três diferentes maneiras: em enquetes dos programas *Abrindo o Jogo* e *Ambiente Virtual*; em sonoras do programa *Vivenciando Profissões*, onde narram suas experiências enquanto alunos da Universidade; e nas dramatizações do *Ambiente Virtual*, em que há a encenação das dúvidas mais frequentes dos alunos sobre o Núcleo de Ensino à Distância da UVA. A enquete é o principal formato utilizado pela TV UERJ para representar os alunos da Universidade estadual. As enquetes foram empregadas em 7,7% dos conteúdos da televisão on-line e, ainda assim, em uma delas (o que corresponde a 25% do total de enquetes) não foram ouvidos alunos da instituição e sim estudantes de um curso pré-vestibular, falando sobre suas expectativas para o vestibular da UERJ. No TJ UFRJ, os alunos são representados, principalmente, pelas entrevistas que concedem sobre os eventos realizados na Escola de Comunicação da UFRJ. Cabe destacar que, além da porcentagem de sonoras com alunos ser pequena (representam apenas 9,1% das entrevistas realizadas, em comparação aos 29,5% de sonoras com professores e técnicos da UFRJ e dos 61,4% de entrevistas com pessoas externas à Universidade), esses alunos não são apresentados na fala do repórter como estudantes, e sim enquanto “organizadores/coordenadores” dos eventos, o que atenua esse caráter de representação do corpo discente, já que os alunos mostram-se mais vinculados ao evento em si do que à Universidade. Além disso, as sonoras com alunos não foram verificadas em nenhum conteúdo audiovisual editado, mas somente nos *flashes* seguidos de entrevista.

É possível afirmar, portanto, que essa falta de diversidade de fontes, deixando de incluir os cidadãos comuns e até os próprios estudantes das universidades, apesar de todas as potencialidades e oportunidades da Internet, compromete em parte a qualidade das experiências de webjornalismo audiovisual universitário. Conforme destaca Herreros (2003, p.66), a qualidade informativa requer, entre outros aspectos, fontes originais e o contraste entre as fontes, o que não tem ocorrido nas iniciativas acadêmicas analisadas.

Com base nas considerações realizadas nesse capítulo, é possível constatar que a apuração jornalística tem apresentado rupturas e

continuidades, todas essenciais para o processo de inovação inerente e necessário ao jornalismo praticado no ciberespaço. No próximo capítulo, “A produção no webjornalismo audiovisual universitário”, buscaremos evidenciar, da mesma forma, as mudanças no processo produtivo do jornalismo, mas tendo como foco a produção jornalística enquanto uma etapa do processo.

CAPÍTULO CINCO

A produção no webjornalismo audiovisual universitário

O conceito de produção, conforme já salientado, tem uma dupla significação no campo do jornalismo. Um sentido abarca todo o processo de elaboração técnica da informação e compreende múltiplas categorias profissionais. O outro, assunto desse quinto capítulo da dissertação, se refere estritamente a um setor ou parte do trabalho, como é a da organização e distribuição dos recursos econômicos, técnicos e humanos; e está relacionado aos trabalhos desenvolvidos pelo produtor ou equipe de produção. Essa segunda significação da produção inclui a recompilação informativa, o registro, a gravação, as coberturas em estúdio e externas etc. A escolha do processo de produção de cada conteúdo jornalístico depende da concepção informativa com relação ao fato, ou seja, pode variar de acordo com a valorização conferida a cada acontecimento (HERREROS, 2003, p.73, p.85).

Na primeira parte do capítulo, focaremos na produção enquanto um trabalho em equipe. Buscaremos evidenciar, num momento inicial, como as novas tecnologias digitais de comunicação têm sido aproveitadas para a produção em equipe. Posteriormente, iremos sistematizar três diferentes modelos de gestão da produção, divididos em dois grupos. O primeiro grupo, que inclui somente um modelo, é o da produção centrada no corpo docente, exemplificado em particular pela TV UVA. O segundo grupo, o de produção centrada no corpo discente, engloba dois modelos distintos: 1) a produção centrada nos alunos em geral, cuja principal ilustração é a TV UERJ; e 2) a produção centrada nos bolsistas e/ou estudantes mais experientes, tipo de gestão utilizada sobretudo pelo TJ UFRJ.

Em seguida, abordaremos a tendência de hibridismo dos equipamentos analógicos e digitais nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual. Na última seção do capítulo, iremos destacar um diferencial do processo de produção das iniciativas universitárias estudadas: o livre acesso dos estudantes aos equipamentos de gravação, edição e circulação dos vídeos.

5.1. A produção enquanto um trabalho em equipe

Uma emissora de televisão, assim como qualquer outra organização jornalística, é constituída de vários departamentos e setores de produção, o que não torna o processo inexplicável, mas cuja

compreensão depende que se tenha uma visão abrangente do sistema de planejamento e gestão do processo produtivo e que se apreenda que cada organização tem uma forma distinta de estruturação (SQUIRRA, 1993a, p.39). É preciso, ainda, que haja um entendimento sobre a função desempenhada pelo produtor em todo esse processo.

Segundo Keirstead (2005, pp.xiii-xiv, p.xvi), são os produtores que determinam o que, quando e como vai ao ar, quem irá apresentar cada conteúdo, o estilo e a duração de cada matéria, a quantidade e o tempo dos intervalos comerciais etc. Tecem um “inventário” dos fatos a serem noticiados em uma ordem coesa. Cabe a esses profissionais desenvolver uma estratégia para a cobertura dos fatos do dia para cada programa e, em seguida, determinar o formato e o desenvolvimento de cada assunto no noticiário, através de orientações aos editores, repórteres, técnicos e novas fontes. Os produtores também são responsáveis pela solução de problemas de logística e pela distribuição de tarefas entre repórteres e cinegrafistas. Costumam, ainda, indicar e contatar entrevistados (TUNSTALL, 1993, p.2, p.25).

Por causa de todas essas responsabilidades, as quais tendem a aumentar, os produtores precisam ser hábeis com as palavras e com as imagens, a fim de integrá-las da maneira mais adequada; bem como possuírem uma compreensão, mesmo que básica, das diversas tecnologias utilizadas. São necessárias, ainda, habilidades com finanças, para lidar com orçamentos e financiamentos; e habilidades diplomáticas, para que possam gerir equipes formadas por profissionais, muitas vezes diversos, e para convencer fontes a concederem entrevistas em momentos nos quais não se encontram propensas a isso (TUNSTALL, 1993, p.6, p.15, p.215). Keirstead (2005, p.xiv) defende que a qualidade de um conteúdo jornalístico é proporcional à eficiência do trabalho do produtor que orientá-lo ao longo do processo criativo.

Como estamos estudando o webjornalismo audiovisual universitário, seria possível supor que a maneira como ocorre a produção dos conteúdos é uniforme, em função do seu caráter acadêmico. Isso, porém, não foi verificado por essa pesquisa. Observamos, em acordo com Ramalho (2005, p.40, pp.38-39), que não é porque todos os estudos de caso são universitários que possuem as mesmas filosofia e perspectiva. Pelo contrário: diante da liberdade para veiculação de conteúdos jornalísticos, cada instituição segue critérios únicos e particulares de qualidade, assim como todas atendem a preceitos de um código deontológico próprio. Talvez, uma das poucas

características comuns à TV UVA, à TV UERJ e ao TJ UFRJ seja a importância conferida ao trabalho em equipe, cujo valor é reconhecido para qualquer tipo de produção jornalística.

Conforme relata Bonner (2009, p.58), a execução de um telejornal depende da participação de diversos profissionais, que devem sempre firmar parcerias uns com os outros. Essa relevância também é destacada por pesquisas acadêmicas. Tuchmann (1978, pp.125-126) afirma que a incompatibilidade de uma equipe é disfuncional para qualquer emissora de televisão, onde as tarefas de trabalho são tão interligadas que o próprio vídeo já se conforma com uma estrutura narrativa específica, a qual facilita o trabalho dos outros membros da equipe. Warren (1975, p.469, p.475) ressalta que, no jornalismo, cada profissional não pode apenas pensar no desenvolvimento da tarefa que legitimamente lhe foi designada, mas, ao mesmo tempo, deve buscar contribuir de maneira voluntária e espontânea com seus colegas, repassando, por exemplo, informações acessadas que possam interessar a um companheiro. Com isso, o resultado do trabalho de cada jornalista torna-se mais amplo, já que composto de uma série de informações, cada uma delas completa em si mesma. Keirstead (2005, p.85, p.xvi) salienta que todo telejornal é baseado em trabalho de equipe, na medida em que produtores, diretores, âncoras, técnicos, editores, redatores, cinegrafistas, assistentes de produção etc precisam se unir a fim de gerar um produto jornalístico de qualidade. Um produtor, portanto, sempre precisa trabalhar com uma equipe, dando suporte a ela e sendo auxiliado por ela. Tunstall (1993, p.1, p.6, pp.59-60) confirma esse ponto de vista ao classificar todo programa de televisão enquanto um empreendimento coletivo, no qual os produtores são dependentes da e responsáveis pela equipe, que, em alguns casos, pode ter uma centena de profissionais.

O trabalho de equipe é essencial não somente para o processo de produção rotineiro, mas em particular para o desenvolvimento de inovações no sistema produtivo. Segundo Nonaka e Takeuchi (1997, pp.9-10, p.15), a criação de novos conhecimentos depende de um processo contínuo de autorrenovação da organização e de todos os seus membros e setores, ou seja, não é responsabilidade de alguns funcionários, mas de toda a equipe envolvida, o que exige uma interação dinâmica, intensiva e laboriosa entre os diversos integrantes da organização.

O papel central desempenhado pelas equipes no processo de criação do conhecimento proporciona um contexto comum em que os indivíduos podem

interagir entre si. Os membros de uma equipe criam novas perspectivas através do diálogo e do debate. Esse diálogo pode envolver consideráveis conflitos e divergências, mas é exatamente esse conflito que impulsiona os funcionários a questionarem as premissas existentes e a compreenderem suas experiências de uma nova forma (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p.14).

Mas, essa integração e interação da equipe para a produção de inovações, raramente, emerge de modo espontâneo. É preciso que a organização jornalística forneça um contexto apropriado para a facilitação das atividades em grupo e para a criação e acúmulo de conhecimento entre cada integrante da equipe. Nonaka e Takeuchi (1997, pp.83-94) elencam cinco condições capacitadoras para a criação do conhecimento dentro de uma organização: 1) intenção, definida como a aspiração de uma organização às suas metas; 2) autonomia, a qual permita a todos os membros agir de forma autônoma conforme as circunstâncias, aumentando a automotivação de cada um deles; 3) flutuação e caos criativo, que estimulam a interação entre a organização e o ambiente externo, através não da desordem total e sim da ordem sem recursividade; 4) redundância, a existência de informações que transcendem as exigências operacionais imediatas dos membros da organização; e 5) variedade de requisitos dos integrantes, a qual pode ser aprimorada por meio da combinação de informações de uma forma diferente, flexível e rápida e do acesso às informações em todos os níveis da organização.

No webjornalismo audiovisual universitário, todas essas condições têm sido oferecidas aos futuros profissionais, ainda que em maior ou menor medida nas três experiências analisadas. Gutsche Jr. (2011, pp.66-67, p.72) defende que os meios de comunicação universitários precisam ser ambientes onde os estudantes disponham de alguma autonomia, ou seja, possam fazer escolhas independentes dos professores e/ou funcionários, o que pode ajudá-los a desenvolver sua capacidade de tomada de decisões, seu senso de ética pessoal, e sua compreensão das formas de liderança. Como destaca Bacco (2010, p.95), é primordial que a disciplina, a liberdade e a autonomia sejam consideradas enquanto premissas inerentes à profissão do jornalista no cotidiano de uma iniciativa audiovisual universitária, em especial na Internet. E isso tem, de fato, ocorrido, em especial na TV UERJ.

Segundo Brasil (2010), os estudantes que participam da iniciativa da Universidade estadual dispõem de total autonomia para experimentar e inovar com as linguagens jornalística e audiovisual e têm feito isso com muito profissionalismo.

O mesmo pode ser afirmado com relação ao TJ UFRJ, em que as bolsistas produzem seus conteúdos com significativa autonomia: a coordenadora do projeto interfere apenas na primeira etapa do processo de produção, ou seja, na seleção das pautas. Só há interferência da prof^a. Beatriz Becker nas etapas finais do processo quando ocorre algum tipo de erro no conteúdo disponibilizado. Por exemplo, durante a pesquisa de campo, observamos um momento de interferência da coordenadora, que, após uma avaliação dos conteúdos publicados no webjornal audiovisual, solicitou a retirada de dois *flashes* do ar sobre a Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ (um por erro no texto e outro por um erro de iluminação). Isso evidencia que a prof^a. Beatriz Becker confere autonomia aos alunos, mas sempre garante a qualidade dos conteúdos disponibilizados no TJ UFRJ, orientando as bolsistas nesse sentido.

A TV UVA é a experiência que concede menos autonomia aos seus estagiários e monitores. Anderson Barreto (2010), coordenador de produção, admite que, embora todos os conteúdos sejam produzidos pelos estudantes, nenhum programa entra no ar sem passar pelo seu crivo, pelo de Shirley Vasconcellos, coordenadora administrativa da TV UVA, ou pelo de Mônica Miranda, diretora da *webtv* universitária. Reconhecemos que essa obrigatoriedade da aprovação dos coordenadores pode garantir a qualidade e a adequação dos conteúdos disponibilizados aos objetivos da TV UVA; mas, além de retardar em certa medida o processo produtivo (pois os alunos que finalizam a edição têm de esperar a avaliação e a liberação do coordenador de produção para preparar os vídeos para publicação, o que, no jornalismo, pode ser um tempo crucial), reduz a autonomia dos alunos e, com isso, inibe o seu potencial criativo e inovador. Essa é uma característica inerente a qualquer instituição – afinal, não existe autonomia absoluta –; mas que é maior nos meios tradicionais, tendência que verificamos ser mantida na *webtv* universitária.

5.2. O aproveitamento das tecnologias digitais para o trabalho em equipe

Ao abordar o trabalho em equipe para a produção do webjornalismo audiovisual universitário não podemos focar somente nas condições de trabalho oferecidas pela organização jornalística, como a autonomia dos estudantes que a compõem. É preciso considerar que as novas tecnologias digitais também podem contribuir de maneira expressiva e de diferentes modos para o aprimoramento da integração entre os membros das equipes webjornalísticas audiovisuais universitárias.

Isso não significa que o simples emprego das possibilidades de convergência, por exemplo, irá revolucionar o processo produtivo, garantindo que todos os setores trabalhem juntos pelo mesmo objetivo, até porque, hoje, há várias organizações jornalísticas que ainda se assemelham a famílias disfuncionais, cujos membros não dialogam e cuidam somente dos seus próprios interesses imediatos, mesmo que às custas de outros departamentos (JENKINS, 2008, p.32). Sugerimos, em acordo com Pavlik (2001, p.xiv), que as redações, sobretudo aquelas que são originalmente para a Internet, tendem a ser cada vez mais descentralizadas e flexíveis por refletirem uma cultura organizacional mais experimental e adaptável. As equipes estão mais abertas para incluir um grande número de contribuidores *free-lancers*, o que, embora confira uma estrutura flexível à redação, torna mais difícil incutir e manter uma cultura forte de valores noticiosos tradicionais nos profissionais. Conforme destaca Machado (2003, pp.30-31), no ciberespaço, a redação de um webjornal torna-se um centro de gravidade que concentra o fluxo de conteúdos produzidos não apenas pelos profissionais contratados, mas também pelos colaboradores e pelos internautas. Com isso, em vez da divisão em editorias específicas, a equipe de jornalistas tem sido disposta de forma cada vez mais livre e integrada para facilitar o trabalho em torno de uma temática comum.

Ainda segundo Machado (2003, pp.30-31), como a descentralização da produção dos conteúdos dificulta o contato direto entre os profissionais, o uso de redes de comunicação é essencial para evitar o isolamento entre os jornalistas, contribuindo para que o produto final seja resultado de um esforço coletivo, da troca de dados e experiências e da diversidade de fontes. Keirstead (2005, p.xvi) endossa tal perspectiva ao afirmar que, como um telejornal é baseado no trabalho de equipe, é fundamental uma rede a qual permita que todos tenham

acesso aos conteúdos produzidos pelos outros. Além disso, as redes simplificam e aceleram a comunicação entre a equipe através das Intranets e conferem um maior poder de controle da chefia, a qual pode ter acesso ao que acontece e é produzido em todas as etapas sem ter que caminhar até a redação ou interferir no fluxo de trabalho de um jornalista (KEIRSTEAD, 2005, p.24, p.151).

Mudanças efetivas nesse novo contexto, entretanto, não exigem somente domínio com relação às tecnologias digitais, como também, e talvez em primeiro lugar, alterações radicais nas mentalidades dos jornalistas, os quais precisam empregar as novas ferramentas de comunicação para partilhar informações e contatos com seus colegas (QUINN, 2005, pp.192-193). Os jornalistas podem utilizar os recursos digitais e convergentes para desenvolver o seu senso de parceria. Os repórteres precisam aprender a reconhecer quando a situação requer que peçam reforços para a equipe, enquanto que a chefia deve ser flexível o suficiente para ser capaz de alocar os recursos mais apropriados com base no que o repórter de campo informa e solicita (QUINN, 2005, p.86). Essas mudanças de mentalidade precisam ser aplicadas, quem sabe até com mais urgência que no mercado, nas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual. Conforme alerta Bacco (2010, p.94), na contemporaneidade, os estudantes ingressam no ensino superior como meros consumidores do discurso cibermediático. Embora alguns tenham competências para operar *softwares* de alta complexidade, não estão preparados enquanto profissionais para atuar no contexto digital, que mais estimula o hedonismo e o narcisismo que o trabalho em equipe.

No webjornalismo audiovisual universitário, composto por experiências com equipes reduzidas e recursos escassos, não são utilizadas redes de comunicação interna. A ferramenta digital mais empregada pelos integrantes dos três estudos de caso dessa dissertação, conforme mencionado no capítulo anterior, é o e-mail, que facilita amplamente a comunicação entre as equipes de trabalho e pesquisa⁸⁷ ao permitir uma sincronia no contato, através de uma ferramenta de baixo custo (PAVLIK, 2001, p.205).

Na TV UERJ e no TJ UFRJ, o e-mail também é utilizado para criar listas de discussão dos integrantes dos projetos acadêmicos, favorecendo a integração da equipe. Em ambos os casos, tratam-se de listas fechadas, ou seja, apenas os cadastrados podem ter acesso às mensagens trocadas pelo grupo. Na TV UERJ, é utilizada uma lista de

⁸⁷ No caso do TJ UFRJ.

discussão do MSN e, no TJ UFRJ, se usa o sistema oferecido pelo Yahoo. Em acordo com a bolsista da TV UERJ Bárbara Vianna (2010), a lista de discussão é um recurso prático e democrático, pois todos têm acesso ao que precisa ser dito, ainda que não interesse a todas as pessoas naquele exato momento, e porque só é necessário digitar um endereço eletrônico do remetente, o da própria lista de discussão.

No TJ UFRJ, observamos que a lista de discussão é usada de forma ainda mais intensa que na TV UERJ, uma vez que é empregada para a troca de e-mails entre as bolsistas (discutindo o andamento do processo de produção, por exemplo), entre os alunos do Laboratório e as bolsistas (buscando informações sobre as aulas e atividades), e entre a coordenadora e todos os estudantes, incluindo bolsistas e alunos do Laboratório. Becker (2010) ressalta que a lista de discussão é apropriada pelo TJ UFRJ como um complemento de orientação e comunicação entre todos os envolvidos, direta ou indiretamente, com o webjornal audiovisual. Foi, inclusive, através da lista de discussão que a coordenadora do projeto enviou para as bolsistas a avaliação e o pedido de retirada de dois *flashes* do ar, conforme já mencionado, durante a pesquisa de campo. No TJ UFRJ, são os alunos que participam do projeto há mais tempo, hoje a bolsista PIBIC Lara Mateus, que gerenciam a lista, incluindo e excluindo os membros de acordo com o ingresso e egresso dos mesmos do projeto acadêmico.

Na TV UVA, embora uma das principais formas de comunicação entre a equipe seja o e-mail, não há uma lista de discussão que reúna todos os integrantes: as mensagens com escalas e informes sobre a reunião de pauta, por exemplo, são, em geral enviadas para o e-mail pessoal de cada um dos interessados em determinado assunto pelo coordenador de produção Anderson Barreto. A TV UVA utiliza, também, em grande medida o telefone e quadros de aviso para o contato entre os integrantes da equipe. Tanto que há, em um dos quadros de aviso, uma lista com o telefone de todos os membros da *webtv* universitária.

O mesmo pode-se dizer da TV UERJ, a qual dispõe de três quadros com informações de naturezas distintas: telefones não apenas da equipe atual, mas também dos ex-estagiários; atividades previstas para o mês; ideias de pauta; senhas das redes sociais da televisão on-line; e escala de atividades e folgas da semana. No TJ UFRJ, há um quadro de avisos, que é utilizado como “auxílio” na publicação de vídeos no webjornal audiovisual: existe um “passo a passo” do processo de

disponibilização dos conteúdos audiovisuais no *site*. O telefone, por sua vez, não é muito usado, até porque o projeto não dispõe de um número exclusivo. Os contatos telefônicos mais frequentes são efetuados entre a coordenadora e a bolsista PIBIC e entre a última e as bolsistas de Iniciação Artística e Cultural.

As formas de apropriação das possibilidades digitais pelas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual apontadas até aqui são positivas, mas não garantem a produção de conteúdos jornalísticos inovadores, diferenciados e criativos, o que requer ainda mais do que autonomia para os estudantes e emprego dos potenciais da Internet. É necessário que haja um planejamento de gestão. Kulinski (2006, pp.144-145) salienta que planejamento e gestão são dois termos emblemáticos no mundo dos negócios, mas que também são necessários no campo das experiências universitárias. O planejamento é o estabelecimento e execução de uma estratégia para alcançar determinado objetivo. A gestão, em acordo com Villada (2006, p.190), se refere à ação de administrar os conteúdos (e, por extensão, recursos humanos e tecnológicos) disponíveis em cada organização da maneira mais eficaz possível. O autor (VILLADA, 2006, pp.20-21, p.192) sustenta que, no contexto das redações multimidiáticas, com equipes cada vez mais reduzidas, repórteres mais dispersos, fontes informativas mais diversificadas, custos mais baixos e tempo nos ciclos de produção mais curtos, a figura do gestor de conteúdo se tornará crescentemente importante.

Kulinski (2006, pp.144-145) aponta que, na área da comunicação, sobretudo nos produtos na *web*, o planejamento da gestão nem sempre está em conformidade com a definição da terminologia, ficando a meio caminho entre um esboço de ideias e as verdadeiras aspirações da organização. Situação que é agravada no caso das universidades, onde a gestão parte de uma “instituição fragmentada, hierarquizada, desestruturada e com pouco envolvimento dos seus públicos internos na gestão de seu próprio futuro”.

Apesar desse panorama, não devemos acreditar que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário não podem modificar a situação vigente, justamente por integrarem as características da *web* e das instituições acadêmicas. Como afirma Machado (2000, pp.359-360), uma das principais marcas das tecnologias digitais é a flexibilidade de seus modelos de gestão, o que permite que cada nova proposta contenha em si mesma diversas

fórmulas potenciais de estruturação de uma organização jornalística. A seguir, sistematizamos três diferentes modelos de gestão da produção verificados no webjornalismo audiovisual universitário praticado nas três iniciativas estudadas.

5.3. Três modelos de gestão da produção

É possível afirmar que a gestão das equipes e dos equipamentos e, por conseguinte, dos conteúdos das experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas segue a mesma lógica da autonomia, mencionada anteriormente, que é conferida aos estudantes. Identificamos três diferentes modelos de gestão da produção, divididos em dois grupos. O primeiro grupo, que inclui somente um modelo, é o da **produção centrada no corpo docente**, exemplificado em particular pela TV UVA. O segundo grupo, o de **produção centrada no corpo discente**, engloba dois modelos distintos: 1) a **produção centrada nos alunos em geral**, cuja principal ilustração é a TV UERJ; e 2) a **produção centrada nos bolsistas e/ou estudantes mais experientes**, tipo de gestão utilizada sobretudo pelo TJ UFRJ.

A TV UVA é, das três iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual, a que possui hierarquia mais rígida e a que melhor caracteriza o “modelo de produção centrada no corpo docente”. A coordenação geral é da diretora Mônica Miranda. Abaixo dela, estão Shirley Vasconcelos, que administra equipamentos, materiais, verbas e a equipe técnica; e Anderson Barreto, que coordena de forma mais direta as ações dos estudantes. Durante a reunião de pauta acompanhada no período da pesquisa de campo, verificamos que é o coordenador de produção quem determina, em maior medida, os temas e suas abordagens, a escala e distribuição de tarefas entre os alunos, os entrevistados mais adequados para cada programa etc. Para a definição de todas essas questões, Anderson sempre tem o aval de Mônica e Shirley, com quem tinha breves reuniões todos os dias. No último dia da visita à TV UVA, porém, houve uma reunião mais longa (quase duas horas) entre os três para decidir os caminhos da reformulação da *webtv* universitária. Embora os alunos sempre pudessem fazer sugestões, as quais seriam “levadas” por Anderson para as reuniões, estas ocorriam a portas fechadas, evidenciando a hierarquia rígida existente nessa experiência acadêmica e inibindo a efetiva integração entre toda a equipe.

Na TV UERJ, a hierarquia é mínima: os próprios alunos gerem, praticamente sozinhos, todo o processo de produção. Por isso, a televisão universitária on-line foi inserida no “grupo de produção centrada no corpo discente” e classificada, de modo mais específico, no “modelo de produção centrada nos alunos em geral”. Durante a pesquisa de campo, os 12 estudantes, entre bolsistas e voluntários que compunham a equipe, se revezavam entre todas as funções. Os únicos alunos que possuem uma distinção dos demais são o editor-chefe⁸⁸, responsável pelo *Telejornal UERJ On-line*, e os editores de cada um dos outros três programas. No período de visitação à TV UERJ, tivemos a oportunidade de acompanhar o processo de substituição do editor-chefe. O editor que deixa o projeto indica dois alunos que considere mais capacitados para assumir seu lugar e ocorre uma votação na equipe para eleger um dos dois candidatos. Ou seja, embora a equipe também seja composta pelo corpo docente (coordenador) e por um funcionário da instituição (Robson Carlos de Souza), não há qualquer interferência desses no processo de escolha do novo editor-chefe. Na eleição acompanhada, o funcionário Robson teve direito a voto, mas com o mesmo peso que todos os demais membros da equipe.

Brasil (2010) destaca que, enquanto coordenador, sempre teve somente a função de supervisionar os conteúdos dos alunos, os quais têm completa autonomia para decidir sobre a produção da televisão on-line. “O coordenador funciona como uma bússola que os alunos consultam apenas quando precisam e, ainda assim, ela só aponta o caminho” (BRASIL, 2010). Brasil (2010) classifica essa gestão “atípica”, em que a hierarquia funciona apenas entre os próprios estudantes, como um dos aspectos mais experimentais da TV UERJ. A bolsista Roberta Marins (2010), aluna do 2º período de Relações Públicas, afirmou que, na televisão on-line, aprendeu a ser autossuficiente e, ao mesmo tempo, a conviver e trabalhar em grupo, pois “como não tem ninguém para mandar, temos que saber levar um pouco mais”.

O TJ UFRJ encontra-se em um ponto intermediário com relação à TV UERJ e à TV UVA. Por isso, foi classificado enquanto um

⁸⁸ Tradicionalmente, cabem ao editor-chefe as seguintes tarefas: responder pela edição final do telejornal quanto ao conteúdo e ao formato; avaliar a relevância das informações, determinando se e como serão publicadas; decidir a ordem de apresentação mais apropriada dos conteúdos, a fim de facilitar a compreensão dos fatos pelo público; avaliar pautas; garantir o cumprimento das metas de tempo; e realizar a gestão dos recursos, inclusive os humanos (BONNER, 2009, pp.126-127).

“modelo de produção centrada nos bolsistas e/ou estudantes mais experientes”. Há, sim, níveis de hierarquia, o que não significa afirmar que existem “lugares de protagonismo” na equipe. Conforme ressalta Becker (2010), no TJ UFRJ, em função de uma ideia de equipe muito forte, não se fala em hierarquia, mas em “liderança”. As bolsistas que possuem mais responsabilidades dentro do processo de produção acabam tendo um maior papel de liderança que as demais, o que não implica em que uma seja mais importante que a outra. Por exemplo, a bolsista Lara Mateus, integrante do TJ UFRJ desde o segundo semestre de 2006, quando participou do Laboratório, hoje, divide as responsabilidades executivas com a coordenadora, cuida da gestão do webjornal audiovisual, faz pautas e escalas, estabelece os contatos institucionais necessários dentro da UFRJ e concretiza os planejamentos teóricos para o projeto. Isso revela, também, que nem mesmo a coordenadora tem um protagonismo dentro da equipe, já que divide tarefas com a bolsista PIBIC, embora exista, é claro, uma hierarquia entre elas, já que se tratam de aluna e professora. Em outras palavras: no TJ UFRJ há o papel da coordenadora para orientar os alunos, os quais, entretanto, têm liberdade para interferir no processo de produção, de forma mais ou menos direta em função do caminho já percorrido no projeto. É por essa razão que optamos por incluir o “modelo de produção centrada nos bolsistas e/ou estudantes mais experientes” dentro do “grupo de produção centrada no corpo discente”, e não classificá-lo enquanto um modelo independente.

A estrutura de gestão do TJ UFRJ aproxima-se do modelo de gerência *middle-up-down*, indicado por Nonaka e Takeuchi (1997, p.263) como o mais propício ao desenvolvimento de inovações. O modelo *middle-up-down* é uma síntese das duas extremidades de uma dicotomia entre os modelos *top-down* e *bottom-up*, ou seja, integra os benefícios de ambos os modelos para proporcionar a criação do conhecimento. O modelo *top-down* parte do princípio de que somente a alta gerência é capaz de criar o conhecimento e de que somente o conhecimento criado pela gerência deve ser processado e implantado. Do lado oposto, está o modelo *bottom-up*, caracterizado pela criação de conhecimento pelos funcionários da linha de frente de mentalidade empreendedora, sendo que poucas são as ordens e instruções vindas da gerência (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p.263, pp.281-282). Podemos traçar um paralelo, com base nas observações já apresentadas, entre o

modelo *top-down* e o adotado pela TV UVA, assim como entre o modelo *bottom-up* e o utilizado pela TV UERJ.

O modelo *middle-up-down* pode ser verificado quando o conhecimento é criado pelos gerentes de nível médio, que, na maioria das vezes, são líderes de uma equipe, em um processo que envolve a interação em espiral entre a gerência e os funcionários da linha de frente. Nessa estrutura, os gerentes de nível médio estão no centro da construção da síntese entre os outros dois modelos (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, pp.281-282).

Nesse modelo, a alta gerência articula a visão ou sonho para a empresa, enquanto os funcionários da linha de frente, que atuam nas trincheiras, examinam a realidade. A defasagem entre sonho e realidade é abrandada pelos gerentes de nível médio, que atuam como mediadores entre os dois, criando conceitos de negócios e produtos intermediários. Ao fazê-lo, eles resumem o conhecimento tácito da alta gerência e dos funcionários da linha de frente, tornando-o explícito e incorporando-o a novas tecnologias, produtos e programas (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p.272).

É possível comparar o papel dos integrantes mais experientes do TJ UFRJ, hoje a bolsista PIBIC Lara Mateus, com a função dos gerentes de nível médio, na medida em que ambos estabelecem o elo entre a gerência, ou seja, a coordenação, e a linha de frente, ou seja, repórteres, cinegrafistas etc. Importante também é destacar que o modelo de gestão de produção adotado pelo TJ UFRJ (produção centrada nos bolsistas e/ou estudantes mais experientes) também se encaixa na estrutura organizacional que mais pode contribuir para a criação do conhecimento, segundo Nonaka e Takeuchi (1997, pp.20-21): a estrutura em hipertexto, a qual retira o melhor da eficiência oferecida por outras duas formas de organização – a hierarquia formal e força-tarefa flexível.

A hierarquia formal, ou burocracia, e a força-tarefa são duas estruturas organizacionais opostas que existem há bastante tempo. A primeira é formalizada, especializada e centralizada, e adequada para a realização do trabalho de rotina com eficácia e em grande escala. A segunda é flexível, adaptável, dinâmica e participativa, e eficaz para a

realização de uma tarefa bem definida que precisa ser executada dentro de um período específico. Cabe ressaltar que são estruturas complementares e não mutuamente excludentes, por isso, devem ser compreendidas de maneira dicotômica (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p.282, p.273). Podemos, mais uma vez, relacionar – ainda que de maneira indireta, visto que nem todas as características se aplicam – o modelo da TV UVA (produção centrada no corpo docente) à primeira estrutura e o modelo da TV UERJ (produção centrada nos alunos em geral) à segunda.

Porém, para Nonaka e Takeuchi (1997, p.282), nem a hierarquia formal, nem a força-tarefa flexível, são as estruturas ideais para estimular o desenvolvimento de inovações. Por causa de sua propensão ao controle, a primeira estrutura inibe a iniciativa individual, tornando-se pouco eficiente para a aquisição, criação, exploração e acúmulo do conhecimento tácito. Já a segunda, em função da sua natureza temporária, não é muito eficaz na exploração e transferência de conhecimentos de forma contínua e ampla na organização como um todo. A mais adequada é a estrutura em hipertexto, em que a eficiência e estabilidade da burocracia são combinadas com a eficácia e o dinamismo da força-tarefa dentro de uma organização. Isso não significa que uma organização em hipertexto seja um pré-requisito para a criação do conhecimento organizacional, mas é algo que pode facilitar e/ou agilizar o processo de inovação (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, pp.263-264).

A definição da escala de atividades das equipes e o processo seletivo das experiências de webjornalismo audiovisual universitário são ilustrações que elucidam os conceitos relativos aos modelos de gerência e às estruturas organizacionais apresentados. Na TV UVA, é o coordenador de produção Anderson Barreto quem determina a escala, qual aluno produzirá que tipo de programa e tema, que estudante irá apresentar e/ou encenar cada programa etc. Está certo que, em acordo com o bolsista Eric Araújo (2010), isso não é realizado de forma aleatória, mas em função do perfil de cada aluno, mas, de qualquer maneira, é uma determinação que vem de cima para baixo hierarquicamente.

Na TV UERJ, a escala é feita pelo editor-chefe, ou seja, um dos alunos mais antigos do projeto. É o editor-chefe quem estabelece os responsáveis pela apresentação, pelos quadros, pelas reportagens e *stand-ups*, pela edição e pela atualização das redes sociais do *Telejornal*

UERJ On-line durante toda a semana, assim como os dias de folga de cada integrante da equipe⁸⁹. As escalas dos outros três programas da TV UERJ são estipuladas pelos seus respectivos editores. Não há, portanto, uma hierarquia tão forte na TV UERJ, porque, mesmo que haja uma espécie de “respeito” dos alunos perante as decisões do editor-chefe (conforme verificamos na pesquisa de campo, quando um dos alunos queria alterar a escala, mas os demais julgaram melhor “não passar por cima” do que o editor-chefe havia estabelecido), não há a figura da coordenação de modo muito presente no processo de produção da TV UERJ.

No TJ UFRJ, as escalas são elaboradas pela bolsista PIBIC Lara Mateus, submetidas à aprovação da prof^a. Beatriz Becker e, depois, comunicadas e discutidas com a equipe. Nas reuniões semanais do webjornal audiovisual, essas escalas são adaptadas de acordo com os horários de cada bolsista, ou seja, há uma flexibilidade expressiva, mas sempre dentro dos parâmetros estabelecidos pela coordenação e seguidos pela bolsista mais experiente. Por exemplo, para a distribuição das tarefas relacionadas à cobertura da Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, a escala foi sendo adaptada por Lara, buscando atender às possibilidades e impossibilidades de cada bolsista, com base na determinação da coordenadora de que cada estudante deveria fazer dois *flashes*, a fim de que nenhuma ficasse mais sobrecarregada que a outra. No domingo subsequente à reunião, Lara enviou para a lista de discussão do TJ UFRJ a escala final, com os temas e horários de todas as gravações da semana e com observações como “Todos os *flashes* deverão ser publicados no dia em que forem realizados”, evidenciando uma preocupação da coordenação com a atualização do webjornal audiovisual. Entretanto, essas escalas não são imutáveis ou estáticas. Podemos citar como exemplo o fato de que, embora a escala tenha designado as bolsistas Patrícia e Fernanda para um *flash* sobre o debate “Eleições 2010 – O Dossiê da Mídia”, realizado no auditório da Escola de Comunicação no dia 1º de outubro de 2010, Aline atuou de cinegrafista nessa gravação, por causa de um imprevisto ocorrido com Fernanda.

⁸⁹ Na TV UERJ, dois alunos folgam por dia. Mas, segundo a estudante do 1º período de Jornalismo e voluntária da TV UERJ Jéssica Mendonça (2010), a cada semana, os membros da equipe folgam em um dia diferente, a fim de que todos possam participar do processo de produção de todos os programas da televisão on-line.

Com relação ao processo seletivo, podemos afirmar que, na TV UVA, ocorre de forma tradicional. Em geral, os alunos são avisados em sala de aula da abertura do processo seletivo e se inscrevem. Realizam provas que incluem a elaboração de pautas e roteiros para determinados programas. Depois da aprovação na seleção, os estudantes são encaminhados para entrevista no setor de Recursos Humanos da Universidade. No entanto, há exceções, como o caso de uma monitora que afirmou ter ingressado somente através de uma visita à TV UVA, em que pediu uma vaga de monitoria à coordenação. Essa estrutura de seleção, inclusive a sua exceção, evidencia que o processo é determinado pelo corpo docente da TV UVA, sem contar com a participação ou opinião dos demais alunos que integram a equipe.

O processo seletivo na TV UERJ se configura de maneira oposta à TV UVA: são os próprios alunos quem selecionam os futuros membros da equipe. Assim como ocorre na TV UVA, na TV UERJ, no início de todos os semestres, há a divulgação para os calouros do processo de seleção. Aos candidatos são aplicados três diferentes testes: escrever um texto para um dos programas da TV UERJ; fazer a apresentação do *Telejornal UERJ On-line*; e interagir com os alunos mais experientes na bancada, simulando um debate ou uma entrevista. Com base nos testes, são os próprios bolsistas e voluntários da TV UERJ que selecionam os novatos. Quando há impasses, há uma votação para decidir quem ingressa. Também na TV UERJ, houve uma exceção: uma das alunas entrou a partir do “convite” de um dos membros da televisão on-line, porque a equipe estava precisando de um aluno da habilitação de Relações Públicas.

No TJ UFRJ, o processo seletivo é substancialmente distinto do empregado nas duas outras iniciativas, embora, assim como ocorre na TV UVA e na TV UERJ, leve em consideração a constatação de Barbeiro e Lima (2002, p.60) de que a ascensão funcional que não acontece por critérios de mérito, gera insatisfação, desestímulo e queda da qualidade do jornalismo. O ingresso de novos membros na equipe de bolsistas do TJ UFRJ, em geral, ocorre com base no desempenho dos alunos no Laboratório vinculado ao projeto, oferecido todos os semestres. As bolsistas de Iniciação Artística e Cultural Patrícia Valle (2010), Fernanda Braune (2010) e Alyne Bittencourt (2010) ingressaram no projeto no final do primeiro semestre de 2010, após participarem do Laboratório. A exceção é a bolsista Alyssa Gomes (2010), que entrou no TJ UFRJ diretamente como bolsista em setembro de 2010, através de

um processo seletivo específico para a vaga de edição/cinegrafia. Como era a única candidata que dominava essas atividades, foi selecionada. Em acordo com Becker (2010), a equipe de bolsistas sempre é renovada e o objetivo principal é “puxar” os alunos do Laboratório, visto que esses já se encontram em um processo de amadurecimento e, com o tempo, tendem a assumir cada vez maiores responsabilidades, como aconteceu com a bolsista PIBIC Lara Mateus. Cabe ressaltar, ainda, que na escolha dos novos integrantes, a opinião dos bolsistas mais antigos é sempre, ao menos, ouvida pela coordenadora do projeto. Conforme alertam Barbeiro e Lima (2002, p.53), é importante que a contratação de novos jornalistas seja aberta para a participação, indicação e avaliação do grupo que divide a liderança da redação.

Verificamos, portanto, que são várias as formas de organizar, estruturar e gerir os recursos humanos, inclusive fazendo uso de ferramentas digitais, para a produção jornalística nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas. A seguir, para além da diversidade de modelos de gestão da produção, trataremos de outra tendência no processo produtivo do webjornalismo audiovisual universitário: o hibridismo entre equipamentos analógicos e digitais.

5.4. O hibridismo entre equipamentos analógicos e digitais

As novas tecnologias de comunicação, em especial a Internet, têm se tornado recursos imprescindíveis às diversas atividades jornalísticas, sejam elas acadêmicas ou comerciais, modificando as formas de relação tanto do ponto de vista social e pessoal, quanto do profissional. A possibilidade atual de manipular todo tipo de conteúdo, seja texto, áudio, vídeo ou dados, na forma digital e pelo computador, gera profundas mudanças no modo como produzimos as narrativas jornalísticas e aponta para um futuro em que o diferencial estará nas redações completamente digitais (PAVLIK, 2001, p.115). Segundo López e Otero (2006, p.39), a digitalização, um dos termos mais genuínos desse processo de transformação, unifica os meios em seu suporte técnico e nas formas de difusão, e incide na recepção e no tipo de público. Se, antes, a criação, a produção e o armazenamento de dados se constituíam enquanto procedimentos técnicos separados; a digitalização atenua ou elimina essas barreiras, integrando a gravação, a edição e a circulação em um único sistema. Hoje, as diversas tecnologias digitais disponíveis ocupam um espaço cada vez maior,

tanto na captura, quanto no processamento e disseminação da informação (MIELNICZUK, 2003, p.25).

Conforme destaca Micó (2006, p.171), a produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais nas redações da era digital se automatiza na edição, no armazenamento e na emissão de cada vídeo. Os servidores digitais fornecem ferramentas para auxiliar os jornalistas nas tarefas de selecionar, organizar, recuperar e distribuir a informação audiovisual. A digitalização permite também uma mudança nos suportes empregados pelas mídias tradicionais para o registro dos vídeos, introduzindo o conceito de “*tapeless*”, relacionado à extinção das fitas (*tapes*) na captação, edição e transmissão de conteúdos audiovisuais, na medida em que as imagens são gravadas por câmeras digitais e o material é armazenado em computadores com grande capacidade de memória, acessados pelos editores de vídeo e de texto (AMARAL, 2007, pp.9-10; PERALTA, 2005, pp.125-126).

Entretanto, se engana aquele que acredita que a digitalização do processo de produção do jornalismo audiovisual é um empreendimento recente. São vários os autores que apontam as origens desse processo ainda no século passado. Masip (2008, pp.42-43) defende que, embora a implantação das redações informatizadas não seja a primeira grande mudança tecnológica do jornalismo audiovisual – posição ocupada pela substituição do filme pelo vídeo e pela introdução da tecnologia ENG (*Electronic News Gathering*) –, esse avanço ocorreu no final da década de 1980. Silva (2006, p.20) também sustenta que a informática foi incorporada ao telejornalismo nesse período, agilizando a produção e exibição dos diferentes formatos e viabilizando uma interligação completa entre os setores da organização, assim como o acesso simultâneo a todos os responsáveis pela realização do produto.

Keirstead e Keirstead (1999, p.23, p.75) indicam que foi na década de 1970 que o negócio de computadores para redações de radiodifusão começou o seu desenvolvimento, que, atualmente, apresenta quatro fases distintas. A primeira fase foi marcada pela dependência dos computadores de cada profissional aos terminais centrais para a maioria de suas funções. Além disso, grande parte dos equipamentos digitais eram lentos, pesados e caros. Nessa primeira etapa, houve o desenvolvimento simultâneo de sistemas nos Estados Unidos, na Inglaterra e na Alemanha, sendo que algumas das partes não tinham ciência de que outros empresários estavam trabalhando sobre a

mesma ideia e os poucos que sabiam não compartilhavam informações, ou seja, eram iniciativas isoladas.

A segunda fase começou no início dos anos 1980 com a introdução das pesquisas sobre computadores pessoais. Mais tarde, ainda nessa fase, o desenvolvimento de redes que unificaram os computadores pessoais teve seu custo reduzido e simplificou a operação de sistemas de computadores para redações de radiodifusão. Por volta de 1988, avanços no controle das máquinas permitiram aos vendedores de computadores de redação iniciar uma terceira fase, desenvolvendo controles de automação eficazes para dispositivos da produção. Este foi, talvez, o maior avanço no desenvolvimento de sistemas de computadores de redação de radiodifusão, pois abriu a possibilidade de poupar investimentos ao produzir conteúdos audiovisuais. A quarta fase começou em 1995 com a *British Broadcasting Corporation* (BBC) solicitando propostas para significativas mudanças conceituais em sistemas de redação, desbloqueando arquivos e ampliando a capacidade de transferência dos dados de áudio e vídeo dos sistemas de redação. A partir de então, texto, áudio e vídeo poderiam ser entregues aos computadores dos jornalistas, o que levaria a reduções de pessoal e dobraria as tarefas para jornalistas e técnicos (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.23).

Um entrave recorrente nesse processo de desenvolvimento era imposto pela ideia de alguns empresários e pesquisadores de que os sistemas de computador empregados nas redações de veículos impressos deveriam ser replicados no audiovisual. Alguns dos profissionais que programaram os sistemas de computador da redação de jornais erroneamente assumiram que esse conhecimento era transferível para as redações de radiodifusão com apenas pequenas alterações. Ou seja, não havia a compreensão de que se tratavam de duas formas de mídia distintas e que adaptações significativas seriam necessárias, na medida em que não havia na radiodifusão qualquer fase do processo produtivo que exatamente replicasse os procedimentos necessários para enviar um jornal para impressão, por exemplo (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, pp.17-19). Com isso, no início, o uso dos computadores ficou essencialmente reduzido a consultas a sistemas de informações on-line, como as bases de dados *Lexis/Nexis*, *Data Star* ou *DataTimes* (MASIP, 2008, pp.41-42).

Outro problema era a fragmentação, não apenas das pesquisas desenvolvidas em diferentes países, conforme já mencionado, mas

também entre os próprios sistemas de automação interna até meados da década de 1980. O processo de desenvolvimento foi fragmentado enquanto os sistemas de computador não encontraram o caminho para que a informação incluída nos roteiros jornalísticos funcionasse como um “gatilho” para os dispositivos digitais que desempenhavam as funções produtivas. Isso ocorreu no final dos anos 1980, quando o sistema de computador de redações de radiodifusão tornou-se um “integrador de sistemas”, isto é, um sistema que pode ser integrado com outros para criar uma via informatizada do-início-até-o-fim para a maioria dos componentes de uma transmissão audiovisual. É a sinergia necessária para a interligação dos sistemas de computador isolados dentro de uma operação de radiodifusão ou a cabo (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.21, p.140; MASIP, 2008, p.42). Tais sistemas integrados, na opinião de Masip (2008, pp.44-45), modificaram a estrutura das redações: as cabines de edição e montagem, por exemplo, começaram a dar lugar a computadores pessoais equipados com *softwares* especializados no tratamento digital de imagens, conectados a um servidor central, o qual se torna uma espécie de centro nevrálgico da redação. O termo “automação” é frequentemente empregado para descrever este processo, embora a nomenclatura mais precisa, segundo Keirstead e Keirstead (1999, p.97), seja “controle da máquina”.

Não afirmamos, de forma alguma, que a integração total de um sistema de computador de redação é uma tarefa fácil e que a automação é uma tecnologia simples. Pelo contrário, reconhecemos que esse tipo de desenvolvimento tecnológico é complexo, sobretudo quando se tenta integrar sistemas mutuamente excludentes por uma série de razões, incluindo a incompatibilidade do *software* do computador, limitações de armazenamento, e problemas de comunicação, de interface, de *hardware* e de rede. Além disso, para desenvolver a automação, é preciso que os usuários do sistema definam quais tarefas poderiam ser beneficiadas por essa tecnologia: em geral, são atividades repetitivas que poderiam ser realizadas sem intervenção humana, ou onde os seres humanos são propensos a cometer erros decorrentes do tédio (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.141, p.147).

No Brasil, a implantação dos computadores nas redações de telejornalismo aconteceu somente na década de 1990. O que, em acordo com Kneipp (2010, p.272), não ocorreu sem resistência por parte dos jornalistas, os quais mantinham a máquina de escrever sempre ao lado. A *Rede TV* foi a primeira emissora brasileira a estabelecer um

armazenamento de imagens digital e a realizar todas as tarefas que envolvem a transmissão direta de um telejornal ou programa de forma totalmente informatizada. Foram abolidas as fitas, o *teleprompter*, o gerador de caracteres e o *script* impresso. “Toda essa operação é feita integrada no computador e tem um *software* que controla todos os outros, chamado de *digital news*” (KNEIPP, 2010, pp.272-273).

Ainda hoje, é difícil atingir a automação completa de um conteúdo jornalístico audiovisual devido às variações nos protocolos de controle e processos implicados na arquitetura dos diferentes dispositivos de produção (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.148). Mas, é também difícil imaginar uma redação jornalística audiovisual sem um sistema de computador, que pode estar associado a diversos dispositivos de produção, entre os quais Keirstead (2005, pp.20-23) aponta o *prompter*; o gerador de caracteres (GC); o *still store*; o *chromakey*; o *closed captioning*; o controle de câmera; o *videotape* ou a reprodução do disco rígido; os efeitos de luzes; a realidade virtual; os recursos do computador; e o controle de produção. O desenvolvimento dos sistemas digitais para redações também é fundamental para a eliminação de alguns obstáculos à troca (envio e recepção) de conteúdos audiovisuais: a tecnologia digital possibilita que os grandes arquivos característicos do vídeo sejam transferidos rapidamente por meio da rede para outra estação de trabalho em forma de dados (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.149).

Pavlik (2001, p.115) afirma que a chave para o futuro do jornalismo é a redação completamente digital, onde cada componente processa a informação de forma computadorizada, isto é, nenhum conteúdo é processado de modo analógico. Peticca (2005, p.13) destaca que a comunicação digital oferece a possibilidade de modificar, transferir e corrigir, de maneira veloz e simples, grandes quantidades de dados ao mesmo tempo em que são transmitidos ou recebidos, além de propiciar um aumento expressivo na capacidade de adaptação às diferentes situações e às necessidades dos usuários. Para Masip (2008, p.44), portanto, a digitalização das redações permite um aumento na velocidade, uma redução nos custos e uma melhora técnica do processo de produção com relação à tecnologia analógica.

Essas características das redações digitais excluem, por exemplo, o uso de fitas, remetendo ao conceito de produção *tapeless* já mencionado. Kneipp (2010, p.273) e Peralta (2005, pp.125-126) defendem que, na contemporaneidade, o ideal em termos técnicos é que

não se trabalhe com fita nenhuma, já que todo o processo deve ser digital. “Se o *videotape* acabou com o filme, a era digital acaba com a fita. *Tapeless* é a grande novidade”, sentencia Paternostro (2006, p.65). Isso porque as câmeras digitais contemporâneas são equipadas para gravar com discos ópticos ou cartões de memória, os quais podem ser gravados e regravados sem perda de qualidade, visto que o armazenamento do áudio e do vídeo é realizado em forma de dados (*bits*).

Além de digitais, as câmeras de vídeo são cada vez mais portáteis, leves e de baixo custo, permitindo que sejam capturados vídeos sobre qualquer fato jornalístico com qualidade de imagem. A moderna tecnologia digital está também tornando possível uma variedade de novos formatos de vídeo, como os das câmeras que filmam em 360° (PAVLIK, 2001, p.117, p.195). Micó (2006, p.148) chama a atenção para o fato de que nas últimas três décadas tem aumentado o uso de minicâmeras não profissionais. Segundo o coordenador interino da TV UERJ, prof. Fábio Mário Iório (2010), as tecnologias digitais têm gerado equipamentos cada vez mais simples e baratos, tais como as câmeras portáteis, o que favorece experimentos laboratoriais como as iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual.

Esse, contudo, não é um processo recente de desenvolvimento tecnológico. Conforme relatam Keirstead e Keirstead (1999, pp.150-151), as câmeras de campo já tinham adotado a tecnologia digital desde quando passaram a utilizar “chips” para substituir os tubos de vídeo, o que ocorreu muito antes da edição não linear ser introduzida. Mas, havia um elo perdido na transição para a gravação digital: o gravador acoplado à câmera, que se baseava em *videotape*. Em outras palavras: os discos rígidos foram elaborados para serem suficientemente robustos para a gravação dos vídeos, mas a estrutura de armazenamento não tinha se desenvolvido nos mesmos sentido e proporção, tal como verificamos atualmente. Masip (2008, pp.43-44) endossa essas afirmações ao destacar que, apesar da possibilidade tecnológica de gravar imagens em formato digital com câmeras cada vez mais flexíveis e miniaturizadas, o processo de edição continuava sendo realizado em equipamentos lineares; situação que só começou a mudar com a introdução dos sistemas de edição não linear – assunto que será abordado de modo mais profundo e detalhado no sexto capítulo dessa dissertação.

Hoje, as ferramentas digitais são cada dia mais acessíveis, em função de seu baixo custo, e portáteis, viabilizando que os jornalistas

trabalhem nas ruas e em redações digitais (PAVLIK, 2001, pp.199-200). Com um pequeno orçamento e equipamentos digitais não profissionais de gravação e edição, é possível obter uma produção satisfatória em termos de quantidade e qualidade (AFFINI; BURINI, 2009, pp.1-2). Entretanto, não devemos considerar que a transição para o meio digital proporciona somente benefícios. Pelo contrário, ao mesmo tempo em que é uma oportunidade, se constitui enquanto uma ameaça (PAVLIK, 2001, p.121).

Pavlik (2001, pp.116-117) aponta algumas das principais vantagens das redações digitais sobre as analógicas: maior eficiência e produtividade; processamento de vídeos e controle das operações noticiosas através de um único ambiente computacional; criatividade reforçada; precisão, cobertura e atualidade mais expressivas; arquivos e bibliotecas digitais; escaneamento dos vídeos rápido e facilmente, com a capacidade de assisti-los em várias janelas do computador; e maior possibilidade de experimentar sequências audiovisuais diferenciadas, permitindo organizar os segmentos de vídeo originais para refinar o produto jornalístico.

Com relação à digitalização dos vídeos, também existem diversos desafios. Na opinião de Masip (2008, p.45), apesar de suas mais aparentes vantagens, a transição do equipamento analógico para as novas redações digitais integradas não tem sido realizada sem traumas. É possível destacar alguns dos desafios mais significativos: 1) já que a codificação, a indexação e a recuperação dos materiais audiovisuais são automáticas, a tendência é a redução da equipe designada para esse fim e até a extinção de algumas funções técnicas (mesmo que novas surjam); 2) o armazenamento da informação digital é prejudicado pela possibilidade de que a mídia se torne obsoleta; e 3) ainda que a digitalização elimine muitas das barreiras técnicas e organizacionais para a edição de vídeo, também pode gerar implicações negativas para os conteúdos audiovisuais, visto que os repórteres cada vez mais ficam sob pressão para atuar na produção solitária por razões de corte de custos, em muitos casos, sem terem a formação adequada (PAVLIK, 2001, pp.119-121; MASIP, 2008, pp.45-46).

Esses desafios evidenciam que, apesar do papel central da digitalização no jornalismo praticado atualmente, em especial no ciberespaço, a mediação humana sempre merece ser considerada e valorizada, mantendo o seu lugar no processo de produção, a fim de garantir a qualidade do produto jornalístico. Conforme alerta Keirstead

(2005, p.19), os sistemas de automação da redação jornalística foram desenvolvidos para simplificar a parte técnica e operacional de elaboração dos vídeos, melhorar a comunicação dentro da operação de informações, e até substituir os operadores humanos de máquina, mas apenas onde isso é possível. Herreros (2003, pp.73-74) sustenta que o mediador humano da produção maneja os equipamentos e dispositivos para realizar determinadas operações, já que a técnica não atua por si só. Nem mesmo uma câmera parada em um lugar atua por si, pois alguém a deixou ali e previamente selecionou as lentes, o enquadramento e a profundidade de campo, apenas para citar alguns exemplos. Trata-se, portanto, de uma mediação técnica que requer antes e depois uma mediação humana. Como aponta Quinn (2005, p.193), hoje, os jornalistas precisam saber lidar com as novas ferramentas digitais, assim como possuir uma mentalidade aberta para novas ideias e, portanto, para novas formas de executar o seu trabalho, que continuará tendo relevância.

Na produção jornalística audiovisual universitária, a compreensão de todas essas questões também é relevante, mesmo que os equipamentos de gravação e edição de imagem e som ainda se encontrem em transição dos sistemas analógicos para os digitais: os equipamentos de edição e finalização já são digitais e os equipamentos de gravação e transmissão ainda são analógicos, explicitando que a atualização tecnológica das universidades ainda é relativa (PRIOLLI, 2007). Nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário, disponibilizadas na Internet, a circulação já é digital, mas a gravação continua a ser, em geral, tradicional.

Na TV UVA e no TJ UFRJ, ainda são usadas fitas para gravação, ou seja, o processo de produção não é *tapeless*. Isso exige que as imagens gravadas sejam, posteriormente, digitalizadas, a fim de passarem pelos processos de edição e publicação nos *sites*. A TV UERJ é a única das iniciativas acadêmicas analisadas que já tem gravação digital, realizada por meio de uma câmera portátil e não profissional. No entanto, a qualidade da imagem dessa câmera não é alta, além de que não é possível conectá-la a um microfone, fatores que comprometem a imagem e o som dos conteúdos audiovisuais produzidos pela televisão on-line se comparados aos produtos da TV UVA e do TJ UFRJ. Ou seja, nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário o processo ainda não é completamente digital e as câmeras portáteis, de baixo custo e não profissionais utilizadas não oferecem tanta qualidade de imagem e

som quanto as tradicionais, mostrando que algumas das perspectivas apontadas anteriormente, embora já sejam realidade no mercado, ainda não se aplicam aos meios de comunicação universitários.

Nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário, o hibridismo não é verificado apenas nas etapas mais “gerais” de gravação, edição e circulação. Podemos falar, também, que a hibridização existe dentro do próprio processo de gravação, por exemplo. Na TV UERJ, em que a gravação é digital, a operação da câmera não o é, ainda que essa função já possa ser realizada de modo automatizado (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.104).

Não afirmamos aqui que o hibridismo entre o analógico e o digital, a forma mais comum no webjornalismo audiovisual universitário, é algo prejudicial ao processo de produção. Em acordo com Herreros (2003, p.91), destacamos que, mesmo que as inovações tecnológicas caminhem no sentido de uma digitalização total do processo de produção, existe sempre um passo intermediário, marcado pelos sistemas híbridos que integram tecnologias analógicas e digitais na gravação, edição, circulação e/ou armazenamento das imagens e sons. Esse período de transição, em que dois tipos diferentes de tecnologia coexistem, é comum e “natural”. Como ilustram Keirstead e Keirstead (1999, p.22), esse processo foi verificado também na digitalização das emissoras de televisão, onde, por um bom tempo, a tecnologia de áudio e vídeo estava no domínio analógico, os computadores utilizavam a ciência digital e as distintas partes do sistema de produção eram eletrônicas. Além disso, segundo Stovall (2004, p.162), ainda hoje, muitos radiodifusores continuam usando câmeras de *videotape*, de modo que a fita precisa ser digitalizada e algumas vezes reeditada antes de ser colocada no *site* da emissora.

5.5. Um diferencial: o livre acesso dos estudantes aos equipamentos de gravação, edição e circulação dos vídeos

No que se refere aos equipamentos, portanto, um dos maiores diferenciais das iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual não está na possibilidade de digitalização do processo de produção por completo, mas no livre acesso de todos os membros da equipe aos equipamentos digitais dos projetos universitários. Na TV UVA, na TV UERJ e no TJ UFRJ, todos os estudantes, assim como professores e técnicos, podem ter contato, sempre que desejarem, com os equipamentos para gravação, edição e circulação dos vídeos.

É verdade que na TV UVA e no TJ UFRJ equipamentos como câmeras, microfones, tripés e *spots* de iluminação não ficam exatamente na mesma sala onde os alunos se concentram, como ocorre na TV UERJ. Mas, isso não impede que todos tenham acesso aos mesmos, na medida em que basta que cada um dos membros da equipe se responsabilize pela sua retirada. Na TV UVA, os equipamentos são guardados em um almoxarifado localizado no térreo do pequeno prédio em que fica a TV UVA, chamado de “Casa da Comunicação”. Segundo o estagiário Eduardo Lima (2010), em geral, os equipamentos são retirados pelos técnicos (Alberto Ramiro e Lúcio Cardoso), mas os alunos têm liberdade para fazer isso se necessário e desde que essa retirada seja comunicada à equipe.

No TJ UFRJ, até o final de 2009, os equipamentos eram guardados na própria sala do projeto, de onde os alunos poderiam retirá-los livremente. Porém, com o desaparecimento de um tripé, todos os equipamentos do TJ UFRJ, com exceção dos computadores, passaram a ser armazenados no almoxarifado da Central de Produção Multimídia (CPM), prédio do qual a sala do projeto é um anexo. Essa medida foi tomada porque na retirada e na devolução dos equipamentos da CPM, administradas por um funcionário, os membros do TJ UFRJ cadastrados pela coordenadora devem assinar um termo de responsabilidade. Embora os alunos percam parte da autonomia que antes possuíam para utilizar os equipamentos, isso garante controle sobre os mesmos, assim como exige mais da responsabilidade dos bolsistas.

Cabe ressaltar que, apesar dos equipamentos ficarem armazenados no almoxarifado da CPM, são exclusivos do TJ UFRJ (possuem, inclusive, uma etiqueta) e não podem ser utilizados pelos demais estudantes da Escola de Comunicação para seus trabalhos acadêmicos, o que poderia comprometer a produção do webjornal audiovisual. Na TV UERJ, por outro lado, os equipamentos do Laboratório de TV e Vídeo podem ser utilizados, na parte da manhã e da noite, pelos demais alunos e professores da Universidade, já que a televisão on-line funciona apenas na parte da tarde. Mas, em um caso de emergência, como a necessidade de cobertura de um fato completamente inesperado, essa estrutura pode prejudicar a produção da TV UERJ.

Outra crítica possível quanto à liberdade de acesso aos equipamentos nas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual é a de que na TV UVA e no TJ UFRJ há uma divisão de tarefas entre a

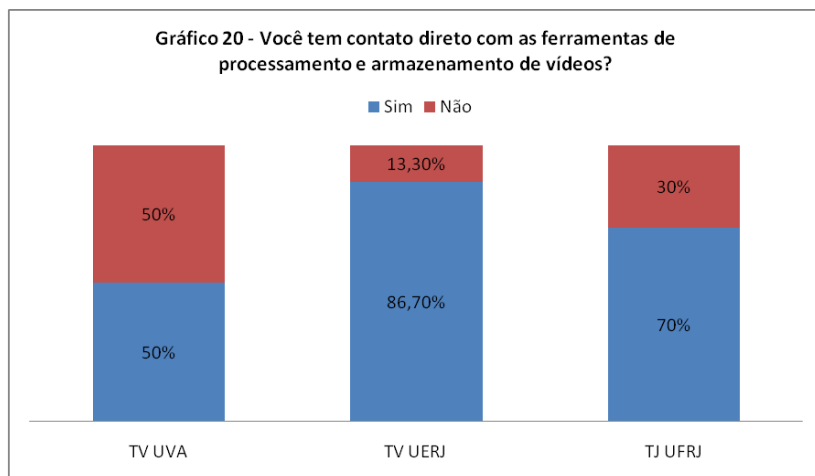
equipe, o que acaba determinando a quais recursos cada aluno terá acesso mais direto e recorrente. Porém, essa divisão não é tão rígida que impeça os alunos que trabalham como cinegrafistas de terem contato com as ferramentas de edição não linear, por exemplo.

Na TV UVA, há diversos estudantes os quais ilustram ser possível o acesso a todos os equipamentos e processos, caso isso seja um desejo dos próprios alunos. O bolsista Alexandre Ponce (2010), estudante do 1º período de Publicidade, ingressou na TV UVA como editor de vídeos e, durante a pesquisa de campo, estava em “fase de transição” para a equipe de produção. Nesse período, desempenhava atividades nas duas funções. A estagiária Joyce Brum (2010), que cursa o 2º período de Publicidade, é a responsável pela publicação dos vídeos na *web*, pela atualização das redes sociais e do *blog*, e pelo envio semanal da *newsletter* da TV UVA. Já ingressou na *webtv* universitária desempenhando essa função, mas, por um mês experimentou participar da produção. Como não gostou da experiência, retornou para sua função original. O estudante do 1º período de Publicidade e estagiário de edição Vitor Granja Nascimento (2010) é um terceiro exemplo dessa flexibilidade de funções e da possibilidade que todos os estudantes possuem de ter acesso a diferentes equipamentos digitais. Vitor ingressou na TV UVA desempenhando as atividades atualmente realizadas por Joyce. Hoje, entretanto, é editor de imagens. Por fim, cabe mencionar o caso da monitora de cinegrafia Valéria Lobato (2010), que cursa o 2º período de Publicidade. Há somente um mês na TV UVA, Valéria tem acompanhado o técnico em cinegrafia Alberto Ramiro Guimarães (funcionário) em todas as gravações para aprender os princípios básicos, mas, no futuro, pretende também participar do setor de produção da *webtv*.

No TJ UFRJ, assim como na TV UVA, há funções específicas. A diferença entre as duas iniciativas acadêmicas está no fato de que, no TJ UFRJ, a maior parte dos bolsistas participa, em um primeiro momento, do Laboratório vinculado ao projeto, onde tem contato e adquirem familiaridade com todos os equipamentos empregados na produção webjornalística audiovisual universitária, desde a gravação até a publicação no webjornal audiovisual. Prova disso é que todas as bolsistas do projeto, sem exceção, afirmaram possuir, ao menos, noções básicas de captação, edição e circulação de vídeos para o TJ UFRJ.

Os percentuais verificados nos questionários aplicados aos membros das três experiências de webjornalismo audiovisual

universitário analisadas corroboram que, embora as estruturas de cada iniciativa influenciem no maior ou menor contato com as ferramentas digitais de processamento e armazenamento dos vídeos, o acesso é livre a todos. A TV UERJ é a experiência acadêmica em que mais integrantes têm contato direto com essas ferramentas: 86,7%; afinal, todos os alunos se revezam continuamente entre todas as funções. Em segundo lugar está o TJ UFRJ, com 70%; seguido da TV UVA, com 50%, conforme ilustra o gráfico a seguir.



Fonte: autora

Como foi possível notar, a digitalização cada vez maior da produção, mesmo que ainda híbrida, assim como a parcial ou total liberdade de acesso a equipamentos digitais, tem sido o sentido do desenvolvimento do webjornalismo audiovisual universitário. Essa digitalização, entretanto, é mais evidente na edição dos conteúdos audiovisuais, sobretudo através de sistemas não lineares, temas abordados com mais detalhes no próximo capítulo, dedicado à etapa de edição do processo produtivo nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual.

CAPÍTULO SEIS

A edição no webjornalismo audiovisual universitário

Nesse sexto capítulo da dissertação, pretendemos, em primeiro lugar, evidenciar o processo de complexificação pelo qual a etapa de edição vem passando na contemporaneidade, sobretudo diante das potencialidades e desafios das tecnologias digitais de comunicação. A partir disso, será apresentada uma sistematização dos dois métodos de edição identificados nas três iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário analisadas: 1) edição em dupla – repórter com editor, exemplificada pela TV UVA; e 2) edição independente – editor sem repórter, ilustrada pela TV UERJ e pelo TJ UFRJ, mesmo que de formas distintas.

Em seguida, destacaremos uma constante do processo produtivo das três experiências acadêmicas estudadas: o uso da edição não linear. Finalizaremos esse sexto capítulo discorrendo sobre a tendência de preponderância dos recursos de edição não linear nos conteúdos atemporais do webjornalismo audiovisual universitário. Serão sugeridos como exemplos centrais o emprego das trilhas sonoras e a inserção de efeitos e recursos gráficos na imagem, mas sem deixar de abordar as vinhetas e os créditos enquanto exceções à tendência proposta pela pesquisa.

6.1. A complexificação da edição diante das tecnologias digitais

A edição não é aqui compreendida apenas como a técnica de montagem de vídeos, à qual grande parte das pessoas remete quando tratamos de produtos audiovisuais. Como edição, referimo-nos também à seleção de informações, uma atividade cada vez mais fundamental na contemporaneidade, quando, diante de um caudal de dados, o desafio é discernir entre uma informação de qualidade e uma não confiável (VIVAR; GUADALUPE, 2005, p.135). De acordo com Quinn (2005, p.193), em vez de encontrar, o dilema atual é filtrar o intenso fluxo de informações, o que torna a edição uma das atividades jornalísticas de maior responsabilidade. Além disso, segundo Vivar e Guadalupe (2005, p.135), hoje, uma organização jornalística precisa saber editar um produto informativo de forma que ofereça um conhecimento especializado, apresentado ao receptor de uma forma assimilável e rápida. A tendência é que a função de editor torne-se cada vez mais

relevante, o que não elimina a função do jornalista como fornecedor do contexto do acontecimento (QUINN, 2005, p.193).

Herreros (2003, p.90) já apontava que a edição compreende tanto a seleção, quanto o tratamento definitivos dos conteúdos jornalísticos. A seleção se constitui na aceitação ou descarte de dados, imagens e sons, e supõe uma avaliação, já que são empregados critérios para a escolha de determinados elementos em detrimento de outros. O tratamento se refere à ordenação e duração das imagens, à sua relação com o áudio e a escrita, à introdução de imagens e sons produzidos por outras fontes, e à utilização de efeitos especiais. Nessa etapa do processo de produção jornalística, há uma parte do trabalho técnico e outra que envolve uma concepção informativa. Ou seja, conforme destaca Herreros (2003, p.90), técnica e expressão sempre estão relacionadas.

Trata-se de um processo dotado de expressiva subjetividade, a qual atua duas vezes na edição: primeiro, na interpretação dos fatos pelo repórter; e depois, pelo editor de imagens, que não foi ao local do acontecimento, não realizou as entrevistas e não gravou o *off*, conferindo, portanto, uma nova interpretação e mais uma carga de subjetividade (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.106). Paternostro (2006, p.165) afirma que “nunca haverá duas edições iguais do mesmo assunto realizadas por editores diferentes. Não existe modelo, formato ou regra a ser obedecida. Usem a criatividade e tenham ousadia, mas o bom senso deve prevalecer”.

Brasil (*in* BRASIL; ARNT, 2002, p.62) endossa tal perspectiva ao sustentar que a visão conceitual sobre a edição é fundamental, uma vez que esse processo requer, para além de conhecimento técnico, o estabelecimento de conceitos, a fim de que se possa “transformar um amontoado de imagens e textos em matérias que possam trazer algo de útil para as pessoas”. Alcançar esse conhecimento conceitual sobre a edição não é uma tarefa simples. Piccinin (2006, p.151) ressalta que é muito difícil sistematizar o processo de edição teoricamente e, em particular dar conta de suas distintas e complexas características, ainda mais se o concebemos dentro do sistema de produção jornalística, o qual impõe aos jornalistas um ritmo tão acelerado que se não impede, dificulta bastante, a reflexão aprofundada sobre o tema.

Embora nem sempre seja possível ter uma visão ampla e conceitual da edição, é imprescindível que todos os profissionais compreendam os principais aspectos dessa etapa do processo produtivo. É preciso apreender que, no jornalismo, edição é sinônimo de um

recorte necessário para que o conteúdo informativo seja transmitido e, sobretudo, compreendido pelo público (PORCELLO, 2006, p.162). A edição representa uma recontextualização dos fragmentos da realidade previamente escolhidos de um modo que adquiram sentido e significado no conteúdo jornalístico (PERALTA, 2005, p.117). Em acordo com Porcello (2006, p.167), “editar em televisão é agir, decidir, escolher. Editar é recortar. Mas, cuidado! Escolher certo. Optar pelo melhor recorte. Decidir com firmeza e convicção. A simples seleção do que é, ou não é ‘fato jornalístico’ já pressupõe uma escolha”. Paternostro (2006, p.162) defende que o trabalho de edição consiste em lapidar os conteúdos empregando seus ingredientes básicos, como a informação e a imagem, para narrar uma história no tempo correto. Trata-se de conferir sentido ao material bruto através da seleção de imagens e sons e da sua sistematização em uma forma lógica, clara, objetiva, concisa e de fácil compreensão pelos receptores, o que requer profissionais com habilidade, criatividade e dedicação, além de fidelidade às informações.

A edição inclui atividades distintas como: avaliar se determinada notícia ou reportagem deve “cair” ou não; classificar as informações em categorias que correspondem a temas ou locais específicos; interligar os conteúdos entre si através da ordem em que são apresentados; decupar os materiais audiovisuais enviados pelos repórteres, anotando os detalhes das imagens, sonoras, passagens e *offs*; realizar a montagem final das notícias e reportagens em uma sequência lógica que combine imagens e sons; e escrever notas de abertura e de encerramento do apresentador (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.56, p.100, p.101). Há, portanto, conforme afirmam Barbeiro e Lima (2002, p.56), mais de um critério de edição das informações jornalísticas e nenhum deles é definitivo ou intocável, podendo mudar em função dos contextos e interesses do público. A edição depende, por exemplo, da relevância jornalística do tema e da força das imagens, assim como do ritmo e do estilo de cada programa (PATERNOSTRO, 2006, p.162).

Diante das novas tecnologias de comunicação, essa flexibilidade e/ou multiplicidade de formas e critérios de edição é ainda maior, pois, como alerta Machado (2000, p.361), “a natureza da edição no jornalismo digital rompe com muitas das atribuições inerentes à função nas primeiras fases de desenvolvimento da atividade profissional”. Se o clássico conceito de edição, que nos séculos XVII e XVIII significava publicação, era vinculado às ideias de seções permanentes e sistemas lineares e verticais na maioria das mídias; hoje,

no mundo digital, a descentralização é uma característica do processo de produção e do conhecimento entre os membros da sociedade, permitindo que a função de editor abarque cada vez mais elementos de uma atividade de moderação e hierarquização dos acontecimentos, os quais emergem de variados pontos do ciberespaço (MACHADO, 2000, p.361).

As tecnologias digitais também têm alterado os modos operacionais da edição. Soster (2006, p.13; 2009, p.164) destaca que, se até então, para desempenhar a função de editor eram necessários alguns anos de aprendizado, desde a inserção dos computadores nas redações jornalísticas, isso começou a ocorrer de maneira mais rápida e, por diversas vezes prematuramente, à revelia do suporte midiático. A partir da digitalização, se tornou comum que as informações circulem dentro do próprio sistema jornalístico em uma perspectiva autorreferencial, fazendo com que, muitas vezes, a elaboração dos conteúdos jornalísticos e a sua posterior circulação deixem de representar um processo produtivo marcado por diferentes hierarquias (tais como pauteiro, repórter, editor, gerente etc) e consulta a fontes externas.

Com relação à edição dos conteúdos webjornalísticos, hoje, é preciso fugir do simples ato de copiar e colar as informações, que, na contemporaneidade, cada vez mais toma o lugar do apurar e do checar, por exemplo (PINHEIRO, 2006, p.181; SOSTER, 2009, p.164). É imprescindível, ainda, se afastar do culto ao instantâneo, evitando a transição do “mundo do jornalismo” ao “mundo do imediatismo” (PICCININ, 2006, p.146). Além disso, é necessário atentar para que a imagem não passe a determinar a hierarquia da comunicação, subjugando o texto e gerando uma preocupação exacerbada com imagens tecnicamente perfeitas (PICCININ, 2006, p.147). Enfim, em acordo com Pinheiro (2006, p.181), o importante é considerar que “cada meio de comunicação possui características distintas. Com a Internet não poderia ser diferente. Para compreender o conceito de edição de notícias é preciso ter em mente a ideia de que a *web* possui aspectos que tornam essa tarefa diferente das demais mídias”.

Na edição para o webjornalismo audiovisual, devemos considerar também as particularidades dos vídeos no computador e na Internet. Canavilhas (2009, p.4) afirma que, diante das dimensões reduzidas da tela onde o vídeo é exibido e da pouca largura de banda ainda comum, a emoção do audiovisual é diluída. Também nesse sentido, Amaral (2007, p.12) sustenta que a linguagem visual fica

prejudicada na *web*, em função da ainda deficiente estrutura tecnológica da rede, a qual compromete muitos dos elementos básicos e fundamentais na composição da complexidade da linguagem imagística, podendo, inclusive, prejudicar o entendimento da informação ao invés de enriquecê-la. Como exemplos, é possível citar a redução da riqueza de detalhes e nuances de iluminação e cores, assim como das possibilidades de movimento de câmera (AMARAL, 2007, pp.12-13).

O que não significa que o audiovisual irá se degradar no mundo digital. Em vez disso, queremos dizer que os padrões de enquadramento, cor, iluminação, ângulos, captação de áudio, produção e transmissão precisam passar por uma adaptação ao formato digital (PATERNOSTRO, 2006, p.65), necessidade já compreendida pelo cinegrafista (técnico) da TV UVA Alberto Ramiro Guimarães (2010). Na entrevista realizada durante a pesquisa de campo, Guimarães (2010) afirmou que, para a *webtv* universitária, costuma gravar imagens com enquadramentos mais fechados, pois, na Internet, não há a mesma nitidez da televisão. Além disso, o cinegrafista relatou produzir uma menor quantidade de imagens, a fim de ocupar menos memória do computador em que será realizada a edição. Segundo Guimarães (2010), na *web*, a diferença é que é preciso ser mais objetivo.

Em se tratando de uma pesquisa sobre webjornalismo audiovisual, a compreensão das especificidades da edição dos conteúdos jornalísticos que integram sons e imagens em movimento é igualmente relevante ao ato de considerar as características dos vídeos na Internet. Segundo Charaudeau (2009, pp.226-227), a edição de materiais audiovisuais evidencia a intervenção da instância midiática em três aspectos: 1) na própria filmagem, através da utilização de artefatos que tornam covisíveis diversos elementos que não o seriam a olho nu (virtualização), produzindo um efeito de irrealidade aproveitado com fins didáticos; 2) na composição do produto transmitido, pela seleção de alguns dos elementos filmados e pela combinação particular de planos e seqüências; e 3) na transmissão do conteúdo audiovisual que pode ser direta ou diferida. Paternostro (2006, p.162) também ressalta a importância da edição para o jornalismo audiovisual, na medida em que é essa atividade que confere o formato final de um conteúdo jornalístico em vídeo.

A edição no audiovisual requer a simplicidade da linguagem, seja verbal ou icônica, a fim de atingir e ser acessível à maior parte do público (REZENDE, 2000, pp.94-95). Para alcançar sintonia com os

receptores, o vocabulário precisa ser o usual (coloquial), a sintaxe simples e o ritmo adequado, o que é conseguido por meio de frases curtas e uma pontuação bem colocada de forma a determinar as pausas e o tom desejados. A clareza, a concisão e a precisão são, também, essenciais (SQUIRRA, 1993a, p.96; REZENDE, 2000, pp.94-96, p.98).

A criatividade é, da mesma forma, fundamental, até para que os conteúdos audiovisuais não se tornem repetitivos e monótonos. As variações na estruturação dos vídeos ajudam a torná-los mais agradáveis (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.101; SQUIRRA, 1993a, p.99). Tuchmann (1978, p.128) destaca que, no audiovisual, o profissionalismo conota seguir as estruturas narrativas de maneira que satisfaça as noções de continuidade e variação, ou seja, é preciso apresentar uma narrativa técnica e textualmente contínua, mas que tenha uma variação fílmica suficiente para manter o interesse do espectador. Ainda segundo Tuchmann (1978, p.129), para evitar a monotonia visual, também há a possibilidade de introdução de outros elementos visuais, assunto que será detalhado mais adiante neste capítulo.

Sabemos que, se a montagem não pode alterar a realidade captada pela câmara, pode, em contrapartida, valorizá-la com o uso das novas tecnologias visuais e também apresentá-la organizada de muitas maneiras diferentes. Esta é a responsabilidade do editor de notícias telejornalísticas: o exercício das possibilidades de narrar uma história (SQUIRRA, 1993a, p.95).

Além disso, os olhos são mais pacientes que os ouvidos, os quais ficam desorientados se lhes são apresentadas informações muito detalhadas ou monótonas. Daí a relevância de um cuidado ainda maior com os aspectos do jornalismo no audiovisual. Isso também explicita a importância de que as notas de abertura e encerramento do editor não coincidam com o texto do repórter ou do entrevistado, mas cumpram as funções de situar o fato e aguçar o interesse do receptor pela informação e não de repeti-la (REZENDE, 2000, p.152).

As considerações realizadas até aqui revelam a necessidade de que a edição dos conteúdos jornalísticos audiovisuais integre, de forma harmônica, texto e imagem (REZENDE, 2000, p.83); questão que se complexifica ainda mais no ciberespaço, por sua essência, um ambiente multimidiático, o qual exige a integração harmoniosa não apenas no

“audio-visual”, mas também com os textos (escritos), infográficos e todas as demais possibilidades de expressão. Squirra (1993a, p.96, pp.99-100) ressalta que as diversas séries informacionais – a série visual icônica, a visual linguística (os títulos dos programas e letreiros), a sonora (a música e barulhos), a sonora linguística (a voz dos apresentadores, narradores, entrevistados) e a visual paralinguística (os efeitos visuais) – devem ser apresentadas de modo paralelo e simultâneo e pensadas dentro de um contexto de comunicação. Todas essas formas precisam ser dominadas e empregadas da forma mais adequada e equilibrada pelo editor na apresentação dos conteúdos jornalísticos para o espectador, gerando um entrosamento sincronizado entre imagem e palavra (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.101; REZENDE, 2000, pp.76-77).

No audiovisual, o texto e a imagem caminham juntos, sem um competir com o outro: “ou o texto tem a ver com o que está sendo mostrado ou não tem razão de existir, perde a sua função. O papel da palavra não é brigar com a imagem” (PATERNOSTRO, 2006, pp.85-86). Para isso, importante é que exista não apenas um sincronismo expressivo⁹⁰, mas ainda um sincronismo técnico entre imagem e som. Há exigências como as de coincidência entre os movimentos dos lábios e os sons das palavras que se pronunciam (HERREROS, 2003, p.364), apenas para citar um exemplo de sincronismo técnico.

Verifica-se, em acordo com Stovall (2004, p.156), que o fato da mídia de radiodifusão tradicional não apresentar muito texto escrito não significa que a edição textual não seja importante. Em vez disso, consideramos a redação de qualidade, baseada na precisão, clareza, concisão, simplicidade e eficiência, um elemento essencial não apenas para os conteúdos em vídeo, mas também para o webjornalismo (STOVALL, 2004, p.156; BARBEIRO; LIMA, 2002, p.95; SQUIRRA, 1993a, p.65). O que distingue a edição da informação para o jornalismo audiovisual e, desse modo, para o webjornalismo audiovisual é, em

⁹⁰ O sincronismo expressivo parte do sincronismo técnico, mas admite que as expressões visual e sonora podem estar ou não presentes na tela, ainda que sempre vinculadas entre si (HERREROS, 2003, p.365). É imprescindível que os planos sejam intercalados de modo a adquirir uma nova significação de acordo com a sequencialidade com as imagens precedentes e posteriores e, sobretudo, com a simultaneidade das palavras que se pronunciam nesse momento. Segundo Herreros (2003, p.365), o audiovisual não se trata de meras ilustrações com imagens no texto, mas de sua integração no relato geral, na medida em que cada plano na narração de fatos tem sua significação em cada novo relato construído mediante a montagem de diversidade de planos extraídos de realidades diferentes.

primeiro lugar, a presença da imagem, mas também a relação desta com as palavras e das palavras entre si (SQUIRRA, 1993a, p.64). Como sentença Boldós (2001, p.80), nem nos impressos, nem nos noticiários de rádio ou televisão, nem, menos ainda, na atualização constante exigida pela mídia digital, pode-se prescindir do texto informativo: longos ou curtos, com grandes ou pequenos espaços, com imagens e som ou tal como saem do teclado; a edição de textos é o elemento básico da tarefa de informar, que nunca se pode ignorar na produção jornalística (BOLDÓS, 2001, p.80).

Ainda hoje, diante das múltiplas e diversas potencialidades das tecnologias digitais, a edição não é, muitas vezes, concebida como um segmento do complexo tecnológico computadorizado (BRIGGS; BURKE, 2004, p.290). Isso indica, segundo Ureta (2007, pp.43-44), a necessidade de avançar nos modos de composição dos conteúdos jornalísticos caracterizados pela natureza digital do ciberespaço, sobretudo quando consideramos que o tratamento dos novos modelos discursivos está dando origem a parâmetros de redação jornalística que estão sendo renovados, introduzindo alterações substanciais nas abordagens tradicionais dos estudos de redação jornalística.

Reconhecemos, portanto, a importância de se estudar a edição do texto jornalístico na conjuntura digital. Mas, esse não é o principal objetivo desse capítulo, nem dessa dissertação como um todo. A proposta de analisar o webjornalismo audiovisual universitário no Brasil nos aproxima de forma mais direta da edição dos materiais audiovisuais. Desse modo, observar o processo de edição desse tipo de conteúdo jornalístico é nosso propósito central. Pretendemos verificar de que forma a edição digital de vídeos contribui, a partir dos recursos técnicos, para a expressividade informativa: formas de transição; incorporação de efeitos especiais, animações e recursos gráficos; gerador de caracteres para títulos e créditos, e utilização dos sons ambientes de declarações e de trilha sonora são alguns dos aspectos apontados por Herreros (2003, p.90) que serão abordados mais adiante. Contudo, antes disso, é relevante destacarmos os métodos de edição verificados nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual estudadas.

6.2. Dois métodos de edição

Foi possível sistematizar dois diferentes métodos de edição nas três iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário analisadas: 1) **edição em dupla – repórter com editor**, exemplificada sobretudo pela

TV UVA; e 2) **edição independente – editor sem repórter**, ilustrada pela TV UERJ e pelo TJ UFRJ, mesmo que de formas distintas.

Na TV UVA, embora os espaços onde se realizam a produção e a edição sejam distintos (salas separadas), é exigido que os repórteres sempre acompanhem o trabalho de edição das imagens, caracterizando o método que denominamos “edição em dupla – repórter com editor”. Essa foi uma particularidade da *webtv* universitária apontada pelos estudantes Eric Araújo (2010), Juliana Xavier (2010), Eduardo Lima (2010) e Alexandre Ponce (2010), além de ter sido verificada durante a pesquisa de campo. No segundo dia de visitas, pudemos presenciar o processo de edição do programa *Abrindo o Jogo*, com o tema “Redes Sociais”, realizado pelo editor Alexandre Ponce em parceria com a repórter e apresentadora do programa, Giovana Castilho. A única exceção a esse método na TV UVA é a do editor Jonas Vieira Durão, que prefere editar sozinho os vídeos sob sua responsabilidade. De qualquer forma, ao final do processo, os conteúdos audiovisuais editados pelo aluno Jonas (assim como todos os demais) são submetidos à aprovação do coordenador de produção Anderson Barreto, momento que conta também com a presença do repórter – no caso presenciado, o estudante Oscar Anjos Jr.

Esse método de “edição em dupla – repórter com editor” é um diferencial do webjornalismo audiovisual universitário se comparado aos modelos tradicionais. No telejornalismo, por exemplo, é comum não haver tempo suficiente para que o repórter chegue da “rua” e ainda acompanhe a edição – com exceção dos programas temáticos, onde esse procedimento pode ocorrer –, o que dissocia a atividade do repórter e a do editor, mesmo que um profissional precise considerar o outro, caso o objetivo seja produzir conteúdos de qualidade (SQUIRRA, 1993a, p.93, p.78). Embora o método da TV UVA demande mais tempo, na medida em que precisa reunir repórter e editor, alguns minutos podem ser economizados na decupagem⁹¹; afinal, o repórter conhece melhor o conteúdo gravado que o editor. Além disso, ganha-se na qualidade do

⁹¹ A decupagem é a primeira etapa do processo de edição de um vídeo. Consiste em assistir ao que foi gravado e assinalar os pontos mais relevantes. Barbeiro e Lima (2002, pp.95-96) apontam que o primeiro passo para a elaboração de um conteúdo audiovisual é conhecer as imagens que poderão ser usadas na edição, já que precisamos saber o que usar para realizar a integração da palavra com a imagem. Como afirma Porcello (2006, p.163), a decupagem tem sua importância ampliada quando nos referimos aos entrevistados, pois, visto que geralmente as entrevistas não são utilizadas na íntegra, há a obrigação de selecionar os trechos mais significativos.

conteúdo jornalístico final, uma vez que a integração entre repórter e editor é efetiva.

O TJ UFRJ e a TV UERJ utilizam, em geral, o método de “edição independente – editor sem repórter”. No webjornal audiovisual, essa classificação é comprovada pelo fato de que os dois conteúdos audiovisuais editados durante a pesquisa de campo foram de responsabilidade da bolsista Alyssa Gomes. O primeiro tratava-se de um vídeo referente ao artigo “O melhor telejornal do mundo: um exercício televisual” (BECKER; MATEUS, 2010) que seria exibido nas apresentações das bolsistas do TJ UFRJ na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural. O segundo era uma reportagem sobre a própria Jornada, gravada pela bolsista Patrícia Valle e pela aluna do laboratório Amanda Avila no último dia da pesquisa de campo. Após gravarem a reportagem, as duas estudantes deixaram na sala do projeto acadêmico a fita acompanhada de breves indicações para a edição, a qual seria feita na manhã seguinte por Alyssa. Esse comportamento comprova o emprego do segundo método proposto por essa dissertação, que é, na verdade, bastante próximo do tradicional.

Na televisão universitária on-line, o uso do método de “edição independente – editor sem repórter” é corroborado pela escala de atividades dos estudantes, a qual divide os responsáveis pela apresentação, pelas notícias ou reportagens, e pela edição do *Telejornal UERJ On-line*, apenas para citar alguns exemplos. Isso evidencia que as tarefas do repórter e do editor estão dissociadas e não há qualquer exigência de que sejam desempenhadas em conjunto. Presenciamos, durante a pesquisa de campo, que, por diversas vezes, alunos não escalados para a edição permaneciam ao lado do editor, mas, em geral, não eram os repórteres responsáveis pelo conteúdo.

Porém, duas exceções a esse método na TV UERJ merecem ser salientadas. A primeira ocorreu quando a estudante Andressa Cabral fez a reportagem (com a cinegrafia de Nayana Alcantara) e a edição da mesma notícia. A segunda se refere ao fato de que a definição do tema, a seleção dos entrevistados e apresentadores, e a edição final dos programas *ETC!*, *TV UERJ Esportes* e *Penúltimas* é de responsabilidade, senão apenas, em grande medida, de seus editores, os alunos Roberta Marins (substituída por Mariana de Oliveira no final da semana de visitas), Pedro Logato e Rômulo Herzer, respectivamente.

Apesar dessas exceções, a TV UERJ continua sendo um exemplo do método de “edição independente – editor sem repórter”,

uma vez que a edição do *Telejornal UERJ On-line*, o principal programa da televisão universitária on-line, segue essa dinâmica. Entretanto, tais exceções podem ser consideradas enquanto um indicativo, mesmo que tímido e não consolidado, da emergência de um novo método que poderíamos chamar de “edição individual: repórter e editor”. Essa questão será ainda mais detalhada e problematizada no último capítulo dessa dissertação, quando abordarmos as características de um profissional multifacetado. De qualquer forma, a existência dos dois métodos aqui sistematizados evidencia mais uma vez que, no contexto digital, as rupturas convivem com as continuidades para gerar processos e produtos jornalísticos diferenciados. A seguir, discutiremos uma constante do processo produtivo do jornalismo audiovisual na era digital, que tem possibilitado grande parte das rupturas verificadas nos últimos anos: a edição não linear.

6.3. Uma constante: o uso da edição não linear

Apesar das mudanças nos meios de comunicação, a edição jornalística deve permanecer como uma das principais atividades, com adaptações para as diversas mídias (WARREN, 1975, p.486). Na contemporaneidade, a edição adquire, talvez, ainda mais relevância nos meios audiovisuais, onde sempre será necessário relacionar de forma interdependente os signos escritos, verbais, icônicos e sonoros a fim de gerar o equilíbrio formal imprescindível à compreensão e à estética da mensagem (BOLDÓS, 2001, p.86). Os métodos de edição, entretanto, certamente têm se alterado e irão ser ainda mais modificados nos próximos anos. Hoje, as decisões artísticas e criativas são o componente mais relevante (MICÓ, 2006, p.14), até porque as ferramentas técnicas estão cada vez mais acessíveis, por serem baratas, quando não gratuitas, e fáceis de operar (PAVLIK, 2008, p.195).

Diante dos novos desafios para a edição do audiovisual no ciberespaço, podemos classificar a possibilidade de edição não linear como uma das tecnologias de maior relevância para o webjornalismo audiovisual universitário. Atualmente, a edição não linear, já empregada na montagem de filmes, telesséries e publicidades, está se impondo a todos os domínios de pós-produção profissional de vídeo, o que inclui o jornalismo, exigindo dos profissionais ligados à produção jornalística audiovisual conhecimentos sobre os novos recursos e técnicas produtivos (MICÓ, 2006, p.10; KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.149). Os sistemas digitais de edição estão transformando não somente

a maneira de fazer, mas também o modo de pensar os conteúdos jornalísticos audiovisuais, cujas potencialidades têm se multiplicado em cada vez mais distintos sentidos (PERALTA, 2005, p.119).

Conforme ressalta Micó (2006, p.13), a edição digital não linear se constitui como o mais recente desenvolvimento das possibilidades de montagem e como a resposta inicial a algumas limitações inerentes à montagem linear. É baseada na transferência de sinal analógico de imagem e som ao sinal digital armazenado em um disco magnético ou óptico para o seu processamento informático por programas específicos de computador. O termo “não linear” remete à ideia de que as etapas do processo de edição podem ser executadas em qualquer ordem, ou seja, não precisam ocorrer de forma sucessiva ou gradual como na edição linear. O acesso é aleatório e real, pois é possível encontrar determinado material sem recorrer sequencialmente ao restante do projeto audiovisual (MICÓ, 2006, p.13, p.23, p.11). Paternostro (2006, pp.166-167) diferencia os dois tipos de edição:

Na ilha de edição convencional, temos duas máquinas de *videotape*: a fita com material bruto roda no *player* e os trechos selecionados são gravados no *recorder*. Um sistema de controle remoto comanda a seleção das cenas no *player*, marcando os pontos de entrada (*in*) e de saída (*out*), e a gravação no *recorder*. Como as cenas são gravadas em sequência (ou seja, a edição é linear), para se trocar uma imagem, depois de pronta a edição, é necessário fazer uma cópia da matéria. Na edição não linear, as imagens podem ser mudadas de lugar, a qualquer momento, sem ser preciso fazer cópia. Basta arrastar a imagem de lá pra cá com o *mouse*; um *click* e pronto: temos uma nova edição. (...) Com a edição não linear acaba de vez o trabalho mecânico de montagem de matérias, que existia na edição linear. O computador reduz ainda mais a distância entre a técnica e o jornalismo, e as facilidades da edição garantem um melhor entendimento da informação. Mas novos recursos de nada adiantam se não preservarmos o rigor jornalístico.

Crocomo (2007, pp.123-124) destaca que a edição não linear é caracterizada pelo uso de imagens digitais acessadas no disco rígido do

computador e disponibilizadas numa linha do tempo, em trechos que podem ser alterados a qualquer momento. Keirstead e Keirstead (1999, p.150) esclarecem ainda mais esse processo ao afirmarem que, na edição não linear, o profissional responsável pelas decisões editoriais assiste ao material bruto e desenvolve uma lista de imagens para serem usadas. Esta lista é inserida em um computador, que, em seguida, localiza as imagens e as copia para outro arquivo digital, o qual pode ser localizado em um disco rígido do computador ou num disco de vídeo. Esse processo é tão rápido que não é aparente.

É verdade que a incorporação da informática para a produção de vídeos tem permitido efetuar a montagem técnica com cada vez maiores rapidez e exatidão. Está enganado, porém, quem acredita que algumas das possibilidades da edição não linear surgiram de maneira súbita. Trata-se, em vez disso, de um processo gradual, que envolve várias fases e caminhos, os quais não são percorridos na mesma proporção ou intensidade pelos diferentes meios de comunicação (PERALTA, 2005, pp.117-118).

A própria noção de “não linearidade” não é nova, já que decorre do cinema. “Afim de contas, a película pode ser cortada, e cada cena pode facilmente mudar de posição. A edição através dos videoteipes (...) é que trouxe a noção de linearidade na edição, uma cena depois da outra, obrigatoriamente” (CROCOMO, 2007, p.123). Além disso, Herreros (2003, p.90) aponta que faz anos que se superou a técnica de montagem por corte de fita e se passou à edição eletrônica. Micó (2006, p.10) salienta que o acesso direto e imediato ao material gravado durante a edição sempre foi planejado como uma necessidade utópica. Mas, a capacidade de coordenar as diversas tecnologias do ambiente digital, que incluem a memorização de dados de grande densidade em discos indelévels, as técnicas de gravação a *laser* e os avanços no campo de codificação e compressão de vídeo, permitiu avançar da edição linear tradicional à edição não linear.

Micó (2006, p.36) divide os métodos de edição não linear em três gerações até alcançarem a forma digital. A primeira geração é formada pelos sistemas baseados em fitas de vídeo. A segunda geração, em videodisco (*laserdisc*). E a terceira, em discos magnéticos de computador. Segundo o autor (MICÓ, 2006, p.36), já na década de 1970 havia começado o desenvolvimento de sistemas eletrônicos de edição não linear. Mas, será em 1984 que os serviços de edição não linear serão incorporados à montagem eletrônica linear sobre a fita para oferecer a

flexibilidade criativa de que sempre havia usufruído o montador de cinema. Desse modo, o editor passou a poder experimentar ideias e acumular mudanças, sem se preocupar com o controle sobre a lista de decisões ou a perda de qualidade. Este método também era mais barato que o anterior.

Na terceira geração é que, efetivamente, a edição não linear se tornará digital. Nesse novo estágio, a transição do analógico para o digital recebeu o nome de “digitalização”, enquanto que a redução do volume dos dados da imagem original ficou conhecida como “compressão”, geralmente necessária porque a quantidade de informações de vídeo a ser armazenada é superior à capacidade do equipamento. Depois do material audiovisual ser transformado para o formato digital, pode ser classificado e reestruturado, em conjunto ou separadamente, e sem perda de qualidade expressiva (MICÓ, 2006, pp.46-47). A melhor qualidade de imagem com menos memória e o barateamento dessas operações são, portanto, as principais consequências dos sistemas digitais de edição não linear. Mas, como adverte Micó (2006, pp.55-56), não devemos acreditar que a terceira geração irá substituir os métodos tradicionais. Nenhuma geração – pelo menos ainda – é capaz de lidar com a mesma eficiência em todos os tipos de projetos audiovisuais.

Os primeiros *softwares* de edição não linear surgiram entre o final da década de 1980 e o início dos anos 1990 (PAVLIK, 2008, p.196; GOSCIOLA, 2003, p.64). Um exemplo é o *Macromedia Director*, lançado em 1988 por Marc Canter, com recursos em comum aos da música, como um sistema de notação e *timelines* similares ao pentagrama que possibilitavam a integração de textos, imagens e sons. Hoje, no webjornalismo audiovisual universitário, os *softwares* mais empregados são o *Adobe Premiere* (compatível com o *Windows*) e, em menor medida, o *Final Cut* (utilizado em *Macintosh*). Na TV UVA, os conteúdos produzidos para a Internet, na grande maioria das vezes⁹², são editados pelos estudantes por meio do *Adobe Premiere*. Segundo comentário realizado pela diretora Mônica Miranda durante a pesquisa de campo, esse *software* é empregado porque é o de mais fácil aprendizado. Outra razão apontada por um dos estagiários da TV UVA nas mesmas circunstâncias é que o uso do *Premiere* se deve ao fato de

⁹² A única ilha de edição que dispõe de um *software* distinto (*Avid*) é a ocupada pelo editor (técnico) Giuseppe Caputo, que prioriza a edição dos conteúdos para a televisão universitária e não para a *webtv*.

que todos os computadores são PCs e não MACs. Esse último motivo é o mesmo indicado pelos integrantes da TV UERJ para utilizarem o *Adobe Premiere*. O jornalista (funcionário) Robson Carlos de Souza (2010), porém, afirmou, durante a pesquisa de campo, que estava tentando adquirir um *Macintosh* para a televisão on-line, a fim de que os alunos também pudessem ter contato com o *Final Cut*.

O TJ UFRJ é a única experiência de webjornalismo audiovisual universitário analisada na qual os estudantes têm contato tanto com o *Premiere*, quanto com o *Final Cut*. Isso porque, na sala própria do webjornal audiovisual, as bolsistas dispõem de um PC, mas, também podem editar nas ilhas da Central de Produção Multimídia, onde todos os computadores são MACs, contanto que reservem o espaço com a direção da CPM. Durante a pesquisa de campo, tivemos a oportunidade de acompanhar as alunas, em particular a bolsista Alyssa Gomes, mais focada na edição de vídeo, realizando esse processo em ambos os tipos de *softwares*. Essas considerações corroboram a ideia de que o uso da edição não linear é uma constante no webjornalismo audiovisual universitário, o que não significa que os seus potenciais sejam explorados em todos os seus conteúdos, conforme buscaremos evidenciar na próxima seção.

6.4. A preponderância dos recursos de edição não linear nos conteúdos atemporais

São múltiplas as vantagens oferecidas pela edição não linear de conteúdos audiovisuais e algumas delas têm sido aproveitadas pelo webjornalismo audiovisual universitário. A versatilidade proporcionada pelos sistemas digitais de edição não linear abre uma variedade de possibilidades criativas e técnicas inéditas (MICÓ, 2006, p.11). Esse tipo de sistema permite realizar de maneira simples e econômica várias versões do mesmo projeto, que poderia ser usado em diferentes circunstâncias e programas. As novas equipes de editores são beneficiadas por uma grande diversidade de instrumentos para inserção de efeitos audiovisuais (MICÓ, 2006, p.12, p.147; KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.150), os quais, no modelo analógico, exigiam um sistema complexo e caro de edição, e de acesso restrito a técnicos de produtoras e emissoras de televisão (CROCOMO, 2007, pp.123-124; PAVLIK, 2008, p.196).

Diversos profissionais podem realizar a edição de um material bruto simultaneamente, depois que esse é capturado para o computador,

conferindo agilidade, rapidez e qualidade à produção dos conteúdos (PERALTA, 2005, p.119). A sonorização, a pós-produção (efeitos e transições), a finalização e até a exibição podem ser realizadas pelo mesmo sistema, “virtual – no qual ninguém mais põe a mão em nada” (PATERNOSTRO, 2006, p.65). Tal sistema pode memorizar os dados da edição e voltar a utilizá-los para gerar novas versões do mesmo material. Além disso, pode-se arquivar sessões de montagem completas (MICÓ, 2006, p.13).

Micó (2006, pp.146-147) e Peralta (2005, pp.119-120) enumeram diversas outras vantagens do método não linear de edição: maior rapidez para realizar pesquisas; há um *storyboard* da sequência editada a partir de uma imagem de cada *clip*; o acesso a cada ponto é aleatório e a qualquer momento é possível modificar os parâmetros sem alterar o resto do material editado etc. Todas essas possibilidades existem porque não há uma montagem autêntica, vista como um registro físico, mas um sistema que funciona com base na edição virtual. A única coisa que se registra são listas de opções de edição e as ordens para os efeitos.

Outra tendência observada por Manovich (2001) no uso do computador para a produção de um produto cultural e que pode ser relacionada com a edição digital não linear é a utilização de modelos pré-criados. Hoje, os programas já elaborados representam uma gama de modelos básicos, os quais, incorporados com agilidade, aceleram o desenvolvimento de novos produtos. Manovich (2001) delimita duas formas de integração dos diferentes elementos para criação de novo conteúdo: 1) a composição, processo onde diversos elementos são unidos de forma a não haver mais diferenciação entre eles no produto final (um exemplo é o caso em que os indivíduos gravam à frente de fundos azuis, e através do uso do computador, são inseridos em outros cenários); e 2) a montagem, que se diferencia da composição por manter a individualidade de cada um dos elementos que compõem o objeto cultural; mas, apesar desta separação, cada elemento acrescenta informação e há uma relação de sentido entre todos os elementos. No webjornalismo audiovisual universitário, verificamos o emprego da composição pela TV UVA, que em diversos de seus programas, utilizava o recurso de gravar tendo como fundo o *chroma key* do estúdio, depois coberto por imagens relacionadas ao tema abordado. A montagem não foi utilizada por nenhuma das experiências analisadas.

Podemos apontar, entretanto, uma forma diferenciada de “modelo pré-criado”, utilizada pela TV UERJ. Todos os programas da televisão universitária on-line possuem um “arquivo de base”, a partir do qual todos os alunos iniciam a edição de novas edições de cada programa. Nesse “arquivo de base”, por exemplo, a vinheta já está inserida, assim como os créditos dos apresentadores, repórteres e entrevistados, iniciativa que pode ajudar a manter a identidade visual dos programas – embora tenhamos constatado alguns problemas com relação à padronização dos créditos, conforme será evidenciado na última seção deste capítulo –, na medida em que os editores não precisam alterar as fontes ao editar cada programa. Essa questão foi, inclusive, indicada como problemática pelo coordenador de produção da TV UVA Anderson Barreto (2010) ao analisar a edição realizada por um dos estagiários da *webtv* universitária; e que pode ser verificada também em alguns vídeos do TJ UFRJ. Como essas duas últimas experiências acadêmicas não dispõem de “arquivos de base”, mas, na maioria das vezes apenas de modelos de créditos, ao inserirem fontes, por exemplo, nos vídeos, os diversos alunos podem acabar por descaracterizar a identidade visual de cada tipo de conteúdo e/ou programa – o que é evitado na TV UVA por meio da necessidade da aprovação, pela coordenação, dos vídeos editados.

Embora a edição não linear favoreça e agilize o processo de montagem dos conteúdos jornalísticos audiovisuais, os cuidados devem ser ampliados. Diante da facilidade de “montar” o vídeo, muitos editores acabam se descuidando, na medida em que substituir ou corrigir uma informação são procedimentos rápidos e simples (MIELNICZUK, 2006, p.175). Por isso, especialmente na utilização desses “modelos pré-criados”, a atenção deve ser redobrada, o que foi observado na TV UERJ, onde, após a edição, todos os programas eram revisados por um ou mais alunos, além do editor. Por diversas vezes, nessas revisões, eram encontrados erros, sobretudo nos nomes dos créditos, os quais eram corrigidos pelo estudante responsável pela edição.

Apesar das vantagens e facilidades oferecidas pela edição não linear, seus recursos mais rebuscados têm sido utilizados em maior medida nos conteúdos atemporais do que nos factuais, conforme detalhado no segundo capítulo dessa dissertação. É verdade que esse uso mais tímido dos novos recursos de edição nos conteúdos factuais não se constitui numa questão exclusiva do webjornalismo audiovisual universitário. Tuchmann (1978, p.131) já destacava que as reportagens

de jornais e revistas exigem uma edição mais cuidadosa do que as *hard news* porque são frequentemente construídas sobre transgressões do estilo narrativo do jornal. Na televisão, também, os conteúdos atemporais requerem mais trabalho editorial, pois apresentam muitas vezes como objetivo integrar uma visão diferenciada sobre o assunto. De qualquer modo, trata-se de uma questão que merece ser apontada nessa pesquisa enquanto uma das tendências verificadas no webjornalismo audiovisual universitário. Destacaremos essa preponderância no emprego dos recursos da edição não linear em duas áreas principais: na inserção de sons e de imagens diferenciados.

6.4.1. No uso das trilhas sonoras

Em um vídeo, o som, assim como a sua ausência (o silêncio), transmite diferentes tipos de informação. Hoje, é possível utilizar o som ambiente, as vozes de pessoas, músicas criadas com instrumentos e áudio elaborado de maneira artificial. Segundo Micó (2007, p.81), o áudio decorrente dos próprios acontecimentos é diegético, pois faz parte da informação. Por outro lado, os sons que não procedem dos fatos que estão cobrindo informativamente são extradieгéticos e podem incluir música e sons pré-produzidos que se referem a ambientes em geral, como a rua, um mercado, uma estação de trem etc.

Ainda de acordo com Micó (2007, p.81), os sons extradieгéticos são mais utilizados em documentários e reportagens jornalísticas, portanto conteúdos mais atemporais, com alguma liberdade criativa. Nesses conteúdos, a música pode servir como alternativa aos sons ambientes, conferindo um tom mais irônico, hilariante ou lírico (REZENDE, 2000, p.151; MICÓ, 2007, p.42). É por esses motivos que as trilhas sonoras não são utilizadas de maneira recorrente nos conteúdos jornalísticos factuais, em que a mensagem deve ser precisa e objetiva (REZENDE, 2000, p.151). Em geral, o áudio extradieгético não faz sentido nos conteúdos jornalísticos factuais, pois carece de valor informativo e traz uma carga de emoções e sentimentos que torna a informação subjetiva em excesso (MICÓ, 2007, p.83).

Embora as trilhas sonoras possam ser utilizadas nos conteúdos jornalísticos atemporais, é preciso critério e bom senso. Conforme evidenciam Barbeiro e Lima (2002, p.105):

Considere sempre qual o valor desse tipo de sonora para ilustrar a edição e qual sua função no corpo da história. A música pode aparecer tanto

no desenvolvimento como no final da edição. Neste último caso é sempre conveniente encerrar com queda de áudio e indicar no texto o uso de tal recurso para que não haja corte brusco no encerramento da matéria.

No webjornalismo audiovisual universitário, verificamos que é esse tipo de edição que tem sido realizado no áudio dos conteúdos jornalísticos audiovisuais. As trilhas sonoras são empregadas somente nas reportagens especiais e/ou nos programas atemporais e de variedades. Os melhores exemplos estão na TV UERJ e no TJ UFRJ. Na televisão universitária on-line, o único programa que inclui trilha sonora é o *ETC!*, classificado como um programa de cultura e variedades. No *ETC!*, segundo a estagiária Bárbara Vianna (2010), a cada semana, um aluno escolhe uma música de sua preferência para ser inserida ao fundo, enquanto o programa é apresentado. No TJ UFRJ, as trilhas são introduzidas apenas nas reportagens especiais, ainda que não em todas, evidenciando a preocupação em inserir novos recursos nesses conteúdos jornalísticos que priorizam a experimentação.

A introdução de trilhas sonoras sobre as imagens é apenas um dos aspectos beneficiados pela edição não linear. Mas bem exemplifica as afirmações feitas até aqui de que essas vantagens têm sido empregadas em maior medida nos conteúdos atemporais, sobretudo pelas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual analisadas.

6.4.2. Na inserção de efeitos e recursos gráficos na imagem

Embora a inserção de efeitos e recursos gráficos nas imagens não seja uma novidade, já que é uma tendência datada de 1989 (SILVA; ROCHA, 2010, p.205), hoje, graças às tecnologias digitais, as possibilidades são mais amplas e sofisticadas, até porque os equipamentos de composição e de elaboração de efeitos já estão bem instalados no mercado e abandonaram a complexidade e a especialização de antes. Os jornalistas contemporâneos podem trabalhar com imagens sem referente na realidade e com imagens manipuladas; assim como os espectadores possuem a opção de mudar os discursos de qualquer gênero, sem o consentimento dos autores, ao congelar, ampliar, reduzir, colorir ou ver várias imagens de uma vez (MICÓ, 2006, p.66, p.152; PERALTA, 2005, p.79, p.96). É importante destacar, também, que, se antes esse processo era nomeado como “edição”, a partir da introdução dos sistemas de montagem digital não linear, o termo

“edição” passou a ser aplicado a operações mais simples, enquanto que a nomenclatura “pós-produção” designa as atividades mais elaboradas como a manipulação e o retoque realizados após a edição principal (MICÓ, 2007, pp.73-74).

No jornalismo audiovisual, diante da ausência de imagens correspondentes à determinada informação, é preciso buscar formas alternativas de visualizá-la. Uma dessas formas é o uso de recursos visuais, os quais incluem as imagens que não são captadas pelas câmeras, mas produzidas de distintos modos: mapas, selos, desenhos, gráficos, quadros parados, legendas, fotos, animação e simulação são apenas alguns dos exemplos (PATERNOSTRO, 2006, p.89; TEMER, 2010, p.119). Segundo Paternostro (2006, p.89, p.165), essas imagens podem ser chamadas de “artes”. Quando inseridas em um conteúdo, as artes têm como objetivo auxiliar o espectador a compreender a mensagem transmitida, ou seja, não servem para “tampar buracos no *off*”, mas para ajudar a informar, valorizando a informação de maneira exata, discreta e eficiente.

Conforme defendem Squirra (1993a, p.137) e Peralta (2005, p.79, p.96), nenhum efeito de imagem ou recurso visual deve ser empregado de maneira gratuita no processo de comunicação cinética: em vez disso, sempre precisa ter uma razão de ser específica para a compreensão da informação, e não funcionar como uma simples ornamentação. Por exemplo: o clareamento ou escurecimento gradativos de uma sucessão de imagens remetem aos atos de acordar e adormecer, respectivamente; a fusão entre imagens (uma imagem some enquanto a outra aparece) indica um lapso de tempo, uma mudança de lugar ou até a ocorrência simultânea de várias coisas em lugares distintos; o *fast motion* acelera as imagens, o *slow motion*, confere o efeito de câmera lenta, e o *freeze*, congela (SQUIRRA, 1993a, p.137; PATERNOSTRO, 2006, p.167).

Bogost, Ferrari e Schweizer (2010, p.9, pp.37-38) elencam alguns objetivos principais no uso dos recursos gráficos: informar o seu destinatário; conferir sentido aos dados através da visualização, esclarecendo detalhes que poderiam ser obscurecidos por textos e números; sintetizar informações complexas em um formato legível e preciso, sobretudo por meio da integração entre estatísticas e *design*; e inserir os dados no contexto, permitindo a avaliação de causas e consequências, a comparação quantitativa e a apresentação de alternativas. Portanto, o uso de tais recursos em uma edição jornalística

precisa ser criterioso, na medida em que o seu excesso chama a atenção do espectador para a edição e não para a informação. “O efeito deve ser usado quando necessário para acrescentar alguma informação ao que está sendo mostrado” (PATERNOSTRO, 2006, p.167).

Essas considerações se aplicam, ainda, e talvez sobretudo, às infografias, cada vez mais empregadas no jornalismo audiovisual contemporâneo. Hoje, os computadores fizeram mais do que apenas aumentar a quantidade de infográficos; também trouxeram mudanças fundamentais para o conteúdo, a atualidade, a forma e a qualidade dos gráficos, assim como para a função e o *status* dos seus editores. É verdade que as novas tecnologias não reduziram o tempo e as habilidades necessárias para a produção de infografias originais e criativas, mas, com certeza, contribuíram para diminuir a intensidade do trabalho jornalístico nessa etapa e o tempo para corrigir ou atualizar os gráficos, o que pode ser feito minutos antes de irem para o ar (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p.7, p.47, p.49; FIDLER, 1997, pp.2-3; PERALTA, 2005, p.79, p.96).

Barbeiro e Lima (2002, p.103) ressaltam a importância de que os editores, sempre que necessário, lancem mão de recursos infográficos. Herreros (2003, p.92, p.93) também evidencia a relevância da infografia, a qual tem conferido maiores realismo e movimento ao jornalismo audiovisual, ainda que o autor chame atenção para o seu risco de manipulação, o que exige uma atitude crítica constante diante da sua incorporação, que jamais deve pretender confundir a simulação com a realidade.

O ciberespaço é um ambiente ainda mais propício para o emprego das infografias, as quais têm se constituído em um dos gêneros que, de modo mais rápido e com maior acervo, está aproveitando as possibilidades expressivas do novo meio, em particular a hipertextualidade, a interatividade e a multimidialidade, para compor narrativas mais adequadas à linguagem da Internet (RIBAS, 2005, pp.40-41, p.128, p.139). Bogost, Ferrari e Schweizer (2010, p.40) sustentam que a verdadeira infografia digital faz da interação uma parte da compreensão da informação: se os infográficos tradicionais são lidos, as infografias digitais são exploradas. Ribas (2005, pp.40-41, pp.128-129) defende que a infografia digital, enquanto uma unidade informativa autônoma com propriedades específicas, proporciona em sua estruturação dos conteúdos uma nova relação com a informação jornalística, para além da possibilidade de acessá-la, ampliando, por

consequente, seu potencial informativo, bem como sua capacidade de integração de formatos diferenciados e de articulação visual da narrativa.

A infografia, nos meios audiovisuais e na Web, mantém as características essenciais da infografia impressa, mas ao ser realizada através de outros processos tecnológicos, agregar as potencialidades do meio e ser apresentada em outro suporte, estende sua função, altera sua lógica, incorpora novas formas culturais (RIBAS, 2005, p.129).

Outro recurso que merece ser salientado é a inserção de textos na tela. Como já apontava Rezende (2000, p.84), a participação do código verbal no jornalismo audiovisual não se restringe à palavra falada, pois há ocasiões em que a palavra escrita na tela é utilizada para reforçar a mensagem oral. O crédito que identifica locutores, repórteres, entrevistados e locais onde estão ocorrendo os fatos noticiados é, por exemplo, imprescindível para o esclarecimento da informação. Esses recursos são empregados também para inserir legendas de declarações, gravadas, na maioria das vezes, em condições técnicas precárias. Nesse caso, o texto da fala é transcrito na tela, a fim de que o espectador possa compreender a informação que está recebendo. Sem a pretensão de enumerar todas as possibilidades, Rezende (2000, p.85) indica a presença da palavra escrita nas seguintes situações:

- 1) titulação de matérias ou chamadas de passagens de bloco de notícias;
- 2) registro de pensamento formulados em ocasiões especiais, como ao se descrever o perfil de alguma personalidade ao mostrar a reação à concessão de um prêmio ou honraria e conquistas e derrota em confrontos esportivos;
- 3) realçar informações contidas em documentos escritos – bilhetes, cartas, livros, leis – ou em placas e avisos instalados em locais públicos;
- 4) na reconstituição de acidentes e incidentes, por meio de mapas, desenhos ou qualquer outra espécie de reconstrução dramática do fato;
- 5) nos créditos finais do próprio telejornal, relacionando os nomes dos profissionais encarregados da produção do programa.

A inserção de textos escritos na tela, entretanto, não é um recurso novo, exclusivo do mundo digital. Briggs e Burke (2004, pp.302-303) e Pavlik (2008, p.36) destacam a existência do teletexto⁹³, um sistema já utilizado pela televisão para transmitir páginas de informação (palavras e gráficos) na tela, fazendo uso de linhas separadas, não empregadas antes em transmissões normais. Havia também o videotexto, um termo mais abrangente, que consistia no envio pela linha telefônica ou por cabo de informações arquivadas por computador para uma tela de televisão ou um terminal especializado de videotexto.

O selo se constitui como outra possibilidade de inserção de recursos visuais no jornalismo audiovisual. É conceituado por Rezende (2000, p.151) como “uma ilustração (...) que identifica um assunto ou notícia que é veiculada em sucessivas edições de um telejornal. Algumas vezes, pode representar também uma seção permanente do noticiário”. Pode se referir, ainda, às imagens que aparecem ao fundo, por cima dos ombros dos apresentadores de um noticiário, quando a informação está sendo lida pelos mesmos. Nesse último caso, os selos adquirem duas utilidades: a jornalística, ao permitir que espectador

⁹³ Herreros (2003, p.258) define o teletexto como um sistema que surgiu com o desejo de se explorar ao máximo o sinal difundido de televisão. Difunde informações alfanuméricas e gráficas simultaneamente às emissões de televisão, participa na rapidez televisiva e compartilha com esta a diversidade de aspectos técnicos, mas diverge nos tratamentos e no planejamento das informações, pois não trabalha com imagens e sons como aquela, e sim com escrita e alguns gráficos simples. O teletexto é radiodifundido, mas não é rádio, pois, em vez do som, emprega informação visual, embora compartilhe com o rádio a rapidez e a permanente atualização. O teletexto também não é um jornal, porque, ainda que empregue a escrita, trata-se de uma escrita visualizada de modo eletrônico, submetida a intensidades luminosas e cromáticas e a uma tela não manejável. Em suma, o teletexto reúne contribuições de meios anteriores e incorpora elementos novos, gerando uma maneira diferente de combinação. Além disso, não supõe qualquer alternativa a seus predecessores, mas se constitui como uma fonte adicional de informação e, em todo caso, um estímulo para recorrer a outros meios em busca de uma ampliação, uma ilustração ou uma análise mais profunda. O teletexto é uma informação diversificada. Ao mesmo tempo, oferece informações sobre a atualidade e sobre utilidade social e entretenimento (HERREROS, 2003, pp.258-259). Seus usos são múltiplos. Herreros (2003, p.262) destaca duas possibilidades como as mais desenvolvidas: a dos subtítulos, cujo melhor exemplo é a legenda de declarações já mencionada; e a de tela cheia. O estilo de cada teletexto deve considerar os três princípios básicos de sua aplicação: 1) visualidade, relacionada à legibilidade e à visibilidade, ou seja, à percepção visual nítida e detalhada de cada um dos elementos empregados; 2) compreensibilidade, vinculada à elaboração da informação de maneira breve, clara e simples; e 3) densidade, que corresponde à adequada carga e equilibrada distribuição de dados para que os espectadores possam decodificar a mensagem durante o tempo de exposição (HERREROS, 2003, p.265).

recorde o rosto de uma pessoa mencionada pelo apresentador, por exemplo; e a estética, uma vez que passam a compor o cenário (BONNER, 2009, p.85).

Cabe destacar que a inserção de grande parte dos recursos descritos até aqui são possíveis por meio de três dispositivos principais: o *chroma key*⁹⁴, já mencionado; o gerador de caracteres⁹⁵; e o *still-store*⁹⁶ (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.104). Atualmente, todos esses dispositivos são manipuláveis em um simples terminal de computador, o que tem viabilizado, estimulado e facilitado a inserção dos distintos efeitos e recursos gráficos nos conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários.

O único recurso não verificado em qualquer das experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual analisadas foi o dos infográficos. Dos demais efeitos e recursos, todos foram empregados, pelo menos, por uma das iniciativas estudadas. É verdade que, na maioria das vezes, o corte seco (o tipo mais simples, sem fusões) ainda é a forma de edição mais empregada. Mas, há diversos casos em que são utilizadas fusões nas imagens. Na TV UVA, as fusões foram identificadas em três programas diferentes: o *Desvendando a História* sobre Getúlio Vargas; o *Pedagogia em Ação* sobre a inclusão digital no Ensino Médio; e o *Ambiente Virtual* sobre as inscrições nas disciplinas on-line. No primeiro programa, as fusões foram empregadas para

⁹⁴ O *chroma key* é usado para gerar o efeito de ter tanto imagens estáticas, quanto em movimento, em um *frame* sobre o ombro do apresentador das informações. O mesmo dispositivo pode ser usado para criar mapas meteorológicos e imagens de radar para meteorologistas da televisão (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.104).

⁹⁵ O gerador de caracteres ou GC é o dispositivo que permite introduzir letras na tela. Substituiu os antigos *slides* que deveriam ser misturados com a imagem da câmera. Sua principal vantagem é a maior qualidade da imagem, porque ao invés de sobrepor duas imagens eletrônicas de televisão, o GC subtrai a parte da imagem de vídeo coberta pela escrita. Com o gerador de caracteres também é possível armazenar arquivos grandes de títulos reutilizáveis, nos quais novas escritas podem ser digitadas; e criar simples gráficos em tela cheia de resultados desportivos e de eleições, apenas para citar alguns exemplos (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.102).

⁹⁶ Enquanto o gerador de caracteres se refere aos textos escritos, o *still-store* é empregado para imagens estáticas em tela-cheia. Assim como o GC, o *still-store* eliminou o uso de *slides*, e, conseqüentemente, uma lista de possíveis erros no processo de inserção dos efeitos; além de melhorar a qualidade de imagens estáticas na tela. O *still-store* começou registrando a imagem estática em fita de vídeo (e mais tarde nos *videodisks* ou discos rígidos). Com isso, tudo o que era necessário para acessar a imagem estática era introduzir o número de índice (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.103).

realizar a transição entre as diversas fotos de arquivo da época da morte de Vargas. O efeito usado fazia com que a imagem anterior ficasse manchada e girasse em seu próprio eixo, dando lugar a uma nova foto. O segundo programa utilizou a fusão para dividir as cabeças dos apresentadores de todos os demais conteúdos. E no terceiro, a fusão foi usada para diferenciar as dramatizações das sonoras, uma iniciativa relevante na separação imprescindível entre ficção e jornalismo detalhada anteriormente.

A TV UERJ empregou as fusões também em três programas distintos: o *TV UERJ Esportes* do dia 5 de abril de 2010; o *Penúltimas Especial Tatóo*; e o *ETC!*, de 27 de agosto de 2010. O primeiro programa apresentou fusões entre as fotos que faziam referências aos 114 anos de realização dos Jogos Olímpicos. As fotos foram substituídas por outras, as quais foram inseridas da esquerda para a direita na tela. No segundo programa, o uso de fusões foi mais expressivo, e empregado sempre que as telas com informações sobre a tatuagem são inseridas no vídeo. O último programa utilizou a fusão uma única vez, quando a imagem de um *show* foi substituída pela imagem das apresentadoras, para o que foi empregado um efeito no qual a primeira imagem fora “engolida” pela segunda.

No TJ UFRJ, a fusão foi observada apenas no vídeo principal da primeira página do webjornal audiovisual. Trata-se de uma reportagem que narra o histórico do projeto acadêmico. Quando o *off* apresenta pausas, necessárias à mudança entre os distintos assuntos abordados pelo vídeo, foram incluídas fusões, as quais são bem-vindas, pois revelam uma integração entre a imagem e o som, na medida em que a edição de imagens segue claramente o texto do *off*. Nesse mesmo vídeo, foi empregada, ainda, uma fusão entre as duas versões da página principal do webjornal audiovisual: a imagem da página antiga foi retirada da tela como se estivesse sendo “engolida” pelo centro da tela, cedendo lugar à imagem da página atual.

O recurso de inserção de telas de textos sobrepostas ao vídeo também foi identificado nas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário. Na TV UVA, pôde ser verificado nos programas *Saúde em Foco* sobre a campanha contra o vírus H1N1 e *Vivenciando Profissões* sobre Contabilidade e sobre Administração. Nos três casos, as telas apresentavam informações com mais detalhes, como as datas de vacinação para cada faixa etária e os salários médios das profissões abordadas. Na TV UERJ, os programas já destacados *TV UERJ*

Esportes do dia 5 de abril de 2010 e *Penúltimas Especial Tato* são, mais uma vez, exemplos. O primeiro inseriu uma tabela do Campeonato Carioca de 2010 sobre a tela, enquanto que o segundo apresentou informações sobre a tatuagem. (Cabe ressaltar que este último programa também utilizou o recurso de inserção de legendas, transcrevendo a fala do apresentador e do entrevistado, o que foi feito somente porque o áudio estava muito ruim.) No TJ UFRJ, o melhor exemplo é a reportagem especial “Desafios do Ensino de Jornalismo no Século XXI”, onde, sobre uma tela preta, são gradualmente inseridas as logomarcas de diferentes plataformas de comunicação contemporâneas como *Youtube*, *Blogger*, *Orkut*, *Google* e *Twitter*.

A inserção de fotos e imagens diversas sobre o vídeo onde já aparece o apresentador (selos) foi observada, sobretudo, na TV UVA e na TV UERJ. Na *webtv* universitária, esse recurso é usado nas duas edições analisadas do programa *A Dica é*, nos quais as capas dos livros sugeridos, por exemplo, aparecem na lateral da tela. Na televisão universitária on-line, foi empregado no programa *TV UERJ Esportes* de 5 de julho de 2010, no qual o apresentador Arthur Prado “pede” que a “produção” inclua as fotos de determinadas pessoas mencionadas durante o debate.

Outros exemplos de inserção de efeitos e recursos gráficos nos conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários poderiam ser citados, mas, aqui, nos limitaremos a esses, a fim de evitar uma descrição exacerbada e cansativa. Até porque, o que foi apresentado até o presente momento já nos permite corroborar a tendência proposta de que esses efeitos e recursos, assim como as trilhas sonoras, são introduzidos em maior medida nas reportagens especiais e/ou nos programas atemporais e de variedades.

6.4.3. Vinhetas e créditos enquanto exceções

É relevante ressaltar, entretanto, uma exceção à tendência proposta: se nos conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários em si, os novos efeitos e recursos são apropriados preponderantemente nos vídeos atemporais, no que se refere às vinhetas⁹⁷ e aos créditos em geral das experiências acadêmicas analisadas, o uso desses efeitos e

⁹⁷ A vinheta se constitui enquanto um vídeo, geralmente editado, que sempre aparece na abertura e nos intervalos, e em geral no término dos programas de todos os gêneros, caracterizando-os como unidades autônomas (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.176). Nas palavras de Rezende (2000, p.147), são as vinhetas que marcam o começo e o término dos programas e de seus distintos blocos.

recursos é mais expressivo e indiscriminado. Na TV UVA, o único programa que não dispõe de qualquer vinheta ou crédito é o *TV UVA Notícias*, que estava sendo exibido por meio de transmissão direta durante o período da análise empreendida para essa pesquisa. Todos os demais programas da *webtv* universitária possuem não somente vinhetas e créditos próprios, como também logomarcas específicas, elaborados com base em efeitos e recursos de edição bastante sofisticados. As diferentes edições dos diversos programas sempre apresentam a mesma vinheta e créditos, produzidos de maneira a gerar uma identidade visual para os programas, seja no que se refere às cores ou à logo propriamente dita. Em outras palavras: as vinhetas e créditos se repetem em todas as edições dos programas e são relacionadas entre si através da repetição da cor da vinheta no crédito ou da presença da logo do programa no crédito e na vinheta. Isso nos permite afirmar que, entre as três analisadas, essa iniciativa acadêmica é a que apresenta recursos mais rebuscados na edição das logos, vinhetas e créditos, o que é justificado pelo fato de que é o editor (funcionário) Giuseppe Caputo quem elabora esses vídeos, ou seja, trata-se de uma produção profissional e não realizada pelos estudantes.

Assim como ocorre na TV UVA, na TV UERJ há vinhetas específicas para cada programa e para cada quadro dentro dos programas, como os “Pensando alto” e “Estilo de Quinta” que integram o *Telejornal UERJ On-line*, e os “ETC!5” e “ETC! Crítica” do programa *ETC!*. Em todas essas vinhetas, há o uso de efeitos e/ou de recursos gráficos nas imagens. No entanto, tais efeitos e recursos não são tão rebuscados quanto os da TV UVA, na medida em que não empregam animações e imagens criadas virtualmente, por exemplo. Além disso, as imagens utilizadas nessas vinhetas, mesmo as tradicionais, com exceção da do *Telejornal UERJ On-line*, não foram gravadas pela equipe, mas retiradas de bancos de dados e tratadas pelos estudantes que produzem a televisão universitária on-line.

Outro problema da TV UERJ nesse sentido diz respeito aos créditos. Na maioria dos programas, os créditos seguem a identidade visual da vinheta, seja através da inserção da logomarca ou de algum elemento apresentado pela mesma⁹⁸. O único programa que emprega créditos sem a identidade visual da vinheta é o *Penúltimas*, no qual, em

⁹⁸ No *Telejornal UERJ On-line* e no *TV UERJ Esportes*, os créditos aparecem sobre uma tarja com a logo dos programas ao lado; e no *ETC!*, estes são apresentados em “balões de fala”, apenas fazendo menção à logomarca e, portanto, à vinheta.

ambas as edições observadas, os créditos aparecem apenas em letras (brancas em um caso, e pretas no outro) sobre a tela. Essa exceção não caracterizaria os créditos como um dos problemas da TV UERJ se não fosse o fato de que nos outros três programas, alguns entrevistados recebem créditos diferentes dos demais, comprometendo a identidade visual estabelecida. Apenas para citar um exemplo, podemos destacar o caso do *TV UERJ Esportes*, em que o apresentador recebe o crédito com a logomarca do programa, mas os nomes dos convidados aparecem apenas em letras brancas inseridas sobre a tela. Está certo que o fato dos entrevistados estarem sentados lado a lado, e não atrás da bancada, dificulta a identificação, mas, nesse caso, então, a estrutura do crédito padrão (em forma de tarja) deve ser repensada, a fim de contemplar o formato do programa, dedicado ao debate, caracterizado por convidados sentados próximos uns aos outros. Com relação à vinheta final, com os créditos de produção daquela edição do programa, só é verificada no *Telejornal UERJ On-line*; nos demais, o corte é seco depois do encerramento do apresentador.

No TJ UFRJ, a questão das vinhetas e créditos deve ser considerada de uma maneira diferenciada, já que se trata de um único programa – um webjornal audiovisual – e não de programas diversos. A vinheta do TJ UFRJ se resume à aparição da logomarca do projeto, através de uma fusão na imagem, no início de todos os conteúdos audiovisuais produzidos a partir do segundo semestre de 2009. Ou seja, a vinheta funciona como uma espécie de “marcador” do início dos vídeos. É importante destacar que não há uma vinheta específica para cada editoria do *site*, o que reforça a ideia de que este consiste em um único programa.

No que se refere aos créditos, podemos afirmar que nos *flashes* do TJ UFRJ não há a inserção de qualquer crédito: é o próprio repórter quem apresenta o entrevistado, por meio da sua fala e, no final de cada *flash*, o repórter também faz a sua própria apresentação através da deixa que inclui o seu nome seguido do dizer “para o TJ UFRJ”. Essa falta de crédito escrito nos *flashes* é prejudicial somente quando o nome da pessoa é incomum, dificultando, por exemplo, a transcrição desse nome. Nos vídeos editados, na maioria das vezes⁹⁹, os créditos são inseridos,

⁹⁹ As únicas exceções observadas foram as reportagens sobre a TV Digital e sobre a história do projeto, onde não foi introduzido qualquer crédito, o que se constitui enquanto um erro grave. Conforme alerta Paternostro (2006, p.164), nunca se deve deixar de identificar nos créditos o nome do entrevistado, do repórter, da cidade e/ou do estado, pois essas são informações complementares que ajudam na compreensão do fato noticiado.

ainda que de maneiras distintas. Até o primeiro semestre de 2009, o crédito tinha as cores preto e laranja, e uma maior ênfase era conferida à logo da ECO (Escola de Comunicação), em detrimento do nome TJ.UFRJ, que aparecia mais abaixo e em dimensão menor. A partir do segundo semestre de 2009, passa a ser utilizado um novo crédito cinza e vermelho/vinho, que não tem mais a logo da ECO, e sim apenas o nome TJ UFRJ. Esse novo crédito abre com uma animação, em que o nome do projeto aparece inteiro no começo e depois fica reduzido a “TJ” para dar lugar ao nome do repórter. Essa diferenciação entre os créditos é decorrente das diferentes fases percorridas pelo TJ UFRJ, as quais foram detalhadas no primeiro capítulo da presente dissertação.

Nesse capítulo, tentamos apontar as principais características e particularidades da edição, em especial dos vídeos, no webjornalismo audiovisual universitário praticado pelos três casos estudados. No próximo capítulo, pretendemos alcançar o mesmo objetivo, porém, com relação à circulação, a última etapa do processo de produção jornalística analisada por essa pesquisa.

CAPÍTULO SETE

A circulação no webjornalismo audiovisual universitário

Para designar os diferentes aspectos da distribuição de conteúdos jornalísticos audiovisuais no ciberespaço, tema desse sétimo capítulo da dissertação, priorizaremos o emprego do termo “circulação” em detrimento de “publicação”. Reconhecemos que, embora variem as formas através das quais as informações são distribuídas, podendo ser pela imprensa, pelo rádio, pela televisão ou por qualquer outro meio de comunicação, alguns autores como Warren (1975, p.486) afirmam que os conteúdos jornalísticos sempre serão “publicações”. Mas, com a eclosão das redes digitais, os sistemas de circulação tornaram-se os protagonistas na distribuição das informações, na medida em que são ativadores dos espaços sociais e ditam o ritmo das intervenções dos diversos atores sociais na esfera pública. Conforme defende Machado (2000, p.363), no ciberespaço, a rede de circulação dos conteúdos jornalísticos ultrapassa a ideia de um simples caminho ou via de acesso para distribuição de dados ou publicações, pois funciona como um ambiente que permite a interação entre indivíduos. É por esses motivos que empregaremos o termo “circulação” nesse capítulo.

Depois da apresentação de breves considerações sobre a circulação no contexto da Internet, destacaremos a importância conferida pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário aos arquivos e, por conseguinte, à memória. Sistematizaremos três tipos de sistemas de arquivamento verificados nas iniciativas analisadas: 1) sistema baseado em tecnologia externa e acessível a qualquer pessoa, ilustrado pela TV UERJ; 2) sistema autônomo da Universidade em forma de *site*, exemplificado pela TV UVA; e 3) sistema autônomo da Universidade em forma de *blog*, representado pelo TJ UFRJ. Em seguida, buscaremos evidenciar os reflexos desses tipos de sistemas na constituição de três formas distintas de controle de acessos dos usuários aos conteúdos: 1) controle de acessos com base no *Youtube*, cujos principais exemplos são a TV UERJ e a TV UVA; 2) controle de acessos com base no *Google Analytics*, ilustrado pela TV UVA e pelo TJ UFRJ; e 3) controle de acessos com base em sistema autônomo da Universidade, que é o caso do TJ UFRJ.

Nas últimas seções, abordaremos três diferentes tendências do webjornalismo audiovisual universitário com relação a algumas das potencialidades oferecidas pelo ciberespaço: a colocação da

instantaneidade em segundo plano; a utilização, mas não efetivação da interatividade; e a exploração primária da hipertextualidade.

7.1. A circulação no ciberespaço

Fazer audiovisual não consiste apenas em produzir; é imprescindível a disseminação dessa produção, de maneira abrangente, e no caso dos conteúdos universitários, fora das salas de aula e dos centros produtivos (MAGALHÃES, 2002, p.15). Mas, se na televisão, a programação é a principal atividade profissional que define a emissão e a distribuição dos conteúdos audiovisuais no tempo, procurando atender a fatores como o estilo da emissora, as preferências e expectativas da audiência, as demandas dos anunciantes e os recursos materiais, financeiros e humanos disponíveis (MICÓ, 2007, p.22); no ciberespaço, a disseminação da produção jornalística audiovisual ocorre de outra maneira.

No mundo digital, os jornalistas devem estar preparados para as múltiplas possibilidades de distribuição por meio de variados dispositivos digitais. São distintas as maneiras de se ter acesso às informações e aos conteúdos jornalísticos proporcionadas pelas ferramentas de comunicação não tradicionais, as quais permitem, entre outras vantagens, a imediatividade de acesso e a interatividade (QUINN, 2005, p.189; VILLADA, 2006, pp.28-29). Com a convergência, não dependemos de um mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, há o deslocamento dos conteúdos midiáticos específicos em direção: a informações que fluem por vários canais, a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, a múltiplos modos de acesso a conteúdos midiáticos, e a relações cada vez mais complexas entre os meios tradicionais e a cultura participativa (JENKINS, 2008, p.310).

Segundo Pavlik (2001, p.201), talvez nenhuma etapa do jornalismo moderno esteja sendo mais transformada do que a forma de distribuição e publicação dos conteúdos. Hoje, sobretudo a partir da emergência da Internet, as informações podem ser acessadas a qualquer momento e em um nível global, o que tornou o jornalismo de todo o mundo disponível universalmente, embora isso não signifique que os conteúdos produzidos por todos os atores sociais adquirem a mesma relevância. Machado (2000, p.363) destaca que, no ciberespaço, a direção do fluxo de dados em redes de circulação de conteúdos jornalísticos depende do ajuste contínuo das relações de poder entre os

jornalistas, as organizações, os atores políticos ou sociais e os cidadãos, as quais definem as funções desempenhadas por cada um desses participantes. Outra peculiaridade dos sistemas mundiais de circulação de informações apontada pelo autor (MACHADO, 2000, pp.364-365) é a especialização temática das áreas espaciais, que, por sua vez, estimula uma necessidade crescente de intercâmbios. Como as informações de cada área assumem cada vez mais valores de uso, a circulação passa a representar uma função determinante nas mudanças sofridas pela produção e pelo espaço diante das tecnologias digitais.

Com relação à circulação de vídeos, é relevante destacar também que pode ocorrer por meio de distintos mecanismos técnicos. Os mais tradicionais, em acordo com Pase (2008, p.200), são o *download* e o *streaming*. No primeiro caso, o arquivo é disponibilizado em um servidor da Internet e pode ser carregado para um computador na íntegra; no segundo, o usuário pode apenas visualizar o vídeo. Keirstead (2005, p.149) ressalta que o *streaming* exige uma grande largura de banda e/ou capacidade de dados. O uso de um formato ou outro é definido pelo autor do conteúdo. Nas três experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas, optou-se pelo emprego da tecnologia de *streaming*, ou seja, não é oferecida aos usuários a possibilidade de “baixar” para seus computadores os conteúdos audiovisuais dos *sites* acadêmicos. Tanto no *download*, quanto no *streaming*, em alguns casos, o usuário precisa de um programa compatível (PASE, 2008, p.201). Entre as iniciativas webjornalísticas audiovisuais universitárias, isso ocorre somente no TJ UFRJ, em que, para se assistir aos vídeos, é necessário que o computador tenha instalado o *software Real Media Player*, oferecido (grátis) pelo próprio webjornal audiovisual em um *link*.

A partir dessas breves considerações sobre os mecanismos mais técnicos de circulação no ciberespaço, evidenciamos que, hoje, são múltiplas as possibilidades. Como defende Pase (2008, p.246), tal multiplicidade de fluxos de vídeos mostra a necessária criação de ferramentas que unifiquem as vantagens de cada sistema, trazendo consigo outras características do ambiente digital como a interatividade, apenas para citar um exemplo.

A solução talvez esteja no desenvolvimento de novas plataformas de publicação, que auxiliem na produção, circulação e gerenciamento de produtos jornalísticos para a *web*. Ou seja, plataformas que adaptem as potencialidades das tecnologias digitais às

etapas produtivas do webjornalismo (SCHWINGEL, 2008; MIELNICZUK, 2006, p.171). Embora tradicionalmente, nas universidades, o desenvolvimento e utilização dessas plataformas sejam comprometidos por fatores diversos, se constituindo, por diversas vezes, enquanto soluções simples elaboradas por alunos que possuem conhecimentos na área de informática, e, portanto, enquanto experiências isoladas e interrompidas quando tais alunos concluem o curso (MIELNICZUK, 2006, p.172); no webjornalismo audiovisual universitário já têm sido empreendidas experimentações em sentido contrário, mesmo que ainda priorizem determinadas potencialidades (como a memória) em detrimento de outras, conforme buscaremos evidenciar nas demais seções desse capítulo.

7.2. Memória: a importância dos arquivos

O webjornalismo é, em sua essência, baseado em memória (SAAD, 2003, p.246). Conforme sustenta Palacios (2002, p.4), a memória é possível porque a acumulação de informações é mais viável em termos técnicos e econômicos na Internet do que nas outras mídias, disponibilizando ao usuário um volume de dados, em potencial, maior. A *web* é um espaço onde o conteúdo fica disponível o tempo todo: como destaque, durante um período; e depois pode ser acessado quando o usuário desejar (SILVA, 2006, p.71). Assim como na imprensa, no rádio e na televisão, a informação mais atual prevalece sobre as anteriores; a diferença é que, na rede, o modelo é acumulativo, na medida em que a informação atual é introduzida sem remover a já existente. O conceito de “vigência” passa a ser valorizado, visto que as informações continuam em vigor mesmo que não sejam recentes (AYERDI, 2002, p.10). “O que importa mais é estar, e não necessariamente estar em primeiro lugar” (SOSTER, 2009, p.168).

Do mesmo modo que a quebra dos limites de espaço na *web* permite o seu amplo uso para a disponibilização de conteúdos jornalísticos, oferece a possibilidade de, por meio de arquivos digitais, armazenar on-line as informações já produzidas, com base em sistemas sofisticados de indexação e recuperação de dados (PALACIOS, 2002, p.7; PERALTA, 2005, pp.121-122). É verdade que a “memória representa muito mais do que o simples arquivo e é uma questão fundamental num jornalismo onde o espaço que a notícia ocupa não é um bem escasso” (CANAVILHAS, 2006, p.118); mas essa é certamente uma de suas principais potencialidades. Conforme ressalta Machado

(2000, p.365), as tecnologias digitais modificaram as operações de armazenamento de conteúdos jornalísticos, possibilitando, pela primeira vez, uma utilização partilhada de fundos documentais de diferentes meios de comunicação. Enquanto no jornalismo tradicional o arquivo representava somente um instrumento de trabalho para os profissionais de cada meio; nos cibermeios, os arquivos transformam-se em fontes documentais acessíveis a todos.

Embora a preocupação com a memória e com os arquivos digitais não seja recente (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, pp.97-98), na contemporaneidade, são cada vez mais múltiplas e diversificadas suas vantagens. Herreros (2003, p.254) e Canavilhas (2006, p.118) destacam que o uso dos arquivos e das bases de dados para relacionar uma nova informação a seus antecedentes pode dar origem a um jornalismo mais contextualizado, auxiliando na sua compreensão. A construção e boa gestão de arquivos explicativos, comentados e contextualizados podem também atrair mais usuários para os conteúdos jornalísticos (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.66, p.94).

Outra vantagem dos arquivos digitais é a possibilidade de armazenamento de formatos mais complexos e maiores, permitindo aos jornalistas trabalhar com uma variedade mais ampla de formatos. Trabalhar com o audiovisual, por exemplo, requer uma maior capacidade de armazenamento, da qual dispomos nos arquivos digitais com base nos mesmos dispositivos básicos de armazenamento de textos. De acordo com Pavlik (2001, p.197), o armazenamento digital oferece vantagens significativas sobre o analógico, incluindo a indexação automática, o acesso aleatório para recuperação fácil e rápida do conteúdo armazenado em qualquer lugar do arquivo, e as capacidades avançadas de pesquisa para áudio e vídeo.

A partir da introdução dos arquivos digitais, os conteúdos jornalísticos antigos também se tornaram fontes de informação para os jornalistas, já que podem ser acessados e recuperados (KEIRSTEAD, 2005, p.24, p.131). Além disso, o armazenamento digital liberta as organizações jornalísticas de subsidiarem arquivos físicos, os quais exigem um espaço significativo, implicando, sobretudo nas grandes cidades, em altos custos. Por fim, cabe mencionar que os arquivos digitais também conferem eficiência e agilidade não apenas às pesquisas gerais, mas também à recuperação de informações altamente específicas, disponíveis em bibliotecas que, antes, só poderiam ser visitadas pessoalmente (KOCH, 1991, pp.303-304).

Não afirmamos aqui que os arquivos digitais trazem consigo somente vantagens. Reconhecemos, em acordo com Pavlik (2001, pp.197-198), Palacios (2002, p.9) e Herreros (2003, p.254), que podem existir problemas no seu uso. Porém, constatamos que as vantagens são mais expressivas que os perigos inerentes aos arquivos digitais.

Para o aproveitamento de todas essas vantagens, é imprescindível uma boa gestão dos arquivos, o que não tem sido recorrente nas organizações jornalísticas da contemporaneidade (MACHADO, 2000, p.367). Diante do fato de que a acessibilidade está se tornando a chave para a percepção dos potenciais das novas tecnologias, há a necessidade de armazenar metadados¹⁰⁰ de forma acessível, exata e organizada, em acordo com padrões profissionais (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.63).

Os arquivos de conteúdos jornalísticos, em especial os audiovisuais, requerem uma gestão que vai desde o registro e documentação até a busca de imagens, isto é, deve contemplar quase todas as etapas do processo produtivo (HERREROS, 2003, p.254; COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.11). Hoje, o armazenamento dos dados sobre o processo produtivo e dos conteúdos finalizados tem sido, cada vez mais, realizado de modo automático (PAVLIK, 2001, p.197), por *softwares* especializados, os quais armazenam dados diversos, comprimindo-os a fim de que mais informações possam ser preservadas e organizando-os de forma que a busca seja possível (KEIRSTEAD, 2005, p.131).

Embora o processo esteja se automatizando, o ser humano continuará sendo peça fundamental, na medida em que fornecer o contexto da filmagem, por exemplo, ainda é essencial na recuperação de dados, tarefa que uma máquina não pode desempenhar (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.67). Daí, a necessidade de que as organizações jornalísticas tradicionais façam mais do que delegar a um profissional que armazene todas as informações relevantes sobre os

¹⁰⁰ Há alguns anos, “metadados” era uma palavra incomum. Hoje, é empregada em quase todos os lugares, embora não haja nada novo com relação ao conceito. A palavra “metadados” vem do grego “meta”, que significa “sobre”. Assim, literalmente, “metadados” significa “sobre dados”. Em termos simples, metadados são um detalhe específico de informação sobre algo. Não são necessariamente digitais, embora essa palavra esteja muitas vezes associada a *hardwares* e aplicações digitais. O mais importante é que os metadados se constituem em informações relevantes na medida em que se agregam uns aos outros. Isto é, um item de metadado é um mero detalhe e, isolado, não é muito informativo. Vários itens de metadados agrupados são necessários para transmitir informações úteis (COX; MUDLER; TADIC, 2006, pp.2-3).

conteúdos veiculados (KEIRSTEAD, 2005, p.131). Diante das possibilidades das tecnologias digitais, um bom gestor de arquivos é imprescindível (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.63; KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, pp.141-142). O problema no armazenamento de informações e conteúdos no jornalismo contemporâneo, em especial no praticado na *web*, está justamente no fato de que, muitas vezes, não há a figura desse gestor do arquivo, ou seja, todos os profissionais envolvidos no processo produtivo acabam por inserir dados no arquivo (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.64, p.74, p.75).

No webjornalismo audiovisual universitário, a memória é uma das prioridades. No entanto, não verificamos a automatização desse armazenamento, nem o cuidado que seria necessário na gestão desses arquivos, conforme indicado até aqui, fazendo com que muitos conteúdos sejam “perdidos” ou que não sejam facilmente localizados, e, por conseguinte, reduzindo o potencial de memória proporcionado pelas novas tecnologias digitais. Esse problema pode ser apontado como uma consequência dos sistemas utilizados para arquivamento dos vídeos, cujos três tipos identificados por essa pesquisa serão apresentados a seguir.

7.2.1. Tipos de sistemas de arquivamento

Identificamos e sistematizamos três diferentes tipos de sistemas de arquivamento dos conteúdos nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual estudadas. Esses tipos foram divididos em dois grupos. O primeiro grupo engloba apenas um tipo: o **sistema baseado em tecnologia externa e acessível a qualquer pessoa**, ilustrado pela TV UERJ. O segundo grupo, dos **sistemas autônomos da Universidade**, pode ser dividido em dois tipos distintos: 1) o **sistema autônomo da Universidade em forma de *site***, exemplificado pela TV UVA; e 2) o **sistema autônomo da Universidade em forma de *blog***, representado pelo TJ UFRJ.

Na TV UERJ, verificamos que a principal plataforma utilizada é o *Youtube*, portanto, um “sistema baseado em tecnologia externa e acessível a qualquer pessoa”. Na entrevista concedida durante a pesquisa de campo, Brasil (2010) afirmou que os conteúdos da televisão universitária on-line estavam, a partir daquele momento, sendo hospedados pelo servidor da UERJ. Mas, esse servidor não estava, ainda, sendo, de fato, utilizado pelos estudantes na disponibilização dos vídeos na Internet. Verificamos que o suporte efetivamente empregado é

o *Youtube* e não um sistema próprio da Universidade, revelando que o sistema de circulação do *Youtube* é apropriado pela TV UERJ enquanto um sistema de produção.

Em geral, os vídeos da televisão on-line são inseridos tanto na sua página principal, quanto na página do *Youtube*, assim como ocorre na TV UVA¹⁰¹. A diferença da TV UERJ é que o próprio *link* do *Youtube* é inserido nos vídeos disponibilizados na página principal da televisão on-line e não um *link* para o servidor da Universidade. Brasil (2010) não vê nisso um problema, já que, hoje, muitas pessoas fazem uso do *Youtube*. Além disso, o emprego de servidores alternativos e gratuitos sempre foi a solução encontrada pela TV UERJ para o fato de não utilizarem o servidor da própria Universidade. Conforme lembra Fábio Penna (2010), em 2001, quando da implantação da TV UERJ, os vídeos eram hospedados em HPG, um provedor gratuito. Os conteúdos audiovisuais da televisão on-line também chegaram a ser armazenados no FTP do site “www.telejornalismo.com”, desenvolvido sob coordenação de Luís Carlos Bittencourt.

O uso do *Youtube* pode até ser considerado como algo positivo, pois a baixa resolução dos vídeos permite que usuários os quais utilizam a Internet com linhas telefônicas e baixa velocidade assistam aos conteúdos audiovisuais sem maiores dificuldades ou interrupções (PASE, 2008, p.204). Entretanto, na TV UERJ, isso se torna um problema nas ocasiões em que os estudantes deixam ou ficam impossibilitados de disponibilizar os vídeos na página principal da televisão on-line e utilizam somente a página do *Youtube*. Segundo o jornalista (funcionário) Robson Carlos de Souza (2010) e a bolsista Bárbara Vianna (2010), é comum que os alunos esqueçam de publicar os vídeos também na página da TV UERJ. Esse problema decorre do fato de que, em acordo com Vianna (2010), para alterar um vídeo nas páginas da TV UERJ, é preciso modificar cada um dos *links* e páginas, o que não é um processo difícil, mas trabalhoso.

¹⁰¹ No início de sua implantação, a TV UVA dispunha de uma página no *Youtube* independente da Universidade. Hoje, a partir da orientação de uma empresa de marketing contratada pela UVA, os vídeos da *webtv* universitária passaram a ser disponibilizados na página da Universidade no *Youtube* e não mais em uma página específica da TV UVA. Essa iniciativa tinha o objetivo inicial de aprimorar a página da UVA no *Youtube*, mas acabou favorecendo também a página principal da *webtv*, a qual, segundo Miranda (2010), passou a ter mais acessos em função do trajeto percorrido pelo usuário a partir dos *links* da página principal da Universidade.

Podemos concluir que se a automatização fosse empregada, poderia contribuir com a memória da TV UERJ, que, conforme ressalta Bacco (2010, p.83), tem sido comprometida: “A preocupação com a memória, em evidência nas duas primeiras fases da emissora, já não é mais explícita. Para consultar os vídeos produzidos, que passam de 800, o internauta deve buscá-los no canal do *Youtube*”. Além disso, essa automatização reduziria a dependência externa (pois uma pane no *Youtube*, hoje, pode comprometer toda a memória da televisão on-line), bem como estimularia o desenvolvimento de soluções adaptadas às necessidades específicas da TV UERJ, talvez até através de pesquisas aplicadas.

Até porque, problemas técnicos também são recorrentes na atualização da página da TV UERJ. Na pesquisa de campo, inclusive, presenciamos essa situação: os estudantes não estavam conseguindo inserir novos vídeos na página principal da televisão on-line. Para resolver o problema, recorreram aos estagiários antigos, mas só conseguiram a solução com o apoio de um dos estagiários de outro laboratório da Faculdade de Comunicação Social, o Laboratório de Comunicação Integrada (LCI). É verdade que essa questão não impede que os vídeos sejam acessados, já que estão disponibilizados no *Youtube*, mas prejudica os usuários que buscam especificamente os conteúdos da televisão on-line. Afinal, a primeira impressão que se tem ao acessar a página principal é que o *site* está desatualizado, a qual só é desfeita caso cliquemos no *link* para o *Youtube*.

Quanto ao acesso aos conteúdos antigos da TV UERJ, é relevante ressaltar que estes são apresentados na lateral direita das páginas internas de cada programa (ao lado do vídeo mais recente), sob o título “Arquivos”. Nessa subseção, sempre são disponibilizados quatro vídeos. Logo abaixo, há um *link* denominado “ver mais”, que direciona o internauta para o canal da TV UERJ no *Youtube*, onde todos os materiais audiovisuais da televisão universitária on-line encontram-se misturados e não divididos por programas, dificultando a procura do internauta pelo conteúdo desejado. Essa pode ser apontada como uma desvantagem de se empregar um sistema de circulação enquanto um sistema de produção.

Na TV UVA e no TJ UFRJ, alguns desses problemas podem ser solucionados pelo uso dos servidores das próprias universidades, que hospedam os vídeos. Ou seja, tratam-se de dois casos de uso de “sistema autônomo da Universidade”. Na *webtv* universitária, os vídeos são

armazenados no servidor da UVA, o qual é gerenciado pelo funcionário Sandro Barreto (2010)¹⁰². Barreto (S., 2010) não atende apenas às necessidades da TV UVA, mas de toda a instituição de ensino na área de Internet, tanto que sua sala não é localizada no mesmo prédio da *webtv*. Na entrevista concedida, Barreto (S., 2010) afirmou que havia migrado, há pouco tempo, para servidor e conexão melhores, mas que estava realizando testes para verificar se a melhora era efetiva.

No TJ UFRJ, os vídeos são hospedados no servidor do Núcleo de Computação Eletrônica da UFRJ (NCE), o qual, desde novembro de 2010, é considerado um Instituto Especializado da Universidade (Instituto Tércio Pacitti de Aplicações e Pesquisas Computacionais), atuando na área de Tecnologia da Informação e exercendo atividades nas aplicações tecnológicas e no desenvolvimento de serviços para toda a instituição. No NCE, o responsável direto pelos vídeos do TJ UFRJ é o técnico Moacyr de Paula Moreno, cuja sala também não fica próxima da produção do webjornal audiovisual, nem sequer no mesmo *campus*: o NCE é localizado na Ilha do Fundão.

Embora estejam incluídos no mesmo grupo, a TV UVA e o TJ UFRJ têm formatos diferentes de apresentação dos conteúdos em suas páginas na Internet. Enquanto a TV UVA se aproxima mais de um formato de *site*¹⁰³, o TJ UFRJ se assemelha de modo mais expressivo a

¹⁰² Graduado em Publicidade, trabalha há cinco anos diretamente com produções para a Internet e havia sido contratado pela UVA há seis meses quando realizamos a pesquisa de campo.

¹⁰³ Empregamos, nesse caso, o termo *site* enquanto sinônimo de “página *web*”. Um *site* pode adotar várias formas, a fim de atender diferentes objetivos: se o foco é um determinado mercado segmentado, teremos um *site* de conteúdo verticalizado, arquitetônico e visualmente construído para identificar-se com o público-alvo; se o posicionamento é atingir uma grande massa, teremos um *site* de conteúdo diversificado e horizontalizado. Um *site* é diferente de um portal, o qual se pretende também enquanto um provedor de acesso à *World Wide Web*. Outro aspecto a ser considerado é que a informação jornalística leva o usuário para dentro do próprio *site*, enquanto no portal o usuário é levado para fora. Hoje, os consultores recomendam que as organizações informativas se posicionem enquanto *sites*. Até porque, o portal, em especial no contexto estadunidense, reflete operações digitais que combinam informações, serviços e entretenimento. Operações digitais mais identificadas pela marca e credibilidade de conteúdo jornalístico possuem “páginas *web*” (SAAD, 2003, pp.249-250, pp.252-253).

um *blog*¹⁰⁴. Com isso, não afirmamos que um formato é melhor que o outro (ainda que o formato de *site* aparente maior sofisticação), até porque é possível apontar exemplos de vantagens e desvantagens de cada um dos modelos.

Na TV UVA, os vídeos armazenados são disponibilizados na subsseção “Arquivo”, localizada na editoria “Controle Remoto”, que reúne os conteúdos audiovisuais já difundidos de cada programa¹⁰⁵. A atualização dessa subsseção é realizada pela estagiária Joyce Brum (2010), aluna do 2º período de Comunicação Social e principal responsável pelos aspectos da TV UVA mais vinculados à *web*. Segundo a estudante (BRUM, 2010), a atualização dos vídeos é feita em três etapas: 1) inserção na página principal; 2) retirada da página principal e inserção na primeira página da editoria Controle Remoto (na barra da lateral que engloba todos os programas); e 3) retirada da primeira página de Controle Remoto e inserção na subsseção “Arquivo”, referente a cada programa em específico e não aos programas “mais atuais” retirados da página principal da TV UVA. Ainda em acordo com Brum (2010), o vídeo em destaque na editoria “Controle Remoto” é sempre o que se encontrava na página principal da *webtv* no dia anterior. E a primeira chamada logo abaixo desse vídeo, é a edição anterior do mesmo programa que está em destaque. Conclui-se, portanto, que essa é uma forma de atualização bastante complexa, o que acaba por dificultar a sua compreensão pelos usuários – situação agravada pelo fato de nenhum vídeo ter a data de publicação disponibilizada – e até mesmo pelos demais alunos que integram a equipe, pois, alguns deles, quando questionados sobre esse aspecto não sabiam responder ou descreviam esse processo de maneira errada.

¹⁰⁴ O *blog* é caracterizado por uma estrutura cronológica e vertical de texto com a possibilidade de referência a *websites* externos e *links* para comentários ao final de cada *post*. Após determinado número, os *posts* são agrupados por datas para recuperação através do arquivo. Como o *design* depende dos campos estabelecidos pela ferramenta, a publicação fica limitada a uma estrutura genérica. Já existem alguns avanços na disponibilização de imagens, no uso de *links* e na personalização do *design*. Mas ainda não é suficiente para a composição de estruturas narrativas constituintes do estado atual de desenvolvimento do webjornalismo (RIBAS, 2005, pp.125-126; PAVLIK, 2008, pp.74-75). Os *blogs* serão retomados mais adiante.

¹⁰⁵ Notamos que nessa subsseção aparecem programas que não fazem parte da Sinopse, nem da página principal, como *Nos bastidores* e *Rosa Choque*, os quais foram extintos da grade da *webtv* universitária, mas, como fazem parte da história da TV UVA, são mantidos no arquivo.

Um agravante que merece ser salientado é que esse processo de atualização não é automatizado. Ou seja, é a própria estagiária Joyce Brum (2010) quem vai modificando, de modo manual, os vídeos de seção em seção, aumentando a probabilidade de que ocorram falhas, as quais, de fato, foram verificadas na análise realizada para essa dissertação. Podemos citar como exemplo, o menor número de vídeos inseridos na seção Controle Remoto (quatro) em comparação à atualização da página principal (seis vídeos). Afinal, pelo sistema de atualização descrito pela aluna (BRUM, 2010), a inserção de seis novos vídeos na primeira página implicaria no armazenamento da mesma quantidade de materiais audiovisuais na seção Controle Remoto. Outro erro observado foi que, no dia 31 de agosto de 2010, o mesmo vídeo do programa *Sexo, Coisas e Tal* da página principal da *webtv* universitária era o vídeo em destaque na seção Controle Remoto. Como um último exemplo, destacamos o fato de que o vídeo do *TV UVA Notícias* retirado da página principal no dia 1º de setembro não foi armazenado em qualquer lugar da seção Controle Remoto. Caso o processo de atualização fosse automatizado, esses tipos de problemas não ocorreriam, já que o vídeo que está na seção interna Controle Remoto deixaria automaticamente de estar na primeira página e vice-versa.

O TJ UFRJ é a experiência de webjornalismo audiovisual universitário analisada que parece ter se dedicado mais à busca de estratégias para automatização do seu arquivo, embora as ferramentas empregadas sejam bastante simplórias. O acervo do webjornal audiovisual é armazenado de duas formas distintas: nas páginas internas de cada seção e na lateral direita da página de vídeos interna, sob o título “Lista de vídeos”. No primeiro caso, a página segue uma estrutura de *blog*. As chamadas para cada assunto são armazenadas uma abaixo da outra, partindo das mais recentes para as mais antigas. Nesse formato, ficam arquivadas apenas os textos do *site* e os *links* para os vídeos, os quais são hospedados no servidor do NCE, como já detalhado, e gerenciados pelo sistema desenvolvido através de uma parceria do Núcleo com o TJ UFRJ. Na página específica dos vídeos, esses são separados em categorias e, dentro dessas, seguem a ordem cronológica inversa de publicação. Segundo Becker (2010), a página de vídeos do TJ UFRJ já reúne, hoje, mais de 600 vídeos.

A estrutura adotada pelo TJ UFRJ é caracterizada pela simplicidade, o que compromete em certa medida as editorias com mais conteúdos, como “Ciências” por exemplo, uma vez que a página fica

muito extensa. Mas, pelo menos, todos os conteúdos antigos ficam, de fato, armazenados. Os sistemas das outras duas experiências de webjornalismo audiovisual universitário são mais complexos, mas nem sempre funcionam da maneira adequada, o que pode dificultar o acesso do internauta aos conteúdos antigos e, portanto, à memória desses *sites*.

Como ponto positivo comum às três iniciativas estudadas está a possibilidade de que qualquer pessoa tenha acesso ao seu arquivo. Não há restrições de acesso a determinados conteúdos jornalísticos a partir da posição ocupada pelo ator social no processo de comunicação: todos os usuários e os jornalistas envolvidos no processo jornalístico têm acesso aos mesmos conteúdos. Todos também têm acesso, pelo menos, a informações como o título e uma breve descrição do vídeo. Na TV UVA, por exemplo, há menos informações, e na TV UERJ, há mais dados relacionados; mas, em todas as experiências, há uma forma de apresentação dos vídeos, assim como uma tentativa de padronização dessa apresentação, características que podem ser apontadas como positivas com base nas ideias dos autores já citados. A única carência verificada em alguns casos, conforme detalharemos mais adiante, é a ausência da data e do nome do autor da publicação; dados mais específicos sobre o processo de produção que, embora nem sempre sejam disponibilizados aos usuários, podem ser obtidos por qualquer um dos jornalistas com acesso aos sistemas das iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário.

Tão importante quanto um bom armazenamento dos conteúdos jornalísticos nos arquivos digitais é a sua possibilidade de busca, através de ferramentas que permitam múltiplos cruzamentos de palavras-chaves e datas, por exemplo (PALACIOS, 2002, p.7). Keirstead (2005, p.132) ressalta que a técnica de busca varia de programa para programa, mas em geral é possível digitar as informações que se tem em ordem decrescente, como a cidade, o título e nome do autor. A busca na Internet é essencial, na medida em que, ao contrário da televisão, a *web* é considerada como um recurso utilizado para se encontrar alguma coisa ou alguém (CROCOMO, 2007, p.92). E se torna ainda mais relevante quando consideramos, em acordo com Koch (1991, p.305), que o valor de toda a informação armazenada cresce em função da sua acessibilidade, uma vez que pode ser buscada tanto pela equipe de jornalistas do meio de comunicação, quanto pelos usuários. Ainda segundo o autor (KOCH, 1991, p.66), a especificidade da busca de

informações on-line permite ao pesquisador focar, diante de uma vasta gama de informações, em um problema definido.

Os sistemas de busca, entretanto, ainda não são explorados de forma adequada pela maioria das iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual universitário. Na TV UVA e na TV UERJ¹⁰⁶, não há qualquer campo de busca que permita um acesso “mais direcionado” aos conteúdos desses *sites*. A busca é possível apenas nas páginas que essas experiências mantêm no *Youtube*; trata-se, portanto, de uma busca efetuada pelo *Youtube* e não pelas páginas dos próprios *sites* acadêmicos. O TJ UFRJ é a única iniciativa analisada que possui um campo de busca, localizado na lateral esquerda de todas as páginas do webjornal audiovisual, logo abaixo do *menu* principal, permitindo um acesso mais rápido, simples e preciso aos conteúdos armazenados no sistema.

Nessa seção, buscamos observar até que ponto a inexistência de limitações de armazenamento de informação potencializou, no webjornalismo, a memória de forma a criar uma ruptura diante dos suportes midiáticos anteriores (PALACIOS, 2002, p.8). Verificamos que nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário a preocupação com o armazenamento dos conteúdos em arquivos digitais é expressiva. Constatamos, ainda, que esse armazenamento, embora nem sempre seja realizado do modo mais apropriado, já permite acesso a todos os atores sociais do ciberespaço, mesmo que em geral não sejam oferecidos sistemas de busca. Podemos concluir, portanto, que rupturas já foram empreendidas, mas muito ainda precisa ser feito, sobretudo no que se refere às demais potencialidades da *web*, como a instantaneidade, a interatividade e a hipertextualidade, temas de futuras seções desse capítulo.

7.2.2. Formas de controle de acessos

Os três sistemas de arquivamento descritos apresentam reflexos nas formas de controle de acessos dos usuários nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual estudadas. Essa é uma questão que merece ser abordada nessa dissertação, uma vez que conhecer o seu interlocutor e, portanto, interagir com este de forma mais adequada, é essencial para qualquer meio de comunicação (REZENDE,

¹⁰⁶ A TV UERJ já teve um sistema de busca, conforme ressaltado por Bacco (2010, p.74), o que reforça a ideia apresentada no primeiro capítulo dessa dissertação de que a televisão universitária on-line passa por um período de crise e estagnação.

2000, p.61; RINCÓN, 2002, pp.312-313; p.25, p.27; TUNSTALL, 1993, p.9); e ainda mais imprescindível no contexto digital (BARDOEL; DEUZE, 2001, p.12; MARTÍN-BARBERO, 2002, p.48; REY, 2002, pp.115-116; FERNÁNDEZ, 2002, p.179; SAAD, 2003, pp.109-110, p.113, p.254; KULINSKI, 2006, p.144; MICÓ, 2007, p.180; PASE, 2008, pp.242-243), bem como nos conteúdos universitários (FERNÁNDEZ, 2002, p.158, p.178; GÓMEZ, 2002, pp.257-259; RINCÓN, 2002, pp.314-315; CALLIGARO, 2009, p.17; BACCO, 2010, p.48), em função das suas diversas particularidades já ressaltadas até aqui.

O ciberespaço oferece distintas possibilidades para se obter informações detalhadas sobre os usuários (QUINN, 2005, p.89). É verdade que a Internet é um dos meios mais segmentados e fragmentados, com públicos difíceis de identificar qualitativamente, com milhares de acessos diários e com *sites* que se medem em milhões, ofertando produtos e serviços muitas vezes similares. Mas, no que se refere ao perfil dos usuários, a *web* apresenta vantagens sobre os meios tradicionais. É possível saber os valores quantitativos de um *site* pelas medições de acesso do servidor, pelos *softwares* desenvolvidos para essa finalidade e pelos serviços oferecidos na própria rede (VIVAR; GUADALUPE, 2005, pp.30-31).

Porém, persistem as dificuldades, em especial na obtenção de dados qualitativos¹⁰⁷, as quais já eram inerentes aos meios tradicionais (MARTÍN-BARBERO, 2002, pp.46-47; BRASIL, 2002, pp.311-313; PORCELLO, 2002, p.79; VIZEU, 2005, p.78; PRIOLLI, 2007; CHARAUDEAU, 2009, pp.79-80, p.82, p.85). Uma solução recorrente tem sido o recolhimento de dados demográficos dos usuários através da exigência de que se registrem para acessar determinadas informações do *site* (VIVAR; GUADALUPE, 2005, pp.30-31, pp.80-81). Ainda assim, não se tem um conhecimento aprofundado do comportamento e das preferências dos usuários. Vivar e Guadalupe (2005, p.17) indicam que é necessário dispor de sistemas de controle de acessos tecnologicamente confiáveis, dos mesmos critérios de aferição e análise e de uma terminologia precisa e comum, exigências ainda distantes da realidade do webjornalismo contemporâneo, em especial o universitário.

¹⁰⁷ Em acordo com Saad (2003, p.234), compreendemos o “qualitativo” enquanto uma série de características do ambiente intangíveis (conceituais e até metafóricas) e mutáveis (por estarem vinculadas a expressões culturais, sociais e econômicas), as quais diferenciam o comportamento dos produtores e dos usuários da informação digital.

O controle de acessos é realizado de três formas distintas nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas: 1) **controle de acessos com base no Youtube**, cujos principais exemplos são a TV UERJ e a TV UVA; 2) **controle de acessos com base no Google Analytics**, ilustrado pela TV UVA e pelo TJ UFRJ; e 3) **controle de acessos com base em sistema autônomo da Universidade**, que é o caso do TJ UFRJ.

Em nenhuma das três iniciativas acadêmicas é oferecido, na página principal, qualquer tipo de contagem do número de visitas; nem existe a obrigatoriedade de preenchimento de um cadastro em que o usuário informe dados mais específicos. Na TV UVA e na TV UERJ, os números de acesso aos vídeos pode apenas ser conhecido pelos internautas na página do *Youtube*, onde abaixo de cada vídeo aparece o seu número de exibições. Ou seja, essa verificação de acessos é quantitativa e não qualitativa; e não foi uma ferramenta desenvolvida pelas universidades, já que se trata de um recurso padrão utilizado pelas páginas do *Youtube*.

Isso não seria um problema se essa não fosse a única forma de que a TV UERJ dispõe para controlar os acessos aos seus conteúdos¹⁰⁸. Esse tipo de sistema permite apenas constatações como a feita pela estagiária Bárbara Vianna (2010) de que o número de acessos aumenta quando os conteúdos são divulgados nas redes sociais; mas não possibilita obter informações sobre o perfil dos espectadores dos vídeos. Bacco (2010, pp.63-64) destaca que, nos primeiros quatro anos do projeto, dados mais específicos sobre o acesso aos vídeos eram levantados, porém, após uma última pesquisa realizada em 2004, não foram mais sistematizadas e publicadas informações que atualizem esses dados.

Na TV UVA, além do sistema do *Youtube*, o funcionário Sandro Barreto (2010) envia, regularmente, um relatório do *Google Analytics* para a coordenação da *webtv* universitária com dados como número de visitas, origem do usuário, páginas mais acessadas etc. Barreto (S., 2010) acredita que esses números são superficiais, porque os vídeos na *web* deveriam ter uma aferição diferenciada. Por exemplo,

¹⁰⁸ Na entrevista realizada para essa dissertação, Brasil (2010) afirmou que a verificação de público na TV UERJ também ocorre através dos e-mails e demais contatos que os usuários fazem com a equipe da televisão on-line. Mas, como essa é uma forma que parte dos internautas, não estamos considerando-a como um recurso empregado para que as iniciativas possam efetivamente conhecer seus usuários, embora seja uma importante forma de interatividade.

o mecanismo empregado não permite a identificação do número de exibições de cada vídeo (já que contabiliza apenas as visualizações de páginas), nem apresenta a quantidade de indicações para amigos, que são questões relevantes. A única conclusão à qual Barreto (S., 2010) admite ter chegado através dessas aferições é que o acesso aos vídeos da TV UVA é maior no *Youtube* do que na página principal da *webtv*, em função dos vídeos travarem menos, o que chama a atenção para a necessidade de aprimoramento dos sistemas de exibição de vídeos no webjornalismo audiovisual universitário.

No TJ UFRJ, o *Google Analytics* também é empregado. Relatórios desse tipo são solicitados, todas as semanas, ao Núcleo de Computação Eletrônica da UFRJ e recebidos pela coordenadora do webjornal audiovisual e pela bolsista PIBIC Lara Mateus (2010). Segundo a bolsista (MATEUS, 2010), essa verificação, embora não seja detalhada, já indica alguns caminhos, como, por exemplo, a necessidade de revisão dos vídeos que os usuários acessaram e não retornaram. Há, ainda, outro sistema de controle dos acessos, desenvolvido pelo Núcleo de Computação Eletrônica e acessível através do endereço <http://tv.ufrj.br/usage/tjufrj/>. Esse *site* oferece diferentes índices de acesso (por mês e por dia), como números de visitas, páginas visitadas e arquivos acessados, e complementa os dados obtidos por meio do *Google Analytics*. Trata-se, portanto, de um diferencial, já que se baseia em tecnologia elaborada pela própria Universidade, evidenciando, por conseguinte, a relação com os tipos de sistema de arquivamento sistematizados na seção anterior. É possível constatar, portanto, que o controle de acessos realizado pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário é mais quantitativo que qualitativo, um problema ainda comum nos cibermeios.

7.3. Instantaneidade: um potencial relegado a segundo plano

A instantaneidade é resultante da rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, permitindo uma grande agilidade na atualização dos conteúdos jornalísticos, assim como o acompanhamento contínuo de seu desenvolvimento. Alcançar um bom uso da instantaneidade, entretanto, não é tão fácil como se pode imaginar, na medida em que exige que as organizações jornalísticas utilizem plataformas digitais sofisticadas e que os jornalistas tenham habilidades e/ou especialidades técnicas para armazenar e postar rapidamente informações na Internet. Algumas organizações

jornalísticas já reconhecem que novos sistemas devem ser elaborados, e os programas que eles gerenciam devem ser flexíveis o suficiente para permitir a postagem imediata e por qualquer jornalista de informações (STOVALL, 2004, pp.17-18).

Nas três experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas, podemos afirmar que as tecnologias digitais têm sido desenvolvidas para favorecer a instantaneidade, assim como a sua utilização por todos os envolvidos no processo produtivo. Na TV UVA e na TV UERJ, as plataformas de publicação, embora exijam conhecimentos básicos de HTML e de *Macromedia Dreamweaver*, são simples e de fácil manipulação pelos próprios alunos. É verdade que na TV UVA não são todos os que têm contato com a plataforma, mas apenas o responsável direto pela disponibilização dos vídeos, mas todos os que desejem podem adquirir essa habilidade. Segundo o funcionário da UVA Sandro Barreto (2010), estão sendo estudadas novas formas de publicação dos vídeos, que facilitem ainda mais a sua atualização pelos integrantes da TV UVA, conferindo mais autonomia e agilidade para os alunos.

O exemplo mais emblemático das possibilidades de apropriação das novas tecnologias para a construção de plataformas que proporcionem o uso da instantaneidade está no TJ UFRJ. O webjornal audiovisual conta, hoje, com dois sistemas de disponibilização de conteúdos: um para textos e *links*, desenvolvido com base no *Joomla*, e outro exclusivo para armazenamento dos vídeos no servidor da UFRJ. Elaborado pelos próprios membros do TJ UFRJ em parceria com o Núcleo de Computação Eletrônica (incluindo a prof^a. Beatriz Becker, o técnico Moacyr de Paula e bolsistas do TJ UFRJ de Jornalismo e de Sistemas de Informação), o segundo sistema foi pensado para que os conteúdos audiovisuais não precisassem mais ser enviados para o NCE para publicação, o que acontecia antes. Atualmente, são os próprios bolsistas de Comunicação Social do webjornal audiovisual que “logam” nesse sistema e publicam os vídeos na página de vídeos do TJ UFRJ/NCE. Para isso, enviam o arquivo por FTP para o sistema e depois linkam com a página principal do *site*.

Esse sistema, portanto, conferiu instantaneidade à disponibilização dos conteúdos produzidos, além de autonomia aos jornalistas (da Escola de Comunicação) para publicarem os vídeos independente dos técnicos (do NCE), ainda que tenha sido necessário, no início, que os técnicos realizassem um treinamento sobre algumas

questões específicas imprescindíveis para o processo de publicação. Esse é um exemplo de que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário podem, sim, desenvolver plataformas que atendam às necessidades específicas do jornalismo na era digital, entre elas a memória e a instantaneidade. A bolsista PIBIC do TJ UFRJ Lara Mateus (2010) mostrou clareza sobre a importância de tal aspecto ao afirmar que esse sistema foi uma das maiores inovações já realizadas pelo projeto, pois se constitui como uma apropriação benéfica da tecnologia para o trabalho do jornalista.

Embora a atualização constante e imediata ao acontecimento seja uma característica importante do jornalismo praticado no ciberespaço (MIELNICZUK, 2003, p.54; STOVALL, 2004, pp.17-19; KEIRSTEAD, 2005, p.150; LÓPEZ; OTERO, 2006, pp.8-9), não tem sido prioridade no webjornalismo audiovisual universitário – mesmo que existam condições técnicas para tal. Na contramão das tendências de que a periodicidade diária será substituída pela atualização permanente (MACHADO, 2000, p.356) e de que até mesmo a própria periodização da existência é afetada pela presença permanente em rede (SODRÉ, 2009, pp.105-106), verificamos que as atualizações em algumas das experiências analisadas não são sequer realizadas uma vez por dia.

A única iniciativa acadêmica que realiza a produção e distribuição diária de um produto jornalístico é a TV UERJ, que produz uma edição do *Telejornal UERJ On-line* por dia. A bolsista Bárbara Vianna (2010) destacou que a ideia é que esse programa esteja na Internet todos os dias até às 18 horas. Em geral, os alunos conseguem cumprir esse prazo, mas quando isso não é possível, trabalham até o horário necessário para finalizar o programa. Segundo o estagiário Rômulo Herzer (2010), essa forma de trabalho tem permitido que nenhum programa deixe de ir para a *web* há mais de três meses.

Brasil (2010) afirma que essa periodicidade é um dos principais pontos positivos da TV UERJ. De fato, isso é um diferencial, uma vez que a periodicidade não é comum nos conteúdos audiovisuais universitários disponíveis hoje no ciberespaço, em função da carência de recursos humanos, tecnológicos e financeiros para uma produção audiovisual diária (BECKER et al, 2009, pp.13-15). Segundo Kulinski (2006, p.153), a falta de conteúdo atualizado é uma constante nos *sites* universitários e representa um dos principais problemas em todos os seus produtos. Essa produção diária do *Telejornal UERJ On-line*, entretanto, faz com que a sua duração seja menor que a dos demais

programas da televisão universitária on-line¹⁰⁹, uma estratégia empregada para viabilizar e otimizar tal ritmo de produção de conteúdos.

Conforme já mencionado, a página principal da TV UVA é atualizada diariamente, ou seja, são inseridos novos vídeos todos os dias da semana. Mas, nem sempre esses vídeos são conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários, e sim apenas cópias dos materiais da televisão universitária. Além disso, os programas disponibilizados não são produzidos durante o mesmo dia em que são publicados, mas com antecedência, descaracterizando uma periodicidade diária de produção. Um último aspecto a ser citado é o fato de que os diversos programas não têm uma periodicidade fixa, isto é, a sua produção e distribuição é variável. O único programa que era apresentado em um dia específico era o *TV UVA Notícias*, exibido todas as sextas-feiras, mas que não está mais no ar e nem era diário e sim semanal. Entretanto, essa falta de periodicidade não é considerada como um problema por Miranda (2010), que afirmou que, desde o início da *webtv* universitária, a pretensão nunca foi de que a atualização fosse completa todos os dias, e sim apenas uma vez por semana, em função das dificuldades da produção jornalística dentro da lógica de uma universidade.

É nessa mesma perspectiva que se baseia Becker (2010), a qual ressalta que um produto jornalístico precisa de recursos para ter regularidade; por isso, as novas práticas como as experiências de webjornalismo audiovisual universitário não produzem com a mesma periodicidade que as grandes organizações jornalísticas. Ainda segundo a coordenadora do TJ UFRJ (BECKER, 2010), a atualização da página principal do webjornal audiovisual ocorre uma vez por semana, todas as sextas-feiras.

A preocupação – ou a falta dela – com a periodicidade nas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual pode ser corroborada pela disponibilização das datas de publicação dos conteúdos pelas experiências analisadas. Na TV UERJ, as datas aparecem no próprio título (*link*) do vídeo, ao lado do nome do programa. No TJ UFRJ, as datas das chamadas e vídeos nunca são apresentadas na página principal, mas somente nas páginas internas. E,

¹⁰⁹ Enquanto o telejornal tem duração média de 3'18", o *TV UERJ Esportes*, produzido duas vezes por semana, dura cerca de 8'44". Os programas *Penúltimas* e *ETC!*, disponibilizados semanalmente, têm em torno de 9'41" e 6'59", respectivamente.

ainda assim, há chamadas nas páginas internas com data (88,2%) e outras sem data (11,8%). Entretanto, essa ausência de datas em alguns casos não se constitui enquanto um erro, até porque o próprio sistema de publicação (*Joomla*) apresenta a possibilidade de incluir automaticamente a data; esta pode ser considerada uma forma de destacar a atemporalidade desses vídeos (sobre a história do projeto e sobre as palestras da ECO-Pós). Na TV UVA, não é disponibilizada a data de publicação de qualquer vídeo ou chamada da *webtv* universitária. Segundo o bolsista Eduardo Lima (2010), isso é proposital, pois a ideia é que o *site* não tenha “validade”. Mas, ainda em acordo com Lima (2010), as datas são disponibilizadas na página do *Youtube*. Essa completa ausência de datas não seria um problema se não fosse o fato de que as páginas da TV UVA não indicam sequer – em lugar nenhum, nem no cabeçalho – a data na qual o usuário está acessando a *webtv* universitária, o que gera um problema para identificar a atualidade diante de um conteúdo que se pretende jornalístico.

Verificamos, portanto, que, em geral, no webjornalismo audiovisual universitário não há uma preocupação expressiva com a instantaneidade ou com a atualização constante, apontada como uma das principais tendências do jornalismo no ciberespaço. Diante da maior dificuldade de produção de conteúdos com periodicidade, essas iniciativas acadêmicas têm priorizado, mesmo que de forma limitada, a memória. Afinal, na *web*, o imediatismo da informação tem força, mas devemos considerar também que essa informação deixa de ser efêmera, permanecendo “no ar”, pelo menos, até que seja substituída ou atualizada com dados adicionais (STOVALL, 2004, p.156; SOSTER, 2009, pp.168-169).

7.4. Interatividade: utilizada, mas não efetivada

No contexto plural da convergência de meios, o conteúdo flui de diversas formas, o que influencia não apenas as estruturas de produção jornalística, mas também os usuários, exigindo, por conseguinte, uma renegociação das relações das organizações jornalísticas com os membros de suas comunidades (PAVLIK, 2008, p.72; JENKINS, 2008, p.311; PASE, 2008, p.247; VILLADA, 2006, p.115). Diante das tecnologias digitais de comunicação, tem ocorrido uma mudança no comportamento dos receptores dos conteúdos jornalísticos, os quais se tornam cada vez mais participativos e interessados na interação, gerando múltiplas incógnitas para os

jornalistas (BARBOSA FILHO; CASTRO, 2009, p.79; VILCHES, 2009, pp.157-158).

No ciberespaço, os usuários podem, ao mesmo tempo, ver e serem vistos; são agentes e pacientes das forças presentes nesse ambiente virtual (MACHADO, A., 2007, p.235; ALBORNOZ, 2007, p.26; LÓPEZ; OTERO, 2006, p.7; NEWMAN, 2009). A possibilidade que os diferentes atores sociais têm de produzir vídeos em computadores domésticos e a sua integração à Internet indicam que, na contemporaneidade, os conteúdos jornalísticos audiovisuais podem emergir de qualquer lugar (CROCOMO, 2007, p.26), redefinindo o papel do internauta, que passa a ser considerado como uma espécie de “mídia individualizada” (SODRÉ, 2009, p.106) ou “eu-cêntrica” (ALVES, 2006, p.97).

Não afirmamos aqui que a interatividade não existia nos meios de comunicação tradicionais. Conforme ressaltam autores como Briggs e Burke (2004, pp.324-325), Crocomo (2007, p.80), Peticca (2005, p.16) e Becker e Zuffo (2009, p.44), as experiências de interatividade não são, nem mesmo nos conteúdos audiovisuais, recentes. Os receptores do jornalismo nunca foram uma massa uniforme passiva, e para existir interação não é preciso usar tecnologia digital. Mas, certamente, as suas potencialidades foram ampliadas a partir da digitalização, tornando as possibilidades de interação com o cidadão maiores que antes.

Embora os outros meios de comunicação possuam interatividade, este aspecto é, em geral, atribuído como a principal característica do ambiente digital (MACHADO, 2000, p.25, p.45; MANOVICH, 2001; BARDOEL; DEUZE, 2001, p.4; BRASIL, 2002, pp.335-336; QUINN, 2005, p.89; RIBAS, 2005, p.12, pp.32-33). Tanto que são vários os autores que, nos últimos anos, têm se dedicado a definir e/ou sistematizar as características da interatividade no contexto digital (MACHADO, 2000, pp.22-23; AYERDI, 2002, p.10; BARBEIRO; LIMA, 2002, p.48; GOSCIOLA, 2003, p.87, p.207; MIELNICZUK, 2003, pp.41-42; STOVALL, 2004, p.155; PETICCA, 2005, pp.18-19, pp.162-163, p.164; LÓPEZ; OTERO, 2006, p.8; MICÓ, 2007, pp.181-182; MACHADO, A., 2007, pp.211-212, p.214; CROCOMO, 2007, p.79, p.81, p.84, p.94; NEWMAN, 2009; BECKER; ZUFFO, 2009, p.52, p.64; MOTA, 2009, p.245).

Nessa dissertação, entretanto, o objetivo não é conceituar a interatividade, o que demandaria uma pesquisa bem mais focada nesse aspecto. Priorizamos, em vez disso, apontar as maneiras de interação

mais utilizadas nos conteúdos audiovisuais do ciberespaço. Mielniczuk (2003, p.42) classifica o e-mail como um dos recursos mais simples para explorar a interatividade, e talvez por isso o mais utilizado. Permite ao usuário escrever para a redação da organização jornalística ou entrar em contato com o autor da matéria. Em acordo com Castanheira (2004, p.88), isso significa que o e-mail pode ter vários níveis de interatividade, dependendo se é oferecido aos internautas o e-mail da redação (menor interatividade) ou o dos editores e repórteres (maior interatividade). Ao mesmo tempo em que possibilita ao internauta fazer sugestões e perguntas ao jornalista, permite ao jornalista conhecer melhor seu público, o que tem o potencial de auxiliar esse profissional a realizar o seu trabalho de forma mais completa (AYERDI, 2002, p.2; BARBEIRO; LIMA, 2002, p.49; MASIP, 2008, pp.115-116).

Outro recurso de interatividade é a disponibilização de resumos diários de notícias por e-mail para uma lista de assinantes, os quais, além de serem úteis para o usuário, se constituem como uma forma bem-sucedida de promoção do veículo (KEIRSTEAD, 2005, p.151). Esse tipo de conteúdo é chamado de *newsletter*. É enviado para os usuários cadastrados no *site* a partir do e-mail informado ao sistema nesse cadastro (MIELNICZUK, 2003, p.44).

Os *blogs* também se constituem como uma forte tendência de busca da interatividade nos cibermeios. Foletto (2009, pp.12-13) propõe que, entre as muitas transformações pelas quais o jornalismo está passando diante da interatividade, o advento dos *blogs* talvez seja uma das principais, ainda que tenha começado de maneira mais silenciosa. Quando surgiu, o *blog* era utilizado como diário pessoal, se distanciando, portanto, do jornalismo. Durante a década de 1990, a Internet e o uso do *blog* se popularizaram, permitindo ao segundo abandonar o caráter de simples diário íntimo para se tornar um suporte para diversos gêneros de discurso, dentre os quais o jornalístico ganhou destaque (RIBAS, 2005, pp.123-124). Quinn (2005, p.197) afirma que as tecnologias como os *blogs* criam comunidades e oferecem aos jornalistas um modo de integrar os recursos tecnológicos e jornalísticos para unir as pessoas. Newman (2009, p.52) classifica os *blogs*, assim como os comentários ao vivo, como atraentes formatos em tempo real, em que os jornalistas e o público podem reportar acontecimentos em parceria, enquanto eles se desenrolam, permitindo a emergência de uma nova linguagem e de novas práticas jornalísticas. O *blog* é definido por Foletto (2009, p.36) da seguinte forma:

Um meio de comunicação pessoal e interativo tendo como elemento básico o hipertexto (BLOOD, 2002; LÓPEZ, 2007) e como componente organizacional principal o Sistema de Publicação de Conteúdo (CMS), que confere ao *weblog* uma interface de edição simplificada que exime o autor da necessidade de usar códigos de linguagens de programação *web* e dá, estruturalmente, o formato de entradas datadas organizadas em uma ordem cronológica reversa onde, em cada uma das entradas, existe a possibilidade do usuário fazer comentários.

Os comentários são indicados por Castanheira (2004) e Canavilhas (2009, p.2) como uma ferramenta relevante de interatividade no webjornalismo, no qual o conteúdo jornalístico deve ser considerado apenas enquanto um princípio e não como um fim em si próprio. Para além da introdução de diferentes pontos de vista, os comentários enriquecem a informação e agregam valor ao conteúdo, já que um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas.

Ainda em acordo com esses autores (CASTANHEIRA, 2004, pp.89-90; CANAVILHAS, 2009, p.2), os comentários, por diversas vezes, acabam funcionando como fóruns, interessantes para a comunicação entre os usuários. Por permitirem essa troca de informação, os fóruns estão se tornando mais comuns a cada dia (MIELNICZUK, 2003, p.42). Definidos como grupos ou espaços de discussão sobre assuntos específicos e devidamente monitorados, têm como uma de suas principais consequências o reforço dos laços entre os usuários e a organização jornalística (CASTANHEIRA, 2004, p.90).

Cabe mencionar as redes sociais¹¹⁰ como outra importante ferramenta de interatividade, sobretudo em função da sua potencialidade de atrair os jovens (PAVLIK, 2008, pp.115-116). Newman (2009, p.41, p.43) evidencia que as redes sociais são duas vezes mais populares entre os indivíduos de 16 a 34 anos do que com a população em geral; mas, devemos sempre considerar que redes diferentes possuem características também distintas. E até mesmo uma mesma rede é suscetível a múltiplas formas de apropriação por seus usuários. Embora a maioria das redes sociais não tenha surgido com essa intenção, a partilha de informações e conteúdos jornalísticos tornou-se uma parte cada vez mais importante das suas diversas características. Tanto que, em todo o mundo, a combinação do *Facebook*, *Twitter*, *Digg* e outros, está começando a oferecer uma fonte alternativa e/ou complementar de tráfego frente ao *Google* (ZAGO, 2011, pp.10-11, p.17, p.166-167, p.37).

Enfim, hoje, as organizações jornalísticas se aventuram em um novo meio que permite conceber tipos diversificados de publicações interativas: a constante atualização, serviços de fórum, áreas de *chat*¹¹¹, pesquisas periódicas, serviços de arquivos, acesso a gravações de áudio e vídeo ou a participação dos internautas em entrevistas através da

¹¹⁰ Uma rede social concilia dois elementos: os atores sociais e as suas conexões. O conteúdo de uma rede social é constituído pelas interações travadas entre os diferentes atores, o que a torna essencialmente dinâmica e suscetível a transformações ao longo do tempo. O contexto não é dado *a priori*: é formado através das interações em rede. Os *sites* de redes sociais, por sua vez, são espaços que fornecem o suporte tecnológico para que as redes sociais possam se constituir. São definidos como serviços da *web* que permitem aos seus usuários: 1) construir um perfil público num sistema interligado, ou seja, ser representado por uma página que apresenta seus dados, geralmente acompanhados de uma foto ou ilustração; 2) articular uma lista de usuários com os quais compartilham uma conexão e com os quais podem interagir pela troca de mensagens; e 3) visualizar e cruzar suas listas de conexões e aquelas feitas por outros no sistema. O diferencial de um *site* de rede social não é tanto conhecer novas pessoas, e sim a possibilidade de que qualquer um visualize suas conexões e listas de contatos. Para se constituírem enquanto efetivas redes sociais, esses *sites* dependem da apropriação dos atores. Há, portanto, os *sites* de redes sociais propriamente ditos e os *sites* de redes sociais apropriados como tal. *Sites* de redes sociais propriamente ditos são voltados para a criação de perfis e articulação pública de redes sociais, cujos principais exemplos são *Orkut*, *Facebook* e *Linkedln*. Já os *sites* apropriados como *sites* de redes sociais constituem sistemas que, embora não tenham sido elaborados com a intenção de construir uma rede social, a partir da apropriação dos usuários, passam a ser utilizados também para essa finalidade. Um dos exemplos mais notórios é o *Twitter* (ZAGO, 2011, pp.17-22).

¹¹¹ As características do *chat* possuem muitas semelhanças com a entrevista, tendo como principal diferença a participação de três atores sociais: o jornalista, o entrevistado e o usuário. Nesse caso, o jornalista assume o papel de mediador do diálogo entre o entrevistado e o usuário (RIBAS, 2005, p.38).

Internet, são algumas das novas fórmulas que vêm sendo testadas a cada dia (ALBORNOZ, 2007, p.26; NEWMAN, 2009, pp.21-22; MASIP, 2008, pp.117-118).

Com relação ao webjornalismo audiovisual universitário, podemos afirmar que quase todas as ferramentas de interatividade apresentadas até aqui são empregadas – a única exceção é o recurso dos comentários abaixo dos conteúdos, os quais poderiam funcionar também como fóruns –, ainda que em maior ou menor medida nas diferentes experiências analisadas e ainda que apenas em uma ou duas delas, em alguns casos. Esse panorama confirma o fato de que, embora a interatividade seja utilizada, a sua efetivação permanece enquanto um desafio.

A tentativa de incorporação dos conteúdos dos usuários ao *site*, por exemplo, foi verificada somente na TV UVA e no TJ UFRJ. É verdade que essa incorporação não chega a se efetivar, visto que não são publicadas contribuições em nenhuma das duas iniciativas acadêmicas; mas, pelo menos, já existe a tentativa de abrir espaço para as contribuições dos internautas, mesmo que estes ainda não colaborem com conteúdos.

Na *webtv* universitária, o programa *Vídeo Vitrine* é descrito na seção “Sinopse” da seguinte forma: “Sabe aquele vídeo que você fez mas não tem como mostrar para os outros? Este é o espaço para as produções audiovisuais. Alunos, funcionários, telespectadores, todos podem apresentar. Para ver seu vídeo no programa é só entrar em contato através do *link* Fale Conosco”. No entanto, conforme mencionado no primeiro capítulo dessa dissertação, o *Vídeo Vitrine* acaba por reunir somente os vídeos mais bem produzidos da disciplina “Oficina de Comunicação”, ou seja, apenas as produções de alunos da Universidade, que ainda contam com o agravante de não serem necessariamente conteúdos jornalísticos e sim ficcionais.

O mesmo ocorre no TJ UFRJ através da seção “Publique”, que convida os internautas a enviar vídeos e textos para o webjornal audiovisual. Embora houvesse, no período da análise, até uma nota textual na lateral direita da página principal chamando para essa editoria e para colaborações, não foi verificada a publicação de nenhum vídeo ou texto de colaboradores. Segundo a bolsista PIBIC do TJ UFRJ Lara Mateus (2010), essa tentativa de interatividade é prejudicada por três fatores principais: 1) o formato dos vídeos empregado pelo Núcleo de Computação Eletrônica ser o *Real Media Player*, que não é o mais

comum, obrigando o colaborador a converter o arquivo; 2) a falta de cultura dos alunos da Universidade de enviar colaborações para os veículos internos; e 3) os materiais audiovisuais produzidos pelos alunos de “Rádio e Televisão” precisarem ser inéditos para concorrerem a concursos, festivais e prêmios, o que faz com que esses conteúdos não sejam enviados enquanto colaborações para o TJ UFRJ.

A possibilidade de o usuário avançar, retroceder e interromper os conteúdos audiovisuais existe nas três iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual universitário. Na TV UVA, embora a página principal abra automaticamente um vídeo, localizado na lateral direita, há uma barra de rolagem disponível abaixo do mesmo, que permite interromper, avançar, pausar ou controlar o volume da reprodução. No TJ UFRJ, o vídeo da página principal, o qual também abre de modo automático, oferece uma barra de rolagem que apresenta somente as possibilidades de rodar, pausar e interromper. Nas páginas internas dos vídeos, porém, há um modelo distinto de barra de rolagem que também permite avançar ou retroceder os conteúdos audiovisuais. Na TV UERJ, a barra de rolagem, localizada abaixo do vídeo, oferece as possibilidades de pausar, avançar, controlar o volume ou ampliar a tela de exibição. Também informa a duração total dos materiais audiovisuais, o que é um diferencial com relação à TV UVA e ao TJ UFRJ, cujas barras de rolagem não apresentam esse tipo de informação.

Com relação à disponibilização do e-mail, é possível afirmar que em nenhuma das experiências analisadas é oferecido o endereço eletrônico dos jornalistas envolvidos na produção, sejam eles estudantes, funcionários ou professores das universidades. Na TV UVA, não é sequer disponibilizado o e-mail da redação: na seção “Fale Conosco” há apenas o telefone e o endereço da *webtv*, acompanhados de um formulário que deve ser preenchido pelo internauta e que é direcionado para o e-mail da TV UVA¹¹². Na TV UERJ, ao contrário da TV UVA, não há qualquer formulário, mas são disponibilizados, na seção “contato”, o endereço, o telefone, o e-mail¹¹³, o *Twitter*¹¹⁴ e o *blog*¹¹⁵ da televisão universitária on-line. Logo acima do vídeo da página principal, há um texto que informa o MSN¹¹⁶ da *webtv*, outra maneira para que o internauta entre em contato. Segundo a bolsista Bárbara Vianna (2010),

¹¹² tvuva@uva.br

¹¹³ tv.uerj@hotmail.com

¹¹⁴ <http://twitter.com/tvuerjonline>

¹¹⁵ <http://blogdatvuerj.blogspot.com/>

¹¹⁶ tv.uerj@hotmail.com

são os próprios estudantes que gerenciam os e-mails recebidos pela TV UERJ. Vale mencionar, ainda, que todas as mensagens são respondidas de maneira individual, necessidade constatada já nos primeiros anos do projeto pelo ex-funcionário Fábio Penna, o qual destacou que “não adiantava mandar a mesma mensagem a todos os cadastrados nos programas de conversas instantâneas. Para conquistar o público, era preciso dar um tratamento individual” (BACCO, 2010, p.60). O TJ UFRJ reúne os dois recursos referentes ao e-mail empregados pela TV UVA e pela TV UERJ: na seção “Contato”, ao mesmo tempo em que apresenta os seus e-mail¹¹⁷ e endereço, o webjornal audiovisual oferece um formulário, que pode ser preenchido e enviado de maneira automática.

A única iniciativa acadêmica estudada que dispõe de *newsletter* própria é a TV UVA. A *newsletter*, que reúne chamadas para todos os conteúdos publicados no *site* em determinada semana, é encaminhada a todos os usuários que se cadastram na lateral esquerda da página principal da *webtv* universitária. Segundo o estagiário Eduardo Lima (2010), o envio é realizado todas as quintas-feiras, mas, com base no cadastro que realizamos para essa pesquisa, verificamos que a periodicidade não é exatamente essa: em geral, recebemos a *newsletter* da TV UVA uma vez a cada mês. O TJ UFRJ anuncia sua programação em uma *newsletter*, que não é exclusiva do projeto, mas sim uma produção da Assessoria de Comunicação da Escola de Comunicação da UFRJ – o ECOPress. Para receber essa *newsletter*, o internauta precisa se cadastrar através do *site* da ECO-UFRJ ou do e-mail da assessora de comunicação Elizabete de Cerqueira. O ECOPress, ainda que anuncie todos os eventos relacionados à ECO, sempre disponibiliza as informações encaminhadas pela equipe do TJ UFRJ à assessora Elizabete de Cerqueira, sejam elas referentes às coberturas a serem realizadas ou aos prêmios recebidos pelo projeto. Isto é, embora não se constitua como um veículo exclusivo do projeto, o ECOPress atende as demandas mais relevantes do TJ UFRJ.

O *blog* é um recurso de interatividade explorado apenas pela TV UVA e pela TV UERJ. Na TV UVA, o *blog*¹¹⁸ é atualizado todos os dias pela estagiária Joyce Brum (2010). Há exceções, mas em geral o texto postado no *blog* é relacionado ao vídeo publicado na página principal da *webtv* universitária, e é redigido pelos produtores de cada

¹¹⁷ tj.eco.ufrj@gmail.com

¹¹⁸ <http://www.uva.br/tvuva/blogtvuva/>

programa e não pela estagiária responsável pela sua inserção na Internet. Embora haja um esforço para atualizar todas as redes sociais na TV UVA, a prioridade é conferida ao *blog*. Tanto que o coordenador de produção Anderson Barreto cobrava da estagiária Joyce, todos os dias durante a pesquisa de campo, a publicação de um novo *post* no *blog*. Na TV UERJ, o *blog* também é atualizado diariamente, mas por diferentes alunos. A atualização do *blog*, assim como das redes sociais, é inclusive uma das atividades que integram a escala dos estudantes. É comum que os textos do *blog* abordem o que foi anunciado nos programas de forma mais detalhada ou aprofundada.

A situação é semelhante quando nos referimos às redes sociais. O TJ UFRJ é a única experiência analisada que não oferece *links* para páginas no *Twitter*, no *Orkut* ou no *Facebook*, revelando uma precariedade na busca por novas formas e/ou plataformas de interação com os usuários. Na pesquisa de campo, a bolsista Lara Mateus (2010) nos informou que o webjornal audiovisual dispõe de uma página no *Twitter*¹¹⁹, mas, como não há nenhum *link* na própria página do projeto, a probabilidade do internauta acessá-la fica reduzida. O *Twitter* do TJ UFRJ não é atualizado todos os dias, mas apenas quando um novo vídeo é inserido no webjornal audiovisual.

Na TV UVA, há *links* para o *Twitter*¹²⁰ e para o *Facebook*¹²¹ da *webtv*, os quais, durante o período da análise realizada para essa dissertação, foram atualizados todos os dias, evidenciando, portanto, uma preocupação efetiva com as ferramentas que auxiliam na interatividade com o usuário. A TV UERJ também dispõe de *links* para o *Twitter* e para o *Orkut*¹²². A televisão universitária on-line mantém, ainda, uma página no *Facebook*¹²³, mas, nesse caso, não há *links* na página principal, pois o perfil no *Facebook* foi criado em 2010, após o desenvolvimento do atual sistema, o que ocorreu em 2009, segundo a estagiária Bárbara Vianna (2010).

A TV UVA apresenta outras duas formas de interatividade que merecem ser destacadas, já que explicitam, mais uma vez, a importância que a equipe da *webtv* universitária confere à interatividade. Há, na lateral esquerda da página principal, uma enquete (pergunta, seguida de algumas opções para serem respondidas pelo usuário, em geral

¹¹⁹ <http://twitter.com/#!/TJUFRJ>

¹²⁰ <http://twitter.com/tvuva>

¹²¹ <http://www.facebook.com/tvuva>

¹²² <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=14639358044295188663>

¹²³ <http://www.facebook.com/pages/TV-UERJ-Online/172010239503154>

vinculada ao programa mais recente da *webtv*) e a possibilidade de indicar para um amigo (por e-mail) algum conteúdo.

Por fim, cabe destacar que na TV UVA e na TV UERJ é recorrente o estímulo à interatividade dentro dos próprios programas, o que ainda não gera uma completa integração entre os conteúdos audiovisuais e os recursos interativos, mas já aponta para um esforço nesse sentido. Na *webtv* universitária, em programas como *A Dica é, Pedagogia em Ação, Desvendando a História, Vivenciando Profissões* e *TV UVA Notícias*, observamos durante a análise que os apresentadores anunciam promoções e convidam o internauta a acessar a seção “Fale Conosco” e as páginas do *blog*, do *Twitter* e do *Facebook*. O programa *Expresso.com* é o único que disponibiliza um e-mail específico¹²⁴ para contato, o que pode ser apontado como um diferencial na produção da TV UVA.

Na TV UERJ, verificamos, durante a análise, que pelo menos uma das suas diferentes ferramentas de interatividade (*blog*, *Twitter* e/ou *Orkut*) é anunciada em todos os programas, seja no início ou no fim. Na maioria das vezes, o endereço dessas plataformas aparece escrito em branco no rodapé da tela; mas, se isso não ocorre, o próprio apresentador enuncia esse endereço. Essas tentativas de estreitar o relacionamento com o público são recorrentes na televisão on-line, tanto que foi também identificada por Bacco (2010, p.83). No período da nossa pesquisa de campo, porém, em nenhuma das gravações acompanhadas, observamos chamadas para as redes sociais ou para o *blog* da TV UERJ. No quarto dia de visitas à televisão on-line, o aluno Pedro Logato chegou a lembrar os demais estudantes sobre esse aspecto, mas, como o *Telejornal UERJ On-line* já havia sido gravado, a sugestão de Pedro não foi considerada. O voluntário Rômulo Herzer, entretanto, realizou um experimento relevante na edição do programa *Penúltimas* de 27 de outubro de 2010: inseriu, nos créditos, abaixo dos nomes do apresentador e dos convidados, o *Twitter* de cada um deles. No dia seguinte, a aluna Andressa Cabral, uma das entrevistadas, elogiou a iniciativa de Rômulo e chamou a atenção para o fato de que adquiriu três novos seguidores no *Twitter* depois da publicação desse programa. Essa tentativa também se constitui enquanto um diferencial porque não remete ao *Twitter* do projeto, mas ao dos jornalistas-estudantes, o que favorece ainda mais a interação com os usuários.

¹²⁴ expresso@uva.br

Diante de todas as considerações realizadas na presente seção dessa dissertação, podemos concluir que o modelo interativo hegemônico no webjornalismo ainda é limitado, o que tem dificultado a superação da dicotomia ainda existente entre os produtores e os usuários (MACHADO, 2000, p.356). Hoje, conforme sustentam autores como Jenkins (2008, p.50), Alsina (2009, p.62) e Newman (2009, p.39), a interatividade ainda se constitui enquanto um potencial que merece ser mais explorado. No webjornalismo audiovisual universitário, essa potencialidade tem sido utilizada, mas não efetivada, visto que ainda carece de uma real interação com os usuários.

De qualquer modo, a perspectiva de participação do internauta no processo de comunicação já subverte a forma de distribuição unilateral de informações, e aponta para uma nova maneira de pensar a relação entre produtores e usuários, entre jornalistas e cidadãos, entre os meios de comunicação e a sociedade. Esse novo cenário pode trazer mudanças para a produção jornalística audiovisual realizada na contemporaneidade, uma vez que a inserção de novos sujeitos na produção da mídia gera transformações estéticas e nas linguagens e formas narrativas (BECKER; TEIXEIRA, 2008, p.13). Na seção que se segue, abordaremos um recurso característico da *web* e que se relaciona com a interatividade, na medida em que possibilita ao usuário estabelecer seu próprio percurso de interação, através de caminhos multissequenciais (MIELNICZUK, 2003, p.45; ALBORNOZ, 2007, p.26): a hipertextualidade.

7.5. Hipertextualidade: uma exploração primária

Assim como abordamos a interatividade, não pretendemos, nessa seção, discorrer sobre as diferentes definições e/ou características da hipertextualidade, tarefa já empreendida por diversos autores (BARDOEL, DEUZE, 2001, p.5; BOLDÓS, 2001, p.91; PALACIOS, 2002, p.3; AYERDI, 2002, pp.10-11; MIELNICZUK, 2003, p.14, pp.46-47, p.202; SAAD, 2003, p.77; GOSCIOLA, 2003, pp.18-19, p.26, pp.32-33; PETICCA, 2005, p.7, pp.20-21; LÓPEZ; OTERO, 2006, pp.7-8; MACHADO, A., 2007, p.237; RUSCH, 2010).

Reconhecemos, portanto, a existência de múltiplas possibilidades de definição e uso da hipertextualidade. Nessa

dissertação, porém, destacaremos a não linearidade¹²⁵ como a principal delas. Como propõe Gosciola (2003, p.101),

O que diferencia o ato de ler-ver-ouvir-usar uma hipermídia, ou um hipertexto, do ato de ler um livro é a possibilidade de acesso direto e preciso (até mesmo randômico) a uma informação em particular entre as muitas informações que compõem um conjunto de conteúdos. O acesso direto a qualquer conteúdo ou parte de uma obra, sem que o usuário perca a continuidade da fruição, é chamado de acesso não linear.

Não afirmamos com isso que a não linearidade é uma potencialidade exclusiva do ciberespaço. Autores como Gosciola (2003, pp.101-102), Peticca (2005, p.21) e Rusch (2010) apontam justamente no sentido contrário. Apesar disso, é no hipertexto que a não linearidade torna-se mais explícita, permitindo vários percursos, todos realizados com facilidade, e favorecendo o envolvimento pessoal do usuário (PETICCA, 2005, p.21) e, por conseguinte, a interatividade.

Se uma das principais potencialidades da hipertextualidade é a não linearidade, o *link*¹²⁶ é um dos principais recursos da não linearidade e, portanto, de utilização da hipertextualidade nos conteúdos webjornalísticos (BOLDÓS, 2001, p.93; MIELNICZUK, 2003, p.200-

¹²⁵ Há autores que preferem utilizar o termo “multilinearidade”, com o objetivo de explicitar que é por meio de leituras por múltiplos pontos de vista que se pode conhecer a trajetória completa da narrativa. Empregaremos, nessa dissertação, em acordo com Gosciola (2003, pp.102-103), o termo “não linearidade” em função de que o internauta, invariavelmente, não desenvolve uma utilização simultânea dos vários conteúdos de uma obra hipertextual. A cada nova opção escolhida, há o contato com um novo conteúdo, substituindo-se a atenção de um para outro. Portanto, o termo “multilinearidade” serve para descrever a estruturação da obra, mas não alcança o seu modo de utilização, para o qual o termo mais apropriado é “não linearidade”.

¹²⁶ O *link* é, hoje, um conceito muito explorado, pois é através dele que se promove a interrelação entre os conteúdos, e entre o internauta e os conteúdos, no ambiente hipertextual. Pode receber vários nomes diferentes, mas sempre representa uma estrutura de ligação entre os conteúdos. É o recurso que promove a relação entre a recepção e a utilização, entre a produção e a realização da hipertextualidade. Na recepção de um conteúdo hipertextual, cada parte é lida individualmente e vinculada a quaisquer outros conteúdos. Esse vínculo ocorre pelo deslocamento do olhar e pela atenção do usuário. A leitura de cada conteúdo é potencializada pelo *link*, o qual, tecnicamente falando, pode ser uma palavra, uma frase ou um gráfico de um documento eletrônico que contém o endereço de outro documento eletrônico (GOSCIOLA, 2003, pp.79-83).

201). Para alcançarem seus objetivos, os *links* precisam sempre ser integrados em uma sequência lógica, acessível, hierárquica ou baseada na associação de ideias, que convide o internauta a concluir o curso estruturado pelo jornalista com todas as facetas conhecidas no momento do acontecimento relatado, e com referências visíveis ao índice geral para escolher o aspecto em que se deseja aprofundar (BOLDÓS, 2001, p.93). Como é comum que o internauta não acesse todos os conteúdos e não percorra todos os *links* disponibilizados, a função do jornalista enquanto um roteirista da hipertextualidade torna-se cada vez mais essencial (GOSCIOLA, 2003, pp.104-105, p.241).

A ampla distribuição de *links* dentro de um hipertexto permite que os internautas criem sequências de leitura originais, quase um texto completamente novo. Peticca (2005, pp.20-21) ressalta que essas sequências podem ser apresentadas de três diferentes maneiras. A primeira forma, bastante simples, segue o padrão tradicional de um único texto central para ser lido de modo linear e ao longo do qual estão incluídos a possibilidade de desvio, como janelas explicativas. A segunda forma segue uma estrutura de árvore através da qual construímos um itinerário de leitura paralela: o internauta deve proceder de forma linear até a aquisição de um conceito e há, em seguida, a oportunidade de escolher uma linha de aprofundamento ao fim da qual se apresentam outras escolhas. A terceira forma segue uma estrutura de “teia”, que prevê trechos curtos de leitura linear e oferece aos leitores a oportunidade de se conectar com outros pontos de hipertexto que tem alguma relevância com um conceito ilustrativo.

Independente da forma empregada, os *links* podem ser oferecidos através do destaque tanto de frases curtas sublinhadas, quanto de pequenas imagens – ícones – que substituem ou acompanham as palavras (BOLDÓS, 2001, p.91; BRIGGS; BURKE, 2004, p.312). Hoje, a utilização desses recursos para identificar os *links* é feita por diversos *sites*, representando, por exemplo, uma possibilidade de transposição das barreiras idiomáticas.

No entanto, a padronização ainda não é completa por diversos motivos: a substituição das palavras por imagens ainda não atingiu um nível de eficiência compreensiva suficiente nos ícones empregados; nem sempre as palavras linkadas aparecem sublinhadas, fazendo com que os internautas não sigam esses mesmos *links*; e a transformação do cursor no ícone de uma mão ainda não é associado a uma zona interativa (BOLDÓS, 2001, p.92; CANAVILHAS, 2006, p.116). Além disso,

embora já se saiba que o ideal é a inserção do *link* na própria palavra em que se quer estabelecer uma correlação imediata e não através de expressões como “Leia Mais” ou “Clique Aqui” (PINHEIRO, 2006, pp.190-191), esse recurso continua sendo empregado em alguns casos.

No webjornalismo audiovisual universitário, o emprego da hipertextualidade segue grande parte das tendências apontadas até aqui, ainda que a forma utilizada, em geral, seja a primeira e mais simples apontada por Peticca (2005, pp.20-21). Na TV UVA, a hipertextualidade tem sido aprimorada nos últimos meses. Através da análise preliminar realizada para a qualificação, havíamos constatado que a única sugestão de *link* externo ao *site* era a do portal da própria Universidade. Porém, verificamos, nas análises posteriores, que começaram a ser disponibilizados *links* no topo direito da página principal da *webtv* para suas páginas no *Twitter*, no *Facebook* e no *Youtube*. Isso revela que, nesse aspecto, a TV UERJ é pioneira: desde a primeira análise, a televisão universitária on-line apresentava *links* para o seu *blog* e para as suas páginas no *Twitter*, no *Orkut* e no *Youtube*, bem como para os *sites* dos prêmios¹²⁷ recebidos pelo projeto e para os portais dos seus parceiros (hoje, apenas o Observatório da Imprensa¹²⁸). No TJ UFRJ, a hipertextualidade é realizada a partir da seção “Links”, que apresenta *sites* relacionados à UFRJ e ao campo da Comunicação, mas não ao webjornal audiovisual.

Essas observações nos permitem concluir que no webjornalismo audiovisual universitário há mais *links* para fora dos *sites* do que para conteúdos produzidos pelas próprias iniciativas acadêmicas. Além disso, a hipertextualidade é empregada mais como uma forma de valorizar a interatividade dos *sites* do que como uma alternativa de construção e navegação das narrativas. Afinal, os *links* não são incluídos nos vídeos ou nos textos relacionados a eles e sim em pontos específicos da página, podendo ser acessados independente do conteúdo a que se está assistindo.

Com relação à apresentação dos *links*, verificamos que, na TV UVA, os *links* para os vídeos são identificados através de um sublinhado nos títulos e subtítulos. Mas, nos *links* do *menu* principal da *webtv* não é inserido qualquer sublinhado, o que não é algo tão grave, pois as editorias do *menu* são apresentadas dentro de um *box* “mais destacado” que as letras dos vídeos, ou seja, há um equilíbrio entre os diferentes

¹²⁷<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/index.htm>; <http://www.topcommaward.com.br/>

¹²⁸<http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/>

recursos empregados. Quando o internauta passa o cursor sobre um *link* da TV UVA, a “seta” mais comum é substituída pelo ícone de uma “mão”, o que se mostra enquanto um recurso “sutil” de identificação dos *links*, podendo passar despercebido na medida em que não gera nenhuma mudança ou destaque no texto do *link* em si. Cabe destacar, ainda, que, na TV UVA, os *links* para os vídeos não são diferenciados dos demais, problema que não adquire maiores proporções na *webtv* universitária porque todos os conteúdos são vídeos, ou seja, não há textos ou fotos complementares aos temas abordados.

Na TV UERJ, os *links* para os vídeos não são identificados através de sublinhado, até porque não são inseridos nos textos referentes aos vídeos, mas na foto, ou seja, na própria imagem relacionada ao vídeo. Essa pode ser considerada enquanto uma iniciativa positiva, já que apresenta a vinculação imagem-imagem e não texto-imagem nos *links*. Uma semelhança com a TV UVA é a transformação da “seta” do cursor em “mão” quando passa sobre um *link*. Como os *links* da TV UERJ são inseridos na imagem, o melhor recurso talvez fosse que a imagem ficasse mais evidente.

Os *links* do TJ UFRJ têm o diferencial de serem sempre apresentados em uma cor diferente do texto – o laranja. Por outro lado, é apenas quando o internauta passa o cursor sobre o *link* que este aparece sublinhado. No webjornal audiovisual, os *links* para os vídeos sempre são acompanhados por um ícone de TV à sua frente, um recurso automatizado – o sistema reconhece automaticamente os arquivos de vídeo, os quais possuem uma extensão específica, e já insere o *link* junto com o ícone da TV. Como problemas do TJ UFRJ quanto à hipertextualidade, podemos destacar a diferença na subdivisão das seções da “Graduação-ECO” com relação às demais (na maioria das seções, ao abrir a “capa” da editoria aparecem as chamadas mais recentes de todas as subeditorias, mas, na “Graduação-ECO” é preciso clicar em cada subdivisão, o que, além de comprometer as seções mais “abaixo” – as quais podem até ter vídeos mais recentes, mas esses podem não chegar a ser vistos pelos internautas –, prejudica a padronização dos *links*) e o uso, já apontado como questionável, de expressões como “aqui no *site*” para inserir os *links*, uma vez que incompatíveis com o atual estágio das convenções de linguagem. A diversidade de formas de apresentação dos *links* observada nos três estudos de caso dessa pesquisa evidencia a falta de padronização ainda vigente no webjornalismo audiovisual universitário.

Por fim, cabe analisar a relação entre os textos e os vídeos no webjornalismo audiovisual universitário. Na TV UVA, não há qualquer texto explicando o conteúdo dos vídeos, além do título e do subtítulo. Como alguns materiais audiovisuais demoram a carregar, essa carência pode acabar afastando o internauta, que não sabe o real conteúdo do vídeo que está esperando para acessar. No TJ UFRJ, verificou-se que algumas das páginas oferecem uma breve apresentação do vídeo, um recurso importante para que o internauta saiba que conteúdo está acessando. Mas essa integração texto-vídeo não é utilizada em todos os casos. Nesse aspecto, a melhor estratégia observada foi a da TV UERJ, que apresenta pequenos textos complementares aos vídeos ao lado ou abaixo dos mesmos e não em páginas separadas. Consideramos esse como o recurso mais adequado entre os três analisados porque não retira o destaque e a maior relevância do vídeo e também não deixa de situar o internauta com relação ao conteúdo audiovisual exibido. Assim, são oferecidas todas as informações necessárias sem que o usuário precise dar muitos cliques para chegar até a informação desejada.

Conforme já ressaltava Salaverría (2005, pp.520-521), frente às diversas potencialidades da hipertextualidade, ainda constatamos, nos atuais conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários, uma exploração primária dos recursos hipertextuais. Ou seja, há uma lacuna entre as expectativas criadas e a realidade alcançada. Muitos conteúdos apenas reproduzem modelos básicos de hipertextualidade. De qualquer forma, alguns experimentos já têm sido realizados e isso aponta para um desenvolvimento provável da hipertextualidade nos próximos anos.

Diante das considerações apresentadas no decorrer desse capítulo, é possível afirmar, em acordo com Cirne, Fernandes e Pôrto (2009, p.103), que uma das poucas certezas é que o cenário do jornalismo audiovisual passa e ainda passará por profundas mudanças, não em decorrência direta dos desenvolvimentos tecnológicos, mas em função do estabelecimento de novos modelos de conteúdo, cada vez mais participativos, dinâmicos e segmentados. Essa tendência pode ser apontada como uma consequência da crescente imbricação entre as atividades de assistir TV e acessar a Internet, que permite a construção de plataformas capazes de desenvolver uma nova narrativa não linear, intensificar a interação e gerar práticas jornalísticas inovadoras (CIRNE, FERNANDES e PÔRTO, 2009, pp.103-104).

É verdade que ainda há muito a evoluir no webjornalismo, visto que as mudanças encontram-se em processo e o jornalismo digital,

conforme mencionado antes, é um fenômeno em constituição, realidade que se reflete, por exemplo, na ausência de padrões entre os produtos webjornalísticos e na heterogeneidade com que as características da Internet são exploradas pelas diferentes experiências. De qualquer forma, já é possível verificar que experimentações têm sido empreendidas, o que permite inferir que rupturas estão sendo buscadas (MIELNICZUK, 2003, pp.204-205).

Nesse contexto onde as tecnologias digitais têm modificado, de modo notável, a prática jornalística, será necessário que os profissionais também se reciclem e se formem com base nessas novas tecnologias (AYERDI, 2002, p.3). O recorrente e intensivo uso do audiovisual na Internet, por exemplo, requer formação que poucos dos jornalistas tradicionais possuíam, exigindo que esses profissionais tornem-se cada vez mais versáteis (STOVALL, 2004, p.165). O novo cenário digital alterou a dinâmica dos centros de produção de tal modo que novas figuras surgiram; afinal, procedimentos diferentes a partir de dispositivos diferentes envolvem novas funções ou profissões (MICÓ, 2006, p.9). Explorar as mudanças sofridas pela profissão jornalística na atual conjuntura é o objetivo do próximo capítulo dessa dissertação, que, para isso, analisa o perfil dos diferentes profissionais envolvidos na produção do webjornalismo audiovisual universitário.

CAPÍTULO OITO

O perfil dos profissionais do webjornalismo audiovisual universitário

Nesse último capítulo da dissertação, o objetivo é investigar o perfil dos profissionais envolvidos em todo o processo de produção webjornalística audiovisual universitária. Afinal, diante das novas tecnologias de comunicação, têm ocorrido mudanças significativas na função e no *status* dos produtores das informações (FIDLER, 1997, p.2; BARDOEL; DEUZE, 2001, pp.6-7). Ao jornalista da era digital se apresentam cada vez mais novas condições do exercício da profissão (CIRNE; FERNANDES; PÔRTO, 2009, p.105): além da sua função tradicional de mediador e gestor dos fatos sociais (LÓPEZ, 2006, p.xi), esse profissional adquire responsabilidades como contextualizar os acontecimentos, marcar os sentidos e a relevância dos fatos para o internauta, e conectar as organizações jornalísticas às instituições, personagens e processos que elas cobrem (PAVLIK, 2001, pp.218-219; FIDLER, 1997, pp.264-265; PETICCA, 2005, pp.91-92). Essa produção diferenciada de conteúdos exige mais competências dos novos jornalistas, bem como uma integração entre profissionais de áreas distintas (FERRAZ, 2009, p.41; AFFINI; BURINI, 2009, p.5). Hoje, se requer que os jornalistas não apenas dominem as técnicas digitais (QUINN, 2005, pp.190-191) e a linguagem audiovisual, mas, em especial, que esses profissionais saibam apurar, editar e compartilhar informações jornalísticas (CANAVILHAS, 2006, p.117; MEDITSCH, 2006, p.1).

Esse contexto evidencia o papel central do trabalho intelectual dos jornalistas no processo produtivo dos conteúdos. No oitavo capítulo, buscamos, portanto, verificar quais as funções desempenhadas pelos diferentes atores sociais que produzem o webjornalismo audiovisual universitário – o que inclui alunos, professores e funcionários na medida em que essas experiências acadêmicas, geralmente, são financiadas com os recursos da universidade e a equipe de trabalho emerge do pessoal da própria instituição (KULINSKI, 2006, p.153) –, e que novas competências a atuação nesses *sites* atribui sobretudo aos estudantes.

8.1. A função do jornalista: mudanças sim, extinção não

As tecnologias digitais de comunicação têm gerado um fluxo constante e intenso de informações, pessoas, produtos e processos,

dinâmica que permite ao internauta ser não somente receptor, mas também emissor de conteúdos e, por conseguinte, retira dos jornalistas, de modo gradual, o monopólio sobre a produção de conteúdos jornalísticos (LEMOS, 2004, p.5, p.13; ALVES, 2006, p.99; BARDOEL; DEUZE, 2001, pp.7-8; NYGREN, 2011, p.219). Esse novo contexto exige uma reavaliação dos conceitos estabelecidos sobre os meios de comunicação e suas funções sociais, em particular se consideramos a expressão audiovisual, antes centralizada pelas emissoras e, hoje, cada vez mais acessível por meio de plataformas como o *Youtube* (AFFINI; BURINI, 2009, pp.4-5; MOTA, 2009, p.232; BECKER, 2009, p.102; AYERDI, 2002, p.10). Torna-se necessário o desenvolvimento de um novo equilíbrio no jogo de forças que condiciona as transformações da comunicação, realidade que tem reinventado o jornalismo devido às novas possibilidades de comunicar para produtores e receptores, e por colocar em discussão os pressupostos do jornalismo e das classes comunicadoras (ECHEVARRÍA; QUIROGA, 2007, p.29; PASE, 2008, pp.244-249).

Machado (2000, p.225) afirma que a aparição e as mutações nas profissões são processos intrincados e contraditórios, resultantes da apropriação das inovações tecnológicas pelos grupos sociais. Embora o tipo de influência ou dependência de uma determinada técnica varie de acordo com as particularidades de cada profissão, as mudanças sempre ocorrem, em maior ou menor medida, com o surgimento de novas tecnologias (MASIP, 2008, p.18). Daí, a inevitabilidade de que o papel do jornalista seja modificado na contemporaneidade. No entanto, essa constatação não consiste em uma ameaça a esse profissional, mas em uma oportunidade (BOWMAN; WILLIS, 2003, p.6; FIDLER, 1997, p.xvii, pp.264-265).

Diante das potencialidades da Internet, o papel do jornalista não será extinto. Mesmo com funções e feições muito distintas, o jornalismo e seus profissionais continuarão a ter um papel essencial nas sociedades complexas (MACHADO, 2003, p.13; FONTCUBERTA, 2008, p.190; FIDLER, 1997, pp.264-265; BARDOEL, DEUZE, 2001, p.11; PALACIOS, 2002, p.5; SAAD, 2003, p.280; DIEZHANDINO, 2005, p.11; LÓPEZ, 2006, p.xi; CROCOMO, 2007, p.153; MASIP, 2008, pp.20-21, p.176; JOST, 2009, pp.271-272; BECKER; MATEUS, 2010, pp.139-140). Até porque, em acordo com Meditsch (2006, p.9), a informação e sua expressão vão continuar existindo e requerendo tratamento profissional. Na cadeia de valor da informação

contemporânea, mais do que a tecnologia, são os profissionais que farão a diferença (VILLADA, 2006, p.190). Contudo, não são apenas as competências tradicionais que serão exigidas dos jornalistas daqui para frente. O jornalista contemporâneo incorpora mais compromissos e responsabilidades. Desse modo, não se alteram apenas conceitos da profissão, mas também afloram técnicas e práticas jornalísticas renovadas (LÓPEZ, 2006, p.xi; PAVLIK, 2001, pp.218-219; BARDOEL; DEUZE, 2001, pp.7-10; AYERDI, 2002, pp.1-2; QUINN, 2005, pp.190-192; PETICCA, 2005, pp.91-92).

A partir dessas novas configurações do trabalho, será preciso desenvolver um novo perfil de jornalista, baseado no conhecimento das técnicas adequadas para lidar com este contexto emergente (VIVAR; GUADALUPE, 2005, p.15). A formação de profissionais com novas habilidades e competências torna-se, portanto, cada vez mais fundamental, pois os futuros jornalistas precisam estar aptos a estabelecer relações diferenciadas com as possibilidades tecnológicas, a fim de produzir um jornalismo de maior qualidade (MICÓ, 2007, p.14; 2006, p.14; SODRÉ, 2008, p.55; BACCO, 2010, p.98). Para enfrentar esse desafio, em acordo com Micó (2007, p.14), destacamos o papel da universidade, que pode estabelecer fundamentos para a construção de informação audiovisual diferenciada no futuro. Mas, para isso, é preciso que haja o envolvimento do corpo docente, que, segundo Warren (1975, p.481), presta um serviço inestimável para conduzir os novos alunos para o campo. Na próxima seção, abordaremos a função do corpo docente no webjornalismo audiovisual universitário e buscaremos verificar de que forma os professores contribuem para a formação de profissionais qualificados para trabalhar no ciberespaço.

8.2. O ensino como fundamento para a formação

Na contemporaneidade, o jornalismo, assim como a formação acadêmica em jornalismo, passam por diversas transformações, visando atender e acompanhar as mudanças tecnológicas. O que não significa que as novas tecnologias e exigências profissionais irão reduzir a importância da formação em jornalismo; pelo contrário, será cada vez mais difícil um indivíduo sem formação acadêmica trabalhar como jornalista, em especial no campo do audiovisual (KNEIPP, 2010, p.275). Conforme sustenta Aronchi de Souza (2004, pp.26-27), não se pode esperar uma produção jornalística de qualidade se os recursos materiais, mesmo que abundantes, forem subutilizados por profissionais

indevidamente formados. Daí a importância da formação universitária com disciplinas que ofereçam ao futuro profissional uma visão ampla da área e a compreensão de seu papel dentro da sociedade, assim como preparação para utilizar os recursos e aplicar as diferentes técnicas.

Para ser jornalista, não basta o talento ou o instinto (LAGE, 2002, pp.64-66; CHRISTOFOLETTI, 2002, p.109; SCHRÖDER, 2008, p.17). Segundo Pulitzer (2009, p.13, p.24), ainda que o “faro da notícia” e a criatividade sejam intrínsecos ao indivíduo, precisam ser desenvolvidos e fortalecidos pelo ensino e por lições práticas que evidenciem as diferenças entre o que merece ou não destaque. Quanto mais certeza os críticos demonstram de que determinadas questões são impossíveis de ensinar, mais comprovam a necessidade de ensinar tudo o que é possível. Como defende Warren (1975, p.13, p.10), a capacidade de produzir conteúdos jornalísticos não é hereditária, mas algo que se aprende: os jornalistas não nascem, mas se fazem. Meditsch (2006, p.8) ressalta que um profissional capacitado, técnica, teórica e eticamente, sempre fará um trabalho melhor que um amador e que, portanto, a formação em jornalismo é um grande diferencial competitivo perante o desafio atual de gestão da informação. Na conjuntura de transformações geradas pelas tecnologias digitais, é uma maior consistência na formação específica que pode proporcionar uma maior adaptabilidade do profissional. “Quem consegue dominar certas competências (...) de uma forma estruturada e coerente, é porque aprendeu a aprendê-las, e aprenderá outras” (MEDITSCH, 2006, p.8).

Mas não é qualquer tipo de formação que precisa ser oferecida aos futuros profissionais. Pensamos, nessa dissertação, a formação em jornalismo a partir do conceito de *hexis*¹²⁹, proposto por Sodré (2008, pp.83-117). Contudo, não iremos discorrer aqui sobre os modos mais adequados de ensino do jornalismo na contemporaneidade. Em primeiro

¹²⁹ A *hexis* refere-se a uma prática sem automatismo, uma ação que exprime a transformação, pelo agente, do ter em ser. Educar implica em ir além da repetição contingente e da circularidade de um costume; leva a consciência a ultrapassar a ação instrumental técnico-operativa e a mecânica repetitiva do treinamento. A *hexis* é o oposto da educação tecnicista, também chamada de “treinamento ou adestramento”, que, em vez de processos e de iniciação ao pensamento, sugere atividades tópicas, encerradas com o produto final. É verdade que o treinamento faz parte de todo processo educacional; mas, quando não se insere num horizonte ético, gera um aprendizado parcial e funcional. Importante também é que, embora a transmissão de conhecimentos seja uma pré-condição do processo educacional, não o define exclusivamente, na medida em que educar implica em estabelecer um laço atrativo a partir de um quadro comum de referências de uma cultura histórica. Além disso, educar inclui o diálogo entre a produção do saber e o mercado de trabalho (SODRÉ, 2008, pp.84-85, p.102, p.114).

lugar porque buscamos nos afastar de propostas e afirmações normativas. Em segundo, porque muitos autores já se dedicaram a essa tarefa (MELO, 2006; FRANKLIN; MENSING, 2011), inclusive no campo do audiovisual (BRASIL, 2002; ARONCHI DE SOUZA, 2004) e no contexto das tecnologias digitais (FIDALGO, 2001, 2007; PAVLIK, 2001; BRASIL; ARNT, 2002; DEUZE, 2004; MACHADO, E., 2007; MACHADO; PALACIOS, 2007a; SODRÉ, 2008; BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010; BACCO, 2010).

Limitamo-nos a destacar que, hoje, diante de todas as transformações decorrentes das novas tecnologias, o papel do corpo docente não será minimizado ou extinto. Em acordo com Porcello (2002, pp.21-22), consideramos que as tecnologias digitais não tornam os docentes dispensáveis, ainda que modifiquem a função desses no processo de aprendizagem. É sempre preciso ter em mente que são as instituições de ensino e os professores que se apropriam das tecnologias para modernizar seu trabalho, e não as tecnologias que se utilizam das instituições educacionais para transformá-las em entidades virtuais. Portanto, o corpo docente continuará tendo relevância e, embora novas funções sejam agregadas a essa atividade profissional, algumas das principais funções tradicionais serão conservadas.

Observamos, por exemplo, que foi mantida, no webjornalismo audiovisual universitário, a ideia de que toda a produção jornalística universitária seja feita sob a supervisão de um professor, com a missão não só de ensinar, na teoria, os princípios e processos do jornalismo, mas também de explicar, na prática, as razões pelas quais estes se apresentam dessa forma. Para tal, os professores precisam ter uma formação acadêmica, bem como experiência no mercado, a fim de que possam contemplar essas duas necessidades do aluno (PULITZER, 2009, p.52, p.22; MELO, 2006, pp.24-25; MOREIRA, HELAL, 2009, p.96), o que ocorre nas três experiências estudadas em maior ou menor medida. Importante, ainda, é que os cursos sejam dotados de espaços experimentais e laboratoriais, possibilitando ao estudante aprender com os seus erros e procurar soluções para os problemas jornalísticos que enfrentará (SOUSA, 2004, p.6; FERNANDES, 2006, pp.81-83).

Entre as múltiplas funções do corpo docente no ensino do jornalismo contemporâneo não estão apenas as tradicionais. Com a incorporação das tecnologias digitais de comunicação, em especial da *web*, os professores também adquirem uma nova função no processo de aprendizagem (PORCELLO, 2002, p.21), uma vez que precisam

estimular a experimentação, implantar essa nova estrutura e liderar o trabalho de integração dos novos saberes no espaço curricular (SODRÉ, 2008, p.97, p.101).

Segundo Pavlik (2001, pp.207-208), a implicação mais paradigmática da era digital para o ensino do jornalismo está concentrada na nova relação que se estabelece entre os educadores e os estudantes. Afinal, com a popularização da Internet, o conhecimento disponível a qualquer pessoa atingiu um nível sem precedentes, o que tornou os educadores guias críticos e experientes, em vez de professores onipotentes. E o papel dos estudantes também mudou, já que deixam de ser meros ouvintes para se transformarem em descobridores e intérpretes dos conhecimentos. O pleno aproveitamento das potencialidades do ciberespaço depende que professores e alunos aprendam em conjunto: cabe ao aluno construir a própria autonomia e ao professor reinventar as práticas pedagógicas à medida que testa teorias, metodologias e plataformas tecnológicas de ensino (MACHADO, E., 2007, pp.13-14, p.18; SODRÉ, 2008, pp.99-101). Porém, são múltiplas as formas através das quais esses objetivos podem ser alcançados. A seguir, sistematizamos três modelos de professor identificados nas iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual analisadas.

8.2.1. Modelos de professor

Foi possível identificar três diferentes modelos de professor nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas: 1) **professor-diretor**, ilustrado pelo caso da TV UVA; 2) **professor-supervisor**, cujo principal exemplo é a TV UERJ; e 3) **professor-orientador**, representado pelo TJ UFRJ.

A TV UVA, que ilustra o primeiro modelo, tem como diretora a prof^a. Mônica Miranda (2010), que ingressou em 1999 na Universidade enquanto funcionária (coordenadora do Centro de Multimídia) e em 2006 começou a lecionar aulas teóricas (não relacionadas à sua atividade na *webtv*). É curioso notar que, nesse caso, o processo foi inverso ao das universidades públicas, onde, em geral, o professor inicia ministrando aulas teóricas para mais tarde assumir projetos acadêmicos específicos. Miranda (2010) tem mais de 15 anos de experiência em emissoras de televisão aberta, o que atende à já mencionada demanda por professores que integrem conhecimentos teóricos e práticos no ensino do jornalismo – qualificação verificada também nos coordenadores da TV UERJ e do TJ UFRJ. Essa é, inclusive, uma

característica da maioria dos profissionais da TV UVA: grande parte deles teve experiência em organizações jornalísticas e, segundo o estudante Eduardo Lima (2010), procura transmitir essa experiência aos alunos.

Na *webtv* universitária, assim como nas organizações jornalísticas convencionais (BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.50-54), a diretora Miranda é a responsável pela linha editorial, pela contratação ou demissão de jornalistas, pela motivação da equipe, pelas relações institucionais etc. É comum que participe do processo de produção dos conteúdos jornalísticos, sugerindo pautas e entrevistados e conversando com repórteres e apresentadores sobre as informações que vão para o ar, embora, na maioria das vezes, utilize o coordenador de produção Anderson Barreto como um intermediário no contato com os alunos. Embora a equipe seja constituída por estudantes ainda em formação, a ação do professor-diretor se aproxima de uma liderança para profissionais, ou seja, não trata os membros da equipe como iniciantes, e sim como um grupo que tem iniciativa e disposto a fazer jornalismo.

Uma ressalva a ser feita a esse modelo de professor é que, em determinados momentos, a referência muito forte no mercado pode gerar uma espécie de treinamento, em vez de um processo de formação. No mercado, não ocorre um “ensinamento intencional”, mas apenas um “treinamento accidental” (PULITZER, 2009, p.16); não é o tipo de aprendizado mais desejável, pois se trata de um trabalho, no qual se espera que cada profissional conheça sua tarefa (MICK, 2002, pp.79-80; GUERRA, 2002, pp.88-89; CHAGAS, 2008, p.134; THORNTON, 2011, pp.137-138). Por isso, nesse aspecto, é preciso atenção para que o modelo de professor-diretor não deixe de lado uma de suas principais funções: o ensino.

Na TV UERJ, o principal exemplo do modelo de professor-supervisor, o coordenador não tem uma participação tão direta no processo de produção quanto nas demais experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas. Característica que, segundo Brasil (2010), não exclui da televisão on-line o papel de um espaço de prática e ensino do jornalismo audiovisual. O prof. Fábio Íório (2010), coordenador interino da TV UERJ, acredita que iniciativas como essa são relevantes, na medida em que “fixam” os estudantes na universidade. Para Íório (2010), os estágios externos tornam-se um subemprego, retiram os alunos da convivência universitária e não oferecem espaços de discussão ou de criação de novas propostas. Por

outro lado, os estágios internos como os da TV UERJ, permitem aos alunos pensar o jornalismo e o seu processo produtivo de uma forma mais crítica.

Brasil (2010) ressalta que, na TV UERJ, o papel do corpo docente é apenas a supervisão dos conteúdos dos alunos, a fim de conferir autonomia aos estudantes. O professor funciona quase como uma “bússola”, a qual os alunos consultam quando precisam e a qual só aponta o caminho, sem oferecer respostas completas e/ou definitivas. Além da autonomia, o objetivo é ensinar o aluno a “decidir”. No entanto, dois alunos entrevistados afirmaram sentir falta de uma orientação mais direta, ou seja, de um professor com experiência, acompanhando a produção dos conteúdos. Notamos essa questão também nas gravações acompanhadas durante a pesquisa de campo, quando os estudantes levantavam diversas dúvidas, mas, como não havia um professor, decidiam entre si como fazer. Em outras palavras: consideramos a autonomia bastante positiva, mas um equilíbrio precisa ser buscado para que uma autonomia excessiva não comprometa a função de ensino do webjornalismo audiovisual universitário.

Becker (2010), coordenadora do TJ UFRJ, exemplo do modelo de professor-orientador, apontou a integração entre teoria e prática e entre ensino, pesquisa e extensão¹³⁰ como os principais objetivos do webjornal audiovisual, o que, de fato, ocorre de modo mais expressivo que nas demais experiências. Nessa iniciativa acadêmica, são realizadas reuniões semanais entre a coordenadora e as bolsistas para discussão das pesquisas em andamento, para a análise do webjornal e para o estabelecimento de questões referentes à sua produção. Segundo a bolsista Lara Mateus (2010), os integrantes da equipe também costumam ter reuniões de orientação fora do horário dessas reuniões. Além disso, no período entre 2009.2 e 2010.1, foram discutidos quatro textos acadêmicos por todo o grupo. Becker (2010) defende que, no ensino do jornalismo, é primordial a formação de futuros profissionais e também de futuros pesquisadores, ou seja, é preciso pensar sobre o fazer, até para que se possa, depois, fazer de outras formas. Nesse contexto, a coordenadora do TJ UFRJ (BECKER, 2010) destaca a

¹³⁰ O ensino é entendido enquanto a difusão do saber para os alunos, contribuindo para a formação acadêmica; a pesquisa enquanto a preocupação com a investigação e a reflexão crítica, aspectos importantes para experimentar formatos e linguagens diferenciados; e a extensão enquanto a divulgação da teoria produzida na academia para a sociedade (MAGALHÃES, 2002, pp.50-51; 2009; PORCELLO, 2002, pp.14-15; BACCO, 2010, pp.49-50).

relevância do papel do professor, que além de uma referência para os alunos, deve aliar flexibilidade e firmeza; deve oferecer competências para que o aluno compreenda o jornalismo, o Brasil e o mundo como um todo e ainda cresça enquanto ser humano.

É por causa dessa perspectiva que, por exemplo, verificamos que a menor velocidade de produção dos conteúdos pelos estudantes não é considerada um problema para a equipe do TJ UFRJ. Nesse ambiente de aprendizado, assim como na TV UVA e na TV UERJ, o processo produtivo é mais vagaroso, por seguir o ritmo do aprendizado e não do mercado; o que não é um problema, pois, no webjornalismo audiovisual universitário, o ensino é um dos principais objetivos e se constitui no aspecto que condiciona todo o processo de produção.

8.2.2. A inserção nos currículos dos cursos de jornalismo

A partir das continuidades e mudanças para o ensino do jornalismo apontadas, torna-se necessária também uma reestruturação no currículo de jornalismo, pois o mercado exige que os egressos da universidade combinem competências em novos meios com uma compreensão de como empregá-las em cada contexto. É verdade que as alterações curriculares são lentas, muitas vezes em decorrência dos interesses conflitantes dos atores e do funcionamento do sistema educativo (PAVLIK, 2001, p.206; EMAIDES; SALERNO; ALLENDE, 2007, p.86; FRANKLIN; MENSING, 2011, pp.5-7; MENSING, 2011, p.15, p.21). Apesar das controvérsias, sempre é preciso considerar que a reestruturação dos planos de ensino implica em uma integração das atividades em todas as disciplinas, para que o futuro profissional possa, ao longo do curso, ter um aprendizado orientado das diversas competências digitais essenciais para o exercício da profissão na contemporaneidade (MACHADO; PALACIOS, 2007a, p.81). Também é relevante que os procedimentos de obtenção e uso de saberes, portanto, os meios de acesso a linguagens – orientados para a realização de projetos – prevaleçam sobre disciplinas estanques e sequenciais (SODRÉ, 2008, p.115). Nessa reestruturação, o papel do corpo docente é fundamental, já que precisam ser capazes de integrar as novas tecnologias aos projetos curriculares, até para que o processo de ensino-aprendizagem seja potencializado (BACCO, 2010, p.95).

A realidade dos cursos de jornalismo, contudo, tem sido outra. Conforme sustentam Echevarría e Quiroga (2007, p.30), o jornalismo digital é incluído mais como um complemento curricular que como

disciplina estável no plano de ensino. Machado (E., 2007, p.15) alerta que há, hoje, um desequilíbrio e assimetria da entrada dos temas digitais (teóricos, práticos e metodológicos) nos planos de ensino, o que decorreu da interferência de fatores internos e externos às universidades. Mas, fazer uma reflexão aprofundada sobre a inserção das tecnologias digitais nos currículos e planos de ensino dos cursos de jornalismo não se constitui como um dos objetivos dessa pesquisa, tema que, talvez, rendesse uma nova dissertação. Nosso objetivo aqui é apenas verificar de que forma as experiências de webjornalismo audiovisual universitário foram inseridas nesses currículos e planos de ensino, o que indica algumas tendências sobre o ensino de jornalismo na era digital.

Uma dessas tendências, já constatada por Fidalgo (2001, p.6; 2007, p.45), é o fato de que a inserção de laboratórios relacionados ao webjornalismo audiovisual universitário não depende necessariamente de uma alteração na estrutura curricular como um todo. Outra tendência é que estas experiências acadêmicas estejam sempre vinculadas de forma mais direta aos primeiros períodos do curso. Nas três iniciativas analisadas por essa pesquisa, os estudantes que integram a equipe, em geral, cursam até o quarto semestre. Nesses primeiros períodos, em acordo com a análise das estruturas curriculares (disponibilizadas em anexo), são oferecidas disciplinas mais da área da Comunicação e não tão específicas do Jornalismo. Na UFRJ, essa característica fica mais evidente que nas demais, pois os três primeiros semestres constituem o que é chamado “Ciclo Básico”, cursado por todos os alunos que ingressam para “Comunicação Social”. Somente após o quarto período é que os estudantes começam a cursar as habilitações específicas (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, e Produção Editorial). Entretanto, na TV UVA e na TV UERJ, onde os alunos já entram para suas habilitações (no primeiro caso para Jornalismo ou Publicidade e Propaganda, e no segundo caso para Jornalismo ou Relações Públicas), a situação não é muito diversa, uma vez que a grande maioria das disciplinas é igual para ambas as habilitações.

Diante dessa estrutura, a participação dos alunos dos primeiros períodos nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário é benéfica, pois oferece aos estudantes uma atividade prática e específica do jornalismo nesse início do curso, tão marcado por disciplinas mais teóricas da área da Comunicação. No caso da UFRJ, a participação em laboratórios como o oferecido pelo TJ UFRJ auxilia até mesmo na escolha das habilitações pelos alunos. Constatamos durante a pesquisa

de campo, por exemplo, que quatro das cinco alunas do laboratório com quem tivemos contato ainda não tinham clareza sobre a habilitação que seguiriam e estavam utilizando a participação nesse ambiente para tomarem uma decisão.

É importante ressaltar ainda que, conforme já mencionado, as iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual não estão vinculadas de modo direto à estrutura curricular, ou seja, não veiculam somente atividades curriculares dos alunos, o que é considerado por essa pesquisa enquanto algo positivo. No entanto, todas as experiências fazem parte de um laboratório, inserção que não ocorre da mesma maneira nos três casos. O único ponto em comum às três iniciativas é que as grades dos laboratórios (disponibilizadas em anexo) não integram a estrutura curricular padrão, isto é, constituem uma grade autônoma, não sequencial, instável (já que os diferentes laboratórios não são, necessariamente, oferecidos todos os semestres) e optativa. Outra interseção (mas apenas entre a TV UVA e a TV UERJ) é que o termo “laboratório” é mais empregado para designar o espaço onde é desenvolvido o projeto do que no sentido de uma disciplina laboratorial, o qual é o caso do TJ UFRJ.

Na TV UVA, a descrição do Laboratório de Vídeo não faz menção à *webtv* universitária, evidenciando que, embora os equipamentos e a equipe sejam os mesmos, não há a intenção de vincular as atividades do laboratório à experiência de webjornalismo audiovisual universitário. Miranda (2010) destacou essa questão como um dos principais problemas enfrentados: na sua opinião, seria preciso desenvolver uma grade curricular mais articulada com a experiência da *webtv*. Discordamos, contudo, do ponto em que Miranda (2010) afirma que a produção para a TV UVA deveria ser uma das obrigações de uma disciplina, pois isso poderia tornar a *webtv* um simples veículo de difusão dos trabalhos e atividades dos estudantes, perdendo o caráter mais independente que possui hoje.

A TV UERJ ocupa, todas as tardes, o espaço do Laboratório de Televisão e Vídeo, o qual pode ser utilizado nos demais turnos por outros professores e alunos. Conforme salienta Brasil (2010), “a TV UERJ usa o Laboratório, mas não é o Laboratório”. A televisão on-line é, portanto, uma das atividades do Laboratório e é assim apresentada na grade dos laboratórios da Faculdade de Comunicação da UERJ, ainda que as informações sobre os seus programas estejam desatualizadas. A grade não apresenta diretrizes para a TV UERJ, o que levou os

estudantes a elaborarem por conta própria, em junho de 2010, um projeto com os objetivos e a descrição de cada programa da televisão on-line (disponibilizado em anexo). Isso explicita o quão é relevante que a universidade ofereça planos de ensino que sirvam de orientação não só aos professores, mas também aos alunos que integram projetos como os de webjornalismo audiovisual universitário, os quais, ainda que não devam depender da estrutura curricular, precisam ter planos para a sua implementação e desenvolvimento.

O TJ UFRJ é a experiência em que a relação entre o webjornal audiovisual e o laboratório é mais intrínseca, tanto que possuem o mesmo nome (TJ UFRJ) e a mesma coordenação (prof^a. Beatriz Becker). Reafirmamos o fato de que o webjornal audiovisual não veicula os conteúdos produzidos pelos alunos do laboratório, mas mantém uma produção autônoma realizada pelas bolsistas, o que caracteriza o projeto enquanto uma experiência de webjornalismo audiovisual universitário. Becker (2010) ressaltou esse aspecto ao afirmar que o laboratório é apenas uma das atividades do projeto TJ UFRJ. Mas, a integração entre o laboratório e o webjornal audiovisual é constante, tanto no que se refere à equipe, quanto no que diz respeito aos conteúdos lecionados. É recorrente que os alunos do laboratório colaborem nas coberturas do TJ UFRJ para além dos trabalhos e atividades curriculares da disciplina, assim como é comum que os estudantes que participaram do laboratório, em um momento posterior, passem a integrar a equipe de bolsistas do projeto. Além disso, os conteúdos ensinados aos alunos do laboratório estão bastante vinculados à produção do webjornal, pois, ainda que não produzam conteúdos para o *site*, os estudantes aprendem todas as etapas do processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário.

Foi possível observar, portanto, que são distintas as formas de inserção do webjornalismo audiovisual universitário nos currículos dos cursos de jornalismo. É verdade que se faz necessário o desenvolvimento de uma reforma educacional mais séria, capaz de contemplar em sua profundidade a revolução informacional e incorporar as novas tecnologias à transmissão do saber (SODRÉ, 2008, pp.113-114). De qualquer forma, mesmo que tímidas e separadas da grade curricular padrão, as formas de inserção observadas já revelam um esforço dos cursos de jornalismo e do seu corpo docente para transmitir as competências necessárias aos futuros profissionais no contexto das

tecnologias digitais. Na próxima seção, verificamos a função desempenhada pelos funcionários das universidades nessa conjuntura.

8.3. Tipos de participação dos funcionários

No webjornalismo audiovisual universitário, assim como na maioria dos meios de comunicação acadêmicos, a equipe emerge do pessoal da própria instituição (KULINSKI, 2006, p.153), o que inclui funcionários concursados e/ou contratados. Há muitas críticas quanto ao fato de que algumas produções jornalísticas audiovisuais universitárias priorizam o trabalho desses profissionais em vez de valorizar os conteúdos desenvolvidos e pensados por alunos e professores (BRASIL, 2002, p.292). As iniciativas webjornalísticas audiovisuais universitárias parecem estar querendo romper com esse problema, na medida em que, em sua maioria (TV UERJ e TJ UFRJ), delegam aos funcionários somente o papel de colaboração e de apoio técnico, ou seja, esses profissionais não são responsáveis, nem interferem de maneira direta na produção dos conteúdos. Propomos, nessa dissertação, três tipos de funcionários: 1) **funcionário-auxiliar**, ilustrado pela TV UERJ; 2) **funcionário-orientador**, exemplificado pelo TJ UFRJ; e 3) **funcionário-profissional**, que é o caso da TV UVA.

A TV UERJ, principal ilustração do primeiro tipo, dispõe da colaboração de apenas um funcionário, Robson Carlos de Souza (2010), jornalista diplomado em 1985 e servidor concursado desde 2006. Souza (2010) ingressou na televisão on-line em setembro de 2010 e, desde então, tem focado na melhoria do Laboratório (através de levantamentos dos equipamentos necessários) e na solução de problemas burocráticos (como a elaboração de documentos de renovação, transferência e concessão de bolsas). O funcionário teve, portanto, nesses primeiros meses, uma função mais administrativa. Como Souza (2010) afirmou, não há uma interferência sua na produção da TV UERJ: o máximo que faz é sugerir pautas e dar dicas (após os vídeos estarem publicados) sobre texto, posicionamento etc. Também costuma lembrar os estudantes de disponibilizarem os vídeos na página da TV UERJ e não só no *Youtube*. Durante a pesquisa de campo, notamos, ainda, que Robson tem buscado oferecer mais ferramentas técnicas para a produção da televisão on-line, uma vez que, no último dia, instalou no estúdio um computador com um *software* de *teleprompter*, baixado (grátis) da Internet. Em seguida, ensinou para a estudante Bárbara Vianna como operar o sistema e pediu que repassasse para os demais estagiários. Isso

revela que o funcionário não tem um papel de ensino semelhante ao de um professor, mas apenas de auxílio e colaboração perante os alunos.

Podemos afirmar que essa postura é inerente à dinâmica da TV UERJ desde o seu início, quando era Fábio Penna (2010) quem desempenhava essa função¹³¹. Segundo o prof. Fábio Iório (2010), coordenador interino da TV UERJ, nos próximos meses será contratado outro jornalista para o Laboratório de TV e Vídeo, já que Robson permanece apenas até às 15 horas. Também serão contratados técnicos para cinegrafia e edição, visto que os alunos não dispõem de colaboradores e/ou apoio nessa área. Com a modernização do Laboratório, uma nova coordenação e novos técnicos e jornalistas, Iório (2010) acredita que haverá um aprimoramento expressivo do aprendizado dos estudantes.

O papel dos funcionários no TJ UFRJ é semelhante: apenas colaboração e apoio técnico e nenhuma interferência direta no conteúdo do webjornal audiovisual universitário. No entanto, constituem um novo tipo (funcionário-orientador), na medida em que, durante as aulas do Laboratório, os cinegrafistas e editores vinculados à Central de Produção Multimídia (CPM) da Escola de Comunicação da UFRJ auxiliam a prof^a. Beatriz Becker na transmissão das competências necessárias à produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais e, desse modo, qualificam os possíveis e até prováveis bolsistas do TJ UFRJ, os quais produzem sem o apoio dos funcionários seus vídeos. Os funcionários ligados de modo mais direto¹³² ao projeto são os técnicos

¹³¹ Recém-graduado em Jornalismo pela Universidade Estácio de Sá, Penna (2010) foi convidado em 2001 pelo prof. Brasil para ocupar um cargo no Laboratório de TV e Vídeo e ajudar na implantação da televisão on-line. Penna (2010) tinha um contrato PROTEC (cargo técnico sem nível superior), o qual poderia ser renovado por no máximo quatro anos, o que o impeliu a deixar o projeto em 2005. Nesse período, foi o principal encarregado por fazer a TV UERJ funcionar tecnicamente, em especial no que se refere às questões de gravação e edição. Mesmo não sendo sua função, também colaborava com a revisão dos textos (mesmo que não todos os dias) e dava dicas sobre entonação de voz, por exemplo. Assim como faz Robson, Penna (2010) ensinava os aspectos necessários a um grupo de alunos e solicitava que repassassem aos demais, postura que ele considera positiva, pois gerou entre os alunos um senso de responsabilidade e de que precisam passar os conhecimentos de geração em geração, iniciativa que mantém o projeto vivo até hoje.

¹³² Embora esses sejam os três funcionários vinculados de maneira mais direta ao TJ UFRJ, as bolsistas do projeto contam com o apoio e a colaboração dos diferentes profissionais da Escola de Comunicação, em especial da CPM. Por exemplo, durante a pesquisa de campo, a bolsista Patrícia Valle teve problemas na digitalização de um vídeo e procurou o técnico Alexandre Nascimento, que prontamente solucionou a questão. Nas transmissões diretas do TJ UFRJ também há um apoio significativo da equipe da CPM-ECO.

Sérgio Brenner (2010), Moacir Urbano (2010) e Nelson di Santi (2010)¹³³, mas nenhum deles se dedica exclusivamente ao TJ UFRJ, como ocorre com os funcionários da TV UERJ e da TV UVA (com exceção do coordenador de *websites* Sandro Barreto).

A TV UVA representa uma exceção à ideia de que os funcionários possuem somente um papel de colaboração e apoio técnico na produção de conteúdos webjornalísticos audiovisuais universitários, exemplificando o terceiro tipo: funcionário-profissional. Na *webtv*, os funcionários têm uma interferência mais expressiva nas diferentes etapas do processo produtivo. Nos aspectos mais jornalísticos da produção, como redação dos roteiros e seleção das pautas e dos entrevistados, por exemplo, há interferência direta do coordenador de produção Anderson Barreto. A funcionária Shirley Vasconcellos ocupa o cargo de “coordenadora administrativa”, sendo responsável por todas as questões burocráticas. A iluminação e a operação de áudio das gravações é feita por Lúcio Cardoso (2010), funcionário da UVA há 12 anos. O técnico Alberto Guimarães (2010), funcionário da Universidade há nove anos, é responsável pela cinegrafia.

Não afirmamos aqui que na TV UVA, em função de uma interferência mais direta dos funcionários, os estudantes não aprendem. Conforme destacaram Cardoso (2010) e Guimarães (2010), há sempre a preocupação em transmitir ensinamentos sobre enquadramento e postura aos estudantes no momento em que realizam a gravação. O único problema é que os alunos não aprendem a efetivamente operar as câmeras e os equipamentos de iluminação. Contudo, na pesquisa de campo, notamos tentativas de alterar esse panorama. Podemos citar como exemplo o treinamento que a monitora Valéria Lobato (2010) vinha recebendo sobre técnicas de cinegrafia, iluminação e sonoplastia. Nas atividades de edição de vídeos e de atualização do *site* também observamos uma maior autonomia dos alunos, que, embora possam

¹³³ Sérgio Brenner (2010) é cinegrafista e editor de imagens, concursado pela UFSC e transferido há quatro anos para a UFRJ. No TJ UFRJ, oferece apenas orientação técnica aos alunos, ou seja, só auxilia; nunca editou qualquer vídeo para o webjornal audiovisual. Moacir Urbano (2010) é funcionário estatutário da UFRJ há 23 anos e participa das atividades relacionadas ao TJ UFRJ desde a sua criação. Faz questão de ressaltar que sua função sempre foi ensinar aos alunos as técnicas de cinegrafia, isto é, faz a preparação das duplas de alunos (câmeras e repórteres) para que possam cobrir sozinhos os acontecimentos com mais segurança. O cinegrafista Nelson di Santi (2010) também participa das atividades do projeto desde a sua implantação e possui a mesma função: ajudar na formação dos alunos, fazendo exercícios em que possam conhecer tanto a linguagem do jornalismo audiovisual, quanto as formas de operar os equipamentos.

recorrer aos profissionais Giuseppe Caputo e Sandro Barreto, especializados em edição e em *web* respectivamente, não sofrem a interferência direta desses funcionários no processo de produção, ou seja, trata-se de uma efetiva colaboração e apoio técnico, quando necessários.

Concluímos, a partir das considerações realizadas, que a colaboração e o apoio de funcionários das universidades são imprescindíveis para a formação e para a aprendizagem dos estudantes de iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual. Porém, precisam ocorrer sem que retirem a autonomia dos alunos, ou seja, ser apenas um auxílio e não uma forma de interferência. Observamos que o TJ UFRJ é, entre as experiências analisadas, a que mais se aproximou de um equilíbrio nesse sentido. A TV UERJ e a TV UVA ainda precisam sair dos extremos e encontrar um meio-termo a fim de que seus funcionários – ou a ausência deles – não sejam empecilhos, mas colaboradores na formação dos futuros profissionais.

8.4. As funções desempenhadas pelos estudantes

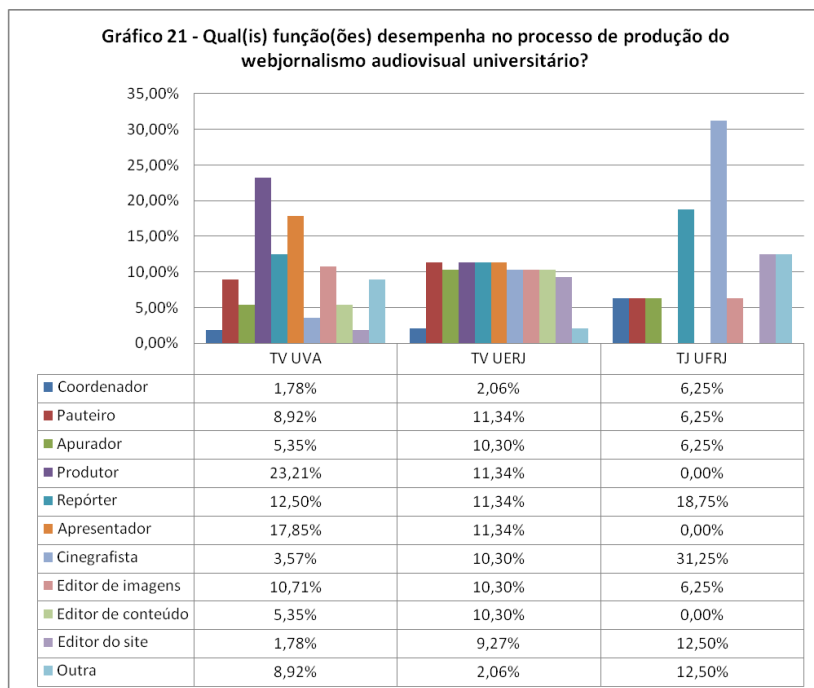
As tecnologias digitais de comunicação têm exigido mais competências dos futuros jornalistas. Diante da complexa realidade atual, um constante desafio é que os profissionais sejam preparados para gerar um jornalismo mais crítico e responsável, com diversidade e cotejo de fontes, garantia de expressão dos diferentes grupos sociais e contextualização dos fatos, e sem generalizações, maniqueísmos e simplificações das informações (ALSINA, 2009, pp.279-290). Para que os futuros jornalistas estejam preparados para todas essas exigências, a atuação nos meios de comunicação universitários é cada vez mais necessária. Brasil (2002, pp.136-137, p.139) faz críticas contundentes ao fato de que, muitas vezes, as experiências de jornalismo universitário, em especial o audiovisual, utilizam tecnologia de ponta e empregam técnicos especializados, mas afastam os estudantes. Ter equipamentos modernos e equipes estruturadas não tem sido sinônimo de um processo de ensino-aprendizagem eficiente; em vez disso, tem resultado em uma menor participação dos alunos.

Na contemporaneidade, as experiências de webjornalismo audiovisual universitário se apresentam enquanto alternativas para essas questões. Embora nem sempre tenham equipamentos adequados ou equipes completas, têm empreendido esforços para não deixarem de integrar os alunos no processo de produção. Prova disso é que nas três

experiências analisadas os estudantes têm papel de destaque no vídeo. Contudo, essas não são as únicas funções desempenhadas pelo corpo discente no webjornalismo audiovisual universitário, que pode e é preparado para desempenhar todas as atividades do processo produtivo, sejam elas as tradicionais ou novas, conforme será evidenciado nas próximas páginas.

8.4.1. A manutenção de algumas das funções tradicionais

Preparar um conteúdo jornalístico audiovisual para a Internet requer muitas das mesmas competências que os meios tradicionais demandam (STOVALL, 2004, p.156; WARREN, 1975, p.21; REZENDE, 2000, pp.66-67; HERREROS, 2003, p.182; QUINN, 2005, p.193; VIVAR; GUADALUPE, 2005, p.135). As experiências de webjornalismo audiovisual universitário corroboram essa afirmação ao mostrarem que os estudantes continuam a desempenhar algumas das funções tradicionais, nas quais incluímos as de pauteiro, apurador, produtor, repórter, apresentador, cinegrafista, e editor de conteúdo e de imagem. Na TV UERJ, continua existindo, inclusive, a função de editor-chefe. Os resultados alcançados nos questionários aplicados aos membros das três experiências estudadas confirmam essa constatação. Como revela o gráfico a seguir, na TV UVA, 87,46% das marcações foram direcionadas para funções tradicionais. Na TV UERJ, esse índice foi de 86,56%; no TJ UFRJ, de 68,75%.



Fonte: autora

Essas estatísticas demonstram que, na produção jornalística audiovisual universitária para o ciberespaço, os estudantes continuam a desempenhar e a aprender quase os mesmos papéis de antes, com exceção da função de “editor do *site*”, indiscutivelmente vinculada à era digital. A questão que diferencia esse tipo de conteúdo do jornalismo convencional é a de que os mesmos alunos desempenham diversas dessas funções. Tanto que 40,7% das pessoas que preencheram os questionários na TV UVA marcaram mais de uma opção. Na TV UERJ e no TJ UFRJ, esse número é ainda mais expressivo, 86,7% e 50%, respectivamente.

Dados como os apresentados até aqui explicitam que, como já previa Machado (2000, p.366), no contexto digital, o mais provável é que, em vez de abolir a divisão entre as diferentes categorias jornalísticas envolvidas no processo, haja uma mescla, mutação ou inversão das funções exercidas antes. Essa é apenas uma das novas

competências e habilidades que precisarão ser absorvidas pelos futuros profissionais, as quais serão o tema das próximas seções desse capítulo.

8.4.2. Novas competências e exigências profissionais

Vivenciamos um tempo em que é preciso refletir sobre as consequências da era digital, não em termos tecnológicos, mas em termos das competências dos “velhos” e dos “novos” profissionais dos meios de comunicação (BARDOEL; DEUZE, 2001, p.15). Conforme destaca Palacios (*in* MACHADO, 2003, p.7), antes, se aprendia um ofício para toda a vida; porém, hoje, exercer uma profissão implica em “(re)inventá-la incessantemente, interpretando continuidades, buscando potencializações, vislumbrando e propondo rupturas”. É fundamental que os jornalistas contemporâneos estejam preparados para lidar com as tecnologias digitais, e tenham uma mentalidade aberta para novas ideias e novas formas de trabalhar, não apenas no que se refere aos potenciais tecnológicos, como também e sobretudo no que diz respeito à produção, edição e circulação de conteúdos diferenciados (PAVLIK, 2001, pp.209-210; SAAD, 2003, p.229; STOVALL, 2004, pp.161-162; QUINN, 2005, p.193; KEIRSTEAD, 2005, p.28; LÓPEZ; OTERO, 2006, p.7; CANAVILHAS, 2006, p.117; COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.62; PINHEIRO, 2006, p.189; ECHEVARRÍA; QUIROGA, 2007, p.29; MICÓ, 2007, pp.179-180, p.143; CIRNE; FERNANDES; PÔRTO, 2009, p.105; KNEIPP, 2010, p.273). Na área do webjornalismo audiovisual, as competências necessárias são ainda mais numerosas, já que a transmissão de informações através de imagens em movimento implica em um processo ainda mais complexo de elaboração (HERREROS, 2003, pp.73-74; PAVLIK, 2001, p.214; QUINN, 2005, p.87).

A formação dos futuros jornalistas dotados dessas novas competências e habilidades torna-se, portanto, cada vez mais necessária na contemporaneidade. Quinn (2005, p.198) defende que o jornalismo se tornou um campo muito complexo para ignorar a importância da formação dos seus profissionais. O problema atual é que muitas instituições de ensino não formam os profissionais para as atividades de um jornalista digital e seguem os padrões antigos, os quais podem ser úteis para fornecer um embasamento aos estudantes, mas são insuficientes para que se exerça o trabalho de um webjornalista. Segundo Ayerdi (2002, p.3), problemas como esse poderiam ser solucionados através do ensino de uma multiplicidade de formas de

jornalismo digital, até porque no mercado já existe uma variedade de novos meios e cada um requer uma maneira distinta de proceder. Além disso, diante da veloz mudança das tecnologias, e da conseqüente redução do ciclo de vida útil das competências, seria apropriado que os futuros profissionais recebessem uma formação básica sobre o uso de *softwares* e técnicas de produção para a rede que o possibilitassem aprender de maneira autônoma qualquer programa ou aplicativo com relativa facilidade depois (THORNTON, 2011, p.131).

Constatamos, no decorrer da pesquisa, que é justamente esse tipo de papel que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário buscam desempenhar na formação dos seus estudantes. Reconhecemos que são múltiplas as novas competências que uma iniciativa acadêmica de webjornalismo audiovisual pode agregar aos futuros profissionais. Porém, destacaremos, nas seções a seguir, somente as que se apresentaram de forma mais evidente e/ou expressiva nos três estudos de caso: a formação de jornalistas multifacetados, o trabalho em equipes interdisciplinares, a capacidade de pensar o jornalismo, e a possibilidade de inovar.

8.4.2.1. Ser um jornalista multifacetado

As tecnologias digitais de comunicação se relacionam de forma intrínseca com o conceito de “polivalência”, característica dos profissionais que podem desempenhar diversas funções, algumas das quais antes eram reservadas aos especialistas (KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.149). O aparecimento de novos perfis profissionais e a transformação de outros são conseqüências dessas mudanças, na medida em que a necessidade de competências técnicas diferenciadas altera de modo substancial as atividades desempenhadas tradicionalmente (MICÓ, 2006, p.168). No campo do jornalismo, esse embaçamento das demarcações entre as funções é expressivo, pois muitos jornalistas já editam imagens e dominam habilidades cada vez mais especializadas (COX; MUDLER; TADIC, 2006, p.63; AYERDI, 2002, pp.4-6; KEIRSTEAD, 2005, p.152, pp.143-146).

Warren (1975, p.480) afirma que o jornalista ideal é aquele que sabe tudo sobre tudo. Como isso é humanamente impossível, espera-se que seja, pelo menos, multifacetado. O conhecimento de informática, por exemplo, até pouco tempo apontado como um diferencial no currículo, hoje é uma obrigação para o jornalista (BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.41-42). A expectativa é que esses profissionais sejam dotados

de uma grande variedade de talentos e competências (KEIRSTEAD, 2005, p.79; PAVLIK, 2001, p.214; SAAD, 2003, p.230; GOSCIOLA, 2003, p.243). Como jornalista multifacetado, não compreendemos somente o profissional que domina aspectos técnicos ou tecnológicos. Referimo-nos, também, à necessidade de que apreenda os potenciais de todas as mídias, na medida em que, para gerenciar o fluxo de informações dentro do processo produtivo e para aproveitar as possibilidades da era digital na construção de narrativas mais contextualizadas, é preciso capitalizar as forças de cada meio (QUINN, 2005, pp.85-88). Conforme propõe Meditsch (1999, p.3), o conceito do jornalista polivalente parte da ideia de que esse profissional saiba atuar em todos os meios de comunicação, pois a relação entre eles é complementar.

Machado e Palacios (2007a, p.81) sustentam que, em vez de uma superespecialização, o futuro profissional do campo da comunicação precisa ser capaz de adaptar-se a uma variedade de funções decorrentes do processo de convergência nos sistemas de produção. Isso exige que o novo jornalista tenha condições de compreender processos, planejar ações, interpretar cenários e, mais importante, ser flexível para, por um lado, se adaptar e, por outro, reagir de forma criativa aos constantes ajustes dos processos produtivos, o que torna a formação continuada do profissional de comunicação um elemento chave (BOCZKOWSKI, 2004, pp.68-69; BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, pp.125-126).

Em um mundo multimídia, os jornalistas também precisam ser capazes de cruzar disciplinas e áreas de conhecimento (KEIRSTEAD, 2005, p.150; VILLADA, 2006, p.188; WARREN, 1975, p.15). Com isso, não afirmamos que um jornalista deve se tornar um especialista em todas as áreas (PULITZER, 2009, p.49) ou em todo o processo produtivo (CROCOMO, 2007, p.127), até porque, hoje as equipes interdisciplinares são cada vez mais comuns e complementares no processo de produção jornalística (VILLADA, 2006, p.188; ECHEVARRÍA; QUIROGA, 2007, p.26), e a integração entre todos os envolvidos na elaboração dos conteúdos jornalísticos, entre eles os profissionais de informática, de *design* e de comunicação, tem se tornado fundamental (FERRAZ, 2009, p.41). Apontamos, sim, para a necessidade do desenvolvimento de um currículo especializado e pensado com o objetivo de ensinar ao estudante de jornalismo apenas o que é preciso saber das diferentes áreas de conhecimento. Ou seja, um

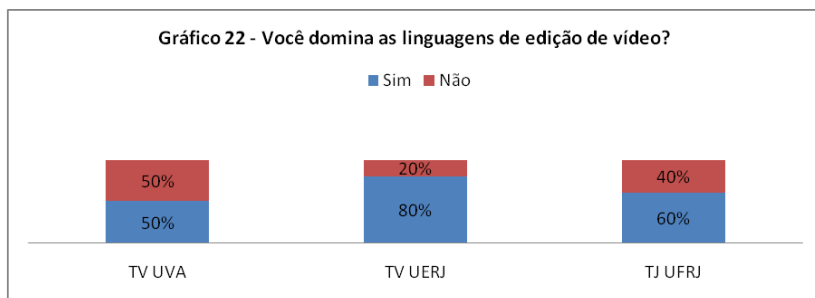
currículo que capacite os novos profissionais a acompanhar o desenvolvimento futuro das diferentes áreas por si próprio (PULITZER, 2009, p.39, p.49).

Para exemplificar as mudanças nas funções desempenhadas pelos jornalistas num contexto que exige profissionais cada vez mais multifacetados, abordaremos as alterações sofridas pelos editores. Os editores do jornalismo audiovisual sempre tiveram que possuir uma preparação diferenciada e um conhecimento amplo do processo de codificação e decodificação de mensagens visuais, a fim de que pudessem tirar o máximo proveito das potencialidades expressivas e das características semânticas das imagens em movimento (REZENDE, 2000, pp.43-44; SQUIRRA, 1993a, pp.93-95). Segundo Micó (2006, p.11, p.14, p.162, p.167, p.159), as inovações nos sistemas de edição, que se tornaram digitais e não lineares, afetaram o trabalho dos editores. Tais novidades tecnológicas têm significado que os editores convencionais adquirem novas atribuições, o que tem alterado algumas funções tradicionais e criado outras, demonstrando a necessidade de instruir de maneira adequada os futuros jornalistas sobre os fundamentos da edição. No entanto, em geral, a formação acadêmica recebida pelos jornalistas não é completa ou suficiente para garantir a produção de conteúdos jornalísticos diferenciados e de qualidade dentro dessa nova dinâmica. O número reduzido de conhecimentos teóricos e práticos sobre o papel do jornalista multifacetado dificilmente faz com que os profissionais adquiram habilidades especiais e muitos deles sejam transmitidos pelas organizações jornalísticas e não pela universidade (MICÓ, 2006, p.167).

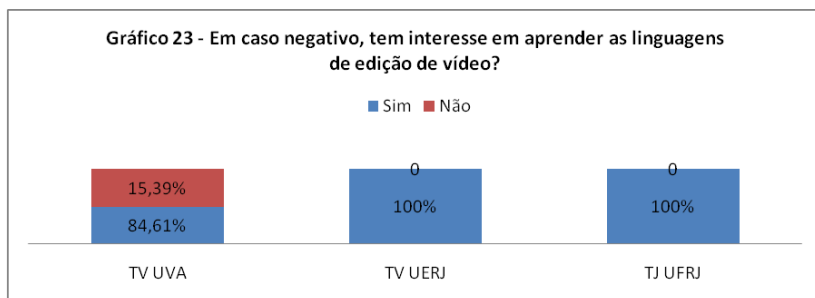
As experiências de webjornalismo audiovisual universitário têm se revelado enquanto alternativas nesse sentido, ao permitirem que os futuros profissionais aprendam a desempenhar diferentes atividades do processo de produção jornalística, embora ainda existam deficiências. Verificamos que, nas três iniciativas analisadas, há um domínio maior dos integrantes da equipe com relação às ferramentas de edição de vídeos do que das linguagens de programação. Além disso, há uma percepção por parte dos membros das equipes de que o domínio das linguagens de edição é mais relevante do que das linguagens de programação. Essas constatações foram feitas a partir da análise dos questionários aplicados.

Na TV UVA, 50% dos integrantes afirmaram dominar as linguagens de edição de vídeo e, dos outros 50% que disseram não

dominar, 84,61% evidenciaram o interesse em aprendê-las. Na TV UERJ e no TJ UFRJ, esses números são ainda mais significativos. Na televisão on-line, 80% dos membros dominam as linguagens de edição e dos 20% que não dominam, todos têm interesse em aprendê-las. No webjornal audiovisual, a situação se repete: os 40% que afirmaram não dominar as linguagens de edição de vídeo disseram estar interessados em fazê-lo, conforme ilustram os gráficos a seguir.

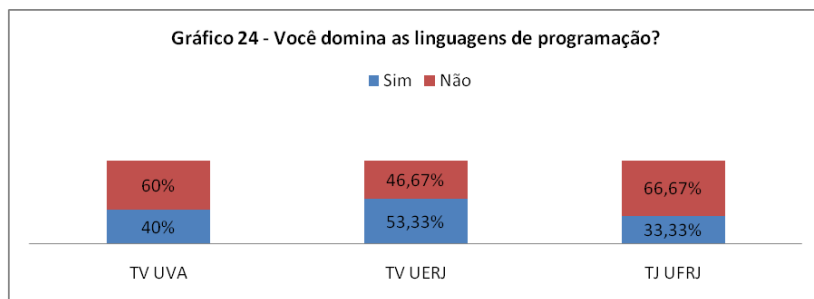


Fonte: autora

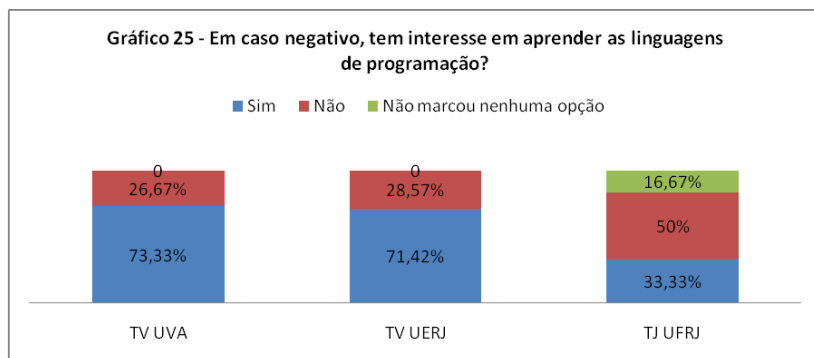


Fonte: autora

O mesmo não ocorre com as linguagens de programação. Na TV UVA, apenas 40% dos integrantes da equipe dominam esse tipo de linguagem, ainda que, dos 60% que não dominam, 73,33% tenham evidenciado interesse em aprendê-lo. Na TV UERJ, 53,33% dominam as linguagens de programação; e, dos 46,67% que não dominam, 71,42% gostariam de aprendê-las. Nesse aspecto, o maior problema encontra-se no TJ UFRJ, em que 66,67% dos integrantes da equipe afirmaram não dominar as linguagens especializadas de programação, e a metade (50%) não mostrou interesse em aprendê-las.



Fonte: autora



Fonte: autora

A partir das observações realizadas na pesquisa de campo, é possível apontar algumas razões para esses números. A primeira delas é o fato de que, hoje, diante do acesso fácil e barato a ferramentas e *softwares* de edição de vídeo simples, muitos dos membros das equipes de webjornalismo audiovisual universitário já adquirem sozinhos as habilidades necessárias para se tornarem editores de vídeo, delegando às iniciativas acadêmicas somente a tarefa de lapidar e/ou direcionar essas competências. Segundo o coordenador de produção da TV UVA Anderson Barreto (2010), desde a criação do *Movie Maker*, a maioria dos alunos já ingressa na *webtv* com alguma noção de edição. Os estagiários Jonas Durão (2010) e Alexandre Ponce (2010) são exemplos: ambos sabiam como editar vídeos antes de entrarem na TV UVA, onde só aprimoraram esses conhecimentos ou passaram a utilizar *softwares* diferentes dos que estavam acostumados. Na TV UERJ, os estudantes Rômulo Herzer (2010), Andressa Cabral (2010) e João Vitor Figueira

(2010) também exemplificam esse aspecto: os três já editavam vídeos e aperfeiçoaram essa competência na televisão on-line. No TJ UFRJ, os melhores exemplos são as bolsistas Alyne Bittencourt (2010) e Alyssa Gomes (2010), as quais já possuíam noções básicas sobre edição de vídeo ao ingressarem no webjornal audiovisual.

Igual situação nem sempre é verificada com as linguagens de programação, bem mais específicas e complexas, exigindo que os estudantes sejam formados quase que somente pelas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário. Há exceções, como os alunos Herzer (2010) e Figueira (2010), da TV UERJ, e Bittencourt (2010), do TJ UFRJ, que, além de dominarem a edição de vídeos, já ingressaram com conhecimentos sobre publicação na Internet, embora não conhecessem os sistemas utilizados pelas experiências acadêmicas (o *Dreamweaver* e o *Joomla*, respectivamente). Os casos dos estudantes Vitor Nascimento (2010) e Joyce Brum (2010), da TV UVA, também são exceções, uma vez que, embora não dominassem a edição de vídeo, possuíam noções de programação, em maior ou menor medida (Vitor já havia cursado graduação em Informática e Joyce costumava desenvolver *blogs*).

Outra questão que merece ser destacada quando abordamos o domínio de linguagens de programação é a de que, nem sempre, os alunos são especialistas nessa linguagem específica, mas apenas aprendem a manipulá-la. Ou seja, os estudantes aprendem a publicar arquivos na *web* através dos sistemas, mas não são eles os responsáveis pela sua criação ou manutenção (tarefas que ficam a cargo dos setores de Informática das universidades). Não afirmamos, aqui, que isso é algo negativo, até porque, conforme já mencionado, os futuros jornalistas não precisam ser verdadeiros especialistas em Informática. Realizamos, apenas, uma constatação de como ocorre o ensino das diferentes habilidades aos estudantes nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário.

De qualquer forma, verificamos, na pesquisa de campo, que existe, sim, um estímulo das iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual para que seus estudantes adquiram conhecimentos de edição e de linguagens de programação (mesmo que básicos) e se tornem profissionais multifacetados, de acordo com as demandas profissionais da contemporaneidade. Isso ficou evidente nas entrevistas realizadas, em que diversos estudantes afirmaram aprender, nos projetos acadêmicos, habilidades e competências variadas.

Na TV UVA, ainda que cada aluno tenha uma responsabilidade específica, todos podem aprender tudo. Os melhores exemplos são Araújo (2010) e Lobato (2010): ambos disseram que buscam aprender habilidades novas e que já dominam ou estão buscando dominar as técnicas básicas de edição e/ou gravação. A regra de que o processo de edição de todos os conteúdos da *webtv* seja acompanhado pelos produtores dos programas também contribui para que os futuros jornalistas adquiram, pelo menos, uma noção das ferramentas de edição. O mesmo estímulo não ocorre no que se refere à publicação na Internet, fazendo com que esses conhecimentos, às vezes, se restrinjam aos estudantes focados na atualização da *webtv*. Na TV UERJ, como não há divisão de tarefas, todos os alunos desempenham todas as atividades e, desse modo, adquirem as distintas competências necessárias a um jornalista multifacetado. Essa possibilidade da qual os estudantes dispõem de aprender todas as etapas do processo de produção foi apontada como uma das mais positivas por diversos deles (OLIVEIRA, 2010; MENDONÇA, 2010; MARINS, 2010; VIANNA, 2010; RODRIGUES, 2010; PRADO, 2010; CORREA, 2010). No TJ UFRJ, Valle (2010), Braune (2010), Queiroz (2010) e Mateus (2010) também afirmaram ter aprendido a gravar, editar e publicar conteúdos na *web* no Laboratório oferecido pelo projeto, embora nem sempre desempenhem essas funções de modo direto. O estímulo a essa polivalência foi constatado também através do acompanhamento das gravações realizadas pelas integrantes do Laboratório: a dupla Janine Justen e Amanda Avila sempre se revezava nas funções de repórter e cinegrafista.

As considerações apresentadas até aqui corroboram a importância das experiências de webjornalismo audiovisual universitário para a formação de jornalistas multifacetados, uma das principais demandas para a prática jornalística na sociedade contemporânea. Porém, conforme já mencionado, a polivalência dos futuros profissionais não é suficiente para o seu êxito. A adequada participação em equipes interdisciplinares é um dos tantos fatores também fundamentais e será o tema da seção a seguir.

8.4.2.2. Trabalhar em equipes interdisciplinares¹³⁴

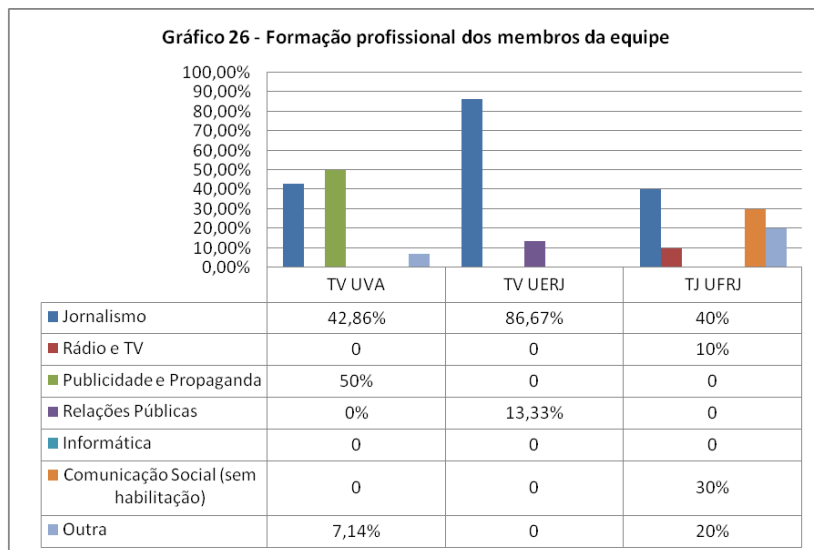
Conforme evidenciado no quinto capítulo, o jornalismo é um trabalho em equipe. Na era digital, é inegável a importância do jornalista multifacetado, mas são as equipes que se tornam cada vez mais presentes no cotidiano das organizações jornalísticas. Isso porque, embora os jornalistas multimídia possam trabalhar sozinhos em acontecimentos menos relevantes, em geral, não conseguem produzir conteúdos de qualidade sobre fatos de maiores dimensões (QUINN, 2005, pp.11-15; NACHBIN *in* BRASIL; ARNT, 2002, pp.52-53).

Jenkins (2008, p.312) sustenta que precisamos descobrir e aprender como – e por que – grupos com diferentes formações podem se ouvir e trabalhar juntos pelo bem comum. Weaver e Löffelholz (2008, p.294) afirmam que não podemos ignorar as contribuições de outras disciplinas, as quais devem ser incorporadas, inclusive às pesquisas em jornalismo, visto que esse campo se torna cada vez mais internacionalizado e interdisciplinar. Essas são tarefas difíceis, mas fundamentais para que alcancemos uma compreensão mais completa e holística do processo do jornalismo contemporâneo e dos jornalistas que o produzem. No ciberespaço, essa interdisciplinaridade é ainda mais imprescindível. A produção de conteúdos de qualidade exige a integração e a união de profissionais e organizações de áreas distintas (AFFINI; BURINI, 2009, p.5; FERRAZ, 2009, p.41; CIRNE; FERNANDES; PÔRTO, 2009, p.92; KEIRSTEAD, 2005, p.22; BOCZKOWSKI, 2004, pp.184-185). Não foi exatamente essa a realidade verificada durante a pesquisa realizada nas três iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual que se constituem enquanto nossos estudos de caso.

Como ilustra o gráfico a seguir, as equipes de webjornalismo audiovisual universitário são formadas, em grande medida, por estudantes e/ou profissionais da área da Comunicação, embora haja uma diversidade de habilitações, o que se caracteriza enquanto uma forma, mesmo que básica, de interdisciplinaridade. Na TV UVA, 42,86% dos

¹³⁴ Empregamos o termo “interdisciplinar” em acordo com Meditsch (1999, p.7) e Charaudeau (2009, p.22). O primeiro autor defende que a interdisciplinaridade foca no aprofundamento dos conhecimentos já desenvolvidos sobre os objetos, diferentemente da transdisciplinaridade, a qual se preocupa em alargar o domínio sobre os territórios vizinhos. O segundo parte da ideia de que os meios de informação são objeto de estudos diferentes, embora nenhum deles exclua os demais, tornando toda abordagem disciplinar, por definição, parcial. “Uma das características das ciências humanas é a possível e necessária articulação entre diferentes abordagens, o que caracteriza a interdisciplinaridade” (CHARAUDEAU, 2009, p.22).

membros da equipe têm formação em Jornalismo e 50% em Publicidade. Na TV UERJ, 86,67% são ou serão formados em Jornalismo e 13,33% em Relações Públicas. No TJ UFRJ, 40% cursam ou cursaram Jornalismo, 10% Rádio e TV, e 30% Comunicação Social (estão no Ciclo Básico).



Fonte: autora

Em nenhuma das três experiências, há a distinção das tarefas desempenhadas pelos estudantes em decorrência da sua formação específica na área da Comunicação. A única exceção é um acréscimo nas atividades dos alunos de Relações Públicas na TV UERJ: Rômulo Herzer (2010) e Roberta Marins (2010), além de todas as tarefas cumpridas pelos demais, são responsáveis pelos contatos com pessoas externas à Universidade. Isso mostra que os alunos podem trocar as habilidades específicas das diferentes áreas da Comunicação, adquirindo múltiplas competências, e, ao mesmo tempo, agregando conhecimentos de distintos campos à equipe. Existe, ainda, uma relação entre os estudantes em diferentes níveis de aprendizado (períodos), ainda que grande parte se encontre nos primeiros semestres, o que também enriquece o trabalho em equipe no webjornalismo audiovisual universitário.

Essas questões são intensificadas através do estímulo constante a que os alunos aprendam as principais tarefas entre si. Nas três experiências estudadas, os novos alunos sempre são acompanhados pelos estudantes mais experientes, ao menos nas primeiras gravações e edições. É, ainda, comum recorrer aos membros que já deixaram a equipe para realizarem coberturas de maior importância ou em situações de urgência. Embora esse recurso pudesse ser considerado como uma dependência dos ex-alunos, acaba se constituindo como um aprendizado para a equipe atual, uma vez que os integrantes, mesmo os mais antigos, adquirem conhecimentos a partir do exemplo dos estudantes com mais experiência, inclusive no mercado de trabalho¹³⁵.

Retornando efetivamente à interdisciplinaridade, ou seja, à relação entre áreas externas ao campo da Comunicação, é possível afirmar que existe um esforço das experiências de webjornalismo audiovisual universitário nesse sentido, mas não no interior da própria equipe de produção (com contato diário e/ou permanente), e sim através de parcerias (mais distantes) com outros núcleos. Em outras palavras: ainda que não haja alunos de diferentes disciplinas nas equipes, essas iniciativas acadêmicas se constituem enquanto projetos interdisciplinares, na medida em que integram núcleos distintos das universidades de diferentes modos.

Na TV UVA, parcela expressiva dos programas¹³⁶ (41,2%) conta com a parceria de outros núcleos da Universidade, como os de História, de Letras, de Pedagogia e de Marketing. Miranda (2010) reconhece que não são parcerias para a produção efetiva dos programas, sendo a área de Comunicação a responsável pela geração dos conteúdos, mas ressalta que sempre se procura reunir as diversas graduações da UVA na *webtv*. No programa *Letras & etc*, por exemplo, pede-se auxílio aos professores de Português, os quais têm, portanto, uma participação,

¹³⁵ Na TV UVA, esse é o caso dos ex-estagiários Frederico e Nathália, contatados por Shirley Vasconcellos para participarem das gravações de duas edições do programa *Arena Universitária*. A mesma situação foi observada no TJ UFRJ, em que a prof^a. Beatriz Becker convidou a ex-bolsista Lidiane Queiroz para produzir uma reportagem especial sobre a Semana Nacional de Ciência e Tecnologia de 2010. Na TV UERJ, essa integração ocorre, em geral, quando a equipe enfrenta problemas com o sistema do *site*, o que aconteceu durante a pesquisa de campo, embora o ex-estagiário não tenha conseguido auxiliar a atual equipe por motivos de saúde.

¹³⁶ São eles: *Sexo, Coisas e tal*; *Desvendando a História*; *Saúde em Foco*; *Letras & etc*; *Pedagogia em Ação*; *Ambiente Virtual*; e *Expresso.com*.

mesmo que indireta, nos programas. Há, também, o apoio do setor de *webdesign*, por meio do funcionário Sandro Barreto (2010), o qual sempre busca atender às demandas referentes ao sistema do *site*.

Na TV UERJ, a única parceria formal estabelecida é com o Centro de Tecnologia Educacional (CTE), que oferece um curso de cerca de dois meses de Fonoaudiologia para os estagiários novatos da televisão on-line. Além disso, ao realizarem determinadas coberturas, os alunos entram em contato com outros núcleos e/ou campos de conhecimento da Universidade, como no caso da Semana de Química da UERJ, quando os estudantes Andressa Cabral e João Vitor Figueira foram ao prédio da Química apurar informações e gravar o *flash*.

O TJ UFRJ possui pontos em comum com a TV UVA e com a TV UERJ. Há, assim como na *webtv*, uma parceria com o setor de informática (Núcleo de Computação Eletrônica da UFRJ). O projeto já chegou a contar, inclusive, com um bolsista dessa área (o estudante de Ciência da Computação Evandro Rocha), que não pôde ser mantido em decorrência da redução das bolsas. De qualquer forma, isso já revela uma busca pela interdisciplinaridade no projeto. Em comum com a TV UERJ, há o fato de que as bolsistas do TJ UFRJ podem ter contato com as sete unidades de ensino que constituem o *campus* da Praia Vermelha da UFRJ, oferecendo cursos como Economia, Psicologia e Serviço Social. O Seminário Multimídias, realizado no dia 27 de agosto de 2009 pelo projeto, é outro exemplo da busca pela interdisciplinaridade: reuniu oito diferentes iniciativas de audiovisual da Universidade, numa tentativa de pensar essa forma de expressão e de trocar desafios e dificuldades para promover conhecimento através dela (BECKER, 2010). É justamente a relevância e os diferentes modos encontrados pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário para pensar a prática jornalística, que se constitui enquanto o tema da próxima seção desse capítulo.

8.4.2.3. Pensar a prática jornalística

O sucesso no jornalismo contemporâneo depende do aproveitamento das oportunidades que se apresentam. Para isso, é preciso saber “pensar direito, pensar rápido, pensar incessantemente e intensamente” (PULITZER, 2009, p.50). Ensinar a pensar torna-se, portanto, tão ou mais importante que ensinar as técnicas jornalísticas. Um curso de jornalismo precisa formar profissionais capazes de pensar de maneira correta, ensinando que o que qualifica um conteúdo não são

as máquinas, e sim cérebros (PULITZER, 2009, p.52; CASTELLS, 2003, p.227). Hoje, os jornalistas precisam, ao mesmo tempo em que apuram as informações, exercer atividades intelectuais, as quais exigem conhecimentos não necessariamente relacionados às novas tecnologias. Isso significa que, mesmo com toda a tecnologia digital disponível, o jornalismo continua a depender da reflexão, uma barreira qualitativa que não foi nem será rompida, pois é intrínseca ao jornalismo (BARBEIRO; LIMA, 2002, pp.42-44; MASIP, 2008, pp.177-178). Conforme ressalta Deuze (2004, p.148), embora a linguagem multimídia seja muitas vezes entendida como uma questão tecnológica, o que, na verdade, se espera dos jornalistas é que sejam capazes de primeiro pensar cruzando os meios de comunicação e, apenas depois, que dominem o *hardware* ou *software*. Sodré (2009, pp.107-108) sustenta que a grande diferença entre os jornalistas tradicionais e os que trabalham no ciberespaço não se refere ao mero uso das tecnologias digitais, mas ao estabelecimento de outra forma de pensar, a qual decorre do emprego da multimidialidade, da interatividade e da hipertextualidade. Essa questão se torna ainda mais relevante no âmbito do webjornalismo audiovisual universitário, que, por estar em consonância com as regras da televisão pública, tem o compromisso de “pensar diferente”, criando uma oferta diversa à da televisão comercial (RINCÓN, 2002, p.337).

Nonaka e Takeuchi (1997, p.264) apontam que o futuro pertence aos “trabalhadores do conhecimento – os que usam a cabeça e não as mãos”. Daí a necessidade de que os cursos de jornalismo se concentrem menos nas técnicas e se preocupem com a inserção das habilidades conceituais nos currículos, desenvolvendo nos futuros jornalistas competências sociais e de comunicação, bem como flexibilidade e trabalho de equipe, através dos meios para responder de maneira eficaz às demandas do mercado (DEUZE, 2004, pp.144-146). É também fundamental que os jovens profissionais saibam como lidar com uma nova noção do tempo, cada vez mais subvertido pela simultaneidade proporcionada pelo computador (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.43; BECKER, 2009, p.98). Mas, o principal problema do ensino contemporâneo de jornalismo é que, independente da dimensão ou da estrutura da universidade, está tradicionalmente voltado para o treinamento prático, de um lado, e para a educação conceitual, de outro. Embora as demandas do sistema midiático sejam diferentes de uma região para outra e definidas com base em culturas específicas, o equilíbrio entre os conhecimentos práticos e conceituais sempre foi um

desafio para os programas de jornalismo de todo o mundo (DEUZE, 2008, p.271; MENSING, 2011, p.18; TÓTARO, 2008, pp.64-65).

O webjornalismo audiovisual universitário pode indicar alternativas nesse sentido, ao integrar teoria e prática no desenvolvimento de suas atividades; contudo, ainda é preciso que sejam realizadas pesquisas mais intensas, rigorosas e sistemáticas. Deuze (2008, p.278) afirma que é possível notar que as escolas e os programas de ensino em jornalismo têm passado por transformações muito rápidas em todo o mundo, na tentativa de acompanhar os interesses por vezes conflitantes do mercado e da academia, de acomodar os cada vez mais numerosos estudantes com expectativas variadas, e de desenvolver os currículos de forma coerente. Há quem critique, também, a provisoriedade, a efemeridade e a caducidade precoce das pesquisas em jornalismo. Mas, como questiona Melo (1985, p.134), “por que a pesquisa do jornalismo estaria imune ao ritmo veloz do objeto que privilegia?”.

São múltiplos os obstáculos que a pesquisa, a reflexão e o ensino do jornalismo vêm enfrentando na contemporaneidade. Nessa dissertação, apontamos para a importância da integração entre teoria e prática para a transposição desses desafios. Mas, não nos dedicaremos aqui a apontar as formas e benefícios dessa integração, tarefa já realizada por diversos autores (GENRO FILHO, 1987; SQUIRRA, 1993a; MEDITSCH, 1999, 2006; FIDALGO, 2001; BITTENCOURT *in* BRASIL; ARNT, 2002; HERREROS, 2003; ARONCHI DE SOUZA, 2004; PINTO, 2005; MACHADO, 2006, 2007; MACHADO; PALACIOS, 2007a; SODRÉ, 2008; PULITZER, 2009). Limitamo-nos a ressaltar que em ambientes como os de webjornalismo audiovisual universitário, o que, até então, era concebido como uma aula em que se repassava conhecimento, pode ganhar a dimensão de um laboratório de pesquisa e ensino, onde além da possibilidade de acesso às teorias e técnicas predominantes no mercado, podem ser experimentadas e testadas linguagens, processos, técnicas, tecnologias e aplicativos. Enquanto um laboratório de pesquisa, o objetivo é criar conhecimentos novos, e enquanto um laboratório de ensino, a busca é pela reconstrução do conhecimento dado e a experimentação de novas práticas (MACHADO, E., 2007, pp.17-18).

A dicotomia teoria e prática tende a desaparecer porque, através da reconstrução e da construção do conhecimento, a teoria constitui uma esfera de

compreensão dos limites e da necessidade de atualização da prática e a prática funciona como uma espécie de campo de provas para testar as hipóteses teóricas e apontar as lacunas existentes nas teorias estabelecidas (MACHADO, E., 2007, p.17).

Segundo Warren (1975, p.16), trabalhar nos veículos acadêmicos é uma das vantagens oferecidas aos alunos de jornalismo em comparação aos de engenharia ou direito, os quais enfrentam mais dificuldades para desempenhar as atividades práticas de sua profissão. Um dos problemas atuais, entretanto, é que as produções audiovisuais acadêmicas têm se aproximado mais de locais de treinamento para o mercado de trabalho do que de ambientes de aprendizagem capazes de formar novos profissionais, e do que laboratórios de pesquisa de novas práticas e processos jornalísticos (AZAMBUJA, 2008, p.13; SQUIRRA, 1993a, p.15). Hoje, a Internet pode oferecer alternativas para superar essas problemáticas, visto que tem se constituído como uma importante aliada no processo de ensino, pesquisa e extensão dos cursos de graduação em jornalismo (BACCO, 2010, p.15). Nas três iniciativas estudadas, notamos, mesmo que em graus diferentes, que todas oferecem aos alunos a oportunidade de experimentar, com a possibilidade de acertar e errar e, conforme destaca Bacco (2010, p.98), é do julgamento dessas ações que vai se alicerçar o conhecimento. Mas, não é em todas em que há a integração entre teoria e prática na produção de artigos científicos por exemplo, evidenciando que um longo caminho ainda precisa ser percorrido no sentido de, realmente, se pensar a prática jornalística nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário.

A TV UVA é o principal exemplo das carências nesse aspecto. Embora tenha surgido, segundo Miranda (2010), de um projeto de pesquisa que indicou a necessidade de desenvolvimento de uma *webtv* na Universidade, não houve, nem há, a realização de pesquisas teóricas relacionadas à prática jornalística na *webtv*. Não existiu também qualquer produção acadêmica externa à UVA referente ao *site*, sendo essa dissertação a primeira iniciativa nesse sentido. A única forma de transmissão de teoria na própria *webtv* (ou seja, sem levar em consideração as disciplinas da Universidade) são os *workshops*, ministrados pelo coordenador de produção Anderson Barreto (2010), onde, se procura não só ensinar os aspectos técnicos, como também incentivar os alunos a pensarem, a fim de executarem as tarefas da

melhor forma possível. Em acordo com Barreto (A., 2010), antes, esses cursos eram oferecidos no início de todos os semestres, mas, hoje, são esporádicos. Na atualidade, os conhecimentos são transmitidos mais na prática e não tanto a partir da teoria. Podemos citar como exemplo o fato de que, durante a gravação das duas edições do programa *Arena Universitária*, a prof^a. Mônica Miranda estava ensinando ao estudante Alexandre Ponce como operar a mesa de áudio e realizar os cortes no *switcher*, além de ter chamado a atenção do apresentador de uma das edições para alguns erros que ela já havia apontado. Isso revela que o processo de aprendizado ocorre na prática e não recorre, comumente, à teoria. Tal lógica faz com que alunos como Vitor Nascimento (2010) afirmem que, mesmo estando na Universidade, se sentem dentro de uma experiência empresarial, aspecto que pode favorecer a sua formação técnica, mas dificulta a sua formação teórica e reflexiva sobre o jornalismo.

A TV UERJ também não oferece aulas teóricas aos seus integrantes, mas, pelo menos, há a tentativa de produção de trabalhos acadêmicos relacionados de maneira direta ou indireta à prática da televisão on-line pelo seu coordenador, ainda que não em parceria com os estudantes que integram a experiência acadêmica. Ou seja, os oito trabalhos a que tivemos acesso já publicados e/ou apresentados pelo prof. Antônio Brasil (cujas referências estão em apêndice) não são resultantes da integração entre teoria e prática na formação dos alunos, mas, de qualquer forma, já apresentam, de modo teórico, os resultados alcançados na prática de desenvolvimento da TV UERJ, a partir da perspectiva de seu coordenador. Brasil (2010) afirma que no ambiente da TV UERJ predomina a prática e que a teoria é transmitida de maneira oral entre os alunos, o que, segundo ele, não é algo tão negativo porque a teoria só é boa se é colocada em prática. De qualquer forma, reconhece que, “infelizmente”, a teoria nunca foi uma prioridade, o que se deve à carência de recursos, e, por conseguinte, de tempo, pois aos poucos alunos envolvidos na rotina diária da televisão on-line, resta pouco tempo para a reflexão sobre o próprio projeto. Tanto que parte significativa das pesquisas sobre a TV UERJ é externa – apresentamos (em apêndice) as referências de três trabalhos de pesquisadores de fora da UERJ, aos quais tivemos acesso. Como uma última observação sobre a busca da integração entre teoria e prática na TV UERJ, podemos destacar a realização, ainda que apenas nos seus dois primeiros anos de existência, do 1º e do 2º Seminário de Telejornalismo On-line,

promovidos para discutir a configuração da prática jornalística no ciberespaço. O primeiro evento chegou a resultar em um livro (BRASIL; ARNT, 2002).

Nesse aspecto, o TJ UFRJ é a experiência de webjornalismo audiovisual universitário mais avançada. Assim como ocorreu na TV UERJ e conforme já mencionado, o projeto promoveu em 27 de agosto de 2009 o Seminário Multimídias, que reuniu oito diferentes iniciativas de audiovisual da Universidade, numa tentativa de pensar essa forma de expressão e de discutir os desafios para desenvolver conhecimento através dela (BECKER, 2010). Para além disso, o TJ UFRJ realiza a integração entre teoria e prática através da produção de trabalhos acadêmicos pela sua professora-coordenadora em coautoria com seus bolsistas (que já somam 16 títulos), assim como pelos próprios bolsistas, sob a orientação da professora-coordenadora (esse é o caso dos dez artigos apresentados pelos estudantes na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ)¹³⁷, cujas referências estão em apêndice.

Outro diferencial do TJ UFRJ nesse sentido é o desenvolvimento de pesquisas como a monografia defendida em 2008, sob orientação da prof^a. Beatriz Becker (TEIXEIRA, 2008), que resultou no aprimoramento realizado no webjornal audiovisual no ano de 2009 por meio dos recursos recebidos do edital da Faperj. Em acordo com a bolsista Lara Mateus (2010), a maioria dos artigos produzidos pelo projeto busca, além de sistematizar as características do TJ UFRJ, apresentar um retorno ao mesmo, como, por exemplo, dois dos trabalhos elaborados para a Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ de 2009. No período da pesquisa de campo, estava sendo editado um vídeo que pretendia sintetizar os resultados do trabalho “O melhor telejornal do mundo: um exercício televisual”, revelando um esforço de transpor o conteúdo da pesquisa para a linguagem audiovisual, a fim de que, em um momento posterior, esta seja publicada no TJ UFRJ. Ou seja, o objetivo é realizar a expressão da pesquisa em vídeo, integrando de uma forma diferenciada a teoria e a prática do webjornalismo audiovisual. Também durante nossa visita, verificamos que o projeto recebeu uma nova sala da direção da ECO, a qual será dedicada às

¹³⁷ Dois dos artigos apresentados na Jornada da UFRJ (“Usos e apropriações da linguagem audiovisual na universidade”, em 2008; e “O Brasil e o mundo dentro e fora da tela da TV”, em 2010) receberam menção honrosa, evidenciando que são produzidos com seriedade e não só para atender à obrigação imposta pela Universidade de que seus bolsistas PIBIC e PIBIAC apresentem trabalhos neste evento.

atividades de pesquisa, permitindo que, em breve, a integração entre teoria e prática seja aprimorada.

O problema é que, se durante a análise do webjornal audiovisual para a qualificação as referências dos trabalhos produzidos eram disponibilizadas na seção “O TJ.UFRJ”, hoje não o são nem sequer na editoria “Pesquisa”, fazendo com que os internautas que não conhecem a fundo o projeto não saibam desse seu diferencial. Outra ressalva é a não realização regular de debates teóricos: conforme já mencionado, foram realizados, entre 2009.2 e 2010.1, discussões sobre quatro textos acadêmicos por todo o grupo. No entanto, os alunos costumam ter reuniões de orientação com a coordenadora, a qual indica leituras diferenciadas para cada um, de acordo com a área da pesquisa que estão desenvolvendo. Essa é uma estratégia positiva, pois evita que todos os bolsistas leiam textos que não serão citados em sua pesquisa em específico. Mas, por outro lado, a leitura de bibliografias em conjunto (e, portanto, textos sobre temáticas mais gerais) pode ajudar a “abrir a cabeça” dos estudantes para determinados assuntos e permite que o grupo de pesquisa tenha uma “unidade de pensamentos” sobre certas questões referentes ao webjornalismo audiovisual. De qualquer forma, a importância da integração entre teoria e prática é transmitida e absorvida por grande parte dos estudantes que participam do projeto, constatação feita a partir das entrevistas realizadas (VALLE, 2010; BRAUNE, 2010; GOMES, 2010; QUEIROZ, 2010; MATEUS, 2010).

Enfim, mesmo que em alguns casos as tentativas de fazer com que os futuros jornalistas pensem a prática profissional sejam tímidas, já existem experiências que apontam alternativas para a integração entre teoria e prática no webjornalismo audiovisual universitário. O fato é que ainda há um longo caminho a percorrer nesse sentido. Em situação semelhante encontram-se as tentativas de promover a inovação e a experimentação nos ambientes acadêmicos de produção webjornalística audiovisual. Ainda que se espere que esses espaços se constituam enquanto ambientes privilegiados de aliança entre reflexão e prática para a elaboração de conteúdos inovadores e experimentais (RAMALHO, 2005, p.38), nem sempre é isso que observamos na contemporaneidade. De qualquer modo, trabalhos de experimentação vêm sendo realizados no campo do ciberjornalismo (LÓPEZ, 2006, pp.vii-viii). As formas de estímulo a essas inovações no webjornalismo audiovisual universitário é o que buscaremos identificar na última seção desse capítulo.

8.4.2.4. Inovar para se diferenciar

Na contemporaneidade, as tecnologias digitais de comunicação, tendo o ciberespaço como um dos seus exemplos mais emblemáticos, oferecem instantaneidade, interatividade, abrangência e liberdade aos conteúdos jornalísticos. E, o mais importante, proporcionam a renovação permanente, trazendo consigo o conceito da inovação (TOURINHO, 2010, p.21; PAVLIK, 2008, pp.215-216, pp.232-233; PETICCA, 2005, pp.166-167). Hoje, numa sociedade progressivamente destinada a trocar as matérias-primas tradicionais por conhecimento ou informação, a criatividade, a inovação e a originalidade, decorrentes de estímulos imaginativos, se constituem como elementos fundamentais no processo de produção, em especial a jornalística (BRITTOS; BOLAÑO, 2007, p.26; SODRÉ, 2008, p.96; RUSCH, 2010). A inovação necessária não envolve apenas os aspectos tecnológicos: os novos ideólogos da sociedade da informação indicam a importância tanto do domínio das técnicas de uso do computador, quanto do desenvolvimento de processos mais criativos, flexíveis e independentes, até porque não se tratam de questões excludentes (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.42; BRASIL, 2002, p.273, p.xviii; BRIGGS; BURKE, 2004, p.268).

Assim como temos feito com outros conceitos já amplamente definidos e abordados por diferentes teóricos e pesquisadores, não nos deteremos em conceituar uma inovação e/ou seus aspectos, tarefa já empreendida por autores como: Nonaka e Takeuchi (1997); Boczkowski (2004); Pinto (2005); Tourinho (2010); e Franciscato (2010). Em vez disso, priorizaremos abordar questões mais relacionadas às inovações no contexto digital, como o fato de que a exigência de permanente substituição de modelos em busca do “sempre novo” faz com que não necessariamente emergja o “sempre original”: na maioria das vezes, repete-se o “sempre velho” apenas com uma nova embalagem (REZENDE, 2000, p.33). Brittos e Bolaño (2007, p.46, p.293) destacam que as inovações contemporâneas podem representar, ao mesmo tempo, a continuidade do processo de exclusão ou a abertura para a inclusão; por isso, torna-se essencial pensar de maneira articulada as políticas de comunicação, ciência-tecnologia e cultura, visando à preservação e desenvolvimento da diversidade. Em outras palavras: é fundamental reunir esforços para fazer com que as inovações representem, acima de tudo, um acréscimo de qualidade a todas as esferas em que se inserem.

O problema é que, hoje, na Internet, muitos dos conteúdos são quase iguais, o que não significa que exista uma fórmula mais adequada,

e sim que o medo de inovar tem gerado uma repetição das fórmulas bem-sucedidas (DÓRIA *in* BRASIL; ARNT, 2002, pp.33-34). Soma-se a isso o fato de que o conceito de inovação não tem sido objeto de estudo no campo da comunicação nem no do jornalismo, com exceção do livro organizado por Caprino (2008). Outro desafio atual é construir uma linguagem e uma terminologia afins, de modo a permitir uma efetiva interação entre os atores da academia e do mercado para a produção de inovações (FRANCISCATO, 2010, p.16). É preciso considerar, ainda, que a experimentação pressupõe altos investimentos (MEYER, 2007), o que faz com que as inovações sejam realizadas mais nas grandes organizações jornalísticas que nos meios alternativos, os quais não dispõem de recursos expressivos (VILCHES, 2009, pp.166-168). Como um último problema para a realização de inovações, podemos apontar a “regra dos 30 anos”, ou seja, a constatação de que os inventos quase sempre levam mais tempo do que todos esperam – e seus criadores admitem – para se tornarem produtos ou serviços bem-sucedidos (FIDLER, 1997, p.10).

Além dos problemas e empecilhos para inovar na contemporaneidade, é preciso levar em consideração os cuidados necessários diante desse processo; afinal, nem sempre, a inovação é benéfica. Fidalgo (2001, pp.7-8; 2007, p.47) alerta que o ideal é não adotar posições radicais: nem manter tudo igual, pois o webjornalismo significaria somente mais do mesmo; nem modificar tudo, uma vez que para fazer um novo jornalismo, é essencial conhecer e dominar princípios e práticas do jornalismo tradicional. Em outras palavras: a melhor maneira de aproveitar as potencialidades da Internet é alicerçar a experimentação nos saberes já constituídos. Conforme sustenta Freitas (2005, p.8), as inovações emergem como o desdobramento das formas narrativas antigas. Pulitzer (2009, p.51) confirma esse ponto de vista ao afirmar que as inovações surgem de ideias velhas aplicadas a novas situações, tanto que “nenhum de nós pode esperar ser original. Nós simplesmente tomamos emprestado do grande acervo de velhas ideias aquelas que se adequam a nossos propósitos, e só depende de nós mesmos e de nossa formação se escolhemos as boas ou as más”.

Com isso, não afirmamos que as tecnologias digitais sejam empregadas para preservar antigas práticas, questão considerada por Médola (2009, p.251) enquanto um dos principais problemas contemporâneos. Apesar das dificuldades encontradas e cautelas necessárias para se inovar, a solução para agregar qualidade aos

conteúdos, sobretudo nos meios jornalísticos universitários, continua sendo a persistência em inovar. Em acordo com Sodré (2009, p.58), há um aparente consenso de que o antídoto para a atual crise do jornalismo está na qualidade da informação. Segundo Dória (*in* BRASIL; ARNT, 2002, pp.33-34), a criatividade é o que mantém a Internet e seus conteúdos, inclusive o webjornalismo, em movimento, despertando o interesse do internauta e possibilitando todo tipo de inovação.

Essa perspectiva é ainda mais válida para os conteúdos acadêmicos. Fidalgo (2001, p.2) defende que o uso intensivo das tecnologias digitais, em especial da Internet, para produzir informações diferenciadas se constitui enquanto uma forma de minimizar os problemas de uma universidade. Como propõe Brasil (2002, p.201), a melhor solução para o aprimoramento das produções audiovisuais acadêmicas é o fortalecimento dos próprios veículos dentro das universidades: “experimentar novas linguagens e pesquisar novas técnicas significa ousar e até errar, mas procurando sempre criar e inovar, funções primordiais da instituição universitária”. Para isso, são iniciativas bem-vindas, por exemplo, a inserção de estudantes dos primeiros períodos, como já mencionado, uma vez que, por não terem muitos conhecimentos sobre o jornalismo audiovisual, podem subverter de forma mais expressiva a linguagem e o formato convencionais (BRASIL *in* BRASIL; ARNT, 2002, pp.56-57). Também é preciso que as experiências universitárias de jornalismo audiovisual ofereçam aos seus integrantes princípios como a autonomia, a descentralização e o autofinanciamento, entre outros (CIFUENTES, 2002, pp.147-151).

Ao longo dessa dissertação, já apontamos diversas inovações produzidas pelas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário no que se refere aos gêneros e formatos, ao processo de produção jornalística e à formação dos futuros profissionais. Nosso objetivo aqui, portanto, não é detalhar cada uma dessas inovações. Pretendemos, em vez disso, verificar como a habilidade de inovar, cada vez mais essencial para o jornalista contemporâneo, em especial no âmbito do webjornalismo audiovisual, é oferecida aos estudantes que integram essas experiências acadêmicas.

Na TV UVA, Miranda (2010) afirma se basear no pressuposto de que sempre existe um modo diferente e criativo de abordar um tema, ainda que, às vezes, encontre resistência entre os alunos. O objetivo da *webtv* é mostrar para os estudantes que existem alternativas de emprego e renda em campos cada vez mais inesperados. O coordenador de

produção Anderson Barreto (2010) reforça essas afirmações ao destacar que busca apresentar aos alunos diversos ângulos do jornalismo e evidenciar que “fazer diferente” é um trabalho promissor. Apesar desses estímulos, alguns estudantes da TV UVA disseram que gostariam de ter a possibilidade de inovar mais. Eric Araújo (2010), por exemplo, destacou que a maioria dos alunos quer inovar, mas muitas propostas de mudanças são inviabilizadas devido à exigência de que os programas se enquadrem em padrões estabelecidos pela direção. Vitor Nascimento (2010) também afirmou que, em função da necessidade de que os roteiros fiquem dentro dos padrões, as experimentações acontecem mais na edição das imagens. Verifica-se, portanto, que, embora haja um estímulo à inovação, a TV UVA ainda carece de autonomia para que os estudantes possam inovar à sua maneira.

Observamos que na TV UERJ e no TJ UFRJ, os alunos dispõem de mais liberdade. Por outro lado, faltam recursos que viabilizem experimentações significativas. Na televisão on-line, durante a pesquisa de campo, notamos que os estudantes buscavam escrever textos ou apresentar os programas de maneira diferenciada e, para isso, sempre perguntavam aos demais se estava bom. Isso mostra que as inovações válidas ou não são definidas a partir de um contrato entre os próprios alunos. O problema é que o fato dos estudantes definirem os conteúdos do *site* foi apontado como o único diferencial da TV UERJ, na atualidade, por três bolsistas (OLIVEIRA, 2010; MARINS, 2010; CORREA, 2010). Brasil (2010) reconhece que a TV UERJ deveria ser mais experimental; segundo ele, hoje, a televisão on-line não consegue ser inovadora em sua essência, mas inova em alguns aspectos, embora a falta de recursos inviabilize experimentações mais efetivas. Ainda em acordo com Brasil (2010), a verdadeira inovação da TV UERJ é a sua permanência na *web* por dez anos, apesar da precariedade.

No TJ UFRJ, a situação não é diferente. Além das dificuldades com recursos, Becker (2010) destaca que é difícil, mesmo que seja também gratificante, produzir novos conteúdos audiovisuais numa sociedade em que a escrita permanece no principal lugar de produção e divulgação do conhecimento. Soma-se a isso o fato de que o audiovisual ainda é mais associado às expressões artísticas (como o cinema) do que ao jornalismo. Becker (2010) acredita que, quando o jornalismo se apropriar mais do audiovisual, será possível inovar ainda mais. De qualquer modo, o TJ UFRJ já apresenta aos seus bolsistas a possibilidade de exercitar a experimentação. Patrícia Valle (2010)

destacou que, no Laboratório, desconstruiu a ideia que tinha do jornalismo tradicional a partir dos princípios de um jornalismo de qualidade, e, hoje, já sabe o que pode ser feito para produzir conteúdos melhores. Fernanda Braune (2010) ressaltou que, quando ingressou no projeto, queria sempre fazer igual à *TV Globo*; mas, agora, encara cada *flash* como um desafio e tenta fazer de modo diferente. Conclui-se, a partir dos exemplos apresentados, que a inserção da capacidade de inovar na formação dos futuros profissionais tem sido uma preocupação dos coordenadores das iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual. Mesmo que esse objetivo não seja alcançado em igual proporção nas três experiências, por razões distintas, é possível afirmar que essa nova competência – ou, ao menos, a importância dela – é oferecida e, em geral, absorvida pelos estudantes, apontando novos cenários e possibilidades para os futuros jornalistas, assim como para a prática jornalística como um todo, no ciberespaço.

É verdade que ainda há um longo caminho a ser percorrido, a fim de atribuir outras muitas competências necessárias aos futuros profissionais. Mas, de qualquer modo, já é possível perceber que o rumo está traçado para a formação de jornalistas, que além de desempenharem com competência as atividades tradicionais, sejam multifacetados, saibam trabalhar em equipes interdisciplinares, pensem o jornalismo com base na integração entre teoria e prática e, principalmente, inovem.

CONCLUSÕES

Hoje, são várias as críticas recebidas pelas produções audiovisuais universitárias. A televisão universitária é acusada de não criticar, não ensinar, não pesquisar e não experimentar, embora custe caro e se autopromova. Experiências acadêmicas que continuam sendo promessas, em decorrência da falta de uma visão estratégica dos seus verdadeiros objetivos e identidade, e de uma pobre imitação do modelo tradicional. A constante busca por uma identidade comum para as televisões universitárias tem restringido os exercícios de criatividade e inovação e dificultado uma participação social e política significativa no cenário nacional (BRASIL, 2002, pp.199-201).

Com a disseminação das tecnologias da informação e da comunicação, a expectativa era por mudanças radicais na produção audiovisual universitária. No entanto, o que se verificou foi que as tecnologias digitais foram consideradas menos à luz de seus efeitos sobre as salas de aula ou as universidades do que sobre os locais de trabalho (BRIGGS; BURKE, 2004, p.320). Podemos, desse modo, notar que o que realmente faz a diferença não é a *web* em si, mas a qualidade dos conteúdos produzidos com base nas oportunidades oferecidas pelas tecnologias digitais, sobretudo a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade (PAVLIK, 2001, pp.215-216).

Está certo que a produção de conteúdos de qualidade deve ser uma preocupação também das empresas jornalísticas e seus profissionais (FIDLER, 1997, p.265). O ensino superior, contudo, possui um papel preponderante na definição de uma linguagem jornalística adequada ao ciberespaço, apontando para a viabilidade econômica dos conteúdos on-line, para a necessidade de desenvolver novos produtos, e por conseguinte, para a importância de uma formação diferenciada que permita aos futuros profissionais lidar com e aproveitar todas as potencialidades do novo contexto que se apresenta (CANAVILHAS, 2006, p.118). Portanto, na contemporaneidade, os cursos de jornalismo precisam se adaptar às novas características impostas pelas tecnologias digitais à prática jornalística, em especial a partir do desenvolvimento de uma cultura de pesquisa entre professores e estudantes e da estruturação dos planos de ensino em torno de projetos acadêmicos e laboratórios que tenham como meta a pesquisa e elaboração de novas técnicas, metodologias, processos e linguagens. Nestes ambientes, através do trabalho em equipe, cada futuro

profissional pode aprender a contribuir para um projeto comum e, ao mesmo tempo, elaborar conhecimento próprio, o qual resulta da interação com os demais alunos e da supervisão do corpo docente (MACHADO E., 2007, p.20).

As considerações apresentadas ao longo dessa dissertação revelam que muitas de tais características são inerentes às experiências de webjornalismo audiovisual universitário, evidenciando que estas se constituem como alternativas às críticas direcionadas às televisões universitárias e à necessidade de produção de conteúdos com maior qualidade no ciberespaço; embora algumas estratégias, a despeito da ruptura que é a Internet para quem trabalha com informação, continuem sendo conservadoras diante da possibilidade de inovação dos produtos jornalísticos digitais (SAAD, 2003, pp.282-284). De qualquer forma, tudo o que foi discutido até aqui nos permite, em acordo com Bogost, Ferrari e Schweizer (2010, p.10), supor que o jornalismo pode e vai abraçar novos modos de pensar os conteúdos jornalísticos, além de novos modos de produção.

Prova disso são as conclusões de cada capítulo, as quais atenderam a todos os objetivos específicos propostos no início da pesquisa. No primeiro capítulo, conceituamos o webjornalismo audiovisual universitário a partir de seis características centrais: 1) produção de conteúdos audiovisuais especificamente para a Internet e não uma simples cópia dos vídeos veiculados na TV da instituição; 2) disponibilização dos vídeos como o principal produto jornalístico do *site*; 3) não se constituir enquanto uma propaganda institucional; 4) busca pela inovação nos processos e produtos jornalísticos; 5) divulgação dos conhecimentos da universidade como um todo, e não somente das atividades de um curso em específico; e 6) não focar na divulgação de trabalhos e atividades curriculares dos estudantes. Foram, inclusive, esses critérios que nortearam a delimitação dos estudos de caso dessa pesquisa: a TV UVA, a TV UERJ On-line e o TJ UFRJ. Essas três experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual, por sua vez, serviram como ilustração para os três tipos de cibermeios desse novo jornalismo: a *webtv* universitária, a televisão universitária on-line e o webjornal audiovisual universitário, respectivamente. Por fim, no capítulo que abre a dissertação, sistematizamos as três diferentes fases das iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário no Brasil: 1) a implantação; 2) a consolidação e o reconhecimento; e 3) a estagnação e a busca por inovações.

No segundo capítulo, contemplamos o segundo objetivo específico da pesquisa: identificar os gêneros e formatos empregados no webjornalismo audiovisual praticado na contemporaneidade, em especial pelas universidades. Abordamos, em primeiro lugar, a hibridização dos gêneros e formatos na produção webjornalística audiovisual universitária, através de alguns exemplos mais marcantes e notórios: a mescla com o educativo e o ficcional; as reportagens especiais; as funções do apresentador-repórter e do repórter-comentarista; e os bastidores ou *making of*. Em seguida, buscamos evidenciar a relação entre os formatos com ou sem edição, os conteúdos atemporais ou factuais e as informações externas ou internas à universidade no jornalismo audiovisual acadêmico praticado no ciberespaço. Em outras palavras: sistematizamos e ilustramos (através dos estudos de caso) a relação entre os conteúdos sem edição, factuais e internos, e, por conseguinte, entre os conteúdos com edição, atemporais e externos no webjornalismo audiovisual universitário. Apontamos também algumas particularidades da compreensão dos gêneros e formatos produzidos nos três estudos de caso. Constatamos que a falta de um domínio pleno dos gêneros e dos formatos, assim como das potencialidades da Internet, tem dificultado o desenvolvimento de novas formas de apresentação dos conteúdos jornalísticos, os quais, apesar de algumas experimentações, continuam se parecendo, em diversos casos, com os velhos formatos.

Entre os capítulos três e sete, buscamos atender ao terceiro objetivo específico da dissertação. Portanto, refletimos sobre o processo de produção do webjornalismo audiovisual universitário como um todo no terceiro capítulo, e analisamos, nos capítulos subsequentes, suas quatro diferentes etapas: a apuração (capítulo quatro), a produção (capítulo cinco), a edição (capítulo seis) e a circulação (capítulo sete).

No terceiro capítulo, evidenciamos, em primeiro lugar, a relação entre as tecnologias digitais e os novos processos produtivos. Até porque, conforme discutimos em seguida, o jornalismo se constitui enquanto uma produção processual. É dos processos produtivos, paralelamente à cultura profissional dos jornalistas e à organização do trabalho, que emergem os conteúdos jornalísticos. Indicamos como um diferencial da contemporaneidade a possibilidade de exposição cada vez maior desse processo produtivo, já que, em geral, os meios de comunicação, no seu início, tornam opacos os procedimentos de produção e, quando evoluem, almejam a ocultação ou a transparência

desse processo (GOSCIOLA, 2003, p.90). Isso revela que algumas mudanças têm sido verificadas no processo de produção do jornalismo audiovisual no ciberespaço, mesmo que diversas continuidades ainda possam ser percebidas. Essa questão é aprofundada nas últimas seções do capítulo, onde questionamos se o novo produto do ciberespaço emprega o processo produtivo tradicional. Constatamos que as mudanças têm ocorrido, mas não de maneira uniforme, linear ou unidirecional: no webjornalismo audiovisual universitário contemporâneo, ao mesmo tempo em que se apresentam novas possibilidades, emergem novas limitações.

Entre as possibilidades, destacamos a busca pela incorporação, se não de todas, de grande parte, das especificidades e particularidades da Internet, ainda que em medidas distintas, nas diferentes etapas do processo produtivo; e pela formação dos futuros profissionais já com base nas exigências e habilidades inerentes ao exercício do jornalismo no ciberespaço. Exemplos das limitações são as constatações de que a obtenção de recursos pelas iniciativas analisadas ocorre sobretudo através de editais públicos e de que as equipes das três experiências são formadas essencialmente por bolsistas, monitores ou voluntários, ou seja, por alunos que não recebem uma remuneração compatível ao mercado, mesmo que ocupassem cargos de estagiários nas organizações jornalísticas tradicionais. Outra limitação é o comprometimento da regularidade de produção no período de férias e nos finais de semana.

O quarto capítulo apresenta as mudanças e continuidades observadas na apuração realizada pelas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual. A princípio, destacamos a tendência de definição das pautas com foco em temáticas educativas e/ou universitárias. Em seguida, sistematizamos três modelos de identificação e apresentação das pautas: 1) pauta identificada e aprovada pelo corpo discente, modelo exemplificado pela TV UERJ; 2) pauta identificada pelos estudantes e aprovada pelos coordenadores, tipo utilizado sobretudo no TJ UFRJ; e 3) pauta identificada e aprovada pelo corpo docente, modelo que caracteriza em especial a TV UVA. Por fim, apresentamos duas tendências verificadas nas iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário: a convivência, nos procedimentos de apuração, do modelo tradicional com o modelo baseado em recursos *web*; e o potencial não concretizado da diversidade de fontes jornalísticas. Com base nas considerações realizadas nesse capítulo, afirmamos que a apuração jornalística tem apresentado

rupturas e continuidades, todas essenciais para o processo de inovação inerente e necessário ao jornalismo praticado no ciberespaço.

No quinto capítulo, abordamos a etapa de produção do webjornalismo audiovisual realizado pelas experiências acadêmicas estudadas. A primeira parte foca na produção enquanto um trabalho em equipe. Descrevemos, num momento inicial, como as novas tecnologias digitais de comunicação têm sido aproveitadas para a produção em equipe, o que inclui, além da própria Internet, diversas de suas ferramentas como o e-mail e as listas de discussão. Entretanto, essas formas de apropriação das possibilidades digitais, embora sejam positivas, não garantem a produção de conteúdos jornalísticos inovadores, diferenciados e criativos, o que requer mais do que o emprego dos potenciais da Internet. É necessário que haja um planejamento de gestão. Diante disso, sistematizamos três diferentes modelos de gestão da produção do webjornalismo audiovisual universitário, divididos em dois grupos. O primeiro grupo, que inclui somente um modelo, é o da produção centrada no corpo docente, exemplificado em particular pela TV UVA. O segundo grupo, o de produção centrada no corpo discente, engloba dois modelos distintos: 1) a produção centrada nos alunos em geral, cuja principal ilustração é a TV UERJ; e 2) a produção centrada nos bolsistas e/ou estudantes mais experientes, tipo de gestão utilizado sobretudo pelo TJ UFRJ. Em seguida, apresentamos a tendência de hibridismo dos equipamentos analógicos e digitais nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual. Na última seção do capítulo, destacamos um diferencial do processo de produção das iniciativas universitárias estudadas: o livre acesso dos estudantes aos equipamentos de gravação, edição e circulação dos vídeos.

O sexto capítulo da dissertação evidencia o processo de complexificação pelo qual a etapa de edição vem passando na contemporaneidade, diante das potencialidades e desafios das tecnologias digitais de comunicação. A partir disso, foram sistematizados dois métodos de edição identificados nas três iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário analisadas: 1) edição em dupla – repórter com editor, exemplificada pela TV UVA; e 2) edição independente – editor sem repórter, ilustrada pela TV UERJ e pelo TJ UFRJ, mesmo que de formas distintas. Em seguida, destacamos uma constante do processo produtivo das três experiências acadêmicas estudadas: o uso da edição não linear – seja por meio do *software Adobe*

Premiere (compatível com o *Windows*), seja através do *Final Cut* (utilizado em *Macintosh*), ainda que, nesse último caso em menor medida. Hoje, a edição não linear está se impondo a todos os domínios de pós-produção profissional de vídeo, o que inclui o jornalismo, exigindo dos profissionais ligados à produção jornalística audiovisual conhecimentos sobre os novos recursos e técnicas produtivos introduzidos (MICÓ, 2006, p.10; KEIRSTEAD; KEIRSTEAD, 1999, p.149). Finalizamos o sexto capítulo discorrendo sobre a tendência de preponderância dos recursos de edição não linear nos conteúdos atemporais do webjornalismo audiovisual universitário, tendo como exemplos centrais o emprego das trilhas sonoras e a inserção de efeitos e recursos gráficos na imagem, mas sem deixar de abordar as vinhetas e os créditos enquanto exceções à essa tendência.

O sétimo capítulo é dedicado à circulação nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual analisadas. Em primeiro lugar, evidenciamos a importância conferida aos arquivos e, por conseguinte, à memória. Tanto que foi possível verificar três tipos de sistemas de arquivamento nas iniciativas estudadas: 1) sistema baseado em tecnologia externa e acessível a qualquer pessoa, ilustrado pela TV UERJ; 2) sistema autônomo da Universidade em forma de *site*, exemplificado pela TV UVA; e 3) sistema autônomo da Universidade em forma de *blog*, representado pelo TJ UFRJ. Além disso, pudemos constatar reflexos desses tipos de sistemas na constituição de três formas distintas de controle de acessos dos usuários aos conteúdos: 1) controle de acessos com base no *Youtube*, cujos principais exemplos são a TV UERJ e a TV UVA; 2) controle de acessos com base no *Google Analytics*, ilustrado pela TV UVA e pelo TJ UFRJ; e 3) controle de acessos com base em sistema autônomo da Universidade, que é o caso do TJ UFRJ. Nas últimas seções, abordamos três diferentes tendências do webjornalismo audiovisual universitário com relação a algumas das potencialidades oferecidas pelo ciberespaço: 1) a colocação da instantaneidade em segundo plano, diante da dificuldade de produção de conteúdos com periodicidade, especialmente em função de se tratar de um ambiente acadêmico; 2) a utilização (através de seções especiais para colaboradores, da disponibilização de formas de contatos, da veiculação de *newsletters*, e do uso dos *blogs*, do *Twitter*, do *Orkut* e do *Facebook*, por exemplo), mas não efetivação da interatividade, uma vez que os internautas não enviam colaborações, mantendo a dicotomia entre jornalistas e usuários; e 3) a exploração primária da

hipertextualidade, pois muitos conteúdos apenas reproduzem modelos básicos de *links*.

Por fim, no oitavo capítulo, atendemos ao quarto objetivo específico dessa dissertação: investigar o perfil e as funções dos profissionais envolvidos na produção jornalística audiovisual universitária para o ciberespaço. Para isso, ressaltamos, em primeiro lugar, que o papel do jornalista irá mudar, mas não será extinto pelas possibilidades das tecnologias digitais de comunicação, o que também mantém ou, talvez até aumente, a importância do ensino do jornalismo nesse novo contexto. Sistematizamos, em seguida, três diferentes modelos de professor verificados nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas: 1) professor-diretor, ilustrado pelo caso da TV UVA; 2) professor-supervisor, cujo principal exemplo é a TV UERJ; e 3) professor-orientador, representado pelo TJ UFRJ. Além disso, observamos que são distintas as maneiras de inserção dessas iniciativas acadêmicas nos currículos dos cursos de jornalismo. Mesmo que tímidas e separadas da grade curricular padrão, as formas de inserção constatadas já revelam um esforço dos cursos de jornalismo e do seu corpo docente para transmitir as competências necessárias aos futuros profissionais no contexto das tecnologias digitais de comunicação.

Em seguida, discutimos as formas de participação dos funcionários no webjornalismo audiovisual universitário, os quais, na maioria dos casos (TV UERJ e TJ UFRJ), têm somente o papel de colaboração e de apoio técnico, ou seja, esses profissionais não são responsáveis, nem interferem de maneira direta na produção dos conteúdos. Propomos três tipos de funcionários: 1) funcionário-auxiliar, ilustrado pela TV UERJ; 2) funcionário-orientador, exemplificado pelo TJ UFRJ; e 3) funcionário-profissional, que é o caso da TV UVA.

Finalizamos o oitavo capítulo com a ideia de que os papéis desempenhados pelos estudantes não incluem apenas algumas das funções tradicionais, que são mantidas, apesar de estarmos abordando o cenário digital. Em vez disso, os alunos possuem, hoje, diversas novas competências e exigências profissionais, entre as quais destacamos e discutimos as de: ser um jornalista multifacetado; trabalhar em equipes interdisciplinares; pensar a prática jornalística; e inovar. É verdade que ainda há um longo caminho a ser percorrido, a fim de atribuir outras muitas competências necessárias aos futuros profissionais. Mas, de qualquer modo, já é possível perceber que o rumo está traçado para a

formação de jornalistas com um novo perfil, mais adaptado ao contexto digital contemporâneo.

Com base nas conclusões alcançadas em cada capítulo, é possível dizer que confirmamos a hipótese dessa dissertação de que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário – através de experimentações nos gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais, de inovações no processo de produção jornalística, e da formação de profissionais com novas competências – possuem potencialidades e limitações na construção de produtos jornalísticos audiovisuais mais contextualizados, criativos e plurais no ciberespaço. A partir de todas as constatações realizadas, afirmamos que o webjornalismo audiovisual universitário se constitui num território experimental diferenciado de apropriação das novas tecnologias, estimulando e promovendo a produção de um jornalismo audiovisual inovador na Internet.

1. Desdobramentos possíveis

Diante de todas as considerações apresentadas nessa dissertação, concluímos que vivenciamos uma reconfiguração do jornalismo audiovisual na contemporaneidade, mesmo que marcada por algumas continuidades. Conforme já sustentava Villada (2006, p.189), a única constante que caracteriza a sociedade atual é a mudança. E nesse “contínuo processo inovador, a invenção do futuro parece ser o desafio” (BRIGGS; BURKE, 2004, p.268). Tal panorama nos permite apontar possíveis desdobramentos para a pesquisa aqui realizada. Herreros (2003, p.19) propõe que esse olhar ao horizonte futuro parta da situação atual e integre as tendências que se vislumbram. Tentaremos, nessa última seção, indicar algumas questões a partir dessa perspectiva. Até porque, as diversas pesquisas da entrada do novo milênio, as quais têm sido decisivas para conhecer como o jornalismo estabelece suas raízes na era digital, nos oferecem condições para falar de tendências, desafios e possíveis caminhos para o futuro (LÓPEZ, 2006, p.xii).

Hoje, o ciberespaço se constitui enquanto uma figura de linguagem para designar aquilo que ocorre num lugar virtual, tornado possível pelas redes de comunicação, onde pessoas localizadas em pontos diferentes do planeta podem se encontrar, conversar e trocar experiências através de dispositivos comunicativos. Não é algo que se sobre põe ou substitui o espaço real, mas se soma a este, elevando seu nível de complexidade (MACHADO A., 2007, p.217, p.234). Também não é um mero dispositivo tecnológico, embora esteja relacionado à

digitalização. As tecnologias não possuem um valor intrínseco: o mais importante é a inovação nas suas formas de apropriação (VILLADA, 2006, p.112). Em acordo com Brasil (2002, p.273), o que presenciamos não é somente uma transformação tecnológica, mas sobretudo uma transformação de conteúdo, linguagem e controle, gerando, por conseguinte, novas responsabilidades e oportunidades profissionais. Esse novo meio de comunicação, que oferta condições técnicas para a produção de novos conteúdos, está orientado para a ação e não para a contemplação; para a dinâmica das relações sociais e não para a estática. Como o jornalismo é uma das expressões mais radicais dessa potencialidade (GENRO FILHO, 1987), merece ser o foco de novas pesquisas inseridas no contexto digital.

Engana-se, porém, quem acredita que o ciberespaço traz consigo somente vantagens e benefícios. Em vez disso, propomos que se trata de um ambiente complexo, onde, inclusive, não cabe uma dicotomia entre o “velho” e o “novo”. Segundo Bardoel e Deuze (2001, p.13), tanto os meios de comunicação antigos, quanto os novos, fornecem plataformas para a comunicação política, cultural e comercial, as quais podem ou não ser utilizadas para estabelecer um sistema democrático de comunicação. Além disso, hoje, as desigualdades e exclusões ainda são recorrentes: nem todos os usuários têm acesso às habilidades e recursos necessários para que sejam participantes plenos das práticas culturais, sobretudo aqueles que constituem minorias sócio-econômicas e/ou étnicas (JENKINS, 2008, p.50; PAVLIK, 2008, pp.58-59; BRITTOS; BOLAÑO, 2007, p.94); e a concentração de poder na mídia tradicional tem detido muitos dos avanços possíveis, pois dificulta a competição e coloca as indústrias acima das demandas dos internautas, reduzindo a diversidade e impondo obstáculos à participação dos mesmos (PAVLIK, 2001, p.xiii; JENKINS, 2008, p.316). Sodré (2009, pp.122-123) afirma que “  realmente necessário aguardar um tempo razoável para se saber se a internet e as novas tecnologias digitais serão algo mais do que meros vestígios da velha liberdade de imprensa”.

Apesar desse cenário que pode até parecer contraditório, a Internet tem oferecido variedade de formatos, multiplicidade de emissores e flexibilidade dos processos de produ o, permitindo a incorpora o das tecnologias na consolida o de uma esfera pública democrática (MACHADO, 2000, p.350; PAVLIK, 2001, p.xiii). O desenvolvimento das tecnologias digitais da informa o possibilita a

diversidade das formas discursivas, apesar da precariedade financeira de alguns sujeitos da fala (SODRÉ, 2009, p.122).

Aprofundar os estudos já iniciados por essa dissertação sobre os produtos e processos emergentes do webjornalismo audiovisual universitário, incluindo a análise dos gêneros e das etapas de produção, seria, portanto, um dos desdobramentos possíveis. Assim como Seixas (2009), poderíamos sistematizar os diferentes gêneros do webjornalismo audiovisual produzido pelas experiências acadêmicas, indo além das tendências aqui apontadas. Poderíamos também, seguindo o caminho trilhado por Micó (2006), focar no estudo das diferentes etapas do processo produtivo do webjornalismo audiovisual universitário, em conjunto ou em separado, ou seja, englobarmos o processo como um todo ou optarmos por aprofundar a apuração, a produção, a circulação ou a edição, enquanto etapas específicas.

Outra possibilidade ainda nesse âmbito é concentrar na análise das diferentes formas de tratamento¹³⁸ através da transmissão direta¹³⁹. Machado (2001, p.125) ressalta que a transmissão direta é, entre todas as possibilidades da televisão, uma das que marca de modo mais

¹³⁸ Empregamos o termo “tratamento” em acordo com Herreros (2003, p.252) e Charaudeau (2009, p.206). Segundo este último autor (CHARAUDEAU, 2009, p.206), as diferenças entre transmissões diretas e conteúdos gravados, assim como questões de continuidade e montagem, tipos de roteirização, regimes de exibição etc, são relacionadas a procedimentos de organização da semiologia visual que não podem ser denominados gêneros propriamente ditos, embora, em determinados casos, possam existir coincidências.

¹³⁹ É importante distinguir as características de uma transmissão direta e as dos relatos gravados. A autêntica transmissão direta só é verificada quando coincidem quatro tempos no mesmo momento: tempo do evento; tempo de elaboração narrativa; tempo da difusão ou distribuição; e tempo de recepção – independente se a transmissão ocorre de dentro ou de fora de estúdios. Embora isso caracterize a transmissão direta como uma efetiva quebra das distâncias de espaço e de tempo, não se pode cair numa exaltação dessa forma de expressão. Tanto a transmissão direta, como o relato gravado possuem suas vantagens e inconvenientes, portanto, o uso de cada um desses recursos depende das exigências e necessidades dos programas, bem como das especificidades do próprio acontecimento (HERREROS, 2003, p.296, p.294, p.305; MICÓ, 2007, pp.76-77; CHARAUDEAU, 2009, p.111; PERALTA, 2005, p.35). Fachine (2008, p.26) também alerta para a necessidade de se diferenciar a transmissão direta do efeito de ao vivo: afirma que a transmissão direta deve ser tratada apenas como um fato técnico, já que se constitui enquanto uma operação que permite a produção, a transmissão e a recepção de um programa de modo simultâneo; e que o “ao vivo” deve ser compreendido como um fenômeno semiótico, na medida em que a sua instauração depende do modo como os discursos se organizam para produzir determinados efeitos de sentido. Desse modo, é possível que haja efeitos de “ao vivo” tanto numa transmissão direta, quanto numa gravada. Mas, se por um lado, pode-se dizer que toda transmissão direta produz um efeito de “ao vivo”, não se pode admitir, por outro, que todo efeito de “ao vivo” seja o resultado de uma transmissão direta.

profundo a experiência desse meio. A televisão nasceu ao vivo, desenvolveu todo o seu repertório básico de recursos expressivos num momento em que ainda operava ao vivo e esse continua sendo o seu traço distintivo mais importante dentro do universo do audiovisual. Rincón (2002, p.18) destaca que a especificidade intrínseca da televisão é construída pelo seu caráter direto, pela simultaneidade entre a emissão e a recepção dos seus conteúdos. E essa tendência vem se reafirmando nos conteúdos jornalísticos audiovisuais que emergem no ciberespaço, em especial os universitários.

As três experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas possuem ou já possuíram iniciativas de transmissão direta, evidenciando que essa forma de expressão no audiovisual não perde a sua força nos produtos e processos jornalísticos da era digital. Como aponta Brasil (2002, p.345), se a TV é, em sua essência, ao vivo, a Internet é instantânea. Peralta (2005, pp.31-35, p.92) confirma essa perspectiva ao afirmar que, na contemporaneidade, em função da crescente demanda pelo imediatismo, são exigidas mais transmissões diretas, na medida em que ocupam um papel preponderante na compreensão dos indivíduos sobre a realidade em que vivem, além de conferirem credibilidade e potencialidade informativa aos meios de comunicação.

Na pesquisa empreendida para a presente dissertação, identificamos as características das transmissões diretas realizadas pelas experiências webjornalísticas audiovisuais universitárias¹⁴⁰. Verificamos, por exemplo, que as iniciativas acadêmicas de webjornalismo audiovisual apresentam em seus produtos jornalísticos todos os quatro diferentes tempos propostos por Fachine¹⁴¹ (2008, pp.162-177): o tempo real, o tempo atual, o tempo real virtualizado e o

¹⁴⁰ Os resultados dessa análise das transmissões diretas seriam apresentados no capítulo dois, mas, para que mantivéssemos o equilíbrio formal da dissertação, foi necessário suprimir essa análise.

¹⁴¹ Reconhecemos que Fachine (2008, p.177) parte da premissa de que a configuração enunciativa do tempo está sempre condicionada à transmissão direta do próprio telejornal, pois é em relação ao momento no qual se dá a transmissão do telejornal que se organizam em seu interior todas as oposições temporais produtoras de diferentes efeitos de sentido. Mas, na *web*, devido ao fato de que um programa poder ficar “no ar” 24 horas, é possível desconsiderar essa condição e adotar os tempos propostos pela autora tendo como referência de presente o momento em que o internauta acessa o *site*.

tempo atual virtualizado¹⁴². Observamos também que as transmissões diretas de eventos na íntegra realizadas pelo TJ UFRJ se constituem enquanto uma nova fórmula de se inserir o ao vivo em um programa jornalístico audiovisual. Embora essas transmissões caracterizem o webjornal audiovisual como um programa misto – na medida em que mistura os conteúdos gravados já disponíveis no *site* com as transmissões diretas –, essa não é a relação tradicional estabelecida pelos telejornais – nos quais a transmissão direta se refere à presença do apresentador na tela e às conexões com unidades móveis; e os relatos gravados são constituídos por notícias, reportagens, entrevistas etc, todas editadas com antecedência (HERREROS, 2003, p.489; MICÓ, 2007, pp.78-79). É justamente o fato de ser um “webjornal audiovisual” que permite essa nova fórmula de relato misto, pois é a sua veiculação na *web* que possibilita a inserção de transmissões diretas de eventos na íntegra.

Em acordo com Machado (2001, pp.129-130), a transmissão direta, em vez de eliminar o pensamento, desafia o espectador a operar em condições de atuação e de atualidade, em pleno calor dos acontecimentos, sendo, portanto, antagônica não ao pensamento propriamente dito, mas à disgressão intelectual. Ou seja, a transmissão direta requer um pensamento vivo e *em ação*. Mas, ainda segundo Machado (2001, p.137), para que isso aconteça é primordial que nessas

¹⁴² No “tempo real”, não há nenhum deslocamento temporal: o internauta compartilha uma temporalidade que é comum também ao próprio fato reportado. Mas, esta concomitância entre o tempo do enunciado e da enunciação não é suficiente para a instauração do tempo real, na medida em que se observa a mesma concomitância no chamado “tempo atual”, o qual também se define a partir de uma sequência direta. O que distingue os tempos real e atual é a posição temporal do jornalista em relação àquilo que reporta. O tempo real é verificado quando o fato está ocorrendo no momento da sua transmissão direta e de seu relato. O tempo atual ocorre através de várias estratégias, sendo a mais frequente quando o repórter realiza um *stand-up* ao vivo a partir do local onde já ocorreu ou ainda ocorrerá um fato. Como no tempo atual não existe concomitância entre a narração e o fato narrado, deduz-se que houve ao menos um deslocamento temporal. O terceiro tempo é o “real virtualizado”, definido como o tempo no qual o repórter, situado em um momento não concomitante ao agora da enunciação do telejornal, constrói o enunciado sem necessidade de promover um novo deslocamento temporal, produzindo um efeito de ao vivo mesmo através de uma sequência gravada. O “tempo atual virtualizado” é instaurado através de uma sequência gravada, portanto, pela não concomitância entre os momentos de fala do repórter e do apresentador. Nessa configuração, há uma proximidade entre o repórter e o conteúdo narrado, uma vez que é o seu posicionamento no mesmo momento passado do fato que lhe permite fazer um relato contemporâneo a um evento que já ocorreu quando o vídeo está sendo exibido. Este modelo é o que pressupõe graus maiores de deslocamento temporal e, por conseguinte, produz um maior “esfriamento” da notícia, se contraposta àquelas produzidas no “calor” dos acontecimentos.

transmissões diretas seja possível experimentar, o que exige que as pessoas envolvidas estejam imbuídas de uma nova visão de mundo, resultante de sensibilidade renovada, reflexão crítica e decisão ideológica as quais só são encontradas atualmente em práticas autônomas de audiovisual, fora dos esquemas institucionais e mercadológicos habituais.

Nesse contexto, é possível destacar a importância da realização de transmissões diretas, sobretudo de eventos na íntegra, pelas experiências de webjornalismo audiovisual universitário, que ocorrem em um tempo de produção diferente do de mercado, sem estarem submetidas a uma mera divulgação de conteúdos institucionais e conferem voz aos atores sociais envolvidos nos fatos. Na medida em que, hoje, as transmissões diretas possuem o potencial de gerar novas formas narrativas, o que talvez esteja alterando ainda mais as características dos gêneros narrativos clássicos na contemporaneidade (HERREROS, 2003, p.296), se dedicar ao estudo das transmissões em direto nas experiências de webjornalismo audiovisual universitário se torna uma tarefa mais do que possível: cada vez mais necessária e urgente.

Uma segunda possibilidade de desdobramento seria estudar, de maneira mais profunda, o ensino do webjornalismo audiovisual na contemporaneidade, tendo como base as experiências acadêmicas dessa área. A abordagem dos usos da Internet na educação, em especial no que diz respeito à aprendizagem eletrônica e às consequentes mudanças nas instituições educacionais, é considerada por Castells (2003, p.11) uma das lacunas dos estudos contemporâneos sobre o ciberespaço.

Conforme sustentam Franklin e Mensing (2011, p.1, p.9), as transformações propiciadas pelas tecnologias digitais têm gerado implicações significativas para o ensino do jornalismo. Mesmo que não se tenha, atualmente, qualquer certeza sobre o futuro, já é possível visualizar uma paisagem dinâmica e em deslocamento, o que representa um momento crucial para educadores e pesquisadores do campo refletirem, reavaliarem e fazerem um balanço de seus valores centrais e ambições para o jornalismo e para o seu ensino.

Por razões históricas e institucionais, alguns cursos universitários de jornalismo – uns mais que outros – tendem a manter a estrutura do ensino baseada em um modelo industrial e de massa, onde as funções básicas do jornalista eram apurar, produzir, editar e distribuir informações. Mas, diante da reconfiguração do jornalismo e do papel

dos seus profissionais na contemporaneidade, é fundamental reinventar também o seu ensino. A continuação do *status quo* das escolas de jornalismo é insustentável, o que exige dos professores e estudiosos o desenvolvimento de novos modelos mais adequados às necessidades do contexto digital (MENSING, 2011, p.15, pp.29-30, p.22). Por exemplo: segundo Cokley e Ranke (2011, p.160, pp.174-175), cada vez menos profissionais são empregados nos grandes meios. Com base numa adaptação da teoria da cauda longa, os autores ressaltam que, embora os estudantes aspirem e sejam ensinados a aspirar a esses “grandes” empregos, as principais e mais numerosas oportunidades encontram-se fora dos veículos tradicionais, ou seja, na natureza diversa (a cauda longa) do mercado do jornalismo contemporâneo. Portanto, é necessário o desenvolvimento de um ensino que estimule a flexibilidade e a independência, competências mais procuradas pelas organizações jornalísticas de menor porte e/ou especializadas.

Hoje, o ensino do jornalismo segue cinco tendências principais: 1) menos insular e mais global; 2) mais integrado às comunidades locais, de acordo com a ideia de “pensar global e agir local”; 3) inclui as “áreas de fronteira” com o jornalismo; 4) direcionado para a transformação; e 5) exige mais dos estudantes, motivando-os a contribuir para sua própria aprendizagem (FRANKLIN; MENSING, 2011, p.2). Gutsche Jr. (2011, pp.63-64, p.68, pp.70-71) defende que, através de estudos mais constantes e estáveis sobre a influência acadêmica, profissional e pessoal dos estudantes que integram os meios de comunicação universitários, será possível alcançar resultados satisfatórios no sentido de ampliar tendências como estas, uma vez que tais iniciativas acadêmicas podem se constituir enquanto ambientes que integram teoria e prática na aprendizagem dos estudantes de jornalismo. Mensing (2011, p.24, p.29) reforça esse ponto de vista afirmando que, em vez de enfatizar a profissionalização e as habilidades técnicas, os cursos de jornalismo precisam oferecer um conjunto diferenciado de valores, normas e práticas que permita a identificação e o desenvolvimento de um jornalismo em rede, além de uma cultura de pesquisa, experimentação e inovação entre alunos e professores.

Conhecer as experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual pode ajudar os cursos de jornalismo a compreender melhor as mudanças sofridas pelos seus estudantes e pelo ensino do jornalismo tradicional. Nas palavras de Gutsche Jr. (2011, p.75), a realização de pesquisas nesta área do jornalismo tem o potencial de fornecer uma

riqueza de conhecimento para o futuro do jornalismo e para os estudos do jornalismo. Daí, a relevância do segundo desdobramento proposto para essa dissertação: o ensino do webjornalismo audiovisual.

Ainda no âmbito desse segundo desdobramento, destacamos a possibilidade de refletirmos sobre a relevância das experiências de webjornalismo audiovisual universitário para a reafirmação do papel preponderante do ensino do jornalismo numa época em que, no Brasil, se contesta a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão. A Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) tem, de maneira recorrente, reforçado a importância do diploma, inclusive através de coletâneas sobre o assunto (FENAJ, 2002; FENAJ, 2008). Mas, esse tema continua a ter abordagens bastante controversas no campo da Comunicação.

Várias são as críticas direcionadas à obrigatoriedade do diploma. Sem levar em consideração as diferenças históricas e culturais entre os países, tampouco a posição vanguardista do Brasil nesse aspecto, alguns afirmam que, se a profissão é “aberta a todos” nos Estados Unidos e na Europa, então no nosso país também deve ser (LAGE, 2002, pp.66-68; MACHADO, 2002, p.73; CHRISTOFOLETTI, 2002, p.108; MARTINS, 2008, p.41). Outros alegam que o jornalismo não põe em risco a vida da população, sem considerar os danos morais e de outros valores sofridos pelas vítimas do mau jornalismo (GUERRA, 2002, p.89). Para outros tantos, o diploma é dispensável porque os cursos não têm qualidade; problemática cuja responsabilidade não é da regulamentação da profissão, visto que, se assim fosse, o código de ética do advogado seria o culpado pelas injustiças praticadas (CHRISTOFOLETTI, 2002, p.108). Um último argumento, e talvez o mais utilizado, é que o diploma representa um cerceamento da liberdade de expressão. Mas, conforme ressalta Martins (2008, p.42), essa ideia, na maioria das vezes, confunde o portador de diploma com o portador de acesso aos espaços midiáticos: afinal, “o direito de qualquer pessoa ser jornalista não significa que todos os desejosos da prática do jornalismo possam e passem a fazê-lo, nem resulta que as empresas jornalísticas estejam abertas a qualquer pleito nesse sentido”.

Embora todas essas críticas sejam rebatidas por diversos pesquisadores do jornalismo, a exigência da formação superior específica para o exercício da profissão continua a ser questionada. Essa situação mostra que o problema não é o diploma, mas sim a formação do jornalista e o ensino do jornalismo, o que exige que professores e

pesquisadores de instituições públicas e privadas repensem o panorama atual por completo, indo desde as condições estruturais, passando pela contratação do corpo docente e chegando aos currículos e planos de ensino (PEDROSO, 2002, p.82; SENA, 2002, p.95; CHAGAS, 2008, pp.134-135). De qualquer forma, em acordo com Abramo (2008, pp.143-144), a regulamentação profissional do jornalista não deve ser abolida, mas revista em seus diferentes aspectos.

Andrade e Zuculoto (2008, pp.153-154) afirmam que a obrigatoriedade da formação superior específica é apenas um dos pilares da regulamentação da profissão pelos quais os jornalistas lutam, sempre com o objetivo de construir e consolidar a sua identidade profissional. Identidade esta compreendida não num sentido corporativista, de reserva de mercado, mas baseada no interesse público. O principal argumento da FENAJ para defender a formação superior específica é o de que a sociedade precisa e tem direito à informação de qualidade, ética e democrática, o que depende, entre outros fatores, de uma prática profissional qualificada e cumpridora de sua função social. Torna-se necessária, portanto, uma formação, mas uma formação que possa, de fato, capacitar profissionais técnica e teoricamente, preparando-os para servir à sociedade no seu direito de informar e ser informada com pluralidade, responsabilidade, ética e qualidade (ANDRADE; ZUCULOTO, 2008, p.156; LAGE, 2002, pp.71-72; MACHADO, 2002, p.74). Nesse sentido, estudar até que ponto e em que medida as iniciativas de webjornalismo audiovisual universitário podem contribuir para uma formação diferenciada dos futuros profissionais e, por conseguinte, para a reafirmação da relevância do ensino superior do jornalismo, é uma atividade que pode render uma pesquisa interessante e necessária na contemporaneidade.

Diante dessas considerações sobre a exigência do diploma e a importância da formação em jornalismo, também é possível apontar outra possibilidade de aprofundamento dessa dissertação, ainda inserida no âmbito do ensino do jornalismo: o estabelecimento de parâmetros de qualidade especificamente para o ensino do webjornalismo audiovisual. Segundo Martins (2008, p.44), em qualquer campo do saber podem existir faculdades ruins e alunos ruins. O curso superior, portanto, não garante uma boa formação em nenhuma área de conhecimento. É verdade que hoje, a universidade vem cumprindo, de modo cada vez mais satisfatório, a tarefa de formação dos jornalistas (SODRÉ, 2008, p.54); mas, críticas ainda são feitas, as quais precisam ser consideradas a

fim de gerar uma reformulação qualitativa do ensino do jornalismo e do próprio jornalismo (PEDROSO, 2002, p.83).

Na contemporaneidade, quando falamos em qualidade no ensino do webjornalismo audiovisual, ainda não dispomos de uma diversidade de parâmetros sistematizados, claros e unificados¹⁴³, o que pode se constituir como um bom tema a ser aprofundado por pesquisas futuras. Crawford e Hines (2011, pp.51-52, pp.59-60) destacam alguns dos indicadores de qualidade (considerada enquanto os bens tangíveis adquiridos a partir de uma experiência acadêmica) mencionados com mais frequência: índices de conclusão do curso; taxas de empregabilidade; aprovações em exames de licenciatura ou certificação; e ingressos na pós-graduação. A estabilidade financeira e a boa administração da instituição, incluindo a concessão de bolsas para os corpos discente e docente, são outros parâmetros de qualidade. É possível destacar, ainda, a realização de pesquisas pelos professores das universidades, o que nem sempre acontece pela escassez de professores com bolsas, em função, entre outras razões, da falta de tempo para, ao mesmo tempo, pesquisar e lecionar para diversas turmas ou para turmas com muitos alunos. Em acordo com a afirmação de Melo (2002, pp.136-137) de que o “processo ensino-aprendizagem no meio acadêmico faz do aluno responsável por – pelo menos – metade do esforço necessário a uma boa formação”, podemos apontar como um último possível parâmetro de qualidade do ensino do webjornalismo o envolvimento dos estudantes. Nesse sentido, o aprofundamento das funções desempenhadas pelos alunos nas experiências acadêmicas de webjornalismo audiovisual seria ainda mais necessário.

Um terceiro desdobramento dessa dissertação seria estudar, para além do jornalismo audiovisual universitário na *web*, o jornalismo audiovisual universitário na era digital. Afinal, a Internet é somente a parte mais visível e popular de uma transformação digital muito ampla e profunda, que tem como outra ponta bastante popular e visível a

¹⁴³ Reconhecemos a existência de redes de pesquisa como a Rede Procad (Programa de Cooperação Acadêmica), financiada pela Capes, com o tema "O ensino de Jornalismo na Era da Convergência Tecnológica - grades curriculares, planos de ensino e demandas profissionais" (2008-2011). Formada em 2007, a Rede congrega pesquisadores de quatro programas de pós-graduação: Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFSC), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens (Tuiuti-PR). No entanto, ainda não tivemos acesso a trabalhos que tenham como objetivo estabelecer e/ou sistematizar parâmetros de qualidade para o ensino do jornalismo audiovisual no contexto digital brasileiro.

telefonia móvel, por exemplo, a qual será abordada mais adiante (ALVES, 2006, p.95). Embora a Internet seja um componente importante nos meios do sistema digital, é apenas um dos produtos de uma mudança tecnológica mais fundamental que está em curso desde meados do século passado e só agora começa a se cristalizar. Outra parte importante desse contexto que precisa ser considerada é a televisão digital (PAVLIK, 2001, p.xii; 2008, p.15).

É verdade que a TV digital pode ser uma repetição da televisão convencional, com imagens e som melhores. Mas, também pode ser que a TV digital se aproprie de seu potencial interativo para servir ao interesse público (PAVLIK, 2008, pp.32-34; MICÓ, 2007, p.169; BRITTOS; BOLAÑO, 2007, pp.42-43; MATTOS, 2002, p.159). “A televisão digital terrestre é uma inovação que pode representar a continuidade do processo de exclusão típico do país ou a abertura para a inclusão” (BRITTOS; BOLAÑO, 2007, p.46). As indefinições ainda são múltiplas e variadas. Segundo Jost (2009, p.262), frente ao processo de digitalização da televisão, uma das poucas certezas é que ela passará por diversas mudanças, as quais ainda não podem ser definidas com precisão, pois esse processo envolve questões complexas, como “o que acontecerá com as emissoras de televisão enquanto instituições?” e “qual será o impacto das alterações do tamanho da tela no conteúdo dos programas?”.

Outra convicção é que a televisão não será extinta pelas formas de comunicação audiovisual do ciberespaço. Embora uma invenção mecânica aperfeiçoada possa substituir outra menos prática, quando alcançamos novas conquistas culturais não descartamos as antigas. Em geral, os indivíduos mantêm o “velho” enquanto desfrutam do “novo”. Mesmo que mecanicamente sejam concorrentes, culturalmente os meios de comunicação tendem, em certa medida, a se complementar (WARREN, 1975, pp.482-486), sobretudo diante da natureza convergente das novas tecnologias, as quais obscurecem as fronteiras entre os velhos e os novos meios de comunicação (BARDOEL; DEUZE, 2001, p.10). Além disso, a televisão é um meio que está muito arraigado em nossa cultura e economia para ser eliminado ou reduzido de maneira súbita ou expressiva. O que não significa dizer que os televisores continuarão a ser como são hoje ou que não irão incorporar algumas das mesmas tecnologias que os computadores; embora computador e TV não devam se fundir em um dispositivo universal.

Ambos irão continuar a servir diferentes propósitos e a interagir de formas distintas com seus públicos (FIDLER, 1997, p.216).

Tudo isso mostra que o jornalismo audiovisual universitário praticado na era digital, levando em conta não apenas as possibilidades da Internet, mas também as da TV digital (e, quem sabe, compará-las), é um tema interessante para uma nova pesquisa. Seria possível, por exemplo, propor a identificação e a análise dos produtos e processos do jornalismo audiovisual universitário, tanto na *web*, quanto na televisão.

Por fim, gostaríamos de destacar como um quarto possível desdobramento dessa pesquisa o estudo das formas de configuração do audiovisual (para além dos meios universitários) nos diferentes suportes digitais da contemporaneidade. Atualmente, a convergência tecnológica aproximou os fazeres, na medida em que as tecnologias de produção de diferentes conteúdos são as mesmas. Conforme sustenta Rossini (2007, pp.177-178), mais do que pensar em cinema ou TV, por exemplo, é preciso pensar em imagens audiovisuais. Micó (2007, p.181) diferencia três grandes modelos no domínio da comunicação audiovisual hoje: 1) *broadcast*, próprio dos meios de comunicação audiovisual tradicionais; 2) *narrowcast*, que desde 1985 tem feito os conteúdos se multiplicarem e especializarem; e 3) *netcast*, que é o modelo consolidado pela Internet.

Mas, além de considerar que existem diversas formas de produção do audiovisual no mundo digital, é necessário levar em conta que a *web* é mais do que a Internet e não se confunde com ela, podendo ser acessada e executada por telefones celulares e aparelhos portáteis (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.48). Embora o computador mostre-se como um espaço adequado para a convergência das mídias, apresentando todas as ferramentas necessárias para produção, edição, circulação e recepção do conteúdo (PASE, 2008, p.196), novos dispositivos digitais podem ser utilizados, alguns dos quais bastante especializados em suas funcionalidades (PAVLIK, 2008, p.35). Hoje, os dispositivos digitais de acesso a conteúdos audiovisuais podem ter duas formas básicas: fixa e móvel, sendo que cada uma destas inclui várias alternativas, como computadores pessoais de mesa e aparelhos de televisão no primeiro caso, e computadores portáteis, telefones celulares e dispositivos digitais móveis especializados, no segundo (PAVLIK, 2008, pp.36-37, p.42).

Com isso, os estudos sobre o audiovisual estão migrando para a *web* e para as possibilidades digitais, na medida em que novos formatos

de mídia estão se constituindo (SPIGEL, 2009, p.149). Esse panorama corrobora a importância de uma pesquisa mais aprofundada sobre as diversas possibilidades de configuração do audiovisual no cenário digital. É relevante, por exemplo, atualizar e trazer para o contexto brasileiro dados como os da pesquisa realizada em 2005 pelo *Points North Group*, a qual constatou que 25% dos usuários da Internet preferem assistir programas de TV em seus computadores, enquanto 38% querem assistir aos programas no televisor (CONHAIM, 2006). Ou como os do levantamento feito em 2006 pela *British Broadcasting Corporation*, o qual mostrou que os jovens são particularmente suscetíveis a assistir vídeos on-line ou em dispositivos móveis. Mais de 28% dos que têm entre 16 e 24 anos no Reino Unido assistem vídeos on-line ou em dispositivos móveis mais de uma vez por semana. Cerca de 10% daqueles entre 25 e 44 anos são espectadores regulares de vídeo on-line. E apenas 4% daqueles com idade superior a 45 anos assistem vídeos on-line regularmente. No entanto, três quartos de todos os entrevistados disseram que assistiram, em 2006, mais vídeos on-line do que em 2005 (PAVLIK, 2008, pp.60-61).

Verificar se novos formatos e gêneros, assim como um novo processo de produção de jornalismo audiovisual, têm emergido nos diferentes suportes é outra necessidade na contemporaneidade. Afinal, a inserção do audiovisual na Internet, na televisão digital ou nos dispositivos móveis representa mais do que inovações tecnológicas: suas implicações vão além da esfera técnica para se estender aos conteúdos e, por conseguinte, à linguagem, a qual precisa ser renovada de acordo com as especificidades do suporte, mesmo que, nesse início, essa renovação se baseie nos formatos convencionais (MICÓ, 2007, pp.178-180). Para os dispositivos móveis, por exemplo, é necessário realizar um *design* e enquadramentos que considerem o tamanho reduzido da tela (PAVLIK, 2008, pp.50-51). Além disso, surgem novas atribuições e competências para os profissionais, em especial os jornalistas, uma vez que alguns novos perfis emergem (MICÓ, 2006, p.172). “Temos que redefinir conceitos e nos adaptarmos ao novo paradigma, proveniente da confluência da comunicação com as telecomunicações e a informática” (AFFINI; BURINI, 2009, p.2).

Hoje, os dispositivos de acesso ou exibição de conteúdo digital estão passando por mudanças drásticas: são cada vez menores, leves, intuitivos, baratos, poderosos e multifuncionais. Portanto, a configuração do audiovisual nesse novo contexto midiático é um

assunto amplo e profundo, já que varia de acordo com o dispositivo digital. O vídeo para a distribuição digital é um tema complexo porque não abrange apenas a tela do computador com conectividade à Internet, mas a televisão digital, os telefones celulares e outras plataformas móveis, bem como uma variedade de problemas de produção e de distribuição. Contudo (ou talvez por isso mesmo), o tema é relevante e potencialmente útil para futuras pesquisas em comunicação e em jornalismo (PAVLIK, 2008, p.55, pp.205-206).

Uma das poucas certezas que se tem é que o cenário do jornalismo audiovisual contemporâneo passará por profundas mudanças, não apenas em decorrência dos avanços tecnológicos, mas sobretudo em função do estabelecimento de um novo modelo de transmissão de conteúdo, o qual tende a ser mais interativo, dinâmico e segmentado, além de hipertextual e multimídia. O desafio atual é, portanto, desenvolver formas diferenciadas de produção, gerenciamento e distribuição de conteúdos para as ferramentas digitais emergentes. As experimentações já identificadas hoje, conforme buscamos evidenciar nessa dissertação, nos permitem afirmar que têm sido dado passos a fim de criar uma nova forma de fazer jornalismo com as possibilidades disponíveis e de acordo com as características do novo meio. O aproveitamento de todas as potencialidades da era digital, entretanto, ainda depende de novas iniciativas que promovam uma maior inovação e uma redefinição efetiva dos produtos e processos que conhecemos.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **O último elo.** *In:* FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** Florianópolis: FENAJ, 2008, pp.137-147.

AFFINI, Letícia; BURINI, Débora. **Era Digital: o texto audiovisual na web.** Trabalho apresentado no GP Comunicação Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, PR. 4 a 7 de setembro de 2009.

ALBORNOZ, Luis A. **Periodismo digital: Los grandes diarios en la Red.** Buenos Aires: La Crujía, 2007.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia.** Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo Digital: Dez anos de web... e a revolução continua.** *In:* Revista Comunicação & Sociedade. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, vol. 9-10, 2006, pp.93-102.

AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e Telejornalismo: modelos virtuais.** Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP de Jornalismo, evento integrante do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Santos: 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

ANDRADE, Sérgio Murillo de; ZUCULOTO, Valci. **A organização e regulamentação profissional em defesa do Jornalismo.** *In:* FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em**

Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade. Florianópolis: FENAJ, 2008, pp.153-158.

ARAÚJO, Eric. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus, 2004.

ASSIS, Francisco de. **Apresentação: um livro que faltava.** In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, pp.9-11.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. **A televisão universitária no Brasil: os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe.** Publicação em 2004. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001399/139903por.pdf>. Acesso em 28 de fevereiro de 2010.

AYERDI, Koldobika Meso. **Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas Del Periodismo: el periodista digital.** Latina. 2002. Disponível em:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>. Acesso em 26/nov/2009.

AZAMBUJA, Cíntia Neves de. **Jornalismo Educativo.** 6º Encontro de Educação e Tecnologias de Informação e Comunicação. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 17 a 19 de novembro de 2008.

BACCO, Thaisa. **Televisão universitária online: a experiência da TV UERJ, a primeira do Brasil.** Dissertação de Mestrado em

Comunicação Social. Universidade Estadual de Londrina. Orient.: Prof^a. Dirce Vasconcellos Lopes. 2010.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. Trad: Maria Ermantina Galvão. 2^a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. **Apontamentos para implantação da TV Pública Digital no Brasil**. In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009**. Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 68-83.

BARBOSA, Suzana Oliveira. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Marcos Palacios. 2007.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism**. In: Australian Journalism Review 23 (2), 2001, pp.91-103. Disponível em: https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/Bardoel_Deuze%20NetworkJournalism%202001.pdf?sequence=1. Acesso em 26 de novembro de 2009.

BARRETO, Anderson. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

BARRETO, Sandro. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

_____. **Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção**. São Paulo: Galáxia PUC-SP, n.10, 2005, pp. 51-64.

_____. **Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia - Ano VI - n. 2 , jul./dez. 2009, pp. 95-111.

_____. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

_____. **Entrevista** concedida à autora por e-mail em 23 de março de 2011.

BECKER, Beatriz et al. **Usos e apropriações da linguagem audiovisual no ciberespaço: as experiências das webtvs universitárias**. XII Encontro Nacional de Professores de Jornalismo. GP Pesquisa na Graduação. Belo Horizonte, MG: 2009.

BECKER, Beatriz; MATEUS, Lara. **O melhor telejornal do mundo: um exercício televisual**. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010, pp.127-156.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. **Webjornalismo audiovisual: perspectivas para um jornalismo de qualidade no ciberespaço**. In:

Revista do NP de Comunicação Audiovisual da Intercom. São Paulo, v.1, n.2, ago/dez 2008, pp.97-113.

BECKER, Valdecir; ZUFFO, Marcelo Knörich. **Interatividade na TV Digital: estado de arte, conceitos e oportunidades.** In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPOS – 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 44-67.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo.** Porto Alegre: Sulina, 1980.

_____. **Jornalismo Interpretativo.** Porto Alegre: Sulina, 1976.

_____. **Iniciação à filosofia do jornalismo.** Rio de Janeiro: Agir Editora, 1960.

BENEDETI, Carina Andrade. **A Qualidade da Informação Jornalística – Do conceito à prática.** Série Jornalismo a Rigor. V.2. Florianópolis: Insular, 2009.

BERGLEZ, Peter. **Global Journalism: an emerging news style and an outline for a training program.** In: FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp. 143- 154.

BERTOCCHI, Daniela. **Gêneros no ciberjornalismo.** In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, pp.315-328.

BITTENCOURT, Alyne. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

BIRD, S.Elizabeth; DARDENNE, Robert W. **Mito, registo e estórias: explorando as qualidades narrativas das notícias.** In: TRAQUINA, N. (org) **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Lisboa: Veja, 1993, pp. 263-277.

BOCZKOWSKI, Pablo J. **Digitizing the news: innovation in online newspapers.** EUA: The MIT Press, 2004.

BOLDÓS, Concha Edo. **El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia.** In: Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2001, n.º 7: pp.79-94. Disponível em: http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Portad_0.htm. Acesso em 26/nov/2009.

BOLTER, J. David; GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding new media.** Cambirdge: MIT Press, 2002.

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames: Journalism at Play.** Massachusetts: MIT Press, 2010.

BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer.** São Paulo: Globo, 2009.

BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (org). **Discursos e práticas de qualidade na televisão.** Lisboa: Livros Horizonte, 2008.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **Nosotros, el medio – Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información.** Tradução de Guillermo Franco M. The Media Center at The American Press Institute. Colômbia: Casa Editorial El Tiempo, 2003.

BRASIL, Antônio C. **Telejornalismo, Internet e guerrilha tecnológica**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

_____. **Entrevista** concedida à autora nos dias 8 de outubro e 3 de novembro de 2010, ou seja, antes e depois da pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre 25 e 29 de outubro de 2010.

_____. **Entrevista** concedida à autora por e-mail em 1º de abril de 2011.

BRASIL, Antônio; ARNT, Héris. **Telejornalismo on line em debate**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2002.

BRAUNE, Fernanda. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

BRENNER, Sérgio. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRINATI, Francisco Ângelo; GUIMARÃES, Michelle Fabiene P.F. **TVs Universitárias como Espaço para a Prática do Jornalismo Público**. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, PR: 4 a 7 de setembro de 2009.

BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César. **A Televisão Brasileira na Era Digital**. São Paulo: Paulus, 2007.

BRUM, Joyce. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

CABRAL, Andressa. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

CALLIGARO, Donesca. **TVs universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira.** Disponível em: http://sbpior.kamotini.kingghost.net/sbpior/admior/arquivos/ind_donesca_calligaro.pdf. Acesso em 4 de novembro de 2009.

CANAVILHAS, João Messias. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança.** In: Comunicação e Sociedade, vol. 9-10, 2006, pp. 113-119.

_____. **Webjornalismo - Considerações gerais sobre jornalismo na web.** Comunicação apresentada no I Congresso Ibérico de Comunicação. Universidade da Beira Interior – Portugal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em 26 de novembro de 2009.

CAPPARELLI, Sérgio; RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos. **WebTV, teleTV e a convergência anunciada.** In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. Vol. XXIII, n.2, julho/dezembro de 2000, pp. 41-64.

CAPRINO, Mônica (Org.). **Comunicação e Inovação.** São Paulo: Paulus, 2008.

CARDOSO, Lúcio. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

CASSETTI, Francesco; ODIN, Roger. **De la páleo à la neo-television.** *In:* Communications n.8, Seuil, Paris, 1996.

CASTANHEIRA, José Pedro. **No reino do anonimato: estudo sobre o jornalismo online.** Coimbra: MinervaCoimbra, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Trad.: Maria Luiza Borges. Revisão: Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CHAGAS, Carlos. **Não ao retrocesso!** *In:* FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** Florianópolis: FENAJ, 2008, pp.133-136.

CHAMBAT-HOUILLOIN, Marie-France. **O formato televisual: produção, programação e recepção.** Tradução de Elizabeth Duarte, Maria Castro e Vanessa Curvelo. *In:* DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de Castro (orgs.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos.** Porto Alegre: Sulina, 2007, pp.141-163.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2009.

CHARLE, Christophe; VERGER, Jacques. **História das Universidades.** São Paulo: UESP, 1996.

CHION, Michel. **Audio-vision: sound on screen.** New York: Columbia University Press, 1994.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **O jornalismo é uma profissão, sim!** *In:* FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.106-110.

CIFUENTES, Diego Portales. **Televisão pública na América Latina: crises e oportunidades.** *In:* RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.119-153.

CIRNE, Livia; FERNANDES, Marcelo; PÔRTO, Ed. **Perspectivas da interatividade no telejornalismo da TV Digital brasileira.** *In:* SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009, pp.84-107.

COKLEY, John; RANKE, Angela. **There's a "Long Tail" in Journalism Education, Too.** *In:* FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp.159-176.

COLLE, Raymond. **Explotar información noticiosa: Data minig aplicado a la documentación noticiosa.** Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2002.

CONHAIM, Wallys W. **Internet TV: A New Era Begins.** *In:* Information Today, 23, n. 5, 2006. Sem numeração de páginas.

CORREA, Luana. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

COSTA, Lailton Alves da. **Gêneros jornalísticos.** *In:* MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no**

Brasil. São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, pp.43-83.

COUTINHO, Iluska. **Leitura e análise da imagem.** *In:* BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009, pp. 330-344.

COX, Michael; MUDLER, Ellen; TADIC, Linda. **Descriptive metadata for television: an end-to-end introduction.** EUA: Focal Press, 2006.

CRAWFORD, Jerry; HINES, Barbara B. **Journalism Education at Historically Black Colleges: Earning accreditation and preparing students for future challenge.** *In:* FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp. 48-62.

CROCOMO, Fernando. **TV digital e produção interativa: a comunidade manda notícias.** Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.

CURI, Ludmila. **Entrevista** concedida à autora por e-mail em 13 de novembro de 2010, ou seja, depois da pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre 25 e 29 de outubro de 2010.

DEUZE, Mark. **What is Multimedia Journalism?** *In:* Journalism Studies, Vol. 5, n. 2, 2004, pp. 139–152.

_____. **Journalism Education in an Era of Globalization.** *In:* LÖFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David (orgs.). **Global Journalism Research: theories, methods, findings, future.** Reino Unido: Blackwell Publishing Ltd, 2008, pp.267-281.

DIEZHANDINO, María Pilar. **Prólogo**. In: VIVAR, Jesús Flores; GUADALUPE, Guadalupe Aguado. **Modelos de negocio em el ciberperiodismo**. Madri: Editorial Fragua, 2005, pp.9-12.

DI SANTI, Nelson. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de Castro (orgs.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009, pp. 62-83.

DURÃO, Jonas Vieira. **Entrevista** (informal) concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

ECHEVARRÍA, Mirta Clara; QUIROGA, Ana Evangelina. **Periodismo en línea: lo institucional y las prácticas profesionales**. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs.). **O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software**. Salvador: EDUFBA, 2007, pp.23-38.

ECO, Umberto. **Il superhomo di massa**. Milan: Bompiani, 1985.

EMAIDES, Ana; SALERNO, María Liliana; ALLENDE, María Celia. **La formación de postgrado en carreras de comunicación: entre la teoría y la práctica**. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs.). **O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software**. Salvador: EDUFBA, 2007, pp.85-98.

FARRÉ, Marcela. **Como avaliar a qualidade da informação televisiva? Parâmetros, experiências e resultados.** In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (Orgs.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão.** Lisboa: Livros Horizonte, 2008, pp.341-356.

FECHINE, Yvana. **Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/livro1.pdf>. Acesso em 28 de maio de 2011.

_____. **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** Florianópolis: FENAJ, 2008.

FERNANDES, Backer Ribeiro. **Extensão: a herança que faltou nas escolas de comunicação.** In: MELO, José Marques de (Org.). **Pedagogia da comunicação: matrizes brasileiras.** São Paulo: Angellara, 2006, pp.71-83.

FERNÁNDEZ, Valerio Fuenzalida. **Por uma televisão pública para a América Latina.** In: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.155-200.

FERRAZ, Carlos. **Análise e perspectivas da interatividade na TV Digital.** In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPOS – 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 15-43.

FIDALGO, António. **O ensino do jornalismo no e para o século XXI.** 2001. Disponível em: <http://bocc.uff.br/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf>. Acesso em 27 de fevereiro de 2010.

_____. **O ensino do jornalismo online.** In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs.). **O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software.** Salvador: EDUFBA, 2007, pp.39-47.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: Understanding New Media.** Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.

FIGUEIRA, João Vitor. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

FOLETTTO, Leonardo Feltrin. **O blog jornalístico: definição e características na blogosfera brasileira.** Dissertação de mestrado em Jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina. Orient: Prof. Elias Machado. 2009.

FONTCUBERTA, Mar de. **Uma televisão de qualidade exige um receptor de qualidade.** In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (Orgs.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão.** Lisboa: Livros Horizonte, 2008, pp.189-198.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo.** In: Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 7, no. 1, 2010, pp. 8-18.

FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011.

FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica. **Introduction: Journalism Education, Training, and Employment.** In: FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp.1-10.

FREITAS, Marcos Cezar de. **Introdução – O conceito de tecnologia: o quarto quadrante do círculo de Álvaro Vieira Pinto.** In: PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia.** Vol. 1. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005, pp. 1-22.

GANS, Herbert. **Deciding what's news.** Evanston: Northwestern University Press. 25th anniversary edition, 2004.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo.** Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOMES, Alyssa. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Mediações e televisão pública: a desconstrução múltipla da televidência na era da vassalagem mediática.** In: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.233-266.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría de los géneros periodísticos,** Barcelona: Editorial UOC, 2008.

GORDILLO, Immaculada. **La hipertelevisión: géneros y formatos.** Quito, Equador: Intiyan Ediciones Ciespal, 2009.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as Novas Mídias: do game à TV interativa.** São Paulo: Senac, 2003.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Diploma e liberdade de expressão.** In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.85-90.

GUIMARÃES, Alberto Ramiro. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

GUTSCHE JR., Robert E. **Missing the Scoop: Exploring the cultural and sociological influences of news production upon college student journalists.** *In:* FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp. 63-77.

HENN, Ronaldo. **Pauta e notícia: uma abordagem semiótica.** Canoas: Ed. ULBRA, 1996.

HERREROS, Mariano Cebrián. **Información Televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación.** Madrid: Editorial Síntesis, 2003.

HERZER, Rômulo. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

IGARTÚA, J. José. **Métodos cuantitativos de investigación en comunicación.** Barcelona: Bosch, 2006.

IÓRIO, Fábio Mário. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, François. **Lógicas da tele-realidade.** Tradução: Elizabeth Duarte e Vanessa Curvelo. *In:* DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria

Lilia Dias de Castro (orgs.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos.** Porto Alegre: Sulina, 2007, pp.59-74.

_____. **De l'influence de la télévision numérique sur les programmes et la programmation.** In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 261-272.

KEIRSTEAD, Philip O. **Computers in broadcast and cable newsrooms: using technology in television news production.** New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.

KEIRSTEAD, Philip O.; KEIRSTEAD, S-K. **Automating television news: a generation of change.** Tallahassee, Florida: Castle Garden Press, 1999.

KNEIPP, Valquíria A. Passos. **60 anos de formação do profissional de telejornalismo no Brasil.** In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica.** Florianópolis: Insular, 2010, pp. 251-278.

KOCH, Tom. **Journalism for the 21st century: online information, electronic databases and the news.** New York: Greenwood Press, 1991.

KULINSKI, Hugo Pardo. **Pautas hacia un modelo de aplicación web institucional universitaria. El caso de los webcom: sitios de facultades de comunicación de Iberoamérica.** In: Zer, v. 21, 2006, pp. 139-160.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____. **À frente, o passado.** In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.57-72.

LARANGEIRA, Álvaro. **A equivocada cruzada dos suseranos da imprensa.** In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.114-116.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão.** Revista Razón y Palabra. Out-Nov, 2004. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibermob.pdf>>. Acesso em 28 de outubro de 2009.

LIMA, Eduardo. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

LOBATO, Valéria. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

LÖFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David. **Global Journalism Research. Summing up and looking ahead.** In: LÖFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David (orgs.). **Global Journalism Research: theories, methods, findings, future.** Reino Unido: Blackwell Publishing Ltd, 2008, pp.285-294.

LÓPEZ, Xosé. **Presentación.** In: LÓPEZ, Xosé (org.). **Sistemas digitales de información.** Madrid: Pearson Educación, 2006, pp. vii-xv.

LÓPEZ, Xosé; OTERO, Marita. **Ciberperiodismo: de la niñez a la mayoría de edad.** In: LÓPEZ, Xosé (org.). **Sistemas digitales de información.** Madrid: Pearson Educación, 2006, pp. 1-26.

MACHADO, Arlindo. **O mito da alta definição.** *In:* SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 223-230.

_____. **O Sujeito na Tela. Modos de Enunciação no Cinema e no Ciberespaço.** 1. ed. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **A televisão levada a sério.** 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2001.

MACHADO, Elias. **O ensino de jornalismo em tempos de ciberespaço.** *In:* MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs.). **O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software.** Salvador: EDUFBA, 2007, pp.11-22.

_____. **O Jornalismo Digital em Base de Dados.** Florianópolis: Calandra, 2006.

_____. **Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas.** Salvador: Calandra, 2003.

_____. **O direito do cidadão ao conhecimento público.** *In:* FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.73-76.

_____. **La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo.** Tese de doutorado em Jornalismo e Ciências da Comunicação. Universidade Autônoma de Barcelona. Orient.: Prof. Miquel Rodrigo Alsina. 2000.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs.). **O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software.** Salvador: EDUFBA, 2007a.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL.** In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007b, pp.199-222.

MACHADO, Elias; TEIXEIRA, Tattiana (Orgs.). **O Ensino de Jornalismo na Era da Convergência.** Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **TV Universitária: uma televisão diferente.** Artigo Especial para o C&T Jovem, de 31 de outubro de 2003. Disponível em: cmapspublic.ihmc.us/rid...1939518149.../TV%20Universit%C3%A1ria.doc. Acesso em 11 de março de 2010.

_____. **Manual para uma TV universitária.** Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

_____. **TV Universitária: uma história em evolução.** Disponível em: http://www.abtu.org.br/artigos/tv_universitaria_uma_historia_em_evolucao/9. Acesso em 3 de novembro de 2009.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media.** London: MIT Press, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital.** In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2004, pp.13-67.

MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

MARINS, Roberta. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção**. In: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.41-79.

MARTINS, Luiz. **O jornalismo e a vida (civil) humana: diplomas e carteiras**. In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. Florianópolis: FENAJ, 2008, pp.41-49.

MASIP, Pere. **Internet a les redaccions: informació diària i rutines periodístiques**. Barcelona: Trípod, 2008.

MATEUS, Lara. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

MATSUUCHI DUARTE, Marcia Yukiko. **Estudo de caso**. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009, pp. 215-235.

MATTOS, Sergio. **História da Televisão Brasileira: Uma Visão Econômica, Social e Política**. 2.ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MAZZIOTTI, Nora. **Os gêneros na televisão pública**. In: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São

Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.201-232.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial.** 2.ed. São Paulo: Summus, 1988.

MEDISTSCH, Eduardo. **Novas e velhas tendências: os dilemas do ensino de jornalismo na sociedade da informação.** Texto baseado na Palestra de Abertura do 9º Encontro do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo. Campos de Goytacazes, Rio de Janeiro: 2006.

_____. **Crescer para os lados ou crescer para cima: o dilema histórico do campo acadêmico do jornalismo.** XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: 7 e 8 de setembro de 1999.

_____. **O Jornalismo é uma forma de conhecimento?.** 1997 – Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>> Acesso em março de 2008.

MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi. **Televisão Digital, mídia expandida por linguagens em expansão.** In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 247- 260.

MELO, Clóvis Augusto. **Patrão, o maior interessado.** In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.135-137.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

_____. **Introdução – O campo acadêmico da comunicação: história concisa.** *In:* MELO, José Marques de (Org.). **Pedagogia da comunicação: matrizes brasileiras.** São Paulo: Angellara, 2006, pp.13-27.

_____. **Prefácio.** *In:* LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007, pp.7-16.

_____. **Introdução.** *In:* MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, pp.13-22.

_____. **Gêneros jornalísticos: conhecimento brasileiro.** *In:* MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, pp.23-41.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MENDONÇA, Jéssica. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

MENSING, Donica. **Realigning Journalism Education.** *In:* FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp. 15-32.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação.** São Paulo: Contexto, 2007.

MICK, Jacques. **Para além do diploma e do canudo**. In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.77-81.

MICÓ, Josep Lluís. **Informar a la TDT: notícies, reportatges i documentals a la nova televisió**. Barcelona: Serveis de Publicacions Universidad Ramon Llull, 2007.

_____. **Teleperiodismo digital**. Barcelona: Serveis de Publicacions Universidad Ramon Llull, 2006.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato na notícia na escrita hipertextual**. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Marcos Palacios. 2003.

_____. **O desafio de aprender e de ensinar edição para webjornais**. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, pp.169-180.

MINOGUE, Kenneth. **O conceito de universidade**. Tradução: Jorge Eira Garcia Vieira. Brasília: Ed. UNB, 1981.

MIRANDA, Mônica. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

_____. **Entrevista** concedida à autora por e-mail em 1º de abril de 2011.

MOREIRA, Sonia Virgínia; HELAL, Carla Leal Rodrigues. **Notes on media, journalism education and news organizations in Brazil.** *In: Journalism.* Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington DC. Vol. 10(1), 2009, pp. 91–107.

MOTA, Regina. **Novos formatos para a TV Digital no Brasil.** *In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009.* Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 231-246.

NASCIMENTO, Vitor Granja. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

NEWMAN, Nic. **The rise of social media and its impact on mainstream journalism: a study of how newspapers and broadcasters in the UK and US are responding to a wave of participatory social media, and a historic shift in control towards individual consumers.** Oxford: Reuters Institute for the study of journalism, 2009. Disponível em: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/The_rise_of_social_media_and_its_impact_on_mainstream_journalism.pdf. Acesso em 3 de outubro de 2009.

NIELSEN, Jakob. **Projetando websites.** Trad.: Ana Gibson. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

NOCI, Javier Díaz; SALAVERRÍA, Ramón (Orgs.). **Manual de Redacción Ciberperiodística.** Barcelona: Ariel, 2003.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TVUERJ on-line.** Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Elias Machado. 2005.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação.** Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NYGREN, Gunnar. **Passing Through Journalism? Journalism as a temporary job and professional institutions in decline.** In: FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp.207-221.

OLIVEIRA, Mariana de. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate.** Disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf> Acesso em março de 2008.

PARK, E. Robert. **Race and Culture.** The Collected Papers of Robert Ezra Park. Vol. 1. Hughes, Ewerett et al (Orgs.). Glencoe: The Free Press, 1950.

_____. **Human Communities: the City and Human Ecology.** The Collected Papers of Robert Ezra Park. Vol. 2. Hughes, Ewerett et al (Orgs.). Glencoe: The Free Press, 1952.

_____. **Collective Behavior, News and Opinion, Sociology and Modern Society.** The Collected Papers of Robert Ezra Park. Vol. 3. Hughes, Ewerett et al (Orgs.). Glencoe: The Free Press, 1955.

PASE, André Fagundes. **Vídeo online, alternativa para as mudanças da TV na cultura digital.** Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Tese (doutorado em Comunicação Social). Prof. Orient: Mágda Rodrigues da Cunha. 2008.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PATERSON, Chris; DOMINGO, David (Eds.). **Making online news: the ethnography of new media production**. London: Peter Lang, 2008.

PAVLIK, John Veron. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

_____. **Media in the digital age**. New York: Columbia University Press, 2008.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A questão não é o diploma, mas o ensino**. In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.82-84.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PENNA, Fábio. **Entrevista** concedida à autora no dia 1º de novembro de 2010, ou seja, depois da pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre 25 e 29 de outubro de 2010.

PERALTA, Miquel. **Teleinformatius: la transmissió televisiva de l'actualitat**. Barcelona: Trípodós, 2005.

PERUZZO, Cílicia M. Krohling. **Prefácio**. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, pp.7-8.

PETICCA, Sara. **Il giornale on line e la società della conoscenza.** Itália: Rubbettino, 2005.

PICCININ, Fabiana. **Veja a seguir: a transição do telejornal entre a linha de montagem e a rede.** Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Orient. Prof^a. Doris Fagundes Haussen. Porto Alegre, 2007.

_____. **O processo editorial na TV: as notícias que os telejornais contam.** In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, pp.139-154.

PINHEIRO, Paulo. **A ditadura do CTRL C + CTRL V no webjornalismo: conceitos de edição de notícias para web.** In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, pp.181-194.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia.** Vol. 1. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

PONCE, Alexandre. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **TV universitária: limites e possibilidades.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

_____. **Edição em TV: como contar bem uma história.** In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, pp.155-168.

PRADO, Arthur. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

PRADO, Emili; FRANQUET, Rosa. **Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución.** *In: Zer*, v. 4, 1998. Sem numeração de páginas.

PRATA, Nair. **WEBradio: novos gêneros, novas formas de interação.** Florianópolis: Insular, 2009.

PRIOLLI, Gabriel. **Televisão Universitária: perspectivas na TV Digital.** XX Fórum Nacional de Pró-Reitores de Graduação das Universidades Brasileiras. Porto Alegre: maio de 2007.

_____. **Televisão universitária: TV Educativa em Terceiro Grau.** Publicado em 26 de agosto de 2004. Disponível em: <http://www.universia.com.br/universitario/materia.jsp?materia=4843>. Acesso em 3 de novembro de 2009.

PRYOR, Larry. **The Future of News. The Third Wave of Online Journalism.** Disponível em: <http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php> desde 2002. Acesso em 26 de novembro de 2009.

PULITZER, Joseph. **A escola de jornalismo na universidade de Columbia – o poder da opinião pública.** Tradução de Jorge Meditsch e Eduardo Meditsch. Série Jornalismo a Rigor. V.3. Florianópolis: Insular, 2009.

QUEIROZ, Lidiane. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

QUINN, Stephen. **Convergent journalism: the Fundamentals of multimedia reporting**. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. **TV universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV Fema em Assis (SP)**. São Paulo: Universidade de Marília. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-graduação em Comunicação. Prof. Orient: Jussara Rezende Araújo. 2005.

_____. **O perfil da TV universitária e uma proposta de programação interativa**. São Paulo: Universidade de São Paulo. Tese (doutorado) – Ciências da Comunicação. Prof. Orient.: Marília Franco. 2010.

REY, GERMÁN. **O cenário móvel da televisão pública. Alguns elementos do contexto**. In: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.81-118.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

_____. **Gêneros no telejornalismo**. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo – SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, pp.291-313.

RIBAS, Beatriz Muniz. **A Narrativa Webjornalística - um estudo sobre modelos de composição no ciberespaço**. Dissertação de mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Elias Machado. 2005.

RINCÓN, Omar. **A televisão: o mais importante, do menos importante**. In: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do**

consumidor ao cidadão. São Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.13-39.

_____. **Rumo a uma televisão pública experimental e prazerosa.** *In:* RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** São Paulo: Projeto Latino-americano de meios de comunicação, 2002, pp.303-326.

RODRIGUES, Yuri Franco. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. **Formatos e gêneros em corpos eletrônicos.** *In:* DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de Castro (orgs.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos.** Porto Alegre: Sulina, 2007, pp.183-203.

ROSHCO, Bernard. **Newsmaking.** Chicago: The University Chicago Press, 1975.

ROSSINI, Miriam de Souza. **Convergência tecnológica e os novos formatos híbridos de produtos audiovisuais.** *In:* DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de Castro (orgs.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos.** Porto Alegre: Sulina, 2007, pp.165-181.

RUSCH, Doris C. **The Online-Journalistic Article as "Extensive Audio-Visual Event".** Disponível em: http://revista.cisc.org.br/ghrebh7/artigos/04rusch_ing.html. Acesso em 27 de fevereiro de 2010.

SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital: Internet, informação e comunicação.** São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2003.

SALAVERRÍA, Ramón. **Hipertexto periodístico: mito y realidad.** *In:* MASIP, Pere; JOSEP, Rom (eds.). **La utopia digital en els mitjans de comunicació: dels discursos als fets.** Un balanç. Barcelona: Universitat Ramon Llull, 2005, pp.517-524.

SAMPAIO, Walter. **Jornalismo audiovisual: rádio, TV e cinema.** Petrópolis: Vozes, 1971.

SANTAELLA, Lucia. **As linguagens como antídotos ao midiacentrismo.** *In:* Revista Matrizes. São Paulo: USP, out/2007, pp.75-97.

_____. **Comunicação e Pesquisa.** São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SCHRÖDER, Celso Augusto. **O Jornalismo como missão possível.** *In:* FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** Florianópolis: FENAJ, 2008, pp.15-21.

SCHUDSON, Michael. **Creating Public Knowledge.** *In:* DENNIS, Everette E. & SNYDER, Robert W. **Media & Democracy.** New Brunswick (EUA) e Londres: Transaction Publishers, 1998, pp. 29-34.

_____. **Discovering the News: A Social History of American Newspapers.** New York: Basic Books, 1978.

SCHWINGEL, Carla Andrea. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo: a composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos.** Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Elias Machado. 2008.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**. Portugal: LabCom Books, 2009.

SENA, Nathália Kneipp. **Toda meritocracia será castigada**. In: FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. 2ª edição. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002, pp.91-102.

SHEPHERD, M.; WATTERS, C.R. **The evolution of cybergenres**. In: Anais do Thirty-First Annual Hawaii International Conference on System Sciences. Havaí, Vol. II, pp. 97-109. 1998. Disponível em: <http://www.computer.org/plugins/dl/pdf/proceedings/hicss/1998/8236/02/82360097.pdf?template=1&loginState=1&userData=anonymous-IP%253A%253A189.4.71.11>. Acesso em 24 de fevereiro de 2010.

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: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010, pp.197-214.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. **Uma trajetória em redes: Modelos e características operacionais das agências de notícias, das origens às redes digitais, com três estudos de caso**. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Orient: Prof. Marcos Palacios. 2006.

SILVA, Oswaldo Ribeiro da. **A comunicação da informação jornalística no telejornalismo online: TV News – MS**. Brasília: Universidade de Brasília. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. Prof. Orient: Eron Brum. 2006.

SMITH, Anthony. **Goodbye Gutenberg: the Newspaper Revolution of the 1980s**. Oxford University Press, 1980.

SODRÉ, Muniz. **A Narração do Fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **Antropológica do espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **O Jornalismo em novos territórios conceituais: Internet, midiaticização e a reconfiguração dos sentidos midiáticos**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Orient. Prof. Antônio Fausto Neto. São Leopoldo, 2009.

_____. **Apresentação – Ainda estamos falando de jornalismo**. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Orgs.). **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006, pp.13-16.

SOUSA, Jorge Pedro. **Desafios do ensino universitário do jornalismo ao nível da graduação no início do século XXI**. 2004. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=sousa-jorge-pedro-desafios-do-jornalismo.html>. Acesso em 27 de fevereiro de 2010.

SOUZA, Robson Carlos de. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

SPIGEL, Lynn. **My TV Studies . . . Now Playing on a You Tube Site Near You**. In: *Television & New Media* 2009, n. 10, pp.149-153. Disponível em: <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/refs/10/1/149>. Acesso em 4 de novembro de 2009.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. **Aprender telejornalismo: produção e técnica**. 2ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1993a.

_____. **Boris Casoy, o âncora no telejornalismo brasileiro.** Petrópolis: Vozes, 1993b.

STOVALL, James Glen. **Web journalism: practice and promise of a new medium.** EUA: Pearson Education, 2004.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa bibliográfica.** In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009, pp. 51-61.

TEIXEIRA, Juliana. **Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço: a experiência do TJUFRJ.** Monografia (Graduação). Comunicação Social/Jornalismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Orient: Prof^a. Beatriz Becker. 2008.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal.** In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica.** Florianópolis: Insular, 2010, pp.101-126.

THORNTON, Leslie-Jean. **The changing role of internships as newsrooms shrink and evolve: collaboration and intern-as-teacher.** In: FRANKLIN, Bob; MENSING, Donica (Ed.). **Journalism Education, training and employment.** New York: Routledge, 2011, pp. 130-142.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** Vol I. Florianópolis: Insular, 2ª ed, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional.** Vol II. Florianópolis: Insular, 2ª ed, 2008.

TÓTARO, Valéria Said. **A Teoria da Contingência e a conexão entre os Cursos de Comunicação e os Sindicatos dos Jornalistas: teoria e prática no ensino de Jornalismo.** *In:* FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas (Org.). **Formação superior em Jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade.** Florianópolis: FENAJ, 2008, pp.63-68.

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. **Telejornalismo: Em busca de um novo paradigma.** *In:* Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 7, no. 1, 2010, pp. 19-29.

TUCHMANN, Gaye. **Making News.** New York: The Free Press, 1978.

TUNSTALL, Jeremy. **Television Producers.** London: Routledge, 1993.

URBANO, Moacir. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

URETA, Ainara Larrondo. **The Challenge of Online Journalistic Language to Narrative Forms: the Special Report Case Study on Spanish Press Websites.** *In:* Zer english edition, 2007, pp.41-61.

URSELL, Gillian. **Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism.** *In:* Journalism. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi. Vol. 2, 2001, pp. 175–196.

VALLE, Patrícia. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo no TJ UFRJ, realizada entre os dias 1º e 7 de outubro de 2010.

VIANNA, Bárbara. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UERJ, realizada entre os dias 25 e 29 de outubro de 2010.

VILCHES, Lorenzo. **Televisión Digital: entre la esperanza y el exceptismo.** *In:* SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009.** Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 157-173.

VILLADA, Pedro A. Rojo. **La empresa periodística multimedia – creación y difusión digital de contenidos interativos.** Madri: Sirandaeditorial, 2006.

VIRISSIMO, Vivian de Azevedo. **Apuração na Internet: Definição e Características. Um Estudo de caso com jornalistas de rádio, televisão, jornal e internet do Grupo RBS em Florianópolis.** Dissertação de mestrado em Jornalismo. Universidade Federal de Santa Catarina. Orient: Prof. Elias Machado. 2009.

VIVAR, Jesús Flores; GUADALUPE, Guadalupe Aguado. **Modelos de negocio en el ciberperiodismo.** Madri: Editorial Fragua, 2005.

VIZEU, Alfredo. **O newsmaking e o trabalho de campo.** *In:* LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007, pp.223-236.

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

VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica.** Florianópolis: Insular, 2010.

XAVIER, Juliana. **Entrevista** concedida à autora durante a pesquisa de campo na TV UVA, realizada entre os dias 18 e 22 de outubro de 2010.

WARREN, Carl. **Generos periodísticos informativos**. Barcelona: A.T.E., 1975.

WEAVER, David. **Videotex journalism: teletext, viewdata and the news**. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1983.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5ª Ed. Trad. Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. 3ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Orient.: Alex Primo. Porto Alegre: 2011.

APÊNDICE 1 – PROTOCOLO PARA O ESTUDO DE CASO¹⁴⁴

1. Uma visão geral do estudo de caso

Diante das tecnologias digitais de comunicação, torna-se cada vez mais necessário adaptar os novos produtos e processos jornalísticos que se derivam delas. Nessa pesquisa, pretendemos verificar se e em que medida as diferentes experiências de webjornalismo audiovisual universitário, enquanto núcleos de formação dos futuros profissionais, estão atentas às novas necessidades que as potencialidades do meio digital apresentam: gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais inovadores, modalidades diferenciadas de produção e transformações no perfil dos jornalistas que atuam nos veículos webjornalísticos audiovisuais. Observaremos se as experiências de webjornalismo audiovisual universitário, em especial as *webtvs* universitárias, podem se constituir como territórios capazes de proporcionar outras percepções da realidade social cotidiana nos relatos das notícias e de integrar sociedade e universidade através do conhecimento.

O principal objetivo da pesquisa é apontar os potenciais e as limitações do webjornalismo audiovisual universitário, e refletir sobre a sua importância para a promoção de um jornalismo audiovisual inovador no ciberespaço e para o desenvolvimento de novas possibilidades de apropriação das tecnologias de comunicação no processo de produção da informação jornalística. Para isso, buscaremos alcançar os seguintes objetivos específicos: conceituar o jornalismo audiovisual das *webtvs* universitárias, que se constitui como um objeto ainda pouco explorado nos estudos acadêmicos do campo de jornalismo; identificar os gêneros e formatos empregados no webjornalismo audiovisual praticado na contemporaneidade, em especial pelas universidades; refletir sobre as diferentes etapas de produção do webjornalismo audiovisual universitário; investigar o perfil e as funções dos profissionais envolvidos na produção jornalística audiovisual universitária para o ciberespaço; e, por fim, avaliar a contribuição das experiências de webjornalismo audiovisual universitário para a

¹⁴⁴ Este protocolo foi submetido à banca de qualificação da dissertação. Desde então, sobretudo após a pesquisa de campo, várias alterações se fizeram necessárias, conforme já evidenciamos na Introdução. Uma modificação que precisa ser justificada aqui é a opção por não inserirmos o relatório do estudo enquanto apêndice, como previsto anteriormente. Em função de todos os dados já estarem inseridos, mesmo que como ilustração, no corpo da dissertação, consideramos desnecessário apresentá-los mais uma vez.

construção de um jornalismo audiovisual inovador na Internet, através da experimentação com gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais, da inovação no processo de produção das notícias e da formação de profissionais com novas competências.

É com base especialmente na teoria do *newsmaking*, na metodologia do Grupo de Jornalismo On-line da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (GJOL) e no pressuposto de que as experiências de webjornalismo audiovisual universitário devem funcionar como ambientes de experimentação e inovação de produtos e processos jornalísticos, que essa pesquisa pretende analisar a produção jornalística de três iniciativas, todas realizadas no Rio de Janeiro: a TV UERJ On-line, a TV UVA e o TJ UFRJ. É importante destacar que a TV UERJ On-line e a TV UVA serão abordadas enquanto *webtvs* universitárias. Já o TJ UFRJ será conceituado, nessa pesquisa, como um telejornal on-line, na medida em que se trata de um único programa webjornalístico audiovisual, dividido por editoriais, e não de uma *webtv* universitária, composta por diferentes programas inseridos em uma programação, embora atenda a todos os critérios do webjornalismo audiovisual universitário, como, por exemplo, o de não possuir um caráter propagandístico ou institucional..

Esperamos que os resultados alcançados ofereçam novas perspectivas para a produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais mais contextualizados na Internet, que incorporem não apenas as capacidades multimídia, mas também as qualidades convergentes e interativas da comunicação digital. Para isso, o emprego desse protocolo durante toda a realização do estudo de caso é imprescindível, na medida em que funciona como uma agenda padronizada para a linha de investigação que deve ser seguida pela pesquisadora de forma a alcançar os resultados esperados.

2. Procedimentos da coleta de dados

Nesse estudo de caso, utilizaremos diferentes procedimentos para a coleta de dados. Além da revisão bibliográfica, serão realizadas diversas análises preliminares do objeto, uma, inclusive, imediatamente antes da pesquisa de campo, prevista no cronograma para julho de 2010. A realização de várias análises do objeto de estudo é essencial durante o desenvolvimento de qualquer pesquisa, pois todo projeto é passível de alteração e revisão durante os diversos estágios da investigação. Mas, é necessário explicitar que essa flexibilidade diz respeito à seleção de

casos diferentes daqueles inicialmente identificados, e não à alteração do propósito ou dos objetivos do estudo para se adaptar aos casos que foram encontrados. Assim, as análises devem ter como objetivo avaliar os instrumentos e procedimentos metodológicos propostos, e a partir das informações obtidas, permitirem à pesquisadora realizar os ajustes necessários para resolver eventuais problemas.

Mais especificamente na pesquisa de campo, prevista para os meses de agosto e setembro de 2010, empregaremos duas principais fontes de evidências: a observação direta dos acontecimentos que estão sendo estudados e as entrevistas com as pessoas neles envolvidas. Como observação direta, compreendemos a visita realizada ao local da investigação, com o objetivo de fornecer dados adicionais sobre o tema em análise. O endereço e os contatos de cada um dos objetos de estudo são:

➤ TV UERJ On-line

Rua São Francisco Xavier, 524 – Sala 10.026 - Bloco A - 10º andar
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ
Telefone: (21) 2334-0866 - E-mail: tv.uerj@hotmail.com

➤ TV UVA

Rua Ibituruna, 108. Casa da Comunicação, 3º andar
Tijuca - Rio de Janeiro - RJ
Telefone: (21) 2574-8890 - E-mail: tvuva@uva.br

➤ TJ UFRJ

Av. Pasteur, 250 - fundos - Escola de Comunicação da UFRJ
Praia Vermelha - Rio de Janeiro - RJ
Telefone: (21) 3873-5074 - E-mail: tj.eco.ufrj@gmail.com

Durante as visitas, depois de um primeiro dia de observação, pretendemos aplicar questionários (apêndice 2) aos professores, alunos e técnicos envolvidos na produção jornalística das *webtvs* universitárias e do telejornal on-line, a fim de que possamos recolher informações sobre o perfil de cada um dos entrevistados, antes da realização das entrevistas. Em seguida, entrevistaremos os envolvidos nos projetos acadêmicos. Consideramos a entrevista enquanto uma técnica que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada. A intenção central é recolher respostas a partir da

experiência subjetiva de uma fonte. Esse tipo de procedimento metodológico permite explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos, compreender o passado e apontar perspectivas. Adotaremos nessa pesquisa sobre o webjornalismo audiovisual universitário a entrevista semiaberta (apêndice 1). Como as equipes dos três objetos de estudo variam quanto à estrutura e ao tamanho, aplicaremos os questionários a todos os integrantes de cada projeto, mas as entrevistas apenas ao coordenador/diretor, a seis estudantes e a três técnicos.

Pretendemos visitar diariamente, durante uma semana (de segunda-feira a domingo, se houver expediente nos finais de semana), sempre das 8h às 18h, cada uma das três experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas. Com isso, buscamos observar toda a rotina de produção dessas iniciativas acadêmicas. Conforme já mencionado, no primeiro dia, será realizada uma observação das atividades desenvolvidas. No segundo, serão aplicados os questionários. O terceiro dia também será dedicado à observação, até para que a pesquisadora tenha tempo de revisar as respostas dos questionários. No quarto dia, serão realizadas as entrevistas. E os demais dias serão dedicados à observação, já com base nos apontamentos obtidos através das entrevistas. No final de todos os dias da pesquisa de campo, a pesquisadora irá sistematizar as observações realizadas em cada dia, respondendo o que foi observado de mais relevante com relação às questões desse protocolo. Depois dessa semana de visitas, serão dedicados mais sete dias para a organização dos dados recolhidos em cada projeto acadêmico visitado, o que resulta em duas semanas de dedicação a cada um dos objetos de estudo.

É necessário explicitar que todas as visitas devem ser solicitadas aos coordenadores de cada projeto com, no mínimo, um mês de antecedência através dos seguintes e-mails:

➤ TV UERJ On-line – Coordenador: Prof. Antônio Brasil
E-mail: antonibrasil@yahoo.com.br

➤ TV UVA – Diretora: Prof^a. Mônica Miranda
E-mail: monica@uva.br

➤ TJ UFRJ – Coordenadora: Prof^a. Beatriz Becker
E-mail: beatrizbecker@uol.com.br

3. Questões do estudo de caso¹⁴⁵

3.1. Um panorama da/o *webtv*/telejornal on-line

- a) Qual o histórico de implantação da *webtv*/telejornal on-line? Por quais fases passou o seu desenvolvimento? De alguma forma essas fases se relacionam com as três fases de desenvolvimento do webjornalismo?
- b) São estabelecidas parcerias com outras instituições e/ou com outros núcleos da Universidade? Quais os termos dessas parcerias? Essas parcerias resultam em equipes interdisciplinares?

3.2. Os gêneros e os formatos jornalísticos da/o *webtv*/telejornal on-line

- a) Quais os gêneros e formatos jornalísticos mais utilizados? Por que?
- b) Qual a duração média dos programas jornalísticos? Quantas matérias, reportagens, flashes e entrevistas por programa jornalístico? Qual a duração média das matérias, reportagens, flashes, entrevistas e transmissões diretas?
- c) Qual a temática dos programas e das matérias, reportagens, flashes, entrevistas e transmissões diretas? Por que?
- d) Há uma preocupação de produzir mais reportagens especiais/atemporais ou são produzidas mais matérias factuais? Qual o destaque conferido a cada um desses produtos jornalísticos? Qual desses tipos tem prioridade de cobertura e produção?
- e) O vídeo principal da primeira página integra que parte da programação da/o *webtv*/telejornal on-line? Pertence a qual programa, a qual gênero e a qual formato? Qual o critério utilizado para a escolha desse vídeo?

¹⁴⁵ Para responder a essas questões, iremos recorrer a todas as fontes de evidências mencionadas anteriormente, ou seja, empregaremos as diversas fontes de forma combinada nas diferentes etapas da investigação, a fim de garantir a correlação das conclusões obtidas com a realidade das experiências de webjornalismo audiovisual universitário estudadas.

f) Qual o destaque conferido a cada um dos gêneros e formatos na página principal da/o *webtv/telejornal on-line*? Quais gêneros e formatos têm prioridade de cobertura e produção?

g) São realizadas transmissões diretas de programas e/ou de eventos? Os eventos transmitidos são previstos ou inesperados? Com que periodicidade são realizadas as transmissões diretas?

h) De que forma a interatividade pode ser verificada nos conteúdos jornalísticos em si, especialmente com relação ao público interno da Universidade? De que forma os alunos da Universidade são representados nos produtos jornalísticos dessa/e *webtv/telejornal on-line*?

i) Há o uso de vinhetas por essa/e *webtv/telejornal on-line*? Com que finalidades e de que forma são empregadas? Quais imagens e recursos de edição são utilizados nessas vinhetas?

j) Há a mescla do jornalismo com outras formas narrativas e de linguagem? Por exemplo, é recorrente a associação do jornalismo com a dramatização nessa/e *webtv/telejornal on-line*?

k) Há a preocupação de adotar uma linguagem mais formal ou mais informal nos produtos jornalísticos dessa/e *webtv/telejornal on-line*? Por que?

l) Há espaços específicos para a experimentação de gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais nessa/e *webtv/telejornal on-line*? Quais? Por que? Que tipo de inovações se promove nesse sentido?

3.3. O processo de produção jornalística da/o *webtv/telejornal on-line*

a) Como ocorre a produção jornalística nessa/e *webtv/telejornal on-line*? As etapas de apuração, produção, edição e circulação são mantidas ou são introduzidas novas etapas?

b) Qual a periodicidade de produção e publicação dos vídeos da/o *webtv/telejornal on-line*?

- c) A/o *webtv*/telejornal on-line mantém sua produção regular no período das férias da Universidade? Em caso negativo, como essa questão é solucionada para que os conteúdos não fiquem desatualizados?
- d) Como ocorre a seleção das pautas? De que formas essas pautas chegam à/ao *webtv*/telejornal on-line?
- e) Como ocorre a seleção das e o contato com as fontes? Quais são essas fontes?
- f) Quem gerencia a equipe (escala)? Quais os critérios utilizados para que determinada equipe realize a cobertura de um acontecimento?
- g) Como é organizada a utilização dos equipamentos de gravação e edição pela equipe da/o *webtv*/telejornal on-line? Essa questão interfere na cobertura jornalística realizada pela/o *webtv*/telejornal on-line?
- h) A/o *webtv*/telejornal on-line dispõe de um estúdio para apresentação dos programas? Os programas são produzidos dentro ou fora do estúdio? Por que?
- i) As transmissões diretas são realizadas dentro ou fora do estúdio? Por que?
- j) Quais recursos da Internet são utilizados para auxiliar na produção dessa/e *webtv*/telejornal on-line?
- k) Os recursos de edição de imagens são utilizados com frequência ou são priorizados os formatos sem edição? Por que? Isso compromete o jornalismo audiovisual produzido por essa/e *webtv*/telejornal on-line?
- l) São utilizados efeitos de imagens e infografias nos vídeos? Como e por que são empregados?
- m) Quais os principais problemas enfrentados para a produção da *webtv*/telejornal on-line?

3.4. O perfil dos profissionais da/o *webtv*/telejornal on-line

- a) Qual a função e/ou participação de coordenadores, estudantes e técnicos em cada uma das etapas de produção da/o *webtv*/telejornal on-line?
- b) Qual é a relação estabelecida entre os coordenadores, estudantes e técnicos para a produção jornalística na *webtv*/telejornal on-line?
- c) Quais novas competências se busca estimular nos estudantes com relação à prática jornalística? Os alunos têm contato com as ferramentas de edição e publicação dos vídeos na Internet? Os estudantes aprendem a lidar com essas ferramentas na/o *webtv*/telejornal on-line ou fora dela/e?
- d) Há a preocupação de integrar teoria e prática na formação dos novos profissionais? Há artigos publicados e/ou pesquisas aplicadas relacionados à atividade da/o *webtv*/telejornal on-line? São realizados debates teóricos, além das atividades práticas?

3.5. Sobre o sistema (banco de dados) adotado pela/o *webtv*/telejornal on-line

- a) Como funciona o sistema de processamento/armazenamento dos vídeos? Esse sistema foi produzido ou não pela própria Universidade? Por que se optou por utilizar esse sistema? Quais as suas vantagens e desvantagens?
- b) Como funciona o sistema de publicação/circulação dos vídeos? Esse sistema foi produzido ou não pela própria Universidade? Por que se optou por utilizar esse sistema? Quais as suas vantagens e desvantagens?
- c) Quais são os sistemas de busca aos conteúdos armazenados (memória)? Como esses conteúdos são disponibilizados nas seções da/o *webtv*/telejornal on-line? Há uma seção específica para os conteúdos armazenados?

- d) São disponibilizadas as datas de publicação dos conteúdos jornalísticos? Por que?
- e) O *layout* das páginas principal e internas é padronizado? Por que?
- f) O vídeo principal abre automaticamente na primeira página da/o *webtv/telejornal* on-line? Isso é intencional ou trata-se de uma particularidade relacionada ao sistema?
- g) Qual é a qualidade da exibição dos vídeos? Quanto tempo, em média, os vídeos demoram a carregar (download)? Há barra de rolagem informando a duração total de cada vídeo? Há interrupções ou pausas durante a exibição? Por que isso ocorre?
- h) Quais as ferramentas empregadas para a interatividade com os públicos externo e interno à Universidade?
- i) Quais as possibilidades de hipertextualidade, especialmente as relativas a links externos ao *site* e à complementação dos vídeos com textos ou fotos?
- j) Há algum controle de acesso (números, locais e horários de acesso) pela equipe da/o *webtv/telejornal* on-line?

4. Guia para o relatório do estudo de caso

O relatório do estudo de caso seguirá o segundo modelo dos quatro tipos propostos por Yin (2005, pp.177-179): uma versão de casos múltiplos, baseada no clássico estudo de caso único. De acordo com esse modelo, o relatório deve ser composto por diversas narrativas – ou seja, não deve partir da estrutura de perguntas e respostas – geralmente apresentadas em capítulos separados sobre cada um dos casos individualmente. Também deverá constar no relatório uma seção que apresente a análise e os resultados dos casos cruzados.

É importante destacar que os dados separados de cada estudo de caso serão apresentados na dissertação enquanto apêndices, uma vez que, no corpo da pesquisa, os estudos de caso serão aplicados na ilustração de argumentos, na demonstração da validade ou na refutação de hipóteses propostas pela própria pesquisadora ou por outros

trabalhos, e não como seções ou capítulos separados. Desse modo, utilizaremos mais os dados cruzados do que os individuais de cada objeto no corpo da dissertação.

Cabe mencionar também que a escolha de uma das quatro alternativas de modelo de relatório nesse projeto, embora seja essencial, não é algo inquestionável durante a realização da pesquisa. Em outras palavras: sempre será possível que essa escolha inicial seja alterada, pois podem surgir condições adversas, de modo que outro modelo se revele mais adequado do que o adotado originalmente.

No relatório do estudo de caso proposto, pretendemos, ainda, incluir a transcrição de todas as entrevistas realizadas, assim como os números absolutos e os percentuais obtidos através dos questionários aplicados. Esses dados numéricos serão sistematizados em gráficos sobre cada uma das experiências acadêmicas estudadas e em gráficos comparativos das três iniciativas.

É provável que cada capítulo do relatório do estudo de caso seja dividido em três seções que avaliem: as experimentações com os gêneros e formatos jornalísticos audiovisuais; as inovações no processo de produção jornalística; e a formação de profissionais com novas competências nas três experiências de webjornalismo audiovisual universitário analisadas. Mas, essa questão deve ser aprofundada mais adiante, quando forem estabelecidas as categorias de análise e realizada a última análise antes da pesquisa de campo, atividades previstas para julho de 2010. Por fim, vale evidenciar o público-alvo desse estudo de caso: o meio acadêmico como um todo e especialmente a banca examinadora da dissertação, assim como as instituições vinculadas diretamente a essa pesquisa – a Universidade Federal de Santa Catarina e a Capes.

APÊNDICE 2 – MODELO DE QUESTIONÁRIO

Caros professores, técnicos e estudantes,

Mestranda em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina, Bolsista de Mestrado da Capes e membro do Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (LAPJOR) – <http://www.lapjor.cce.ufsc.br>, desenvolvo no momento pesquisa para minha dissertação de Mestrado sobre as características e especificidades do webjornalismo audiovisual universitário. A metodologia de pesquisa consiste na observação sistemática das experiências acadêmicas escolhidas como estudos de caso e entrevistas com seus coordenadores, técnicos e estudantes. Todos os dados são confidenciais, com a garantia de anonimato das identidades dos profissionais. Antecipadamente agradeço pela colaboração de todos.

Atenciosamente,

Juliana Teixeira

julianafernandesrj@yahoo.com.br

1. Idade

17 a 24 anos 25 a 30 anos 31 a 40 anos Mais de 40 anos

2. Vínculo formal com a Universidade

professor efetivo professor contratado
 funcionário efetivo funcionário contratado
 estudante sem bolsa estudante com bolsa
 outro

3. Anos de vínculo com a Universidade

menos de 1 ano 1 ano 2 anos 3 anos
 4 anos 5 a 10 anos 10 a 20 anos Mais de 20 anos

4. Formação profissional

Jornalismo Rádio e TV
 Relações Públicas Informática
 Outra. Especifique: _____

5. Anos de atividades profissionais com jornalismo

- menos de 1 ano 1 ano 2 anos 3 anos
 4 anos 5 a 10 anos 10 a 20 anos Mais de 20 anos

6. Nível Salarial Mensal

- R\$ 360 (Bolsa de Iniciação Científica) R\$ 500 a R\$ 1.000
 R\$ 1.000 a R\$ 2.000 R\$ 2.000 a R\$ 4.000
 Acima de R\$ 4.000

7. Qual(is) função(ões) desempenha no processo de produção?

- coordenador pauteiro apurador produtor
 repórter apresentador cinegrafista editor de imagens
 editor de conteúdo das notícias editor do *site*
 Outra. Qual? _____

8. Você considera jornalismo o que faz nesse projeto acadêmico?

- Sim Não

9. Você trabalha profissionalmente para outros meios (impresso, on-line, rádio, televisão), além do projeto?

- Sim, para um
 Sim, para mais de um
 Não

10. Qual a principal diferença que você apontaria do jornalismo universitário para estes outros meios?

R: _____

11. Quanto tempo você acredita que um profissional necessita para se adaptar ao webjornalismo audiovisual?

- Menos de um mês
 De 1 a 2 meses
 Mais de 2 meses

12. Você dedica quanto tempo diário ao projeto?

- Menos de 4 horas
 5 a 8 horas
 Mais de 8 horas

13. Qual o seu período de trabalho?

Manhã

Tarde

Noite

14. Há interferência da reitoria da Universidade ou da diretoria da Faculdade nos conteúdos produzidos pelo projeto?

Sim Não

15. Quantos setores da Universidade estão envolvidos na produção do projeto?

Mais de três Três Dois Um

16. O projeto é focado em algum tema específico?

Sim. Qual? _____ Não

17. Em caso afirmativo, há espaço para vídeos que não sejam diretamente vinculados a esse tema?

Sim Não

18. Numa escala de 1 a 6 (6 o mais importante, 1 o menos), numere de acordo com a importância de onde você costuma retirar as pautas.

Assessoria de Comunicação

De seu trabalho como jornalista em outro meio

Navegando em outras páginas da Internet

De grupos de discussão e comunidades virtuais

De banco de dados da Universidade

De conversas com fontes

Outra. Qual? _____

19. Quantas fontes você costuma ouvir antes de produzir um vídeo?

Mais de duas

Duas

Uma

Nenhuma

20. Na maioria dos casos, como você se comunica com elas?

- Pela Internet
- Por telefone
- Pessoalmente

21. A qual gênero você consideraria que pertence a maioria dos seus vídeos?

- Informativo
- Opinativo
- Outros

22. A quais formatos você consideraria que pertencem a maioria dos seus vídeos? (Marcar até três opções)

- Telejornal
- Flash
- Nota coberta (apresentador)
- Nota simples ou pelada (apresentador)
- Matéria ou VT
- Reportagem
- Entrevista como programa autônomo
- Enquete
- Debate
- Comentário
- Informativo temático
- Especiais
- Outros. Quais? _____

23. Você realiza pesquisas acadêmicas vinculadas à atividade desempenhada no projeto?

- Sim Não

24. De quais equipamentos o projeto dispõe (para uso exclusivo dos seus membros)?

- Computador Câmera de vídeo Spots de iluminação Televisão Telefone

25. Você tem contato direto com a ferramenta de processamento e armazenamento de vídeos do projeto?

- Sim Não

26. Em caso afirmativo, você já tinha familiaridade com essa ferramenta antes de ingressar no projeto?

Sim Não

27. Você domina as linguagens especializadas de edição de vídeo?

Sim Não

28. Em caso negativo, tem interesse em aprendê-los?

Sim Não

Por quê?

29. Você domina as linguagens especializadas de programação?

Sim Não

30. Em caso negativo, tem interesse em aprendê-los?

Sim Não

Por quê?

APÊNDICE 3 – MODELOS DE ENTREVISTAS

➤ **Entrevista com os coordenadores/professores**

1. Qual o seu vínculo formal com a Universidade: é professor efetivo ou contratado? Qual a sua formação profissional? Quanto tempo de vínculo com a Universidade? Quantos anos de atividades profissionais com o jornalismo?
2. Como surgiu esse projeto acadêmico? Por quais fases passou o seu desenvolvimento? De alguma forma essas fases se relacionam com as três fases de desenvolvimento do webjornalismo?
3. Como ocorre a produção jornalística? As etapas de apuração, produção, edição e circulação são mantidas ou são introduzidas novas etapas?
4. Como funciona o sistema de processamento/ armazenamento dos vídeos (bancos de dados)? Por que se optou por utilizar esse sistema? Quais as suas vantagens e desvantagens?
5. Quais gêneros e formatos jornalísticos são utilizados? Que tipo de inovações se promove nesse sentido?
6. Quais novas competências o senhor busca estimular nos estudantes? Há a preocupação de integrar teoria e prática na formação desses novos profissionais?
7. Como esse projeto se insere nos objetivos de ensino da Universidade? Em que medida se relaciona com os planos de ensino das disciplinas do curso de Jornalismo? Seria possível que eu tivesse acesso a esses planos de ensino?
8. Quais inovações e experimentações jornalísticas são realizadas por esse projeto? O senhor o considera como um laboratório? São realizadas pesquisas aplicadas?
9. Quais os principais problemas enfrentados para a produção do webjornalismo audiovisual universitário?

10. Qual é o público-alvo desse projeto? Qual é o público que efetivamente acessa o *site*? Como é realizada essa verificação do público – há um sistema específico para isso? É uma verificação quantitativa ou qualitativa? Quem é o responsável por levantar e avaliar esses dados? Esses dados são utilizados para pensar os produtos jornalísticos desse projeto?

➤ **Entrevista com os estudantes**

1. Você possui bolsa? Que tipo de bolsa? A sua bolsa é vinculada à qual instituição? A qual curso você está vinculado? Quanto tempo de vínculo com a Universidade? Já possui experiência profissional no jornalismo? Quanto tempo?

2. Por que você resolveu participar desse projeto acadêmico? Como ocorreu o seu ingresso? Em que fase de desenvolvimento encontrava-se esse projeto quando você ingressou?

3. Qual a sua participação na produção jornalística? As etapas tradicionais (apuração, produção, edição e circulação) são mantidas ou você acredita que o processo de produção ocorre de uma nova forma? Qual?

4. Qual a sua familiaridade com as ferramentas digitais para edição de vídeos e para publicação na web utilizadas pelo projeto? Essa habilidade foi adquirida antes ou depois do ingresso no projeto? De que forma?

5. Quais gêneros e formatos jornalísticos você mais produz? Procura inovar ou não nesse sentido? Como?

6. Que novas competências esse projeto oferece para a sua formação enquanto jornalista? E enquanto pesquisador?

7. Quais inovações e experimentações jornalísticas são realizadas por esse projeto? Você o considera como um laboratório? Você participa de pesquisas aplicadas? Como?

8. Quais os principais problemas enfrentados para a produção do webjornalismo audiovisual universitário?

➤ **Entrevista com os técnicos e/ou funcionários**

1. Qual o seu vínculo formal com a Universidade: é funcionário efetivo ou contratado? Qual a sua formação profissional? Quanto tempo de vínculo com a Universidade? Quantos anos de atividades profissionais com o jornalismo e com a sua área específica?
2. Por que e de que forma ocorreu o seu ingresso nesse projeto? Em que fase de desenvolvimento encontrava-se esse projeto quando o senhor ingressou?
3. Qual a sua participação nas etapas de produção jornalística (apuração, produção, edição e circulação)? Há alguma nova função que o senhor desempenha dentro dessas etapas ou até mesmo uma nova etapa?
4. Qual a sua relação com os estudantes e com o coordenador do projeto? O senhor participa do processo de ensino-aprendizagem ou está mais focado no apoio técnico?
5. Qual é a “carga horária” dedicada ao projeto? É sua única atividade enquanto funcionário?
6. Qual a sua familiaridade com as ferramentas digitais para edição de vídeos e para publicação na web utilizadas pelo projeto? Essa habilidade foi adquirida antes ou depois do ingresso no projeto? De que forma? É sua função ensinar os estudantes a lidar com essas ferramentas digitais ou o senhor apenas as emprega nos produtos jornalísticos desse projeto?
7. Quais inovações e experimentações jornalísticas são realizadas por esse projeto? Você o considera como um laboratório?
8. Quais os principais problemas enfrentados para a produção do webjornalismo audiovisual universitário?

APÊNDICE 4 – ENTREVISTA COM MÔNICA MIRANDA, DIRETORA DA TV UVA¹⁴⁶

1. Qual o seu vínculo formal com a Universidade: é professora efetiva ou contratada? Qual a sua formação profissional? Quanto tempo de vínculo com a Universidade? Quantos anos de atividades profissionais com o jornalismo?

MM – Sou a única professora da equipe. Temos uma equipe pequena. Eu sou a diretora da webtv e também dos programas que a UVA produz para o canal universitário, pois a Universidade funciona como uma das 13 produtoras de conteúdo (universitárias e instituições de ensino) para o canal universitário.

Estou na UVA desde 1999. No começo, era funcionária – coordenadora do Centro de Multimídia. Antes disso, trabalhei 15 anos na TV aberta. Fiquei nove anos na Manchete e depois fui para a Rede TV, onde estava quando fui convidada para implantar a TV universitária da Veiga. A UVA foi minha primeira universidade. Em 2006, comecei a dar aulas teóricas, como consequência da minha entrada para coordenar a TV universitária.

2. Como surgiu esse projeto acadêmico? Por quais fases passou o seu desenvolvimento? De alguma forma essas fases se relacionam com as três fases de desenvolvimento do webjornalismo?

MM – Demorei cerca de um ano e meio para conceber o projeto da webtv. Partiu do projeto RTVeiga (R de rádio; e T de televisão), um projeto para escoar os vídeos dos alunos em sala de aula que não eram colocados no canal universitário (por causa da baixa qualidade de áudio, por exemplo). Daí, surgiu a visão de que havia necessidade de uma webtv. Foi a partir disso que a webtv começou a ganhar forma. Começamos a fazer estudos de programação, links etc.

¹⁴⁶ Entrevista realizada em dois dias diferentes: uma em 18 e outra em 21 de outubro de 2010, primeiro e quarto dias da pesquisa de campo na TV UVA. Esta entrevista, assim as realizadas com os coordenadores dos demais projetos acadêmicos, foi editada, a fim de que as respostas contemplassem as questões apresentadas no modelo, facilitando, por conseguinte, as comparações com as outras entrevistas. Ou seja, não necessariamente as informações foram obtidas dessa forma mais “linear”, até porque muitas das entrevistas foram feitas de maneira informal.

Essa primeira fase foi mais embrionária. Não tinha certeza de nada. Vendi a ideia para o reitor, que aprovou e comprou. Depois, tive que provar que daria certo. A UERJ foi pioneira, mas era muito focada no telejornalismo e nos temas da universidade. Eu queria fazer diferente. Queria, por exemplo, um projeto interdisciplinar, reunindo todas as graduações da UVA em uma única mídia. Por exemplo, o programa Letras e ETC é produzido em conjunto com a Letras, e também envolve diferentes áreas.

A webtv entrou no ar em 11 de agosto de 2008. Em 2007, teve uma fase mais experimental. Chegou a entrar no ar, mas para ajustes. Nesse período, por exemplo, vimos a necessidade de ampliar a tela de exibição. Fizemos pedido de ajustes para a Informática. Gastamos bastante tempo de “idas e vindas” com a Informática. Em 2008, entramos definitivamente no ar. Sabíamos que a partir do momento que colocássemos no ar, não poderíamos voltar atrás. A engrenagem tinha que funcionar. A ideia era haver um mínimo de uma atualização semanal, pois não tinha como ser diário. Também não tinha como medir audiência: o feedback era a aceitação dos alunos.

Em 2009 (aniversário de um ano), resolvemos fazer o ao vivo. Para isso, aproveitamos ícone do Tweetcam. As transmissões eram uma vez por semana, às sextas-feiras, às 16h. A ideia era fazer um Boletim Informativo com as principais notícias da semana. A Shirley preparava o roteiro. Havia um entrevistado para o principal assunto da semana (geralmente, professores da UVA). Com o aumento dos acessos, o link/conexão começou a cair; por isso, resolvemos retirar do ar e dar início à uma grande reformulação do site.

Nessa atual reformulação, pretendemos dar um passo maior para gerar interatividade e transmissão ao vivo (talvez diária, dependendo do investimento). Isso irá gerar muito mais trabalho para os profissionais. Até porque, trabalhar com alunos de primeiro período é gratificante, mas trabalhoso. Além disso, depois que lapida, ele vai para o mercado. A webtv torna-se uma espécie de centro de treinamento. Há, inclusive, pessoas do mercado que me ligam para pedir estagiários. Costumamos realizar workshops, com conhecimentos para apresentação, produção etc, para que o aluno esteja preparado para “colocar o rosto” no ar.

3. Como ocorre a produção jornalística? As etapas de apuração, produção, edição e circulação são mantidas ou são introduzidas novas etapas?

MM – O Anderson Barreto é o produtor da web. O Sandro é o webdesigner, que está fazendo modificações no site para gerar interatividade. A câmera e a iluminação têm uma equipe de profissionais, que atende a gravação dos programas. Mas, também tem o Rafael (às segundas e quartas-feiras de manhã), que é nosso monitor de cinegrafia. Nosso pico de trabalho é entre 13h30 e 19h. Temos a mesma equipe para diferentes atividades: 1) alunos na parte prática de Comunicação; 2) programas da TV universitária; 3) programas da webtv. Buscamos sempre reconhecer o trabalho dos alunos. Tanto que os alunos Eduardo e Juliana foram premiados, como uma forma de reconhecimento interno.

Na reunião de pauta são definidos os temas e quais programas serão produzidos. Procuramos manter uma média de três novos programas por semana. Mas, tem que ser flexível porque se trata de alunos. A nossa newsletter (mala-direta) reúne todas as atualizações daquela semana. A webtv também direciona para o Blog, que é atualizado diariamente. Se o vídeo do dia não vai para o ar, o aluno produz nota para o blog. Tudo que é produzido para a TV universitária vai para a webtv. Quando é muito bom, vai completo, mas dividido em partes. Mas também há casos em que fazemos uma versão compactada. Sempre recebo uma agenda das atualizações previstas para a semana, mas elas podem ser “adiantadas” ou “atrasadas” de acordo com o processo de edição de cada programa. A única preocupação é que a mesma pessoa que gravou, edite o material. Afinal, só você tem visão do que gravou para editar melhor. Aqui, o jornalista cumpre as três etapas: produção, gravação e edição. Não há nenhuma etapa nova.

4. Como funciona o sistema de processamento/ armazenamento dos vídeos (bancos de dados)? Por que se optou por utilizar esse sistema? Quais as suas vantagens e desvantagens?

MM – A Comunicação é responsável pela geração de conteúdos, mas precisa de apoio da Informática. Hoje, usamos FTP. Mas, parece que o Sandro quer mudar para Wordpress, pois é mais fácil de atualizar.

Além da página da TV UVA, temos a página do Youtube. No Youtube, abastecemos tanto a da TV UVA quanto da UVA (geral). Uma empresa de Marketing contratada pela Universidade pediu para que colocássemos os vídeos da webtv no Youtube da UVA para alavancar essa página mais geral. Em compensação, a página principal da webtv passou a ter mais acessos porque havia o link na página principal da UVA. Hoje, o suporte principal é o servidor da UVA, administrado pelo Departamento de Informática. Mas, estamos em busca de alternativas.

5. Quais gêneros e formatos jornalísticos são utilizados? Que tipo de inovações se promove nesse sentido?

MM – Na webtv, só temos alunos. Essencialmente, são programas didáticos. Não quero o estilo MTV, mas prefiro o estilo do Canal Futura. No começo, os alunos acham esse caráter mais didático chato, mas, depois, passam a ver que pode ser feito de modo inteligente, com uma visão empreendedora. A maioria dos programas é dramatizado. Buscamos fazer a introdução do tema através da encenação de situações cotidianas vivenciadas pelos alunos. Apenas depois entra uma espécie de “aula” (a parte mais explicativa do vídeo). Buscamos também realizar uma edição dinâmica, com efeitos gráficos. Tentamos resgatar uma linguagem mais jovem na edição, mas sempre mudando a cabeça do aluno sobre os programas didáticos.

Algumas pessoas têm ideia errada do que é ser programa educativo. A definição de vídeo educativo envolve uma extensa gama de detalhes mais específicos. Por exemplo: precisa ter apoio de pedagogos, psicólogos etc. No programa Letras e ETC procuramos sempre pedir o auxílio a professores de Português, que dão orientações; apenas a partir daí, construímos o roteiro. Ou seja, temos uma equipe para dar suporte. Fazemos um processo de pesquisa com os coordenadores dos cursos para mostrar o que tem de melhor. Por exemplo: “Vivenciando” era um projeto que já existia e resolvemos “mostrar” para todos os alunos, inclusive de fora da UVA.

Nunca dizemos “venha para a UVA”, mas esclarecemos sobre os assuntos de dentro da UVA. É “uma espécie de mensagem subliminar”. Tentamos não ser institucionais, porque senão fica chato. Se estamos fazendo um bom produto, que é feito pelos alunos da UVA, há automaticamente a associação de ideias. “Uma espécie de mensagem subliminar mesmo”. Essa foi uma decisão do Departamento para ser

diferente das outras webtvs (que só focam em palestras, ações do reitor etc). Antes, de implantar a TV UVA visitamos muitos sites para saber o que não queríamos fazer. Já temos o ideal do que queremos ser, embora ainda não sejamos. Pelo menos, já temos essa clareza. Por exemplo: sabemos que uma webtv sempre deve ter programação, uma estrutura de programas.

Com relação ao jornalismo em si, temos mais no TV UVA Notícias. O “Abrindo o Jogo”, que se aproxima de um minidocumentário, também é totalmente jornalístico. De qualquer forma, todos os vídeos têm foco jornalístico porque buscam passar informação. Buscam passar informação através de um tema, portanto são jornalísticos. Além disso, todo o processo segue o roteiro jornalístico. Mas, a preocupação é educativa; o foco do educativo é a encenação para não ficar chato. O hibridismo de gêneros não veio com a web, porque já existia no Futura. O formato específico da TV UVA veio da minha cabeça para criar diferencial mesmo, com base, é claro, em um processo intenso de pesquisa para buscar algo diferente. Buscamos criar programas educativos com linguagem mais informal. Os alunos querem “matar” o Tio Hypo, até porque é muito trabalhoso. Mas, eu não quero, embora veja que é preciso aprimorar a ideia. Essa é uma forma lúdica, engraçada, descontraída de abordar assuntos chatos. Por exemplo: o H1N1 é abordado da mesma forma na Globo, Band etc. Na webtv, busco abordar de forma diferente temas já batidos.

Sempre há maneiras diferentes de abordar, basta ter criatividade para entrar no tema de forma diferente. Mas, todo projeto que quer ser diferente encontra barreiras. Quero mudar a cabeça dos alunos que passam a querer ser diferentes da Fátima Bernardes e do Bonner. Tento gerar alternativas de empregos e renda para os próprios alunos. Essas alternativas podem mudar a TV brasileira, que hoje só tem violência. No jornalismo, falta criatividade; é muito repetitivo e sensacionalista; não se preocupa em mudar o formato. Fazer dessa forma padrão é mais fácil, porque você não pensa. Nas grandes redes que trabalhei tinha um manual para saber como fazer cada programa. Uma vez, tive que ler o livro “Como influenciar pessoas” para saber como manipular os entrevistados. Diante disso, comecei a questionar o jornalismo. Se na década de 90 já estava assim, imagine no futuro? O educativo é uma forma de tentar resgatar o conteúdo atualmente.

6. Quais novas competências a senhora busca estimular nos estudantes? Há a preocupação de integrar teoria e prática na formação desses novos profissionais?

MM – Procuro que os alunos aprendam a lidar com múltiplas tarefas, com várias tarefas ao mesmo tempo. Em uma webtv, como a equipe é reduzida, sempre há acúmulo de trabalho de duas ou três pessoas, com isso, a mesma pessoa tem que fazer diversas coisas diferentes. Isso não significa desempenhar a função do outro, mas ter noção do que o outro faz. Participar, ou melhor, saber todo o processo, desempenhando várias funções (tendo o potencial de produzir, editar, escrever para o blog, fazer upload dos vídeos na web etc). Também há um estímulo do senso de responsabilidade. Os alunos devem saber que tudo tem prazo. Priorizamos a parte mais prática. A teoria, recebem em sala de aula, muitas vezes comigo mesma. Na webtv, colocam em prática o que aprendem na teoria (em sala).

7. Como esse projeto se insere nos objetivos de ensino da Universidade? Em que medida se relaciona com os planos de ensino das disciplinas do curso de Jornalismo? Seria possível que eu tivesse acesso a esses planos de ensino?

MM – Há, sim, uma relação com plano de ensino da UVA. Em 2006, a grade de comunicação foi modificada. O reitor quis inserir novas tecnologias e matérias mais práticas. Essas mudanças tinham como um dos objetivos adaptar a UVA às transformações do mercado e da sociedade (web globalização etc). Mas, um dos maiores objetivos era “reter alunos”. Para isso, teria que fazer com que alunos tivessem parte prática, não só jornal e revista, mas também webtv, inserindo novas tecnologias. Na verdade, “somos um braço do curso de Comunicação Social”, “não trabalhamos à parte, mas em conjunto”.

8. Quais inovações e experimentações jornalísticas são realizadas por esse projeto? A senhora o considera como um laboratório? São realizadas pesquisas aplicadas?

MM – O cunho didático: esse é nosso diferencial. “Luto com alunos por isso, o que gera guerra constante”. Mas, todos os programas buscam ter

foco didático. Talvez, no futuro, até seja laboratório de pesquisa aplicada, mas hoje não é.

9. Quais os principais problemas enfrentados para a produção do webjornalismo audiovisual universitário?

MM – Acho que deveria haver uma grade curricular mais articulada com a webtv. Se fosse obrigatório para alunos (com notas) se conseguiria uma rotina de produção, gravação etc. Um segundo problema seria o comprometimento dos alunos. Como não trabalhamos com profissionais, não temos uma equipe coesa. Como não tem nota, alunos não fazem; em época de prova, abandonam tudo. Hoje, tento estimular que professores peçam trabalhos que possam ser publicados na webtv. Nos trabalhos de sua disciplina, busco fazer isso. Mas não são todos os professores que fazem isso. Falta criar “cultura” de produção de conteúdos para webtv. Os professores ainda não sabem como fazer isso, porque é muito novo. Não sabem ainda como produzir conteúdos para web.

10. Qual é o público-alvo desse projeto? Qual é o público que efetivamente acessa o site? Como é realizada essa verificação do público – há um sistema específico para isso? É uma verificação quantitativa ou qualitativa? Quem é o responsável por levantar e avaliar esses dados? Esses dados são utilizados para pensar os produtos jornalísticos desse projeto?

MM – Na web, o público é mais jovem, mas tem todas as idades. Usamos o Google Analytics para aferição de público, que ainda é precária.

Atualmente, estamos questionando nosso público-alvo. Achávamos que eram só estudantes. Mas, vimos que há muitos acadêmicos que assistem também; o que, para mim, foi uma surpresa. Por isso, temos divulgado o “Letras e ETC” para os professores de Letras. O trabalho atual é para pegar cada vez mais esse público acadêmico, com a divulgação para coordenadores dos cursos. Estamos pensando programas com base nesse público-alvo (estudantes + acadêmicos).

APÊNDICE 5 – ENTREVISTA COM FÁBIO MÁRIO IÓRIO, COORDENADOR INTERINO DA TV UERJ¹⁴⁷

1. Qual o seu vínculo formal com a Universidade: é professor efetivo ou contratado? Qual a sua formação profissional? Quanto tempo de vínculo com a Universidade? Quantos anos de atividades profissionais com o jornalismo?

FMI – Sou Chefe do Departamento de Jornalismo e estou acumulando a função de coordenador da TV UERJ para que o projeto não fique sem coodenador. Minha formação é em Cinema e Jornalismo.

Atualmente, estamos procurando novo coordenador, pois eu estou como temporário. Quero, para novo coordenador, um profissional de TV. Um outro professor, através da Faperj, conseguiu novos equipamentos para o Laboratório. O Robson [Carlos de Souza] já levantou o que é preciso para modernizar o Laboratório. Também pedimos outro jornalista, para ficar na parte da tarde, já que o Robson só fica até às 15h. Queremos, ainda, contratar técnicos para o Laboratório. A previsão é realizar essas mudanças até março de 2011. A TV UERJ é um projeto pioneiro que os alunos mantiveram vivo. Com a modernização do laboratório, nova coordenação, e novos técnicos e jornalistas, queremos gerar um aprimoramento do aprendizado dos alunos. É um projeto muito importante para a Universidade, que vai ter prosseguimento e receber mais recursos para se desenvolver.

6. Quais novas competências o senhor busca estimular nos estudantes? Há a preocupação de integrar teoria e prática na formação desses novos profissionais?

FMI – Sou a favor do estágio interno, para que os alunos se fixem na faculdade. O estágio externo, na verdade, se torna um subemprego, tirando o aluno da convivência acadêmica. O estágio interno, por outro lado, pensa a práxis de forma mais crítica que o trabalho no mercado. No mercado, não se discute o processo produtivo. Por exemplo: os alunos da TV UERJ puderam trazer candidatos a governador e a deputados federais nas últimas eleições. Ou seja, não tem o atrelamento ideológico da grande mídia. Depois do segundo turno, querem trazer

¹⁴⁷ Entrevista realizada em 25 de outubro de 2010, primeiro dia da pesquisa de campo na TV UERJ.

professora da Faculdade de Comunicação Social da UERJ para falar da relação entre mídia e política. O estágio interno é rico, porque os alunos podem tirar suas dúvidas. O estágio externo não tem espaço de discussão; não tem liberdade para criar nova proposta. É verdade que bolsa interna é pequena, mas carga horária é menor. As próprias diretrizes curriculares são a favor do estágio interno. Estamos elaborando uma mudança curricular, a partir da qual, desde o primeiro período, haverá a disciplina “Práticas jornalísticas” (do primeiro ao sexto período). Com isso, o aluno vai percorrer todos os períodos com práticas laboratoriais, além da parte teórica.

Acho que, além da noção de convergência das plataformas digitais, deve-se estimular os alunos a pensar novos públicos, processos, produtos. Há diferenças entre tecnologias e novos meios. Ainda persiste a necessidade de uma formação comum, pois os princípios do Jornalismo e da Comunicação Social continuam sendo fundamentais, embora as novas tecnologias também sejam importantes.

8. Quais inovações e experimentações jornalísticas são realizadas por esse projeto? O senhor o considera como um laboratório? São realizadas pesquisas aplicadas?

FMI – Quando foi criada, a ideia de uma webtv era original; tanto que, hoje, todos praticam. A inovação está na própria integração entre TV e web, o que traz como consequências: menores custos; mais agilidade de produção e publicação; know-how que passa para alunos. A ideia é levar o aluno de Jornalismo para as plataformas dominantes, mas os fundamentos são os mesmos. É preciso saber aproveitar as novas possibilidades das tecnologias. Hoje, crescem cada vez mais o processo digital e a virtualização da cultura. A webtv representa bem isso. Portanto, é preciso inserir o aluno nas mudanças virtuais e digitais; dar responsabilidade ao aluno para lidar com o virtual e o digital. Talvez a TV universitária seja menos assistida que a webtv, gerando um senso de responsabilidade com a informação por parte dos alunos.

Além disso, hoje, não há barreira financeira ou material tão grande que não possa ser ultrapassada. A universidade pública tem verbas limitadas e muitas dificuldades. Os alunos sabem lidar com criatividade diante disso. A web ajuda nesse sentido, pois tem estrutura tão simplificada, que qualquer solução simples resolve. A tecnologia digital oferece equipamentos mais simples e baratos. E além de mais baratos, geram

maior repercussão, visibilidade. Por exemplo: as câmeras portáteis têm favorecido muito esses experimentos laboratoriais.

Porém, é importante deixar claro que uma webtv universitária deve acompanhar o mercado apenas na técnica. Mas, linha editorial, exercícios, práticas etc, devem ser diferenciados.

*9. Quais os principais problemas enfrentados para a produção do webjornalismo audiovisual universitário?*¹⁴⁸

FMI – O primeiro e principal problema é a verba. O segundo problema foi o cansaço do coordenador, que ficou desmotivado e queria ver novidades. Com isso, a coordenação ficou desgastada. Estamos procurando novo coordenador para ter nova dinâmica. Chega-se a um limite em que é preciso renovar. Temos que mudar a estrutura, já que o desgaste tecnológico tirou ímpeto do coordenador. Mas, alunos não deixaram o projeto cair (continuaram com o projeto). A TV UERJ faz parte do Laboratório de TV e Vídeo, que tem outros projetos. É verdade que a TV UERJ “puxou” o desenvolvimento do Laboratório, mas agora há outros projetos que podem ser desenvolvidos.

¹⁴⁸ O prof. Iório não se achava apto para responder às questões mais específicas sobre a TV UERJ. Por isso, me aconselhou aplicar as perguntas ao ex-coordenador do projeto, prof. Antônio Brasil, responsável pela televisão universitária on-line desde a sua criação.

APÊNDICE 6 – ENTREVISTA COM ANTÔNIO BRASIL, EX-COORDENADOR DA TV UERJ¹⁴⁹

1. Qual o seu vínculo formal com a Universidade: é professor efetivo ou contratado? Qual a sua formação profissional? Quanto tempo de vínculo com a Universidade? Quantos anos de atividades profissionais com o jornalismo?

AB – Tenho Graduação em Jornalismo, Mestrado em Antropologia e Doutorado em Ciências da Informação. Com relação à atividade profissional, atuei por 35 anos, mas ainda escrevo algumas coisas. Na UERJ, estou desde 1994, portanto, há 16 anos.

2. Como surgiu esse projeto acadêmico? Por quais fases passou o seu desenvolvimento? De alguma forma essas fases se relacionam com as três fases de desenvolvimento do webjornalismo?

AB – A webtv veio da carência de ferramentas de ensino de telejornalismo. Como ensinar TV sem ter TV? Se é Jornalismo de televisão, deveria ter veículo para mostrar sua produção e criar rotina de trabalho. O grande problema não é ensinar teoria, mas a prática de Jornalismo em uma Universidade que não tem veículo onde se possa criar esse conteúdo e ter rotina. Com a TV UERJ, em vez de um telejornal por semestre, se passou a produzir um telejornal todos os dias. Não é só fazer TV, mas também é fazer ao vivo. Até porque o telejornal é essencialmente ao vivo; deve ser feito regularmente ao vivo. Testamos isso no poste (na praça de alimentação) e na TV a cabo (não houve interesse nisso; poucas TVs universitárias brasileiras fazem telejornal ao vivo). A possibilidade da web veio, então, a calhar com os objetivos da TV UERJ On-line. Hoje, uma webtv universitária para ensino é algo corriqueiro. Já é ferramenta de ensino consolidada.

Acredito que as fases do webjornalismo audiovisual devem focar menos na parte visual (de layout) e focar mais em aspectos como: treinamento; visibilidade e críticas; evolução da proposta etc. “Mais do que fases, devemos falar em feitos”. Sugiro que você entreviste alunos das fases passadas do projeto. Já fizemos, há dez anos atrás, uma parceria com o Observatório da Imprensa para interação via webcam no final do

¹⁴⁹ Entrevista realizada em dois dias diferentes: uma em 8 de outubro e outra em 3 de novembro de 2010, portanto, antes e após a pesquisa de campo na TV UERJ.

programa: os alunos faziam perguntas pela web sobre o programa. A Ludmila Curi é um exemplo. Foi a primeira bolsista da TV UERJ no Observatório da Imprensa e atualmente é repórter multimídia do jornal O Globo. Sua experiência multimídia foi avaliada como positiva pelo jornal. Outra ex-aluna da TV UERJ participou da cobertura das Olimpíadas em Pequim. Em uma parceria com a CNN, os alunos já produziram matérias sob orientação dos editores da CNN. Com tudo isso, fazem um treinamento intensivo, o que os ajuda muito no momento de conseguir um emprego. Por exemplo: as provas da TV Globo são mais fáceis porque os alunos têm familiaridade com estúdio por fazerem isso diariamente.

Muitos alunos já passaram pelo projeto. Já participamos da formação de diversas gerações de profissionais. Com isso, o projeto também já teve diferentes perfis devido a essas mudanças. Além disso, o projeto oferece oportunidades não só para alunos, mas também para aprimoramento do professor: o que me “abriu portas” para ir estudar nos EUA foi o meu trabalho na TV UERJ.

Sempre fui ligado à inovação relacionada à prática e ao ensino de jornalismo. A TV UERJ deixou de representar esse desafio, pois as webtvs já são um fenômeno disseminado. Hoje, tenho realizado pesquisas na área de realidade virtual, com relação ao desenvolvimento de games para ensino.

Atualmente, o projeto passa por sua pior fase, o que irá exigir que, nos próximos meses, passe por uma reformulação total. Está com muitos problemas técnicos e políticos. Pode ser até que se vincule à direção.

3. Como ocorre a produção jornalística? As etapas de apuração, produção, edição e circulação são mantidas ou são introduzidas novas etapas?

AB – Hoje, a TV UERJ funciona “por conta própria”; não precisa de um coordenador diretamente, apesar das dificuldades, como, por exemplo, o roubo de equipamentos. Os alunos têm liberdade, por vezes até “excessiva”, para definir os rumos do projeto. Talvez, essa seja a grande razão da sua sobrevivência: ninguém quer deixar projeto morrer. Os alunos têm uma ligação afetiva, mais do que institucional e pedagógica e, por isso, não querem deixar que o projeto morra na sua mão.

O coordenador tem apenas função de supervisão dos conteúdos dos alunos. Sempre falava para os alunos: “Nós não podemos errar”. Se

atentássemos contra a sociedade, teríamos que sair do ar. Os alunos têm autonomia para decidir o que entra. Isso é oriundo também da tradição passada de aluno para aluno. Nunca houve intervenção direta do coordenador sobre o conteúdo. Busco ensinar o aluno a “decidir”, o que confere ainda mais o caráter de um projeto de alunos. O editor-chefe é decidido pelos alunos, assim como os novos membros. São os alunos quem escolhem os novos bolsistas que entram no projeto, porque, no dia a dia, não é o coordenador que ensina os novatos, mas os próprios alunos (mais antigos). O coordenador é quase como uma “bússola”: os alunos consultam apenas quando precisam e ela só aponta o caminho. Essa estrutura é atípica, porque, geralmente as webtvs universitárias obedecem à coordenação e à instituição. Mas, a essência do jornalista é querer liberdade e a Universidade deveria ser lugar para ele praticar isso. A questão de ter muitos alunos dos primeiros períodos somada à escolha da equipe entre os alunos resulta em um modelo de gestão da web, que não tem o ranço da instituição de ensino. Ainda é cedo para que a TV na web possa ser diferente no conteúdo como gostaríamos que fosse. Mas, em outras áreas conseguimos ser bem-sucedidos, como no caso da gestão. A hierarquia de estudantes que funciona de forma eficiente nas fases de produção. “Nosso caráter mais experimental está realmente na gestão”.

É verdade que a produção da TV UERJ já foi maior e mais eficiente. Mas, pelo menos, hoje, é atualizada todos os dias. Grava-se com a câmera que tem; fazemos com o que temos. Hoje, a situação é muito precária. Mas, pelo menos, estamos andando para algum lugar. A TV UERJ continua funcionando com todas as dificuldades. Além disso, para os alunos do primeiro período ainda é algo muito novo. A intenção é não parecer com a TV Globo. A TV UERJ busca estar mais próxima da proposta da TV do Muro (em Sabará), feita por um negro, morador de favela, que tinha sonho de fazer TV. A TV do Muro representa a vontade de fazer TV; a vontade de parar de assistir e começar a fazer. Nesses seus dez anos, a TV UERJ deu o “gostinho” de fazer TV para quem deseja; muita gente teve oportunidade de experimentar.

Com relação às etapas, é difícil falar, porque tem que ter em conta a participação do público, através de chats, blogs, fóruns etc, que não havia na TV. É preciso pensar em convergência, questão que não existia na TV. A produção tem que ser mais criativa para achar novas linguagens que gerem a convergência com o público. Em essência, o webjornalismo ainda é muito parecido com TV. Ainda replicamos,

imitamos os meios tradicionais, até porque a web não tem linguagem própria. O próprio nome “webtv” reflete isso. No futuro, poderemos ter algo mais específico do meio.

4. Como funciona o sistema de processamento/ armazenamento dos vídeos (bancos de dados)? Por que se optou por utilizar esse sistema? Quais as suas vantagens e desvantagens?

AB – Temos autonomia com relação à Universidade. Começamos como experimento típico de Internet: entramos no ar independente do interesse da UERJ. Nossa webtv é tão experimental quanto a Internet; temos a cara da Internet; temos a autonomia típica da Internet. Costumamos usar o Youtube. Mas, estamos agora no servidor da UERJ. Antes, tínhamos que utilizar servidor gratuito.

5. Quais gêneros e formatos jornalísticos são utilizados? Que tipo de inovações se promove nesse sentido?

AB – Os gêneros e formatos mais utilizados dependem da fase do projeto. Já tivemos diferentes programas: entrevistas, debates, esportivo etc. Um formato que sempre quisemos, mas não conseguimos consolidar foi a “Casa do Jornalista”, que teria o objetivo de mostrar os bastidores, o processo de produção. É um gênero de jornalismo experimental interessante para ser feito por um webtv universitária. Esse gênero poderia ter diferentes nomes: bastidores, making of, reality show de jornalistas etc. Teria que ser pensado... Mas, ainda não conseguimos fazer isso porque não temos recursos próprios. É o preço que pagamos pela autonomia. Ninguém apoia autonomia dando mais do que o mínimo necessário. É daí que surge a ideia de “guerrilha”. Mais importante do que equipamentos é ter bons alunos e ter autonomia da instituição. Com o distanciamento do tempo (daqui há alguns anos), as pessoas verão como foi possível fazer com tão poucos recursos. É impressionante como ainda estamos no ar. “Nosso maior feito é o nosso sucesso. Nosso maior defeito é o nosso sucesso”. Pagamos um preço alto por sermos um projeto de estudante com enorme autonomia e que deu certo. Isso é razão de orgulho, mas também da falta de recursos. Mas, não trocaria condições ideais de produção por autonomia e independência. A possibilidade dos alunos decidirem tudo não tem preço. Não se troca isso por duas câmeras novas.

6. Quais novas competências o senhor busca estimular nos estudantes? Há a preocupação de integrar teoria e prática na formação desses novos profissionais?

AB – O mais importante é ensinar os alunos a gostar da linguagem audiovisual, a contar histórias diante de uma câmera. E mais importante que autonomia é ensinar a ter capacidade de ver seus próprios limites. Na TV UERJ não pode errar, então os alunos tem que saber o que colocar no ar. Decidem o que colocar no ar e sabem que vão pagar um preço por isso. Não é autocensura, mas é saber das consequências das suas escolhas. Produzir para um telejornal de aula que ninguém assiste não oferece nenhum risco. O diferencial da webtv é justamente a visibilidade. Posso citar aqui como exemplo a cobertura do incêndio da UERJ e da invasão da Reitoria. Os alunos cobriram com competência, o que nem foi coberto pela TV universitária. O material chegou a ser usado pelas grandes redes de TV. Tudo isso mostra a “autonomia com responsabilidade” dos alunos, pois, provavelmente, esse tema não entraria na TV universitária. Não pautei isso, embora tenha visto publicado e aprovado. Seria mais seguro para os alunos ignorar o fato. O normal seria não pautar. Pautar isso é resultado dessa autonomia com responsabilidade.

A TV UERJ não é um projeto institucional. É um projeto de alunos; um lugar de prática e ensino do jornalismo. É um projeto essencialmente prático. A teoria é oral: os veteranos passam sua experiência para os novatos; passam a ideia de uns para os outros. Na verdade, teoria é ideia e uma ideia só é boa se é posta em prática. A teoria é acumulativa para os alunos do projeto. Não precisam ler os meus artigos.

A maior parte das pesquisas é externa. A primeira monografia sobre a TV UERJ, se não me engano, foi realizada por uma aluna que morava em Chapecó (SC). Nós, sempre estivemos mais envolvidos na prática. Para quem está preocupado em colocar no ar, está numa luta diária, sobra pouco tempo para pesquisa e reflexão sobre próprio projeto. Mas, reconheço que isso é uma carência, um defeito. Se tivéssemos mais recursos, bolsas etc... Hoje, a crítica é mais externa do que interna do projeto. De qualquer forma, repassamos essas pesquisas para os alunos lerem. Mas, o fato é que a teoria do projeto nunca foi prioridade nossa, “infelizmente”.

7. Como esse projeto se insere nos objetivos de ensino da Universidade? Em que medida se relaciona com os planos de ensino das disciplinas do curso de Jornalismo? Seria possível que eu tivesse acesso a esses planos de ensino?

AB – O curso de Jornalismo da UERJ é pequeno. É inevitável que o professor que é coordenador do projeto interrelacione as coisas. Mas, a webtv não é necessariamente atrelada à disciplina, embora seja inevitável que haja essa relação. No primeiro período, os alunos já aprendem na webtv. No quinto período é que tem a disciplina de Telejornalismo. Por isso, tento trabalhar outras ideias na disciplina porque grande parte da turma já sabe o básico. Na verdade, é um efeito da webtv na disciplina e não o contrário. Além disso, a TV UERJ usa o Laboratório de TV e Vídeo, mas não é o Laboratório. Seria bom se tivesse disciplina específica de Jornalismo em webtv. Mas isso é algo muito novo, uma incógnita ainda. Ainda temos muita coisa para aprender.

8. Quais inovações e experimentações jornalísticas são realizadas por esse projeto? O senhor o considera como um laboratório? São realizadas pesquisas aplicadas?

AB – A TV UERJ queria ser mais experimental e inovadora, mas a briga pela sobrevivência do projeto não dá tempo para experimentar. Atualmente, não consegue ser essencialmente inovadora, mas inova apenas em alguns aspectos. A ambiguidade da sua vinculação institucional gera falta de investimentos. Não adianta ganhar prêmios e não ter reconhecimento interno (a TV UERJ ganhou o prêmio mais importante da Universidade, o Prêmio Luiz Beltrão para projetos inovadores). Focamos no conceito de “guerrilha tecnológica”, o oposto da “perfeição estética”, em que temos um “sujeito pouco arrumado, mas com motivação para vencer”, como aconteceu, por exemplo, na Guerra do Vietnã. Mostramos que o importante é fazer com o que você tem e não com o que gostaria de ter. Mas, sofremos porque estamos e continuamos no ar. A verdadeira inovação é ainda estarmos no ar, ou seja, termos sobrevivido dez anos, apesar da precariedade.

9. Quais os principais problemas enfrentados para a produção do webjornalismo audiovisual universitário?

AB – A política e os recursos são os dois problemas mais importantes. A falta de modelos também é uma dificuldade. Não estamos copiando porque não existe anterior. Isso nos torna experimental por natureza. A webtv é similar à TV tradicional, mas não é igual porque tem outra natureza. Não tem referencial ainda como o Jornal Nacional, que copia dos telejornais norte-americanos. São muitos desafios novos. A inovação tem seu preço, que são as dificuldades. O uso do Youtube, por exemplo, ainda é um desafio. Mas, a parte boa é que os alunos estão sempre alertas para as novidades. Se tivesse um pouquinho mais de recursos, melhoraria: não precisava ser tão precário.

Temos dificuldade no reconhecimento da instituição. Não “pedimos” para entrar no ar, mas ingressamos na web. Por exemplo, queriam que o nome não fosse TV UERJ, mas TV FCS (de Faculdade de Comunicação Social), porque TV UERJ deveria ser a institucional. A maior dificuldade é saber quem controla o conteúdo, a questão política mesmo. Tudo isso incomoda mais que questões técnicas. Estamos falando de uma outra forma de comunicação; uma “forma libertária”. E os alunos exploram essa liberdade com muita responsabilidade, como os exemplos da invasão da Reitoria; da transmissão da Intercom; e do incêndio da UERJ.

Temos muito orgulho quando alguém vem pesquisar. Essa não será a primeira nem a última vez. O impressionante é ainda estarmos no ar, pois temos menos equipamentos que universidades menores do interior. Alunos têm verdadeira paixão pelo projeto, o que compensa as carências. As dificuldades são inerentes a qualquer projeto inovador dentro de uma Universidade. O sucesso se torna um grande problema porque começam a surgir as questões: “Quem é o dono? Quem controla o projeto?”. O que deve ser valorizado são os dez anos no ar, e não a estética. Por exemplo: o Jornal Nacional está sempre no ar, mas o do telejornal do SBT não necessariamente. O diferencial da TV UERJ é ser projeto universitário que ainda está no ar e que ainda é inovador. Recebemos críticas por usar Youtube; mas, hoje, quem não usa? Se tivéssemos mais recursos, poderíamos inovar mais. Ainda não fizemos tudo, mas acho que, no futuro, poderemos fazer, porque “ainda não morremos”.

10. Qual é o público-alvo desse projeto? Qual é o público que efetivamente acessa o site? Como é realizada essa verificação do público – há um sistema específico para isso? É uma verificação quantitativa ou qualitativa? Quem é o responsável por levantar e avaliar esses dados? Esses dados são utilizados para pensar os produtos jornalísticos desse projeto?

AB – Nosso público prioritário é a comunidade da UERJ. Temos uma produção hiper local, que é uma das características da web. O público secundário é o de jovens do Rio com interesses universitários, por exemplo, alunos de Ensino Médio que pretendem ingressar na UERJ. Por último, focamos em pessoas que gostam da área de Comunicação na web, tanto pesquisadores, quanto estudantes. Por exemplo: estudantes de Londrina sempre interagiram com a webtv e, depois, veio a pesquisa da Thaisa Bacco, que é de Londrina. A verificação de público é realizada por e-mails e pelos contatos que as pessoas fazem com a webtv. E sempre procuramos desenvolver os produtos jornalísticos pensando nesse público.

APÊNDICE 7 – ENTREVISTA COM BEATRIZ BECKER, COORDENADORA DO TJ UFRJ¹⁵⁰

1. Qual o seu vínculo formal com a Universidade: é professora efetiva ou contratado? Qual a sua formação profissional? Quanto tempo de vínculo com a Universidade? Quantos anos de atividades profissionais com o jornalismo?

BB – Sou professora concursada da UFRJ desde 1993. Me formei na ECO em 1982; fiz mestrado dez anos depois e doutorado outros dez anos depois. Tudo na ECO. Fiz concurso para o Departamento de Expressão e Linguagens. Sou, portanto, professora da ECO há 17 anos. Comecei a trabalhar no jornalismo antes de me formar na ECO. Com 18 anos de idade; na verdade, assim que entrei na ECO. O meu mestrado foi concluído em 1992. A minha tese de doutorado foi premiada pela Intercom. Em 2005/2006 fiz pós-doutorado pela PUC-SP, sob supervisão de Arlindo Machado. Em 2007, ingressei como professora no Programa de Pós-graduação da ECO. Fui coordenadora do Laboratório de TV e Vídeo nos dois anos após o concurso. Também fui coordenadora do Curso de Jornalismo por quatro anos. Durante doutorado e pós-doutorado continuei dando aulas. Hoje, sou coordenadora do TJ UFRJ, vice-presidente da SBPJor, editora da revista BJR e dou aulas na Graduação e na Pós-graduação.

2. Como surgiu esse projeto acadêmico? Por quais fases passou o seu desenvolvimento? De alguma forma essas fases se relacionam com as três fases de desenvolvimento do webjornalismo?

BB – A fase inicial do projeto está na sua monografia. O desenvolvimento do projeto está em vários artigos publicados nos últimos tempos. Posso dizer aqui que o TJ UFRJ segue as fases da história dos meios. Há uma aparente disputa de hegemonia quando surgem novos meios, mas, na verdade, o novo meio estimula o desenvolvimento dos antigos, potencializando determinadas qualidades dos antigos. O novo meio se apropria das características do antigo para criar uma nova linguagem. As influências são mútuas entre web e TV. É

¹⁵⁰ Entrevista realizada em dois dias diferentes: uma em 1º e outra em 5 de outubro de 2010, primeiro e terceiro dias da pesquisa de campo no TJ UFRJ.

comum que a web reproduza a TV, assim como a TV reproduzia o rádio. Mas, hoje, vivemos um momento de transição. As fases devem ser pensadas como etapas de desenvolvimento das técnicas e apropriação dessas tecnologias pelas pessoas. As atuais fases do webjornalismo audiovisual são importantes para tentar compreender, mas não dão conta da complexidade em que vivemos. Por exemplo, hoje, não temos acesso a tudo que queremos na web; há restrição de acesso a determinados sites (proteccionismo de dados).

3. Como ocorre a produção jornalística? As etapas de apuração, produção, edição e circulação são mantidas ou são introduzidas novas etapas?

BB – O site é atualizado, pelo menos, uma vez por semana, todas as sextas-feiras. Não pretende ser muito factual, ou seja, busca uma atualização semanal. As diretrizes são discutidas na reunião da equipe semanal também neste dia. Os ambientes universitários associados às comunidades oferecem possibilidades inovadoras do audiovisual; uma mídia livre. No século XXI, a comunicação tem valor de informação. Mas, o produto precisa de dinheiro para ter regularidade de consumo. Por isso, as novas práticas não conseguem produzir o factual como a grande mídia (porque não têm condições financeiras para obter regularidade). Isso é válido não apenas para as webtv's universitárias, mas também para as experiências de apropriação do audiovisual para expressão cidadã. Por isso, o factual é incomum.

A equipe de bolsistas tem uma renovação constante, a fim de que os alunos se revezem. No Laboratório, tentamos “puxar” os alunos para serem bolsistas. Ou seja, há um estímulo à inserção da turma do Laboratório na equipe do site de maneira não formal (um convite). Até para também respeitar o tempo de amadurecimento: quem vai ficando mais tempo vai assumindo maiores responsabilidades. No TJ UFRJ, não cabe hierarquia; trabalhamos com a ideia de equipe. Embora alguns tenham mais responsabilidades, não tem “protagonismo de ninguém”. Há, sim, “liderança”. Ninguém é mais importante que o outro.

Hoje, a Lara, enquanto bolsista PIBIC, divide comigo as responsabilidades executivas (cuida da gestão do site) e realiza a concretização dos planejamentos teóricos para o site. Isso representa um crescimento da aluna porque partilhamos determinadas ações.

Há, ainda, a relação entre alunos novos e antigos. Existe uma socialização de conhecimento; uma construção de conhecimento pela troca de experiências. Enfim, uma “integração e não segregação”.

No campus da Praia Vermelha, temos uma diversidade, pois há sete unidades de ensino. Daí a importância das atividades do TJ UFRJ, inclusive dos trabalhos apresentados na Jornada de Iniciação Científica, para os alunos se situarem nas suas faculdades. Mas, sempre temos que lidar com limitações para apresentar na linguagem em que trabalhamos. Por exemplo: o caso da falta de tomada para conectar uma TV e um laptop para a apresentação da JIC.

4. Como funciona o sistema de processamento/ armazenamento dos vídeos (bancos de dados)? Por que se optou por utilizar esse sistema? Quais as suas vantagens e desvantagens?

BB – Para além do Youtube, temos outras formas de hospedagem. A novidade é que, na web, tem que ter lugar para hospedagem. Atualmente, o TJ UFRJ tem 600 vídeos hospedados no site.

O TJ UFRJ também representa um banco de memória audiovisual de toda a ECO e da ECO-Pós (iniciativas dos professores como palestras são cobertos, gravados e armazenados). É um banco de dados para pesquisa. Por exemplo: o curso completo do Barbero e outros assuntos da área da comunicação podem ser usados para complementar pesquisas.

5. Quais gêneros e formatos jornalísticos são utilizados? Que tipo de inovações se promove nesse sentido?

BB – O vídeo ainda é um lugar que guarda mais expressão artística (através do cinema) do que informação (ou seja, reportagens jornalísticas). Talvez, quando o jornalismo se apropriar mais do audiovisual, será possível inovar mais. Mas também é preciso que essa apropriação do audiovisual ocorra em outros campos.

6. Quais novas competências a senhora busca estimular nos estudantes? Há a preocupação de integrar teoria e prática na formação desses novos profissionais?

BB – Na Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ, temos participação regular dos alunos do TJ UFRJ desde 2007. Os alunos também participam de congressos comigo. Além disso, realizam publicações em coautoria comigo desde 2007 (com o Marcos Lima). Busco estimular a publicação dos conteúdos de maneira a integrar teoria e prática. Por exemplo, os alunos fizeram um mapeamento de oito telejornais do mundo e eu fiz o referencial teórico, o que resultou na coautoria de um trabalho publicado no livro “60 anos de Telejornalismo no Brasil”. Estamos formando “uma microrrede de pesquisa no ambiente do TJ UFRJ”. O ano de 2010 representou um avanço na pesquisa para o projeto. O título do artigo do livro é “Melhor telejornal do mundo”. Eu e a Lara somos coautoras e os bolsistas IAC Lidiane, Eduardo, Laura e Carolina Machado são colaboradores.

A monografia da Lara também foi nessa área. Já temos duas monografias sobre o projeto com nota máxima (a sua e a da Lara). Com base na monografia da Lara, fizemos um mapeamento na web que resultou em um artigo apresentado num congresso em Portugal, no GT Journalism Education. Isso representou uma inserção internacional importante. Nesse sentido, o TJ é acima de tudo um ambiente de formação; de integração teoria/prática e ensino/pesquisa/extensão. O objetivo é pensar a educação da mídia para novos jornalistas, aliando formação e análise crítica da mídia, em especial do jornalismo audiovisual. Buscamos a formação de futuros profissionais e futuros pesquisadores, mas, acima de tudo, de cidadãos com consciência da mídia: é isso que diferencia uma Universidade. “Pensar sobre o fazer, e depois fazer de outras formas”.

Já conseguimos também realizar o 1º Seminário Multimídias, que abordou a produção de conhecimento na linguagem audiovisual nos diferentes centros da UFRJ. Houve uma relação, interação com outros centros da UFRJ. A universidade (como um todo) ainda está experimentando a linguagem audiovisual. Nesse seminário, o Jornalismo teve papel de destaque na integração das diferentes áreas através do audiovisual (promovendo e estimulando a divulgação científica). Foram a parceria com o NCE e o apoio da Faperj que permitiram essa mobilização de outros núcleos da UFRJ no Seminário Multimídias. Reunimos oito experiências de audiovisual da UFRJ para troca de desafios, dificuldades. Houve também uma troca com outras habilitações para promover conhecimento em audiovisual. A ECO está antenada com as mídias digitais, pensando e fazendo isso. O TJ UFRJ

foi um dos pioneiros em estudar e fazer mídias digitais. Na época do seu surgimento, a web não era como é hoje.

No TJ UFRJ, busco fazer o aluno pensar o audiovisual de maneira crítica e responsável. Afinal, o ensino é um exercício de generosidade, em que é preciso ter flexibilidade e firmeza. O professor é uma referência profissional para os alunos. A universidade deve ter ambiente acolhedor para o crescimento dos alunos. Por isso, o professor deve ter sensibilidade para fornecer uma leitura do jornalismo, da ECO, do Brasil e do Mundo, oferecendo uma visão do todo. Dois autores me servem de base para o que eu penso para o TJ UFRJ. Primeiro o Edgar Morin, que fala sobre o processo de socialização de conhecimentos técnico, humano e teórico. E depois o Muniz Sodré, com seu conceito de hexis; com a ideia de que a educação experimenta transformações; de educação como processo de libertação. Isso implica dedicação, pois gente não é produto. Os alunos precisam receber competências para produzir notícias com qualidade, mas também precisam crescer como seres humanos. Por isso, o TJ UFRJ busca integrar ensino, pesquisa e extensão, as três atividades complementares da Universidade. A pesquisa no TJ UFRJ está para além da JIC; está no aprendizado de pensar e fazer o jornalismo audiovisual. A extensão está na cobertura de eventos da ECO, como a Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (foi por isso que o projeto nasceu como divulgação científica). Mas, hoje, o TJ é mais focado para crítica e avaliação, objetivando uma educação para mídia. O TJ UFRJ tem condições e obrigação de contribuir para a formação dos alunos. “Ensinar a ler o audiovisual e produzir outros conteúdos de maneira criativa, formando para o mercado com visão de empreendedorismo e criatividade”.

7. Como esse projeto se insere nos objetivos de ensino da Universidade? Em que medida se relaciona com os planos de ensino das disciplinas do curso de Jornalismo? Seria possível que eu tivesse acesso a esses planos de ensino?

BB – O TJ UFRJ é independente da aula. Há aula para Ciclo Básico. Mas, é laboratorial; não tem formato de disciplina comum; não tem nota, nem ementa. É um lugar de experimentar para além das outras disciplinas (obrigatórias). É uma disciplina eletiva. Além disso, o laboratório é apenas uma das atividades do projeto, a fim de oferecer

uma percepção prática do processo de comunicação. A carga é de 30 horas.

8. Quais inovações e experimentações jornalísticas são realizadas por esse projeto? A senhora o considera como um laboratório? São realizadas pesquisas aplicadas?

BB – É difícil e gratificante produzir conhecimentos e novos conteúdos audiovisuais numa sociedade em que a escrita ainda é o principal lugar de divulgação do conhecimento. Não só ficar olhando o mundo mediado por imagens, mas ver e ler esse mundo. Num mundo com tradição da escrita, estamos tentando propor que o audiovisual não é somente lugar de exibição, mas de compromisso com ética (distanciamento crítico da mídia). Um lugar de “pensar para poder fazer diferente”.

O TJ UFRJ oferece conteúdos diferenciados do mercado (por exemplo, os cursos compactados ECO-Pós), multiplicando o acesso a essas reflexões. Também confere visibilidade aos acontecimentos da ECO, ricos em informação, constituindo um banco de dados para pesquisa (através dos conteúdos armazenados). A singularidade de seu conteúdo também está no fato de que tudo é produzido pelos alunos (por exemplo: coberturas do Meio a Meios; da Constituição do Comum etc).

9. Quais os principais problemas enfrentados para a produção do webjornalismo audiovisual universitário?

Acho que transporte, recursos financeiros e deficiência de estúdio de TV. A direção da ECO dá apoio: cedeu um espaço novo, que será dedicado à pesquisa, resultado da importância do nosso trabalho para a ECO e para a UFRJ. Agora, é preciso reinventar as condições de integração entre Graduação e Pós-graduação.

10. Qual é o público-alvo desse projeto? Qual é o público que efetivamente acessa o site? Como é realizada essa verificação do público – há um sistema específico para isso? É uma verificação quantitativa ou qualitativa? Quem é o responsável por levantar e avaliar esses dados? Esses dados são utilizados para pensar os produtos jornalísticos desse projeto?

Nosso público-alvo inclui: professores e alunos; pessoas que pensam a Comunicação; especialistas em Comunicação; pessoas da ECO, da UFRJ e de outras universidades; e interessados em fazer pesquisa. Sobre nosso acompanhamento de visitação do site: solicitamos e recebemos toda semana os dados do NCE.

**APÊNDICE 8 – TRABALHOS PUBLICADOS E/OU
APRESENTADOS SOBRE AS EXPERIÊNCIAS DE
WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL UNIVERSITÁRIO E/OU
PELOS SEUS INTEGRANTES**

TV UERJ

Trabalhos apresentados e/ou publicados pelo prof. Antonio Brasil

BRASIL, Antônio Cláudio. **Antimanual de jornalismo e comunicação: ensaios críticos sobre o jornalismo, televisão e novas tecnologias**. São Paulo: Senac, 2007.

_____. **Telejornalismo, internet e guerrilha tecnológica**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

_____. **A TV invade a internet**. Observatório da Imprensa. Campinas: 8/ ago/2006. Disponível em: <http://www.ietv.org.br/v3/index.php?sub=pensartv&pensartv=110>. Acesso em 2/fev/2011.

_____. **Investigating the impact of internet TV on multimedia journalism and journalism education: a Brazilian study case**. In: Journalism Brazil Conference. Porto Alegre: nov., p. 3-5, 2006. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/antoniobrasil.pdf>. Acesso em 2/fev/2011.

_____. **A experiência no meio acadêmico**. 2006. Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=1289>. Acesso em 2/fev/2011.

_____. **A migração da TV e dos telejornais para a Internet: tendências e desafios**. [S.l.: s.n], 2006.

_____. **Revisiting University TV on the Internet: the state of an ongoing project in multimedia online journalism and education in Brazil**. In: AEJMC Midwinter Conference. Kennesaw State University: 11-12/fev/2005.

BRASIL, Antonio; ARNT, Hérís. **Telejornalismo on-line em debate**. Rio de Janeiro: EPapers, 2002.

Trabalhos desenvolvidos por pesquisadores externos

BACCO, Thaisa Sallum. **Televisão universitária online: a experiência da TV UERJ, a primeira do Brasil.** Dissertação de Mestrado em Comunicação Social. Universidade Estadual de Londrina – PR. Orient.: Dirce Vasconcellos Lopes. 2010.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. **Webjornalismo audiovisual: uma análise do jornalismo como forma de conhecimento na contemporaneidade.** Revista Eco-Pós. Rio de Janeiro: v. 11, n. 2, pp. 80-94, ago./dez/2008. Disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs2.2.2/index.php/revista/article/view/125/127>.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online.** Dissertação de Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. Orient.: Elias Machado. 2005.

TJ UFRJ

Artigos publicados em livros e/ou periódicos científicos

→ “Ame ou Deixe o Ciberespaço” – Beatriz Becker e Marcos Lima – Revista Estudos em Jornalismo e Mídia (2008)

→ “TJUFRJ: uma reflexão crítica e uma experiência empírica sobre o jornalismo audiovisual” – Beatriz Becker, Marcos Lima e Taisa Gamboa – UNB (2008)

→ “Webjornalismo Audiovisual: perspectivas para um jornalismo de qualidade no ciberespaço” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – Revista NAU (2008)

→ “Webjornalismo Audiovisual: Uma Análise do Jornalismo como Forma de Conhecimento na Contemporaneidade” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – Revista ECO-Pós (2008)

→ “Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço: as experiências das redes colaborativas” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – Revista FAMECOS-PUC-RS (2009)

→ “Narrativas jornalísticas audiovisuais: um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – Revista Galáxia-PUC-SP (2009)

→ “Brazil and Latin America in the telereality from Davos to Belém: The journalistic coverage of the Brazilian newscasts” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – Revista Brazilian Journalism Research (2009)

→ “O melhor telejornal do mundo: um exercício televisual” – Beatriz Becker e Lara Mateus, com a colaboração de Lidiane Queiroz, Laura Maia, Eduardo Butter e Carolina Machado – Livro 60 anos de Telejornalismo no Brasil (2010)

→ “Pensando e fazendo webjornalismo audiovisual: a experiência do TJ UFRJ” – Beatriz Becker e Lara Mateus – Observatorio (OBS*) e-journal (2011)

Trabalhos apresentados em congressos e/ou publicados em anais

→ “TJUFRJ: uma reflexão crítica e uma experiência empírica sobre o Jornalismo audiovisual” – Beatriz Becker, Marcos Lima e Taisa Gamboa (2008)

→ “O potencial do webjornalismo audiovisual: a experiência do TJUFRJ” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – FNPJ (2008)

→ “O telejornalismo na era digital” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – 6º SBPJor (2008)

→ “Usos e apropriações da linguagem audiovisual na universidade: as experiências do webjornalismo audiovisual” – Beatriz Becker, Carolina Pádua, Juliana Teixeira, Lara Mateus e Lidiane Queiroz – FNPJ (2009)

→ “Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço, as experiências das redes colaborativas” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – Compós (2009)

→ “O Brasil e a América Latina na telerrealidade: de Davos a Belém, a cobertura jornalística dos telejornais brasileiros” – Beatriz Becker e Juliana Teixeira – LASA (2009)

→ “TJUFRJ: Aprendendo a praticar e a refletir sobre o jornalismo” – Beatriz Becker e Lara Mateus – IAMCR (2010)

Trabalhos apresentados e publicados nos anais da Jornada de Iniciação Científica, Artística e Cultural da UFRJ

→ “TJUFJR – o telejornal online da Escola de Comunicação da UFRJ” – Taisa Gamboa, Juliana Siqueira, Lara Mateus e Renato Tomaz – orientação de Beatriz Becker (2007)

→ “Em busca de um jornalismo audiovisual de qualidade na *web*: a experiência do TJUFJR” – Marcos Lima, Juliana Câmara, Thaís Miranda e Luana Martins – orientação de Beatriz Becker (2007)

→ “Repensando a divulgação científica: as relações entre as novas tecnologias de comunicação e a ciência” – Juliana Teixeira, Aline Kawae e Fabiano Soares – orientação de Beatriz Becker (2007)

→ “Jornalismo audiovisual: tendências e desafios” – Juliana Siqueira, Bárbara Louise e Rayanne Rahy – orientação de Beatriz Becker (2008)

→ “TJUFJR – uma experiência de educação à distância” – Lara Mateus, Maíra Assis, Guilherme Ferraz e Evandro Rocha – orientação de Beatriz Becker (2008)

→ “Usos e apropriações da linguagem audiovisual na universidade: as experiências do webjornalismo audiovisual” – Juliana Teixeira, Carolina Pádua e Lidiane Queiroz – orientação de Beatriz Becker (2008)

→ “Webjornalismo audiovisual: um jeito diferente de contar histórias da comunicação e das ciências” – Carolina Pádua, Lidiane Queiroz, Bárbara Louise – orientação de Beatriz Becker (2009)

→ “EAD e web-tv: a experiência do TJUFJR” – Lara Mateus, Eduardo Butter, Felipe Bibian e Márcia Guerra – orientação de Beatriz Becker (2009)

→ “Convergência midiática e prática jornalística: um estudo das redes colaborativas” – Juliana Teixeira, Pedro Montillo, Laura de Castro e Evandro Rocha – orientação de Beatriz Becker (2009)

→ “O Brasil e o mundo dentro e fora da tela da TV” – Alyne Bittencourt, Alyssa Gomes, Fernanda Braune, Lara Mateus, Lidiane Queiroz e Patrícia Valle – orientação de Beatriz Becker (2010)

ANEXO 1 – GRADE DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UVA¹⁵¹

Diferenciais UVA/Tijuca

- Tenha duas profissões em cinco anos. O curso de Comunicação Social, sempre atento às mudanças de mercado, oferece uma grade curricular que possibilita ao aluno obter duas habilitações em cinco anos. Assim, os recém-formados estarão melhor qualificados para disputar uma colocação no mercado de Comunicação.
- Corpo docente altamente qualificado, com experiência acadêmica e profissional nas principais empresas de comunicação do Brasil como Rede Globo, extinta Rede Manchete, Rede Bandeirantes, TV Educativa, O Globo, Jornal do Commercio, Rádio MEC, Canal Futura, Globosat, Giovanni/FCB, MKT Public entre outras.
- Ensino direcionado, com equilíbrio entre teoria e prática, utilizando os laboratórios da Casa de Comunicação, constituída pelas Oficinas de Jornalismo, de Propaganda, Centro de Produção e o Núcleo de Fotografia Digital.
- Incentivo a atividades extra-curriculares que simulem ambientes profissionais em Publicidade.
- Visitas técnicas a empresas da área de Comunicação, como agências, jornais e rádios, além de empresas de diversos ramos no Rio de Janeiro.
- Realização de eventos específicos, tais como: a Semana de Comunicação, Projeto Portfólio, Ciclos de Palestras com Profissionais de Comunicação, Visitas técnicas dentre outros, para melhor formação dos alunos.
- Convênios e parcerias que oferecem melhor qualificação para o estudante.
- Bom desempenho dos ex-alunos da UVA no mercado de trabalho.

Diferenciais UVA/Cabo Frio

- O curso de Comunicação Social da UVA Cabo Frio, sempre atento às mudanças do mercado e as especificidades da região em que está

¹⁵¹ Grade de Jornalismo – Disponível em:

http://uvaonline.uva.br/mkt/site/curso.14.100_comunicacao_social_jornalismo.html.

Acesso em 27/out/2010.

Grade de Publicidade e Propaganda – Disponível em:

http://uvaonline.uva.br/mkt/site/curso.23.100_comunicacao_social_publicidade_e_propaganda.html. Acesso em 27/out/2010.

inserido, oferece uma grade curricular que possibilita ao aluno obter o diploma de bacharel em Jornalismo ou Publicidade e Propaganda em apenas três anos e meio.

- Corpo docente altamente qualificado, com experiência acadêmica e profissional na principais empresas de comunicação do Brasil, como Rede Globo, Rede Bandeirantes, InterTV- Alto Litoral, Editora Abril, Rádio JB, O Globo, etc.

- O currículo moderno equilibra teoria e prática, com atividades em laboratórios e oficinas de jornalismo e publicidade.

- Visitas técnicas à agências de propaganda e redações fazem parte da rotina dos universitários.

- Convênios e parcerias que oferecem melhor qualificação para o estudante.

JORNALISMO

Habilitação

Bacharelado

Descrição

A atividade de Comunicação é uma das mais importantes na história da humanidade. Por meio dela os homens desenvolveram relações sociais, viveram em comunidade e diminuíram a distância entre os povos. A comunicação está presente em todas as esferas da sociedade. Em ambiente familiar, na comunidade, no mundo da cultura, na política. Está presente também na economia e, não por acaso, se estabeleceu como um dos principais alicerces da globalização.

Na Universidade Veiga de Almeida, a formação em Comunicação é oferecida em duas habilitações: Jornalismo e Publicidade & Propaganda. O jornalista é o profissional da notícia. Ele está presente na cobertura dos acontecimentos de interesse social e aprendem as técnicas que transformam fatos em notícias com isenção e objetividade. Dele se exige senso ético, espírito crítico e capacidade de se expressar adequadamente para manter a sociedade informada. Sem jornalistas e imprensa livre não há liberdade. O campo de atuação do jornalista não restringe-se às redações dos grandes jornais, revistas, rádio e televisão. Hoje ele está presente nos departamentos de comunicação corporativa de empresas

privadas e inúmeros outros lugares. Não se exige mais o diploma para o exercício do Jornalismo, mas a graduação superior é o passaporte para o mercado de trabalho, cada vez mais exigente em qualidade.

Mercado de Trabalho

Mudanças no mundo moderno, como novos meios de comunicação (Internet), são indícios animadores de abertura do mercado de trabalho para o jornalista. Assessor político, consultor de comunicação, editor de publicações especializadas e produtor de conteúdo para Web são alguns exemplos de atividades em que o jornalista encontra boas opções de trabalho. Outra área que oferece muita oportunidade de trabalho aos jornalistas é a de assessoria de comunicação nas empresas públicas e privadas. Nas assessorias o jornalista responde pela comunicação externa e interna. Na administração pública e na política o jornalista exerce funções de porta-voz e de assessor

Coordenação

Coordenação Geral

Coordenador geral: **Prof. Luís Carlos Bittencourt** - bitt@uva.br

Campus Cabo Frio

Coordenadora: **Prof.^a Me. Andreia Gorito** - agorito@uva.br

Estrutura curricular

1º Período: Economia política; Comunicação e psicologia; Estudos em comunicação; Comunicação e discurso; e Novas tecnologias em comunicação.

2º Período: Comunicação e o mundo contemporâneo; Oficina de comunicação; Técnicas de Redação e Expressão; Com. e Formação social Brasileira; e Inovação e Criatividade.

3º Período: Teorias da comunicação; Estética e cultura de massa; Fotografia; Oficina de texto; Laboratório de comunicação; Filosofia.

4º Período: Marketing em comunicação; Projeto gráfico visual; Fotojornalismo; Redação em jornalismo; Técnicas de reportagem; e Metodologia científica.

5º Período: Fundamentos da opinião pública; Sociologia; Jornalismo Investigativo; Laboratório de Jornalismo; Radiojornalismo; Telejornalismo; e Assessoria de comunicação.

6º Período: Laboratório de telejornalismo; Jornalismo audiovisual – texto; Laboratório de Radiojornalismo; Edição; Jornalismo de revista – texto; Jornalismo digital; e Prática profissional I.

7º Período: Legislação e ética em comunic.; Oficina de Jornalismo; Tópicos especiais em Crítica de Mídia; Tópicos Especiais em Mídia e Cultura; Trabalho de concl.de curso em jor I; Prática profissional II; Empreendedorismo.

8º Período: Projetos de capital social; Tópicos esp. em Jornalismo Especializado; Tópicos Especiais em Teoria do Jornalismo; Estudos complementares em Jornalismo; Prática profissional III; Trabalho de conclusão de curso em Jor II; e Ciências ambientais.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Habilitação

Bacharelado

Descrição

A atividade de Comunicação é uma das mais importantes na sociedade. É através dela que os povos registram a sua vida e sua evolução, promovendo interação. A Comunicação também é essencial à economia e, não por acaso, ela se estabeleceu como um dos principais alicerces da globalização.

Na Universidade Veiga de Almeida, a formação em Comunicação é oferecida em duas habilitações: Jornalismo e Publicidade & Propaganda. O publicitário é o profissional que cria, produz e divulga campanhas de publicidade, promovendo um produto, uma personalidade ou um serviço junto ao seu público-alvo. Para isso, ele deve ser capaz de fazer avaliações e diagnósticos de mercado, bem como desenvolver idéias e traduzi-las em ações de comunicação. Seu principal foco de atuação são as agências de publicidade, mas ele pode atuar também nas áreas de Marketing das empresas, desenvolvendo planejamentos de

comunicação, de promoção, de vendas e de marketing ligados às atividades desta.

Mercado de Trabalho

Mudanças no mundo moderno, com o surgimento de novos meios de comunicação, tais como: a Internet com os diversos sites de relacionamento, a televisão digital e o uso da telefonia celular como mídia comercial são indícios animadores de abertura do mercado. Além de trabalhar nas agências, houses e departamentos de propaganda de grandes empresas, exercendo desde funções ligadas à criação até planejamento de propaganda e mídia, o profissional de propaganda também encontra espaço em produtoras, gráficas, birôs de serviços de editoração, empresas de pesquisa de mercado, departamentos de marketing e vendas de diversas empresas, veículos de comunicação, assessorias de comunicação, empresas de eventos, dentre outras oportunidades.

Coordenação

Campus Tijuca

Coordenador: Prof. Oswaldo Senna - osenna@uva.br

Campus Cabo Frio

Coordenador: Ronaldo Alípio da Costa Piloto - piloto@uva.br

Estrutura curricular

1º Período: Economia política; Comunicação e psicologia; Estudos em comunicação; Comunicação e discurso; e Novas tecnologias em comunic.

2º Período: Comun.e o mundo contemporâneo; Oficina de comunicação; Tec. red. e expressão; Com. e form.social brasileira; Atividades complementares I; e Comunicação oral e escrita.

3º Período: Teorias da comunicação; Estética e cultura de massa; Fotografia; Oficina de texto; Laboratório de comunicação; Atividades complementares II; e Filosofia.

4º Período: Marketing em comunicação; Projeto gráfico visual; Atividades complementares III; Criação publicitária; Fotopublicidade; Eletiva I; e Metodologia científica.

5º Período: Fundamentos da opinião pública; Sociologia; Atividades complementares IV; Adm.de mkt e planej. Estrateg; Direção de arte; Fundamentos de mídia; Redação publicitária I; e Eletiva II.

6º Período: Promoção e merchandising; Tec.de pesquisa de marketi.-mk; Planejamento de comunicação; Planejamento de mídia; Prod. public. em rtvc; Redação publicitária II; Marketing digital-mk; e Pratica profissional I.

7º Período: Legislação e ética em comunic.; Tópicos especiais I; Oficina de propaganda; Gestão de marcas; Trabalho de concl.de curso-pp; Pratica profissional II; e Empreendedorismo.

8º Período: Projetos de capital social; Tópicos especiais II; Comunicação empresarial; Estudos complementares; Pratica profissional III; Trabalho de concl.de curso II; e Ciências ambientais.

ANEXO 2 – GRADE DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ¹⁵²

JORNALISMO

Apresentação

A habilitação em Jornalismo foi implantada na Faculdade de Comunicação Social (FCS) da Uerj em 1986, mesmo ano da criação oficial da FCS. Na UERJ, é atualmente a 3ª carreira mais procurada no vestibular, com o índice 18 candidatos por vaga. A grande procura pelo curso reflete a combinação de uma característica da sociedade atual e da profissão. Atualmente a busca por informações precisas aumenta a cada dia, e o jornalista é o profissional habilitado para colher, apurar e tratar a informação transformando-a em um produto final capaz de responder as principais indagações a respeito de um fato: o que aconteceu, quem o fez, onde, quando, de que forma e por quê. Esse produto é a notícia.

Estrutura do curso

O curso tem duração média de oito semestres letivos e máxima de 14. A grade curricular, reformada em 2003, é composta por 154 créditos, que equivalem a 2.625 horas/aula. O curso prevê também a realização de no mínimo 240h de atividades complementares que vão de participação em eventos, vídeos, programas radiofônicos, cursos, bolsas, intercâmbios e produção de peças de comunicação em geral.

O aluno de Jornalismo frequenta disciplinas teóricas e práticas que desenvolvem a reflexão crítica, incentivam a prática de pesquisas e habilitam o aluno no uso de diversos instrumentos de comunicação.

Além das atividades curriculares, o aluno participa de projetos experimentais, de extensão e de pesquisa que permitem vivenciar a realidade profissional e acadêmica.

¹⁵² Disponível em: <http://www.fcs.uerj.br/>. Acesso em 27/out/2010.

1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	7ª	8ª
Sociologia 4 IFCH 02-08470	Psicologia Aplicada à Comunicação Social 4 PPSI 02-08473	Estatística Aplicada 4 IME 05-08432	Teoria da Comunicação II 4 FCS 01-01385	História Social e Cultural Moderna e Contemporânea 4 IFCH 01-08472	Eleiva Restita do DTC 2 FCS	Economia 4 FCE 02-08476	Legislação e Ética em Jornalismo e em RP 4 FCS 03-08452
Língua Portuguesa 4 ILE 02-08473	Expressão Oral e Escrita 4 ILE 02-08474	Filosofia 4 IFCH 03-08471	Téc. Report. Entrevista e Pesq. Jornal. II 2 FCS 03-08461	Metodologia da Pesquisa em Comunicação 4 FCS 01-08410	Eleiva Universal I 2	Eleiva Restita do DTC 4 FCS	Jornalismo na Internet 3 FCS 03-08454
Retórica e Argumentação 4 FCS 01-08414	Comunicação e Cultura II 4 FCS 01-01138	Teoria da Comunicação I 4 FCS 01-01242	Red. Expr. em Jornalismo Impreso Cotidiano 2 FCS 03-08462	Radiojornalismo 4 FCS 03-08460	Téc. Report. Entrevista e Pesq. Jornal. III 2 FCS 03-08468	Projeto de Monografia 4 FCS 03-08450	Monografia 4 FCS 03-08453
Comunicação e Cultura I 4 FCS 01-05174	Introdução à Fotografia 4 FCS 03-08457	Comunicação e Política 4 FCS 01-08415	Design da Informação em Jornalismo I 2 FCS 02-08425	Telejornalismo 4 FCS 03-08467	Red. Expr. em Jornalismo Impreso não Cotidiano 2 FCS 03-08469	Assessoria de Imprensa 3 FCS 02-08418	Design de site Jornalístico 3 FCS 03-08455
História do Jornalismo 4 FCS 03-08450	Teoria do Jornalismo 4 FCS 03-08456	Design em Jornalismo 1 FCS 03-08459	Edição em Jornalismo Impreso Cotidiano 2 FCS 03-08464	Edição em Jornalismo Impreso não Cotidiano 2 FCS 03-08447	Projetos Experimentais 2 FCS 03-08451	Eleiva Universal II 2	
		Téc. Report. Entrevista e Pesq. Jornal. I 2 FCS 03-08460	Fotojornalismo I 3 FCS 03-08465	Design da Informação em Jornalismo II 2 FCS 03-08448			
			Fotojornalismo II 3 FCS 03-08449				


Curso de Comunicação Social
Habilitação: Relações Públicas - RP
Unidade Responsável: Faculdade de Comunicação Social

Observações:

- O número situado na parte inferior esquerda do retângulo: representa os créditos conferidos por disciplina.
- O curso não estabelece tempo mínimo de integralização, sendo o prazo máximo de 14 períodos ou 7 anos, compreendendo as disciplinas de formação cultural, formação profissional de base, especialização profissional e as atividades complementares.
- Para se inscrever nas disciplinas Projeto de Monografia e Projetos Experimentais o aluno deverá ter cursado pelo menos 100 (cem) créditos.
- O currículo pleno do curso de Jornalismo compreende 2610 horas aula, distribuídas entre disciplinas obrigatórias e eletivas, e 240 horas de atividades complementares (vide regulamento).

Total de horas do curso: 2625

Total de ~~disciplinas~~ **disciplinas** do curso: 134
 Clique com o botão direito do mouse na lista e clique em **Salvar Destino Certo**



RELAÇÕES PÚBLICAS

Apresentação

Criado em 1971, o curso de Relações Públicas da UERJ ganha cada vez mais credibilidade e importância no mercado e na academia e vem colaborando para a valorização e o respeito às atividades do profissional de RP no Estado do Rio de Janeiro. Na UERJ, é atualmente a 5ª carreira mais procurada no vestibular, com o índice 14 candidatos por vaga.

Uma das razões do reconhecimento da importância desta carreira está na crescente preocupação das organizações com seus públicos, em especial com a responsabilidade social e o gerenciamento da imagem institucional e da credibilidade. A dinâmica da globalização aponta o entendimento entre as organizações e seus públicos como um dos fatores que proporcionam grande destaque, seja em órgãos públicos, empresas privadas ou ONG's perante as demais.

Estrutura do curso

O curso tem duração média de oito semestres letivos e máxima de 14. A grade curricular, reformada em 2003, é composta por 43 matérias e 165 créditos, que equivalem a 2.610 horas/aula. O curso prevê também a realização de no mínimo 240h de atividades complementares que vão de

participação e organização de eventos, cursos, bolsas de iniciação científica, bolsa de extensão e bolsa de estágio interno complementar, intercâmbios e produção de peças de comunicação.

O aluno de RP frequenta disciplinas teóricas e práticas que desenvolvem a reflexão crítica, incentivam a prática de pesquisas e habilitam o aluno no uso de diversos instrumentos de comunicação.

Além das atividades curriculares, o aluno participa de projetos experimentais, de extensão e de pesquisa que permitem vivenciar a realidade profissional e acadêmica. Duas atividades ligadas a eles tornaram-se parte do calendário anual da faculdade de Comunicação.

1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	7ª	8ª
Língua Portuguesa	Expressão Oral e Escrita 4	Estatística aplicada à Comunicação	Introdução à Administração	História Social e Cultural Moderna e Contemporânea	Eleiva restrita do DTC	Projeto de Monografia	Monografia
4-ILE 02-08473	4-ILE 02-08474	4-IME 02-08432	4-FAR 03-01175	4-IFOH 01-08472	2-FCS	4-FCS 02-08435	4-FCS 02-08436
Comunicação e Cultura I	Comunicação e Cultura II	Teoria da Comunicação I	Teoria da Comunicação II	Metodologia da Comunicação	Organização de Eventos e Cerimonial	Assessoria de Imprensa	Assessoria e Consultoria
4-FCS 01-08174	4-FCS 01-01738	4-FCS 01-01242	4-FCS 01-08550	4-FCS 01-08416	4-FCS 02-08435	4-FCS 02-08419	4-FCS 02-08439
Sociologia	Psicologia Aplicada à Com. Social	Filosofia	Redação para Mídia Impressa	Redação para Multimídia I	Redação para Multimídia II	Eleiva restrita do DTC	Eleiva Definida do DRP I
4-IFCH 02-08470	4-PBI 01-08475	4-IFCH 03-08471	3-FCS 02-08424	3-FCS 02-08429	3-FCS 02-08433	3-FCS	2
			♦ ♦				
Retórica e Argumentação	Planejamento de Comunicação	Comunicação e Política	Produção Gráfica	Teoria de Opinião Pública	→ Pesquisa de Opinião Pública e de Marketing	Economia	Eleiva Definida do DRP II
4-FCS 01-08414	4-FCS 02-08421	4-FCS 01-08415	2-FCS 02-08425	4-FCS 02-08428	4-FCS 02-08431	4-FCE 02-08470	2
Estudo dos Públicos	Instrumentos de Relações Públicas	Fundamentos de Relações Públicas	Informação e Pesquisa em Comunicação	Mercadologia I	Mercadologia II	Projetos Experimentais Turma 1 Turma 2	Eleiva Universal II
4-FCS 02-08420	FCS 02-08422	4-FCS 02-08423	2-FCS 02-08426	4-FCS 02-08430	4-FCS 02-08434	2-FCS	2
			Comunicação Comunitária				
			4-FCS 02-08427		Eleiva Universal I		Legislação e Ética em Jornalismo em RP
					2		4-FCS 03-08402

Curso de Comunicação Social
Habilitação: Relações Públicas - RP
Unidade Responsável: Faculdade de Comunicação Social

Observações:

- O número situado na parte inferior esquerda do retângulo representa os créditos conferidos por disciplina.
- O curso não estabelece tempo mínimo de integralização, sendo o prazo máximo de 14 períodos ou 7 anos, compreendendo as disciplinas de formação cultural, formação profissional de base, especialização profissional e as atividades complementares.
- Para se inscrever nas disciplinas Projeto de Monografia e Projetos Experimentais o aluno deverá ter cursado pelo menos 100 (cem) créditos.
- O currículo pleno do curso de Relações Públicas compreende 2610 horas aula, distribuídas entre disciplinas obrigatórias e eletivas, e 240 horas de atividades complementares (ver anexo 1 do Regulamento do curso).

Chipe com o bote d'ouro de novo ou lá e clique em **Saber Destino Como**

Total de

Total de



ANEXO 3 – GRADE DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFRJ¹⁵³

Ao passar no exame de vestibular para Comunicação social, o aluno matriculado na Escola de Comunicação terá aulas durante um ano de matérias comuns a todas as habilitações. A partir do segundo ano, ele deverá optar por uma das habilitações: direção teatral, jornalismo, produção editorial, publicidade e propaganda, ou radialismo. Esta escolha, entretanto, não o impede de ter contato com disciplinas de outras habilitações. As matérias eletivas, ou seja, escolhidas pelo aluno no caminho de sua formação, dão flexibilidade e heterogeneidade ao curriculum.

Um aluno com habilitação em jornalismo, por exemplo, pode através da escolha de matérias eletivas como criação de roteiros e videodocumentário, ambientar-se com a linguagem de cinema e vídeo. Da mesma maneira um produtor editorial pode, ao escolher matérias eletivas como linguagem publicitária ou criação publicitária, compreender os processos da criação nesta área de atuação.

As habilitações garantem o aprofundamento em determinada parte do conhecimento da comunicação, além da formação técnica necessária para qualquer profissional, e são reguladas pelos Conselhos de Habilitação, que reúnem, para cada habilitação ou curso da Escola, três professores que ministram disciplinas no curso (o coordenador e mais outros dois), além de representantes discentes. O Conselho de Habilitação discute e procura resolver os problemas do curso, ajustes de currículo e ementas, funcionamento de disciplinas e questões mais imediatas da respectiva disciplina.

Para conhecer todos os aspectos da reforma curricular vigorada a partir de 2001 na Escola de Comunicação da UFRJ, faça o download do documento completo em formato pdf zipado com 198 kb.

O novo currículo das habilitações na ECO estão divididos em duas partes distintas:

1) Ciclo Básico

¹⁵³ Disponível em: <http://www.eco.ufrj.br/> (link Ensino). Acesso em 11/out/2010.

Corresponde aos três 3 períodos iniciais comuns à todas as habilitações e se compõe de:

19 disciplinas de 60 horas (1140 horas)

2 laboratórios de 60 horas (120 horas)

Total: 1.260 horas

2) Ciclo Profissionalizante

Corresponde aos cinco períodos finais de cada curso, e diferenciam-se segundo as habilitações.

Para Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Radialismo são necessários:

720 horas de disciplinas obrigatórias de habilitação

240 horas de complementares teóricas

180 horas de complementares de habilitação

240 horas de complementares de livre escolha

240 horas de Projeto Experimental (I e II)

Total: 2.880 horas (incluindo o Ciclo Básico)

Para a habilitação em Produção Editorial são necessários:

840 horas de disciplinas obrigatórias de habilitação

240 horas de complementares teóricas

120 horas de complementares de habilitação

180 horas de complementares de livre escolha

240 horas de Projeto Experimental (I e II)

Total: 2.880 horas (incluindo o Ciclo Básico)

CICLO BÁSICO

Fluxograma de disciplinas

1º Período: Língua portuguesa I (60 h); Linguagem gráfica (60 h); História da comunicação (60 h); Comunicação e artes (60 h); Comunicação e realidade brasileira (60 h); Teoria da comunicação I (60 h); e Comunicação e filosofia (60 h).

Total: 420 horas

2º Período: Língua portuguesa II (60 h); Linguagem audiovisual I (60 h); Sistemas e tecnologias de comunicação (60 h); Comunicação e

economia (60 h); Comunicação, psicologia e cognição (60 h); Teoria da comunicação II (60 h); e Laboratório de comunicação A (60 h).
Total: 420 horas

3º Período: Linguagem audiovisual II (60 h); Sistemas de informação (60 h); Comunicação e mercadologia (60 h); Teoria da comunicação III (60 h); Fotografia (60 h); Antropologia e comunicação (60 h); e Laboratório de comunicação B (60 h).
Total: 420 horas

Para fazer jus à promoção ao ciclo profissional, em qualquer habilitação, o aluno do ciclo básico de comunicação social deverá cumprir um mínimo de quinze disciplinas obrigatórias do ciclo básico e os dois laboratórios de comunicação (A e B).

Quando atinge essas condições, é facultado ao aluno aguardar, para exercer o direito de escolha, até no máximo um período adicional cursando disciplinas faltantes ou outras complementares.

São critérios de prioridade na escolha da habilitação do ciclo profissional, por ordem de aplicação no momento da escolha:

- (1º) Maior coeficiente de rendimento acumulado (CRA);
- (2º) Maior número de disciplinas cursadas dentre as obrigatórias do ciclo básico;
- (3º) Maior pontuação no concurso vestibular;
- (4º) Maior idade do aluno.

O aluno que ascender ao ciclo profissional sem ter cumprido algum crédito obrigatório do ciclo básico deverá cursar essa(s) disciplina(s) até o término de sua graduação.

JORNALISMO

O curso de Jornalismo tem como objetivo dar conhecimentos teóricos e metodológicos da comunicação ao aluno, relacionando-os à prática jornalística, investindo na formação sócio-cultural e política do estudante com a expectativa de que venha a aplicar este conhecimento

na atividade jornalística. A busca desse objetivo se justifica tendo como meta as seguintes características de perfil do futuro profissional de jornalismo:

- domínio da linguagem jornalística para as diferentes mídias;
- curiosidade intelectual permanente;
- capacidade de percepção dos fatos, de sua rigorosa apuração e de sua transformação em mensagem jornalística;
- capacidade de traduzir e mediar discursos de forma jornalística;
- humildade diante da realidade e exigente na busca da verdade, com postura ética e de compromisso com a cidadania;
- habilidade em interpretar, explicar e contextualizar as informações no mundo em que vive;
- compreensão dos mecanismos envolvidos no processo de recepção das mensagens e seu impacto sobre os diversos setores da sociedade;
- elaboração de críticas à mídia e proposta de alternativas inovadoras;
- visão integrada dos processos de Comunicação, incluindo áreas conexas.

Fluxograma de disciplinas

- Obrigatórias

4º período (390h): Redação jornalística I (60 h); Técnica de reportagem I (60 h); Fotojornalismo I (60 h); História do jornalismo (60 h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

5º período (300h): Radiojornalismo I (60 h); Redação jornalística II (60 h); Técnica de reportagem II (60 h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

6º período (300h): Jornalismo gráfico (60 h); Telejornalismo I (60 h); Assessoria de imprensa (60 h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

7º período (300h): Edição gráfica (60 h); Projeto experimental I (60 h); Legislação e ética em comunicação (60 h); Complementar de teoria (60

h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

8º período (150 + 180 horas): Projeto experimental em jornalismo (180h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

- **Complementares:** Criação radiofônica (60h); Fotojornalismo II (60h); Jornalismo gráfico II (60h); Radiojornalismo II (60h); Telejornalismo II (60h); Administração de redação (30h); Apresentação e interpretação em vídeo (30h); Assessoria de comunicação (30h); Cinema documentário (30h); Comunicação e estatística (30h); Dicção e interpretação oral (30h); Gestão de organizações para comunicação (30h); Imprensa comunitária (30h); Jornalismo em mídias digitais (30h); Jornalismo especializado A / B / C / D (30h); Marketing para jornalismo (30h); Marketing para rádio e TV (30h); Métodos quantitativos em jornalismo (30h); e Seminários em comunicação A / B / C / D / E / F (30h cada).

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

O curso de Publicidade e Propaganda tem como objetivo dar conhecimentos teóricos e metodológicos da comunicação ao aluno, formando profissionais capazes de atuar em diversos setores da comunicação, sabendo pensar por terem “aprendido a aprender”, desde o planejamento estratégico até a veiculação de campanhas, passando pelas etapas de criação e produção de anúncios. Esses profissionais devem ser capazes de:

- planejar e desenvolver atividades práticas em publicidade e propaganda;
- supervisionar e orientar a produção de criação e produção em mídia gráfica, eletrônica e audiovisual;
- atuar em áreas de comportamento do consumidor, pesquisa de mercado e gestão de organizações para comunicação;
- analisar e avaliar a organização, o ambiente e o cliente do produto de comunicação.

O currículo do curso possui disciplinas teórica e práticas. Nos quatro primeiros períodos a parte teórica é enfatizada. Nestes períodos são ministradas disciplinas como: língua portuguesa, filosofia, sociologia, técnicas básicas de comunicação, teoria da comunicação, psicologia, cultura brasileira. A parte teórica é extremamente importante para a formação do aluno.

Na parte prática o curso oferece disciplinas como redação publicitária, técnica publicitária, relações públicas, planejamento de campanhas, criação publicitária, promoção e merchandising e produção gráfica, produção publicitária em rádio, Tv e cinema. Os alunos contam com a [biblioteca](#) e os laboratórios da [Central de Produção Multimídia - CPM](#).

Fluxograma de disciplinas

- Obrigatórias

4º período (390h): Redação publicitária em mídia impressa (60 h); Comport. consumidor e segmentação (60 h); Criação publicitária (60 h); Marketing para publicidade e propaganda (60 h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

5º período (300h): Redação publicitária mídia eletrônica (60 h); Mídia (60 h); Pesquisa de mercado e opinião pública (60 h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

6º período (300h): Redação publicitária mídia sonora (60 h); Direção de arte em PP (60 h); História da propaganda (60 h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

7º período (300h): Assessoria de comunicação (30h); Gestão de organizações para com. (30h); Legislação e ética em comunicação (60 h); Projeto Experimental I (60 h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

8º período (150 + 180 horas): Projeto experimental em publicidade e propaganda (180h); Complementar de teoria (60 h); Complementar de livre escolha (60 h); e Complementar de habilitação (30h).

- **Complementares:** Agência experimental (60h); Administração em PP (60h); Apresentação e interpretação em vídeo (30h); Assessoria de imprensa (60h); Cálculo de custos (60h); Computação gráfica (60h); Comunicação dirigida (30h); Comunicação e cenografia (30h); Comunicação e estatística (30h); Comunicação política eleitoral (30h); Criação radiofônica (60h); Edição de imagem e som (60h); Edição de trilha sonora (60h); Elementos de linguagem musical (60h); Foto publicitária (prod fotográfica) (60h); Gravação e mixagem de áudio (60h); Marketing para rádio e TV (30h); Planejamento de campanhas (60h); Produção de audiovisual (60h); Produção Gráfica (60h); Produção publicitária em RTVC (60h); Produção radiofônica (60h) Promoção e merchandising (30h); Rádio e TV comunitários (30h); Roteiro e redação para audiovisual (60h); e Seminários em comunicação A / B / C / D / E / F (30h cada).

RÁDIO E TV

O curso de Rádio e TV forma profissionais específicos de criação e produção nos meios audiovisuais, independentemente do tipo de mensagem veiculada. Esses profissionais devem ser capazes de:

- exercer a análise crítica de produtos audiovisuais, principalmente na recepção do rádio e da televisão, levando em consideração os seus aspectos políticos, econômicos e culturais no atual panorama de desenvolvimento das tecnologias digitais e da convergência das mídias;
- compreender o papel dos profissionais de comunicação em sua sociedade e no mundo, sobretudo quanto à responsabilidade dos meios de comunicação de massa;
- refletir sobre os sistemas de criação, produção e distribuição de informações e produtos audiovisuais;
- investigar novas formas de concepção, produção e distribuição de informações e produtos audiovisuais.

Fluxograma de disciplinas

- Obrigatórias

4º Período (390h): Tecnologia da Produção (60 h); Cinegrafia (60 h); Criação Radiofônica (60 h); Roteiro e Redação de Audiovisual (60 h); Compl. Teoria (60 h); Compl. Livre Esc. (60 h); e Compl. Habilitação (30h).

5º Período (300h): Produção Radiofônica (60 h); Gravação e mixagem de áudio (60h); Produção de Audiovisual (60 h); Compl. Teoria (60 h); Compl. Livre Esc. (30 h); e Compl. Habilitação (30h).

6º Período (300h): Edição de Imagem e Som (60 h); Computação gráfica para vídeo (60h); Direção de Audiovisual (60 h); Compl. Teoria (60 h); Compl. Livre Esc. (30 h); e Compl. Habilitação (30h).

7º Período (300h): Direção de Atuação (60 h); Legislação e Ética em Comunicação (60 h); Projeto Experimental em Comunicação I (60h); Compl. Teoria (30h); Compl. Livre Esc. (30 h); e Compl. Habilitação (60h).

8º Período (150 + 180 horas): Projeto Experimental em Radialismo (180h); Compl. Livre Esc. (90h); Compl. Teoria (30h); e Compl. Habilitação (30h).

- **Complementares:** Efeitos Especiais em Vídeo (60h); Edição de Trilha Sonora (60h); Elementos de Linguagem Musical (60h); Ensino à Distância (60h); Produção publicitária em RTVC (60h); Apresentação e Interpretação em Vídeo (30h); Cinema Documentário (30h); Comunicação e Artes Cênicas (30h); Comunicação e Cenografia (30h); Comunicação, Vestuário e Moda (30h); Dicção e Interpretação Oral (30h); Dramaturgia Radiofônica (30h); Gestão de Organizações para Com. (30h); Marketing para Rádio e TV (30h); Rádio e TV Comunitários (30h); Rádio e TV Educativos (30h); Rádio na Internet (30h); e Seminários em Comunicação A / B / C/ D/ E / F (30h cada).

PRODUÇÃO EDITORIAL

O curso de Produção Editorial forma profissionais atuantes na produção, processamento e divulgação da informação publicada em qualquer meio, especialmente nos sistemas industriais de comunicação de massa, capazes de coordenar aspectos conteudísticos, formais e mercadológicos do trânsito dos produtos editoriais. Esses profissionais devem ser capazes de:

- fazer uso correto do idioma nacional e das estruturas de linguagem adequadas aos veículos em que atuar;
- dominar os processos de edição de texto, áudio e imagem (estática e em movimento), em todos os meios, organizando-os no sentido de conferir clareza e eficiência aos produtos de comunicação;
- exercer a crítica de produtos culturais, baseando-se em sólido conhecimento da história das manifestações estéticas e dos meios de comunicação;
- planejar e executar, em seus aspectos criativos, técnicos e mercadológicos, ações de desenvolvimento editorial e de produção de bens de informação.

Fluxograma de disciplinas

- Obrigatórias

4º período (390h): Redação Técnica I (60 h); Armazen. e recuper. dados e edição (60 h); Editoração (60 h); Processos gráficos (60 h); Compl. Teoria (60 h); Compl. Livre Esc. (60 h); e Compl. Habilitação (30h).

5º período (300h): Redação Técnica II (60 h); Edição de livros (60 h); Cál. custos e matérias primas (60 h); Marketing para PE (60 h); e Compl. Teoria (60 h).

6º período (300h): Redação Técnica III (60 h); Expressão em ling. digitais (60 h); Layout editorial (60 h); Legislação e ética em comunicação (60 h); e Compl. Teoria (60 h).

7º período (300h): Fotografia em PE (60 h); Direito autoral em PE (30h); Projeto Experimental I (60 h); Compl. Teoria (30h); Compl. Livre Esc. (60 h); e Compl. Habilitação (60h).

8º período (150 + 180 horas): Proj. exp. em PE (180h); Compl. Livre Esc. (90h); Compl. Teoria (30h); e Compl. Habilitação (30h).

- **Complementares:** Documentação digital (60 h); Edição de vídeos (60 h); História dos suportes da informação (60 h); Processamento de som e imagem (60 h); Produção de livro ou outro impresso (60 h); Produção de CDROM (60 h); Produção para a Internet (60 h); Programação visual (60 h); Publicação na Web (60 h); Redação técnica IV (60 h); Técnicas de impressão (60 h); Computação Gráfica (60 h); e Gestão de organizações para com. (30h).

ANEXO 4 – DESCRIÇÃO DOS LABORATÓRIOS RELACIONADOS ÀS EXPERIÊNCIAS DE WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL UNIVERSITÁRIO

TV UVA¹⁵⁴

Laboratório de Televisão (Estúdio de TV, Ilhas de Edição)

Dá suporte prioritariamente aos professores, para as aulas práticas das disciplinas de Telejornalismo I e II, Jornalismo Audiovisual – Texto e Produção Publicitária em RTVC e Técnicas. O laboratório atende também à produção de programas para a UTV – TV Universitária. O laboratório é composto pelo estúdio propriamente dito e pela suíte, de onde os produtores controlam as gravações.

TV UERJ¹⁵⁵

Laboratório de Televisão e Vídeo - LTV

O Laboratório de Televisão e Vídeo foi inaugurado em 1994, com o objetivo de auxiliar os alunos do curso de Comunicação Social na prática do jornalismo televisivo. A partir de 2001, entrou no ar a TV UERJ Online, a primeira TV universitária online do Brasil. O projeto idealizado pelo professor Antônio Brasil foi ganhador, no ano seguinte do prêmio Luis Beltrão, o mais importante da comunicação.

Atualmente o LV (como é mais conhecido) produz dois programas: o Telejornal UERJ Online, um informativo diário com tudo o que acontece na UERJ e o Etc!, um programa de variedades que trata de forma leve vários assuntos, desde política até apresentações culturais.

¹⁵⁴ Disponível em:

http://uvaonline.uva.br/mkt/template_portal_uva/janela.asp?codConteudo=97&idcurso=23&urltipocurso=https://graduacao.atmo.uva.predicta.net/atmo&idsi=186. Acesso em 27/out/2010.

¹⁵⁵ Disponível em: <http://www.fcs.uerj.br/>. Acesso em 27/out/2010.

Coordenação acadêmica: Professor Antônio Brasil
Atividades realizadas: TV UERJ Online e ETC. (programa de variedades - 6ª feira)
localização: sala 10.025 - bloco A
horário de funcionamento: 2ª a 6ª feira, de 9h às 19h
e-mail: tv.uerj@hotmail.com
site: www.tvuerj.uerj.br/
telefone: (55 21) 2334-0866

TJ UFRJ¹⁵⁶

Laboratório TJUFRJ

Prof^a. Dr^a. Beatriz Becker é Jornalista e Professora do Programa de Pós-Graduação e do Departamento de Expressões e Linguagens da ECO-UFRJ, onde coordenou o LabTV / CPM –ECO, o Curso de Jornalismo e foi responsável pelo desenvolvimento do laboratório e do site TJUFRJ, o telejornal online da Escola. Doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ com Pós-Doutorado realizado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Sua experiência integra a vivência profissional na televisão e no jornalismo à reflexão acadêmica expressa em livros e artigos publicados.

Programa: O TJUFRJ, o telejornal da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, pode ser acessado no endereço www.tj.ufrj.br. O site é caracterizado pelas possibilidades de acessar reportagens em vídeo sobre os principais eventos desta instituição, de realizar transmissões ao vivo de palestras, aulas e debates, e, ainda, de funcionar como acervo audiovisual de trabalhos produzidos por professores e alunos da ECO. 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 informação, talvez, nunca tenha sido tão essencial quanto na atualidade. E esta é,

¹⁵⁶ Recebido por e-mail, através da newsletter “ECOPress”.

certamente, uma das principais funções das webtvs produzidas nos espaços acadêmicos como o laboratório e o site TJUFRJ, que oferecem aos seus alunos e bolsistas a oportunidade de fazer e pensar o jornalismo audiovisual nas atividades de ensino, pesquisa e extensão, amparadas por reflexões críticas que acentuam a possibilidade de relacionar a educação a processos de formação de audiências e usuários mais ativos, integrando teoria e prática. A proposta do projeto TJUFRJ é promover a utilização de discursos e narrativas midiáticas mais críticas e criativas na distribuição e na multiplicação de conhecimentos relativos à produção acadêmica e aos eventos da ECO e às pesquisas de outras unidades da UFRJ. Busca ainda investigar os efeitos das novas tecnologias na produção das notícias audiovisuais.

Dia e Hora: sextas-feiras, das 9:20h às 12:20h

Local: Laboratório de TV

Vagas: 6

ANEXO 5 – PROJETO ELABORADO PELOS ALUNOS DA TV UERJ¹⁵⁷

Reunião da equipe do Laboratório de Vídeo (em 10 de junho de 2010)

1- Laboratório de Vídeo.

- **Público alvo:** comunidade interna, prioritariamente estudantes da UERJ.

- **Missão:**

- . Construir um espaço de aprendizado e formação profissional dos alunos da FCS, por meio da elaboração de produtos e propagandas jornalísticas de TV e vídeo veiculadas on line.
- . Informar sobre os acontecimentos da UERJ relevantes no dia a dia da universidade, construindo o pensamento crítico e dando voz ao público para que possa interagir com a equipe do LV.

- **Visão:**

- . Resgatar a importância do LV como referência nacional em produção televisiva universitária, reconhecido inclusive no meio acadêmico.

- **Valores:**

- . Iniciativa.
- . Comprometimento com a missão e atividades do LV.
- . Criatividade.
- . Espírito de coletividade.
- . Ambição de aperfeiçoar o LV.

- **Objetivos:**

- . Conquistar reconhecimento na FCS e na universidade.
- . Proporcionar oportunidades de prática jornalística em TV, contribuindo para a produção de conhecimentos.
- . Investir em programas e com formato ou linguagem diferenciados, buscando valorizar abordagens mais criativas e inovadoras.

¹⁵⁷ Recebido por e-mail da aluna Bárbara Vianna.

- . Dotar o LV de condições adequadas ao seu funcionamento, incluindo recursos tecnológicos, humanos, financeiros e operacionais.
- . Estabelecer parcerias com outros laboratórios da FCS e com as demais unidades da UERJ.

2- TV UERJ ONLINE.

- Objetivos:

- . Consolidar-se como fonte de informação sobre e para a universidade e seus diferentes públicos.
- . Oferecer entretenimento e informação com linguagem e abordagens criativas, adequadas ao público universitário.
- . Recuperar o reconhecimento obtido nas fases iniciais da TV UERJ ONLINE, bem como suas condições de produção e veiculação.

Telejornal UERJ Online

Informar as comunidades internas, externas e todos os interessados em informações relevantes sobre a universidade com uma abordagem focada na objetividade e dinâmica.

Vale a pena acrescentar que dentro do programa existem quadros editoriais que possuem características próprias como, por exemplo, a descontração.

Quadros Editoriais

- O Povo Fala: Aumentar a interação dos espectadores com a TV UERJ Online através da exposição de suas opiniões sobre um tema pré-definido.
- Cultura e Arte: Quadro que aborda os principais temas ligados à literatura, música, teatro e cultura em geral.
- Passando a Bola: Editorial que possui o intuito de falar sobre os principais acontecimentos referentes ao mundo esportivo.
- Estilo de Quinta: Através da opinião de nossa equipe, tratamos de assuntos que abrangem moda e comportamento.

- Pensando Alto: É o quadro que procura fazer uma reflexão dos últimos acontecimentos em evidência na sociedade.

TV UERJ Esportes

É um programa bastante descontraído e bem-humorado que, por meio de debates feitos pelos estagiários, informamos e discutimos sobre assuntos esportivos que ocorrem no mundo e dentro da UERJ.

ETC

É o programa de cultura e variedades da TV UERJ. O objetivo do programa é divulgar e informar, de uma maneira muito descontraída, para os espectadores os acontecimentos do mundo do cinema, teatro, da música, da literatura e eventos culturais em geral.

Penúltimas

Programa que produz entrevistas e debates focados em questões de peso para a nossa sociedade. O programa conta com a participação de convidados como: acadêmicos e outras personalidades (artistas, atores e profissionais), visando incrementar as discussões e reflexões de assuntos variados.