

Linguagem e convergência: contribuições para o webjornalismo audiovisual¹

Cárlida Emerim²
Beatriz Cavenaghi³

Resumo

A cada nova tecnologia, abre-se sempre a perspectiva de extinção da tecnologia anterior. Com a televisão e a internet não é diferente. Resguardadas suas especificidades e as relações que passam a estabelecer mutuamente, as duas mídias seguem dividindo espaço no mercado contemporâneo. Não se pode negar que linguagens e formas narrativas serão cada vez mais influenciadas pela convergência entre a televisão e a Internet. O presente artigo procura analisar o processo de apropriação do ambiente web pelos telejornais e visualizar um formato de conteúdo audiovisual adaptado às potencialidades oferecidas na internet. Para tanto, toma-se como objeto de análise quatro webdocumentários nos quais se procura verificar características que poderiam ser utilizadas ou adaptadas em produções webjornalísticas audiovisuais.

Palavras-chave: Telejornalismo; Webdocumentário; Convergência.

Abstract

The prospect of extinction of an older technology opens with each new technology. With television and the Internet is no different. Although their specificities and relationships, the two media are sharing space in the contemporaneous market. No one can deny that language and narrative forms are increasingly influenced by the convergence between television and the Internet. This article aims to analyze the process of appropriation of the web environment from TV news, and visualize a format of audiovisual content tailored to the potential offered on the internet. Therefore, four web documentaries become an object of analysis that look to verify characteristics that could be used or adapted in audiovisual web journalism.

Key words: TV News; Web Documentary; Convergence.

1 Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada no DT 4 Comunicação Audiovisual e consta nos ANAIS do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado em Chapecó, de 31 de maio a 2 de junho de 2012, com o título *Apropriações da linguagem dos webdocumentários para o webjornalismo audiovisual*. As discussões no evento e novas investigações modificaram algumas das proposições e concepções que resultam no presente artigo.

2 Jornalista, Mestre em Semiótica, Doutora em Processos Midiáticos, professora e pesquisadora da graduação e pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, líder do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTe/UFSC/CNPq).

3 Jornalista, Mestranda em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina; integrante do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTe/UFSC/CNPq)

Sobre o tema

Uma simples observação da história permite afirmar que todas as grandes transformações nos meios de comunicação traziam consigo uma novidade, uma nova possibilidade que não existia nos meios disponíveis até então. Em verdade, muitas delas apenas apareceram, mas não se estabeleceram. Outras, não só ganharam espaço como propuseram novas concepções e foram, paulatinamente, modificando diferentes aspectos da sociedade. É o que Tourinho (2000) aponta como quebra de paradigma ou inovação.

Embora seja comum afirmar que a internet está sendo propulsora de uma grande revolução, muitos de seus efeitos ainda carecem de mais estudos e aprofundamento. Até porque, esse *meta-meio* (LACALLE, 2010) é o único capaz de reunir em si todos os outros meios existentes (impresso, fotografia, rádio, televisão e outras formas comunicativas) e, ao mesmo tempo, copiar, transpor ou prospectar, pela natureza de seu sistema e suporte tecnológico. Somente a Internet conseguiu agregar as *charlas* comuns de inúmeros seres anônimos (na íntegra e sem cortes) que sem este novo modo de comunicação talvez nunca tivessem voz nem vez na sociedade midiática mais tradicional. E, em contrapartida, subverteu as mídias tradicionais que estão buscando formas de também agregar estas *charlas* em meio as suas inúmeras restrições e modelos blocados e fechados de programação e espaço.

Não por acaso, todos os meios existentes buscaram também um espaço “seu” neste novo ambiente. A mídia considerada tradicional vai, aos poucos, apropriando-se da web e, como consequência, observa-se um embaralhamento nas fronteiras, até então bem definidas entre esses meios. Surgiram rádios online, jogos interativos na televisão, programas de TV produzidos por jornais impressos, incontáveis possibilidades de configurações que fizeram nascer uma nova cultura: a da convergência (JENKINS, 2009). Nesse novo contexto, uma mídia é constantemente influenciada pelas demais, gerando uma maneira cada vez mais complexa de produzir e consumir informação.

O modelo tradicional de circulação da informação *de um para muitos*, dá lugar ao modelo de *muitos para muitos* (SCOLARI, 2008). Os conteúdos se tornam multimídia, a estrutura narrativa se fragmenta em hipertextos e o usuário (antes leitor, ouvinte, telespectador) ganha novas funções no processo comunicativo: “o usuário é a mensagem”, resumiu Scolari parafraseando a frase clássica de McLuhan⁴:

Nos encontramos frente a una ruptura de las categorías que fundaban el proceso cultural y ante un desplazamiento desde el consumo a la producción comunicacional. Al participar en el control de los contenidos, el usuario de los medios interactivos termina por convertirse en parte de ese contenido. (SCOLARI, 2008, p. 98)

4 A frase faz alusão à obra *O meio é a mensagem*, publicada em 1967 por Marshall McLuhan em co-autoria com Quentin Fiore.

Talvez o impacto da cultura da convergência seja ainda maior para a televisão. Antes da revolução dos bits (NEGROPONTE, 1995), ela era a única que nunca tinha sido ameaçada pelo surgimento de outro concorrente. Os meios impressos sobreviveram à ameaça causada pelo rádio; esse também superou o surgimento da tevê, que deve seguir o mesmo caminho de superação. A maioria dos estudiosos da mídia está convencida de que a Internet traz diversas mudanças para os modos de fazer e consumir televisão, mas não acaba com ela. Mas, para quem trabalha no mercado de tevê aberta, a perspectiva é outra. Constantemente em entrevistas na própria mídia sobre os rumos da televisão, muitos gestores e, até mesmo, profissionais cuja história se confunde com a da própria televisão no Brasil, chegam a prospectar a sua derrocada frente à internet/web.

O presente artigo, porém, caminha na direção contrária dessas expectativas mais negativas. Muito mais do que prospectar os novos rumos da televisão diante da concorrência com a Internet, a coexistência atual desses meios implica a uma atitude rápida de pensar sobre este contexto, acreditando que na sociedade da convergência há espaço para tudo e, para todos. Assim, propõe-se ao enfrentamento de questões pontuais e que se julgam importantes de examinar: 1) como se dará a relação entre essas mídias; 2) as características que poderão ser mantidas, reconfiguradas e/ou reinventadas resultando em alguns formatos possíveis; 3) as possibilidades de apropriação que podem potencializar a transmissão de informação audiovisual pela internet, do ponto de vista jornalístico.

É fato que esse processo de hibridação já está em curso e que as linguagens do telejornal e dos conteúdos jornalísticos audiovisuais na Internet sofrem influências mútuas (BECKER e MATEUS, 2010). Porém, faz-se necessário avançar nas reflexões sobre as possibilidades oferecidas pelas ferramentas da *web*, os formatos por ela sugeridos e sobre as fronteiras que devem ser mantidas, ou não, entre os produtos deste meio e os da televisão, em especial, do telejornalismo. Aqui, uma dupla preocupação aparece: em primeiro lugar, a necessidade de adaptar e reconfigurar a informação televisiva para o ambiente *web*, aproveitando as ferramentas próprias deste meio para o desenvolvimento de novos formatos audiovisuais. A segunda, e não menos importante, é analisar e compreender a necessidade de manutenção das características fundantes da notícia na tevê diante das possibilidades que surgem com a virtualização (EMERIM, 2011).

Para dar conta desta proposta, realizou-se uma análise de caráter empírico-dedutiva, que procurou observar as principais características dos conteúdos jornalísticos audiovisuais na Internet, suas peculiaridades e as ferramentas de interação empregadas com o usuário. Tomou-se como objeto de investigação quatro webdocumentários: *Out my window* (Canadá, 2010), *Prison Valley* (França, 2010), *Beyond 9/11* (EUA, 2011) e *Rio de Janeiro Autorretrato* (Brasil, 2011). Num segundo momento, buscou-se apontar relações entre as características observadas nos webdocumentários

e algumas das características do formato telejornalístico tradicional com base em manuais de telejornalismo (PATERNOSTRO: 1987; SQUIRRA: 1993; JESPERS: 1998). Por fim, procurou-se vislumbrar as possibilidades que as ferramentas da Internet podem proporcionar para a produção de conteúdo para os produtos webjornalísticos audiovisuais. É importante ressaltar que o objetivo do presente trabalho não é abordar as imposições da web sobre os formatos da produção televisiva, mas verificar o que pode ser apropriado num material jornalístico audiovisual para potencializar a exibição de notícias prevendo o processo de convergência.

Cabe aqui retomar uma questão essencial que se refere aos conceitos norteadores do trabalho. O termo a ser utilizado para tratar da produção audiovisual na Internet não é um consenso entre pesquisadores da área. Alguns estudiosos preferem termos como **telejornalismo online** (BRASIL: 2002) ou **webtelejornalismo** (RENAULT: 2011). Neste trabalho, optou-se pela adoção do conceito de **webjornalismo audiovisual** (NOGUEIRA: 2005; BECKER: 2009; TEIXEIRA: 2011) já que este afasta qualquer ambiguidade relacionada aos produtos característicos da televisão. Conforme já se destacou em trabalho anterior, *ao dividir a palavra telejornalismo pode-se apreender que **tele** deriva de televisão e jornalismo é a prática de produção de notícias, logo, jornalismo produzido para ser exibido na televisão* (EMERIM, 2011).

Os telejornais e a convergência: implicações de um modelo

A égide capitalista impõe o funcionamento dos produtos midiáticos em torno da visibilidade, do lucro e da produção em série. Assim o é também com os telejornais da televisão aberta que precisam enfrentar não só a concorrência com os outros produtos da grade como também os outros meios que buscam atingir o mesmo público. A convergência tem sido um outro fator impositivo a estes produtos que precisam se adequar a este mercado em formação que tem características ainda efêmeras e desestruturantes, ou seja, não ofertam padrões a serem seguidos. Assim, imposto pelo novo processo e pelo sistema de funcionamento do mercado, os telejornais, como todo produto televisivo não ficam de fora do contexto de convergência midiática.

Os principais canais de televisão brasileiros buscam atualmente, na Internet, um novo espaço para divulgar seus conteúdos e chamar a atenção para a grade de programação tradicional. Ao mesmo tempo, iniciativas pioneiras, nascidas na *web*, buscam ocupar um espaço até então restrito às emissoras de TV: o espaço da produção e circulação de conteúdos audiovisuais. As formas como os telejornais tradicionais e as propostas pioneiras vão, aos poucos, se apropriando do ciberespaço e das experiências por ele visibilizadas variam, assim como são variadas as categorias já desenvolvidas para analisar o processo de convergência entre televisão e *web*.

Uma das categorizações que tratam dos sites dedicados ao webtelejornalismo⁵ foi proposta por Letícia Renault (2011), que os classifica em três categorias, de acordo com o meio que lhes deu origem. Os **sites de transposição** são os que têm origem em um meio de comunicação audiovisual. Um exemplo são os sites do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Band*, que servem como disseminadores, na web, dos conteúdos produzidos na linguagem televisiva, para exibição na tevê aberta. Os sites de transposição oferecem ao conteúdo televisivo um novo ambiente, agregando-lhes formas narrativas diversas, como textos, fotografias e gráficos. A segunda categoria proposta pela autora contempla os **sites híbridos**: *aqueles que não têm uma natureza originalmente audiovisual, mas vão adquiri-la à medida que passam a desfrutar do ciberespaço* (2011, n.p.). Nesta categoria, enquadram-se sites produzidos por veículos impressos como a *TV Folha*, do jornal *Folha de São Paulo* e a *TV Estadão*, do jornal *O Estado de São Paulo*. Os sites que não possuem antecessores ou correspondentes em versões analógicas são **nativos**: sites desenvolvidos especificamente para o ambiente *web*. Renault utiliza como exemplo o site da fotógrafa americana Sandy Skoglund⁶, que não tem correspondência com um site jornalístico, mas apresenta aspectos considerados por Renault como características dos sites nativos: interatividade e multimidialidade.

Partindo do meio de origem dos sites é possível considerar que produtos como a *AllTV* ou algumas *TV's* universitárias⁷ se enquadram na categoria de sites nativos, pois já nascem no ambiente *web*, sem correspondentes em outros meios. Porém, mesmo esses, ainda reproduzem o formato tradicional do jornalismo feito para televisão: *os telejornais mais tradicionais e as notícias televisivas seguem sendo retransmitidos para outros suportes na web com a mesma configuração discursiva que os estruturou para um modo específico de exibição e recepção na televisão aberta* (EMERIM: 2011, n.p.). Independente da origem (na televisão, na Internet ou em outros meios), os sites que disponibilizam material jornalístico audiovisual têm uma característica em comum: a fragmentação do conteúdo. Diz-se que a Internet quebra a linearidade de apresentação de informação e conteúdo até então propostas pelo cinema e pela televisão, apresentando uma maneira não linear de acesso ao conteúdo audiovisual.

Em tempo, o **videoclipe** já havia quebrado com a linearidade da leitura do cinema e da tevê. Mas a *web* (*internet*) traz a hiperbolização deste processo, visto que não só desordena (da lógica linear) a leitura dos produtos como descontextualiza (ele pode ser lido em qualquer outro tempo), criando imprevisíveis novas formas de interpretação por sobre o conteúdo jornalístico ali depositado. E, mais ainda, oferece um repositório de memória, permitindo o acesso em diferentes tempos de todo o material produzido sobre o tema em questão. Um exemplo: mesmo nos sites de transposição, o telejornal é dividido em pedaços e o internauta pode acessar cada matéria independente das outras que formavam o todo do programa na tevê (blocos

5 Apesar da preferência pelo termo webjornalismo audiovisual, conforme destacado no tópico anterior, optou-se por manter, aqui, o termo utilizado pela autora.

6 Disponível em: <http://www.sandyskoglund.com/>

7 Como, por exemplo, a *TV UERJ On-line* (<http://www.tvuerj.com.br/>) e o *TJ UFRJ* (<http://www.tj.ufrj.br/>)

e sequencia). Nos sites nativos, como o *AllTV*, há uma programação ao vivo, linear, mas é possível também acessar cada um dos programas exibidos a qualquer momento. Essa “quebra” do tradicional espelho do telejornal⁸, que o transforma em pequenos fragmentos soltos é o que Leila Nogueira chama de *Mosaicos de Notícias Digitais*:

É como se fragmentássemos a tabela de notícias elaborada pelo editor-chefe e fizéssemos o conteúdo de cada linha virar uma pedra do mosaico. Ou seja, cada matéria que comporia o espelho, agora recebe um título e um subtítulo. Em seguida, é disponibilizada na tela separadamente e associada a uma imagem (foto) referente ao assunto. Tanto a imagem quanto o título e o subtítulo são links que vão levar o usuário à reportagem audiovisual e ao seu respectivo texto com hipertextos (NOGUEIRA, 2003, p.7).

A autora define, também, três fases em que se divide o webjornalismo audiovisual. Ao contrário das categorias propostas por Renault, estas fases não consideram a origem do site, mas seu grau de aproveitamento das ferramentas oferecidas pela web: multimídia, hipertextualidade, memória, interatividade e personalização. A primeira fase é a contemplativa, que agrega os sites cujo objetivo é divulgar as edições dos telejornais já exibidos na televisão. Nesse tipo de site, as possibilidades durante o acesso são restritas ao ato de assistir: pois não é possível: pesquisar edições anteriores, assistir ao programa ao vivo nem acessar conteúdos exclusivos para a Internet (NOGUEIRA, 2005).

Os sites que se encontram na segunda fase, a participativa, promovem mais envolvimento do usuário, permitindo acesso aos bancos de dados, as ferramentas de busca, as enquetes, os fóruns, os chats e ao envio de materiais por e-mail.

A terceira geração do webjornalismo audiovisual são os sites de característica **construtiva**, que apresentam possibilidades de novas linguagens e novas ferramentas para o ambiente *web*:

A ordem de exibição das reportagens selecionadas poderia ser definida pelo usuário e alterada a qualquer momento. Existiria também a possibilidade de armazenamento da sequência para uma exibição posterior caso fosse necessário interromper a reprodução (NOGUEIRA, 2005, p. 36).

Atualmente, pode-se apontar como exemplo de um produto de terceira geração do webjornalismo audiovisual o site da televisão francesa TV5⁹, que oferece o serviço *Ma Selection*, onde o usuário pode se cadastrar e criar uma lista de vídeos favoritos. Os vídeos ficam armazenados para visualização conforme a preferência do usuário, que pode também avaliar o produto (através de um *ranking* de uma a cinco estrelas) ou divulgar sua lista de vídeos através de redes sociais como *Twitter* e *Facebook*.

8 Espelho, aqui, refere-se ao termo técnico utilizado nas redações para designar a sequência em que os elementos do telejornal serão exibidos.

9 Disponível em: <http://www.tv5mondeplus.com>

Mesmo esses sites, considerados já da terceira geração por empregarem ferramentas que possibilitam a participação do usuário na montagem da sequência das notícias, ainda utilizam-se da linguagem característica do telejornal tradicional que é exibido na televisão aberta.

São estes últimos descritos que mais interessam para os objetivos do presente artigo, pois se quer apurar quais seriam as possibilidades criadas a partir de uma quarta geração do webjornalismo audiovisual, uma fase onde a notícia televisiva cedesse espaço para um formato de notícia produzido para o ambiente da *web*. O tópico a seguir busca na linguagem dos webdocumentários selecionados identificar as ferramentas e características que abrem caminho para o desenvolvimento deste que pode se constituir num novo formato de produção de conteúdo webjornalístico audiovisual.

Buscando pistas nos Webdocumentários

Os documentaristas inseridos no ambiente web consideram que esta é *uma nova forma de contar histórias pela Internet tendo como ponto de partida a mistura de diferentes formatos: textos, áudios, vídeos, fotos, ilustrações e animações*¹⁰. A **multimedialidade** é a primeira característica comum aos webdocumentários, produtos marcados por uma espécie de atração mútua entre os documentários e as mídias digitais:

(...) o gênero documentário oferece uma variedade de modalidades em representar a realidade e mídia digital oferece o novo modo de navegação e interação. (...) Este cenário trouxe o surgimento de diferentes formatos e a constituição de novos gêneros, como é o caso do documentário de multimídia interativa¹¹ (GIFREU, 2011, tradução nossa).

Os webdocumentários vêm ganhando espaço nos últimos anos graças ao avanço da Internet banda larga (que facilita o acesso aos produtos) e ao desenvolvimento de plataformas cada vez mais complexas para elaboração deste tipo de produto¹². A discussão a respeito de suas potencialidades, porém, começou há mais de dez anos. O site francês *webdocu.fr*, que discute temas relacionados a multimídia e interatividade, contém textos publicados desde 2001 sobre experiências com webdocumentários. Beatriz Ribas publicou, em 2003, uma tentativa de conceito para o tema a partir de um projeto experimental realizado na Universidade Federal da Bahia - UFBA¹³.

10 Descrição encontrada no site <http://webdocumentario.com.br/>

11 (...) *the documentary genre provides a variety of modalities in representing reality, and digital media provided the new mode of browsing and interaction. (...) This scenario has brought the emergence of different formats and the constitution of new genres, as is the case of the interactive multimedia documentary.*

12 Em 2009, o Festival Internacional de Fotojornalismo *Visa pour l'Image*, incluiu uma categoria destinada a premiar webdocumentários. Na mesma direção, o *Internacional Documentary Film Festival Amsterdam* - IDFA também criou, em 2010, o *Festival DocLab*: uma categoria específica para mostrar e premiar webdocumentários e outras formas de narrativa digital que expandem o gênero documentário para além do cinema linear. Informações disponíveis em <http://www.doclab.org/>

13 O trabalho *Maracangalha.com, um web documentário sobre uma vila do recôncavo baiano* é descrito no artigo, porém o site não se encontra mais disponível para acesso.

A construção das páginas através de micronarrativas organiza a informação de maneira fragmentada, mas articulada dentro da totalidade do documentário, oferecendo níveis de aprofundamento e integrando formatos distintos. Tanto entrevistas em texto, como em áudio e vídeo, podem ser divididas por assunto e reorganizadas, tendo em vista a fácil movimentação do usuário na busca por informações (RIBAS, 2003, p. 108).

A **fragmentação da narrativa**, citada pela autora, é uma característica importante nos webdocumentários. Em *Beyond 9/11*, produzido em 2011 pela revista *Time* em parceria com o canal de televisão *HBO*¹⁴, é possível observar como esta fragmentação se configura. Ao acessar o site, o usuário se depara com uma série de micronarrativas, depoimentos de pessoas envolvidas com a história do ataque às Torres Gêmeas de Nova York e não há uma indicação de começo, meio ou fim, pois é o internauta quem vai decidir por onde começar e qual o caminho a percorrer.

Figura 1



Figura 2



Ao clicar no link escolhido, é possível assistir aos depoimentos editados, que têm em média cinco minutos. Há, também, uma sugestão de vídeos de “pessoas relacionadas” que orienta as próximas escolhas a serem feitas, mas é o usuário quem define os caminhos a serem percorridos e os conteúdos a serem acessados. *Através do hipertexto, o autor constrói as micronarrativas, fazendo associações entre dados e permitindo que o usuário trace o caminho que for mais conveniente a seus interesses* (RIBAS, 2003, p.108). A íntegra dos depoimentos (sem os cortes feitos na edição) está disponível em texto. O site traz ainda um link onde o usuário é convidado a enviar suas próprias fotos e vídeos para complementar o material histórico sobre os ataques de 11 de setembro.

As ferramentas disponibilizadas em *Out my window*¹⁵, webdocumentário canadense vencedor do Festival *DocLab* em 2010, também ressaltam essa característica de **colaboração do usuário na construção do conteúdo**. O trabalho aborda as consequências da urbanização através de histórias de 13 personagens que vivem em prédios de 13 grandes cidades do mundo. O usuário pode contribuir com a narrativa,

14 Disponível em: <http://www.time.com/time/beyond911/#>
 15 Disponível em: <http://interactive.nfb.ca/#/outmywindow>

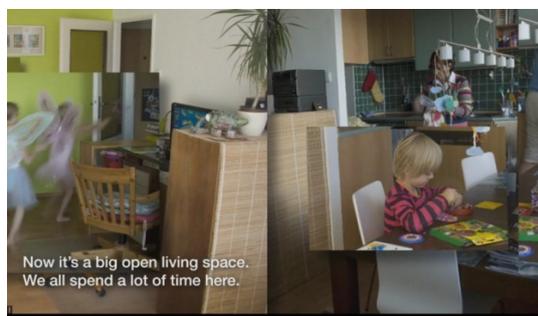
enviando fotos e comentários que demonstrem o que é possível ver a partir da janela da sua própria casa, possibilitando, assim, a constante atualização do site e a criação de uma **memória audiovisual** sobre o assunto em questão.

A página inicial de *Out my window* representa um prédio com 13 janelas (figura 3) e, clicando em cada uma delas, tem-se acesso a um mosaico de fotos que, dispostas numa visão panorâmica em 360°, revelam o ambiente da casa. Neste ambiente estão os links para micronarrativas que vão contar a história do personagem. Os vídeos são construídos a partir do áudio dos depoimentos ilustrados com fotografias. Trechos do depoimento são destacados em textos que aparecem na tela (figura 4).

Figura 3



Figura 4



O webdocumentário brasileiro *Rio de Janeiro – Autorretrato*¹⁶, vencedor da 33ª edição do Prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos na categoria Internet, também constrói sua narrativa a partir de depoimentos ilustrados com fotografias (figura 5). Este trabalho ainda traz uma versão escrita de todas as sonoras utilizadas e oferece opções de interatividade via redes sociais. É possível divulgar, compartilhar ou fazer comentários sobre o material, principalmente via *Twitter* e *Facebook* (conforme detalhe no canto esquerdo da figura 6).

Figura 5

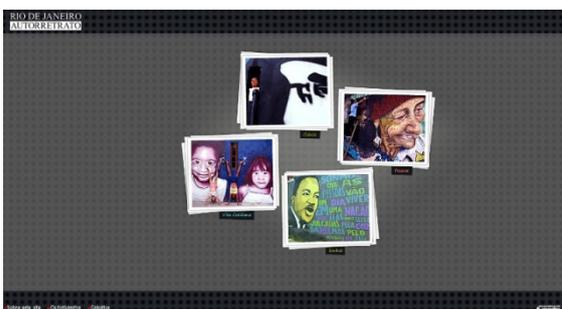


Figura 6



16 Disponível em: <http://www.riodejaneiroautorretrato.com.br/riodejaneiroautorretrato/dev2011/>

Conteúdo multimídia, narrativa fragmentada, participação ativa e colaboração do usuário e integração com as redes sociais são características presentes em todos os trabalhos analisados. A elas, acrescenta-se, ainda, uma última: **personalização do conteúdo**. A personalização é facilmente identificada no webdocumentário *Prison Valley*¹⁷, ganhador do prêmio de melhor webdocumentário no *Visa pour l'Image* 2010. A proposta é oferecer ao usuário a oportunidade de conhecer uma região dos Estados Unidos cuja economia gira em torno de 13 prisões particulares instaladas. Após um vídeo de apresentação (que representa o olhar de quem chega à cidade) o usuário é convidado a registrar-se em um hotel e, logo após, recebe um quarto (figura 7). Os objetos do quarto são as ferramentas de interação com o webdocumentário: o computador dá acesso ao fórum para discussão com outros usuários cadastrados; sobre a cama ficam fotos e documentos arrecadados durante o passeio pela cidade; o caderno sobre o crioulo-mudo mostra anotações a respeito dos personagens que vivem na cidade. Há também um mapa (figura 8) que mostra os locais da cidade já visitados, a partir dos vídeos com os quais o usuário já teve acesso. É possível “sair da cidade” e voltar de acordo com o desejo do internauta, que mantém suas informações salvas para acessos posteriores.

Figura 7



Figura 8



As características e peculiaridades destacadas em cada um dos webdocumentários devem ser consideradas exclusivas de cada produto. Conforme o jornalista e webdocumentarista Marcelo Bauer (2010), os webdocumentários são diferentes de reportagens multimídia de sites noticiosos porque são produtos pensados de maneira específica e não em linha de produção. Têm um projeto visual exclusivo, interface própria e roteiro concebido exclusivamente para um único tema. Dessa forma, não seria adequado comparar esse tipo de produção com um produto webjornalístico que pretenda dar conta da atualidade dos fatos cotidianos. Também não parece apropriado imaginar que produtos webjornalísticos audiovisuais agreguem tamanha complexidade em suas produções. O objetivo desta análise é observar as potencialidades presentes em webdocumentários e refletir sobre como elas poderiam ser adaptadas no desenvolvimento de um formato característico dos webjornais audiovisuais, conforme se pretende apresentar no tópico a seguir.

¹⁷ Disponível em: <http://prisonvalley.arte.tv/?lang=en>

As possibilidades para o formato webjornalístico audiovisual

A partir do ambiente *web* é possível desconstruir o formato tradicional do telejornal, aquele planejado para ser exibido na televisão. As características da narrativa dos webdocumentários e das ferramentas disponibilizadas no ciberespaço permitem considerar o desenvolvimento de um formato característico para a divulgação de notícias audiovisuais na Internet. As principais possibilidades têm como base uma estrutura não linear, tanto para a instância de produção quanto para a recepção. Cada elemento informativo, cada trecho da informação audiovisual, pode ser acessado através de diferentes caminhos, conectados apenas por um cenário, ou pelo ambiente virtual no qual estão postados, e não mais pela linearidade do conteúdo.

Na televisão, o telejornal precisa seguir uma sequência lógica, crescente e clara (SQUIRRA, 1993). A mensagem é momentânea e *precisa ser recebida no instante em que é emitida, e captada de uma só vez* (PATERNOSTRO: 1987, p. 36). A lógica da programação televisiva impede que o mesmo material seja visto duas vezes:

Se leio um artigo, tenho debaixo dos olhos no mesmo instante a totalidade do texto desse artigo. Posso voltar atrás, se não entendi bem algumas palavras, começar a minha leitura pelo último parágrafo, consultar um dicionário sem para tanto perder o fio da informação. A minha percepção é global, simultânea e sinótica. Pelo contrário, quando vejo uma emissão de televisão só entendo algumas palavras e imagens (25 imagens e duas ou três palavras por segundo) no próprio momento em que a informação me chega: a minha percepção é parcelar (JESPERS, 1998, p. 86).

O exemplo de Jaspers está em um contexto de comparação entre o jornal impresso e o televisivo, mas serve para demonstrar como as possibilidades de assimilação pelo usuário são expandidas na Internet, em comparação com a tevê. No webjornalismo audiovisual, até mesmo o dicionário citado por Jaspers poderia estar embutido corpo da notícia, através de links para outros sites ou em glossários incorporados ao site onde está a notícia, a exemplo das possibilidades multimídia observadas nos webdocumentários.

Enquanto na Internet as possibilidades de visualização são irrestritas, é impossível, na lógica da grade de programação televisiva, deixar percursos de leitura em aberto, exibir um único programa em tempo integral ou oferecer opções de acesso ao conteúdo. Por outro lado, a diversidade que é obrigatória na programação da tevê aberta pode ser o seu diferencial perante a proposta libertária da *web* que, através da fragmentação do conteúdo, corre o risco de promover leituras equivocadas e descontextualizadas.

É a partir da constatação de que os produtos webjornalísticos audiovisuais podem ser vistos e revistos diversas vezes, assim como um texto no jornal impresso, que se pode vislumbrar novas formas de apresentação das notícias. Seria necessário

recorrer à estrutura *cabeça – off – sonora – passagem* para disponibilizar notícias na Internet? O formato utilizado no webdocumentário *Beyond 9/11*, por exemplo, demonstra que uma série de sonoras pode contar algo sobre um fato sem o apoio de texto em *off*. Pode-se considerar, por exemplo, que um webjornal audiovisual disponibilize todas as entrevistas coletadas durante a produção de uma matéria para que o usuário as assista isoladamente. O próprio uso das sonoras, entendidas como pequenos trechos escolhidos no todo de uma entrevista, poderá ter sua necessidade questionada nesse novo contexto. As possibilidades multimídia e o espaço irrestrito de exibição e armazenamento fazem surgir um novo paradigma no que diz respeito ao aprofundamento na abordagem da notícia. O webjornalismo audiovisual tem a possibilidade de superar a superficialidade característica do telejornal televisivo destacado por Paternostro:

O que se denomina *timing* de TV (ritmo da TV) proporciona uma natureza superficial às suas mensagens – principalmente às de caráter jornalístico. O custo das transmissões, o poder de penetração, compromissos comerciais e a necessidade de “arrebatar” o telespectador não permitem a densidade nas mensagens. (PATERNOSTRO, 1987, p. 37)

Se o tempo e o custo de transmissão deixam de ser restrições, o volume e a diversidade de informações devem aumentar. Não há garantias, porém, de que isso represente mais qualidade na informação, já que a diversidade de fontes não representa, necessariamente, diversidade de vozes e versões sobre um mesmo tema.

Do ponto de vista da recepção, é necessário considerar que a maneira interativa de acessar conteúdos audiovisuais que emerge dos webdocumentários exige uma postura diferente daquela com a qual o telespectador está acostumado. A televisão é cômoda e não exige grandes esforços por parte do telespectador (SQUIRRA, 1993). O webjornal audiovisual, nessa proposta de formato, exigiria escolhas por parte do usuário e algum grau de envolvimento com as informações.

Outros dois aspectos relevantes sobre as possibilidades do webjornalismo audiovisual estão relacionadas com as ferramentas de armazenamento e recuperação de dados. Hoje, a memória dos telejornais brasileiros está guardada nos arquivos e centros de documentação de empresas privadas (BRASIL, 2011). Na Internet, é possível vislumbrar a criação de um arquivo público, com vídeos de informação jornalística facilmente recuperáveis através dos avançados sistemas de busca disponíveis. Além disso, as ferramentas de *web analytics* já desenvolvidas e disponibilizadas gratuitamente¹⁸ permitem que as empresas da *web* conheçam, em certo nível, os gostos e preferências dos usuários e, assim, lhes ofereçam serviços sob medida (PAULINO, 2012). O público receptor, sempre tão superficialmente conhecido pelos produtores de televisão, torna-se facilmente revelado aos produtores de webjornalismo audiovisual. ¹⁸ Google Analytics, Omniture e Webtrends são alguns exemplos.

sual. É a Internet desmassificando a audiência (LACALLE, 2010) e abrindo a possibilidade de personalização da oferta de conteúdos webjornalísticos audiovisuais.

REFERÊNCIAS

BECKER, Beatriz; MATEUS, Lara. *O melhor telejornal do mundo: um exercício televisual*. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (org) **60 anos de telejornalismo no Brasil: história análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010

BRASIL, Antônio Cláudio. **Telejornalismo, Internet e a guerrilha tecnológica**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**. São Paulo: Summus, 2010.

CROCOMO, Fernando. **TV Digital e produção interativa**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.

DUARTE, Elizabeth; CAETRO, Maria L. D. de. *Sobre a convergência midiática*. In: DUARTE; Elizabeth B; CASTRO, Maria L. D. de CASTRO (orgs.). **Convergências midiáticas: produção ficcional – RBS TV**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

EMERIM, Cárilda. *A produção do telejornal: da tevê aberta para a web*. In: 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro. 2011. CD-ROM

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009

JESPERS, Jean-Jacques. **Jornalismo televisivo**. Coimbra: Minerva, 1998.

LACALLE, Charo. As novas narrativas de ficção televisiva e a internet. **Revista Matrizes**, São Paulo, n.2, p. 79-102, jan/jul. 2010

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online**. 2005. 133 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

RIBAS, Beatriz. *Contribuições para a definição do conceito de web documentário*. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. (org) **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de La Comunicación Digital Interactiva**. Barcelona: Gedisa, 2008

SILVA, Edna de Mello; ROCHA, Liana Vidigal. *Telejornalismo e Ciberespaço: convergência de tecnologias e informação*. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio;

COUTINHO, Iluska (org) 60 anos de telejornalismo no Brasil: história análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo**: produção e técnica. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo**. Vitória: EspaçoLivros, 2009.

YORK, Ivor. **Telejornalismo**. São Paulo: Roca, 2005.

Referências obtidas na Internet:

BAUER, Marcelo. **Mas, afinal, o que é webdocumentário?** 2010. Disponível em: <<http://webdocumentario.com.br/webdocumentario/index.php/para-saber-mais/mas-afinal-o-que-e-webdocumentario/>> Acesso em 25 de março de 2012.

GIFREU, Arnau. **The interactive multimedia documentary as a discourse on interactive non-fiction**: for a proposal of the definition and categorisation of the emerging genre. Hipertext.net, 9, 2011. Disponível em: <<http://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-9/interactive-multimedia.html>> Acesso em: 13 de março de 2012.

NOGUEIRA, Leila. **Quebrando o espelho**: uma análise comparativa do jornalismo nas TV'S UOL E UERJ online. SBPJor, 2003. Disponível em: <<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/resumod.php?id=55>> Acesso em: 7 de abril de 2012.

PAULINO, Rita. **Audiência**. Florianópolis, 2012. Disponível em: <<http://midiaonline.jor.br/jornalismo/wp-content/uploads/2012/04/audiencia.pdf>> Acesso em: 12 de abril de 2012.

RENAULT, Letícia. **Webtelejornalismo**: o diálogo entre televisão e web a partir do telejornalismo no Brasil. Confibercom, 2011. Disponível em: <<http://confibercom.org/anais2011/pdf/275.pdf>> Acesso em: 2 de abril de 2012.