

Intermedialidade e estetização da notícia no jornalismo audiovisual¹

Sara Alves FEITOSA²
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

Resumo

O artigo põe em discussão artifícios, típicos da ficção, utilizados na produção do jornalismo audiovisual contemporâneo. Toma estas iniciativas como traços ou vestígios de experimentação na linguagem jornalística e reinvenção nos modos de contar “estórias” diante da pressão e desafios colocados por uma crise de audiência da televisão, de modo geral, e, do telejornalismo de modo específico. Para evidenciar mudanças na linguagem são analisadas duas reportagens exibidas no Jornal Nacional em 2015. Identifica a estetização e a intermedialidade na produção da notícia no audiovisual como expressões dos mundos lúdico e ficcional em um gênero ancorado no mundo real.

Palavras-chave: intermedialidade; experimentação; jornalismo audiovisual; estética;

Introdução

A proposta deste artigo é sistematizar reflexões sobre o jornalismo audiovisual considerando o contexto da convergência jornalística (BARBOSA, 2015) e explicitar em que este cenário – em transformação – pode contribuir para a renovação da linguagem jornalística audiovisual, além de argumentar que a inovação tecnológica tem modificado não apenas os processos de produção, recepção e consumo de notícias, mas aponta para importantes mudanças na linguagem do jornalismo produzido para suportes audiovisuais.

Como observa Suzana Barbosa (2015, p.33) o contexto de produção jornalística atualmente “pode ser caracterizado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição e distribuição de conteúdos”. Isso, segundo a autora, resulta em um *continuum* multimídia dinâmico. Embora o material utilizado para análise neste artigo tenha sido produzido originalmente para ser exibido na televisão, estes por conta da dinâmica de distribuição e

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

² Doutora em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS. Professora no curso de jornalismo da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja/RS. Email: sarafeitosa@unipampa.edu.br

consumo dos produtos culturais no contemporâneo – incluindo aí o jornalismo – rapidamente migram do suporte TV para o ambiente web³.

Considerando que o processo de produção de imagem desde a primeira década do século XXI passou do processo analógico para o digital, mudança totalmente concluída atualmente⁴. Levando-se em conta ainda, que no cenário de convergência jornalística (BARBOSA, 2015) a produção de notícia que faz uso de imagens em movimento sincronizadas com o áudio não é mais exclusividade do suporte TV. Sendo frequente a utilização da linguagem audiovisual (vídeos, *podcasts*, animações, infográficos animados) no jornalismo digital de tradição impressa⁵ com circulação na web, parece inadequado falarmos de telejornalismo. Nos parece ser mais inteligível na atualidade a utilização do termo jornalismo audiovisual, modo como iremos nos referir aqui ao jornalismo produzido originalmente para a TV. Isso porque pela dinâmica de produção, distribuição⁶ e consumo este material noticioso já não está restrito a tela da TV⁷ e circula no ambiente web adquirindo características típicas da nova mídia com possibilidade de compartilhamento, dispersão e convergência (KILPP, 2012).

Feito estes esclarecimentos, o artigo está estruturado da seguinte maneira: no tópico crise de audiência e oportunidade de inovação, problematizamos algumas ideias que circulam no ambiente acadêmico sobre a crise do jornalismo, a baixa na audiência de televisão e as possibilidades de inovação da linguagem no jornalismo audiovisual. Para em seguida apresentar os materiais em análise, ou seja, duas reportagens exibidas no Jornal Nacional: 1) Brasil cai posições entre economias mais competitivas do mundo⁸, de Phelipe Siani, veiculada em maio de 2015; 2) A matemática está presente em quase tudo da nossa rotina⁹, de Felipe Santana, exibida em julho de 2015; A intenção é ao fazer a descrição das

³ Desde novembro de 2015 toda a programação da Rede Globo de Televisão é disponibilizada online pelo aplicativo Globoplay.

⁴ O jornalismo produzido atualmente é totalmente digital. Quando falamos de audiovisual isso significa dizer que a captura, tratamento, edição e distribuição das informações ocorre na sua totalidade através do processo digital.

⁵ Fala-se aqui dos aplicativos autóctones de jornais impressos produzidos para dispositivos móveis que disponibilizam material exclusivo, com tratamento diferenciado como Folha S. Paulo, ZH digital, La Repubblica Sera (La Repubblica, Itália).

⁶ Vale lembrar que quase que simultaneamente a exibição no suporte TV a maior parte da produção passa a ser disponibilizada na web. Se levarmos em consideração aplicativos como o Globoplay (TV aberta), Globosatplay (TV por assinatura) e o sites das emissoras de TV (R7, Band, SBT, TV Cultura, dentre outras observa-se uma transposição dos vídeos/reportagens para o ambiente web.

⁷ Ver EMERIM (2015), Telejornalismo, tecnologia e narrativa no Brasil para os próximos 65 anos.

⁸ G1 – disponível em <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/05/brasil-cai-posicoes-entre-economias-mais-competitivas-do-mundo.html>

⁹ G1 disponível em <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/07/matematica-esta-presente-em-quase-tudo-da-nossa-rotina.html>

reportagens proceder a identificação e a análise de elementos que renovam a linguagem do jornalismo audiovisual. Por se tratar de uma pesquisa em desenvolvimento, o artigo trará notas iniciais sobre o que identificamos como experimentações de linguagem com potencial de modificar e atualizar o jornalismo para suportes audiovisuais, no entanto, há uma série de outras alterações observadas nesta linguagem que não serão contempladas aqui mas que são objeto de preocupação da investigação¹⁰. Neste sentido, os apontamentos sistematizados aqui colocam-se como uma contribuição para o registro de um processo em curso e como uma ferramenta no ensino do jornalismo audiovisual já que os manuais e bibliografias disponíveis atualmente não respondem a este processo de transformação nos modos de fazer jornalismo para as mídias audiovisuais. Vale ressaltar que este empreendimento junta-se a outros estudos que investigam as mudanças em curso na produção das narrativas jornalísticas audiovisuais (FECHINE, 2008; FAUSTO NETO, 2011; CASADEI; VENANCIO, 2012; GUTMAN, 2014).

Jornalismo: crises e oportunidade de inovação

Diferentes autores têm chamado a atenção para a necessidade de se repensar a identidade e legitimidade do jornalismo (CURRAN, 2009; MCNAIR, 2009) em um contexto que prolifera espaços de produção de conteúdo (blogs, redes sociais digitais, sites de empresas noticiosas, sites institucionais, mídias corporativas, etc.), sem falar na série de produções de entretenimento disponível atualmente que disputam a atenção e o interesse do público.

Investigações com interesse no conteúdo jornalístico, especialmente no webjornalismo, têm apontado uma flexibilização dos valores-notícia e a relevância de critérios como a instantaneidade, notoriedade do personagem da notícia (prevalência de temas da vida privada) e o interesse do leitor como ferramenta de hierarquização do conteúdo (PADILHA, 2012; BARBOSA, 2014). Generalizando o quadro, aponta-se para uma preferência do público em consumir notícias leves (*soft news*) e com pouca relevância jornalística. Neste cenário os jornalistas são pressionados a inovar no processo de produção noticiosa para atender às exigências do público (MCNAIR, 2009), implicando em redefinições nos modos de contar “estórias”.

As mudanças tecnológicas das duas últimas décadas têm impactado o jornalismo, resultando em crises no que diz respeito aos valores, à identidade, à sustentabilidade do

¹⁰ Nos referimos ao uso de *flash backs* e elipses nas narrativas do jornalismo audiovisual diário.

negócio e em muitos casos, crise de credibilidade. Elizabeth Bird (2009) ao falar do jornalismo e as novas mídias oscila entre a excitação resultante do potencial democrático e cidadão das novas tecnologias e a sensação de que o jornalismo vive uma grande crise. Embora a constatação de uma crise no jornalismo seja praticamente um consenso, Silvia Moretzsonh (2014), por exemplo, chama a atenção para a importância de este ser o momento de reafirmar os princípios do jornalismo com a verdade, a apuração e verificação dos fatos, a ética e o compromisso com o interesse público.

O jornalismo audiovisual, a exemplo de outros formatos jornalísticos, tem sofrido uma queda dos índices de audiência. A média de audiência do JN atingiu índices em torno de 20 pontos no IBOPE no primeiro trimestre de 2016. Em 2005, por exemplo, o mesmo programa atingia média de 35,8 pontos. As explicações e especulações em torno da baixa na audiência são diversas: desde aos baixos índices de popularidade das novelas que antecedem o jornal – o que dificulta a “alavancagem” de públicos para o programa noticioso; o bom desempenho de programas no mesmo horário em emissoras concorrentes e a migração do público de TV para plataformas *streaming*, como *Netflix*. Vale lembrar que há uma variável que tem sido pouco lembrada neste debate, mas que parece interessante para o jornalismo. Falamos da discussão sobre a relação entre a baixa nos índices de audiência do JN e a credibilidade no jornalismo, de modo geral e, especificamente, no jornalismo produzido pela Rede Globo. Não é objetivo deste artigo discorrer sobre as motivações da crise de audiência do jornalismo feito para TV, aqui interessa pensar como a fuga da audiência, associada ao cenário de convergência jornalística e da disponibilidade de dispositivos tecnológicos que propiciam inovar nos modos de contar “estórias” no jornalismo audiovisual digital têm contribuído para transformar este formato jornalístico.

O jornalismo independente do suporte de veiculação fala para uma audiência. Como observa Guerra (2014. p. 39), “todo discurso que pretende comunicar algo deve necessariamente pressupor a audiência que o irá receber”. Jean Chalaby (1998) observa que a adequação entre o produto e as expectativas da audiência foi algo fundamental para o desenvolvimento do jornalismo moderno. Para o autor, o “interesse do leitor” (*reader’s interest*) tem papel crucial na transformação dos discursos jornalísticos ocorrido no século XIX. De acordo com Chalaby (1998), é a partir da adoção das expectativas da audiência como parâmetro a ser considerado ao selecionar o que merece ou não espaço no noticiário que o jornalismo assume a formação moderna vigente até os dias de hoje. O autor lembra ainda que outro importante fundamento para o processo de seleção é a atualidade, o que de

certo modo também está a cumprir uma expectativa da audiência que parece cada vez mais ávida por novidades, como apontam investigações voltadas para o jornalismo na web (PADILHA, 2012; VENTURA, 2009).

Tratando sobre as conclusões de Chalaby, Guerra (2014, p. 42) defende que a adequação do conteúdo aos interesses da audiência “é uma condição necessária para que se estabeleça o vínculo entre produtores de informação jornalística e sua audiência, sem o qual nenhum outro tipo de relação poderia se estabelecer”. Argumenta ainda não ser possível pensar o jornalismo sem esse vínculo, já que o princípio geral que estrutura o jornalismo na sua concepção moderna é a “função mediadora que lhe cabe, isto é, operar uma oferta de informações sobre fatos da atualidade para os indivíduos” (GUERRA, 2014, p. 42). Considerando que o interesse do público é importante não apenas no processo de seleção do que é notícia, mas decisivo no “como” contar as “estórias” garimpadas na realidade é que argumentamos aqui que para capturar a audiência o jornalismo audiovisual digital tem cada vez mais utilizado elementos típicos de outras linguagens como a ficção, por exemplo, para produção do discurso jornalístico produzido para as “Telas”, para usar uma expressão de Emerim (2015).

O argumento é que para estabelecer um vínculo com a audiência o jornalismo se vale de elementos que compõem as competências e hábitos da audiência¹¹ que estão vinculados às narrativas que localizam-se no mundo ficcional e lúdico (JOST, 2004, 2007). Como veremos, a linguagem do jornalismo audiovisual digital renova-se buscando nos mundos lúdico e ficcional ferramentas para contar “estórias” do mundo real.

Dos materiais em análise

Como dito anteriormente utilizamos duas reportagens exibidas no Jornal Nacional¹² para dar relevo a algumas experimentações observadas na produção de reportagens televisivas, são elas: 1) Brasil cai posições entre economias mais competitivas do mundo, de Phelipe Siani, exibida em maio de 2015; 2) A matemática está presente em quase tudo da nossa rotina, reportagem de Felipe Santana, exibida em junho de 2015. A escolha dos

¹¹ Não custa lembrar que estamos aqui a falar da produção de jornalismo audiovisual que circula na televisão aberta e cuja a estrutura de grade consagra o jornalismo como “recheio” de um sanduíche que tem obras ficcionais (as telenovelas) como partes que o circundam. Há no Brasil uma cultura da telenovela (Leal, 1986) e de consumo de produtos audiovisuais seriados ficcionais o que nos habilita a dizer que o público médio compreende uma série de elementos constitutivos da narrativa ficcional.

¹² A amostra da pesquisa em andamento é composta de modo randômico tendo como eixo norteador do mapeamento produção de jornalismo audiovisual (incluindo vídeos e videoreportagens produzidos para as versões digitais de jornais impressos) que apresente alguma inovação ou experimentação na linguagem já estabelecida. No caso deste artigo optou-se por trabalhar com duas reportagens exibidas em telejornal de TV aberta.

materiais para análise foi feita entre várias outras mapeadas para uma pesquisa em andamento que busca identificar expressões de transgressão e criatividade no jornalismo audiovisual que se prolifera em programas telejornalísticos que se aventuram no hibridismo de linguagens transitando entre os formatos jornalísticos, *reality show* e ficção, dando forma ao que tem sido denominado na literatura do campo de *infotainment* (EKSTRÖM, 2000). As duas reportagens objeto de interesse neste artigo, como poderemos demonstrar, utilizam-se de ferramentas da linguagem audiovisual e verbal para tornar acessível a informação e que resulta também em atribuir ludicidade ao material informativo.

A primeira reportagem por abordar um tema econômico¹³, assunto normalmente mais complexo mas que são importantes no cotidiano dos cidadãos, utiliza-se da metáfora para traduzir o cerne da informação. A analogia entre os elementos que compõe a produtividade econômica e a receita de um bolo costura toda a narrativa da reportagem, como evidenciado pelos insertos apresentados no quadro 1, 2 e 3.

Quadro 1 – trecho da reportagem Brasil cai posições entre economias mais competitivas do mundo

Passagem – Phelipe Siane: (...) Para os economistas, competitividade é a capacidade que uma empresa tem de competir com outra de forma de igual para igual. Os economistas falam que isso se chama ambiente de negócios. Ou seja, quanto mais fácil for pra uma empresa funcionar num país, mais competitivo ele é. Mas são muitos **os ingredientes** que fazem essa **receita** dar certo ou não.

(...) Uma alternativa é pensar numa **receita de bolo**. E, sendo assim, a **receita** brasileira já erra no começo, nos primeiros **ingredientes**.



Figura 1



Figura - 2

Fonte: elaborado pela autora a partir de JN / maio de 2015

Quadro 2 - trecho da reportagem Brasil cai posições entre economias mais competitivas do mundo

¹³ Wolf ao sistematizar os valores-notícia chama atenção para temas que podem ser enfadonhos para o público ou de difícil compreensão para o grande público, mas que devido a sua relevância o jornalismo deve noticiar, porque o cidadão deve tomar conhecimento.

Off – repórter: (...) O fundamental pra nossa **receita** foi frustrante no ano passado. Em vez de uma **colher cheia de fermento** pro crescimento da economia, a gente só pôs **uma pitadinha de nada**. E tem um problemão. A gente acrescentou a essa **receita** o **mais podre dos componentes**: a corrupção.

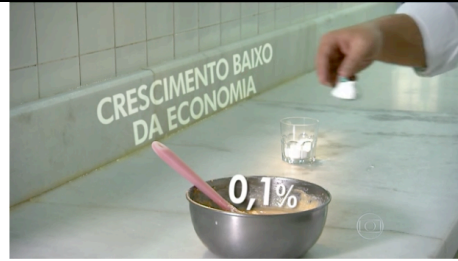


Figura 3

Fonte: elaborado pela autora a partir de JN / maio de 2015

Quadro 3 - trecho da reportagem Brasil cai posições entre economias mais competitivas do mundo

Off – repórter: (...) Pronto, eis o **56º pior bolo do mundo**. E o que a gente faz é colocar esse bolo na vitrine junto com outros 60, que cuidam bem melhor do processo de produção. **Diante de todos esses bolos**, você compraria o brasileiro? O jeito é torcer pra, no futuro, ele ser melhor preparado.



Figura 4

Fonte: elaborado pela autora a partir de JN / maio de 2015

A reportagem além do uso da metáfora utiliza com bastante frequência elementos de animação (figura1) e informação tipográfica na tela (figuras 1,2,3 e 4) o que identificamos como uma expressão de intermedialidade.

Na segunda reportagem “a matemática está presente em quase tudo da nossa rotina”, o repórter Felipe Santana, em quatro minutos e 20 segundos vai mostrando como a matemática é parte de nosso cotidiano. Para isso, utiliza apenas uma fonte – um professor de matemática – como a expressão da voz do especialista. A própria estruturação da reportagem é pouco comum, além de utilizar apenas uma fonte o repórter está presente na maior parte do tempo da reportagem caracterizando mais de uma passagem¹⁴, identificamos neste fato um modo de expressão do que Gutman (2014) denomina de sujeito enunciador (persona).

¹⁴ Passagem – momento da reportagem em que o repórter aparece na tela no local do acontecimento.

Quadro 4 – trecho da reportagem A matemática está presente em quase tudo da nossa rotina

Passagem (Felipe Santana): Hoje a gente quer te convidar pra um passeio pela cidade. Só que enxergando as coisas de um jeito um pouco diferente. Quer ver? A gente vai usar a lente de uma câmera pra te mostrar como a matemática está em tudo.



Figura 5

Fonte: elaborado pela autora a partir de JN / julho de 2015

Quadro 5 - trecho da reportagem A matemática está presente em quase tudo da nossa rotina

Repórter: Você deve conhecer a calçada da praia de Copacabana. Teria sido muito mais difícil se não fosse a matemática.

Professor: Pois é. Ele teve que calcular a área do lugar para saber a quantidade exata de pedrinhas que ele deveria colocar.

Repórter: E assim ele pode saber a quantidade de pedras pretas e a quantidade de pedras brancas, também.

Professor: Exato. Se for a mesma quantidade, é só dividir por dois.

Repórter: E a mesma coisa nos prédios. Nada estaria lá se não fosse a matemática.

Professor: Exatamente. A matemática, ela entra na engenharia, por exemplo, e o engenheiro precisa saber a proporção exata dos materiais pra que o prédio não caia.



Figura 6 – animação modifica a paisagem



Figura 7 – animação no jornalismo audiovisual

Fonte: elaborado pela autora a partir de JN / julho de 2015

A reportagem de Felipe Santana trata de modo lúdico e utiliza do grafismo e da estetização da imagem para tratar de um assunto de certo modo difícil para uma reportagem. O gancho (*news peg*) para a produção da reportagem é o bom desempenho de estudantes brasileiros na Olimpíada de matemática. Outro aspecto importante de ser destacado é o modo como o repórter se relaciona com a fonte, a reportagem é praticamente constituída através do diálogo entre o repórter e sua fonte. Embora esteja claro que a entrevista é uma espécie de diálogo, entretanto, constitui-se muito mais no telejornalismo convencional do uso do mecanismo pergunta (repórter) e resposta (fonte) do que de uma conversa fluida característica do diálogo. No caso aqui analisado o que se apresenta é

efetivamente um diálogo entre repórter e fonte, uma conversa bastante coloquial em que um complementa ou exemplifica o pensamento do outro, como pode ser evidenciado no inserto do quadro 5. Esta presença do repórter no diálogo pode ser compreendida a partir do que Gutmann (2014) denomina de posturas e performances reconfiguradas pelo telejornalismo contemporâneo.

Da intermedialidade e hibridismo de mundos

Arlindo Machado (2012) ao falar das formas expressivas da audiovisualidade contemporânea recorre a Italo Calvino no que o autor aponta como traço fundamental deste milênio, ou seja, a multiplicidade. Assim, de acordo com Machado (2012, p. 214)

O mundo é visto e representado como uma trama de relações de uma complexidade inextricável, em que cada instante está marcado pela presença simultânea de elementos os mais heterogêneos e tudo isso ocorre num movimento vertiginoso, que torna mutantes e escorregadios todos os eventos, todos os contextos, todas as operações.

O autor utiliza o termo multiplicidade para tratar da expressividade contemporânea na vídeo-arte. Aqui fazemos uso do termo para evidenciar a presença desta multiplicidade na produção do jornalismo audiovisual, especialmente na sua dimensão estética, e, que podemos caracterizar também como expressão de intermedialidade. Argumentamos que a intermedialidade¹⁵, ou seja, a capacidade de uma mídia de fazer convergir outras mídias, ou características destas, para dentro de si e em seus produtos parece ser característica constituinte da linguagem audiovisual contemporânea, inclusive na sua expressão jornalística. Nos exemplos citados acima observamos que o uso de determinados artifícios, sejam verbais (metáforas), sejam imagéticos (uso de animações), no jornalismo audiovisual contemporâneo parece buscar mostrar didaticamente um dado aspecto da realidade apresentada. Além do didatismo, o entreter ganha importância no jornalismo como evidenciado nos exemplos apresentados.

Se pensarmos com François Jost (2004; 2009), o jornalismo tem como promessa a representação ancorada no mundo real, entretanto, por conta dos artifícios que têm sido utilizados para contar “as histórias” os outros dois mundos que ancoram a produção televisiva (o mundo lúdico e o mundo ficcional) estão cada vez mais presentes nas narrativas jornalísticas. Vale dizer que nos exemplos apresentados neste artigo a presença

¹⁵ O termo intermedialidade tem sua historicidade e surge na literatura em 1966, no ensaio *Intermedia, something else Newsletter*, de Dick Higgins. Os antecedentes da intermedialidade o põem em relação com a dinâmica intertextual discutida por Julia Kristeva, de tradição literária, e, os estudos interartes, mais voltados para pensar as formas artísticas.

de traços dos mundos lúdico e ficcional não afetam a credibilidade do discurso, nem seu estatuto de relato do real, posto que são utilizados para tornar mais interessante e inteligíveis ao olhar do espectador as narrativas do mundo real. Neste sentido entendemos que as transformações na linguagem do jornalismo audiovisual apontadas aqui, além das possibilidades tecnológicas, estão relacionadas com a busca ou resgate do vínculo com a audiência.

As tendências ou manifestações de renovação da linguagem e da narrativa no jornalismo audiovisual não são fenômenos isolados no tempo, constituem-se como processos a partir dos quais as reacomodações e inovações da linguagem seguirão acontecendo. Ao que parece, pelo menos preliminarmente falando, ao inserir na produção do discurso jornalístico audiovisual elementos técnicos e estéticos típicos da ficção o gênero jornalístico assume o seu papel de constructo, de representação ancorada no real, mas sem a pretensão de ser o real. Para Jason Mittel (2004) os gêneros são chaves pelos quais as nossas experiências de mídia têm se classificado e se organizado em categorias ligadas a conceitos particulares como valor cultural, audiência assumida e função social e ainda destaca que o mix de gêneros¹⁶ é mais pronunciado hoje do que em épocas anteriores.

A virada imagética, termo cunhado por W. Mitchell (1994), é a percepção que a espetatorialidade (o visual, olhar, as práticas de observação, vigilância e prazer visual) pode ser tão profundamente uma questão quanto várias formas de leitura (deciframento, decodificação, interpretação, etc) (MITCHELL, 1994, p. 16). O que habilita a imagem e o conteúdo visual, como texto e como possibilidade narrativa. Nos produtos aqui analisados, o aspecto visual, a imagem *per se*, se torna um elemento central na produção de sentido. De certo modo, o jornalismo audiovisual está atrás no que diz respeito ao uso de elementos como os efeitos digitais e os videografismos que povoam as telas desde a década de 1980¹⁷.

W. Mitchell (2005) para se referir às mídias que interagem com diferentes sentidos (visão e audição, por exemplo), utiliza a noção de “multimodalidade”. De acordo com o autor, o entendimento de intermedialidade não poderia considerar apenas as diferenças das mídias isoladas enquanto aparatos técnico-científicos em sua relação com o corpo humano. Nessa perspectiva entra em evidência os usos cotidianos, aplicações, a história destas mídias e suas relações.

¹⁶ Os gêneros elencados por Mittel (2004), notícias, esportes, publicidade e propaganda, dramas médicos, TV educativo e ficção científica.

¹⁷ A MTV é talvez o exemplo mais emblemático de uma estética visual quase frenética, a partir de aparelhos de pós-produção que prometiam camadas pictóricas, transparentes, plásticas.

Desse modo, para pensarmos as conexões intermediáticas é preciso considerarmos as especificidades de cada dispositivo envolvido, assim como sua historicidade e as relações com outros dispositivos do ecossistema midiático. É nessa perspectiva que se lembra a importância da capacidade de constante reinvenção da TV (MILLER, 2009) ou, como afirma Santaella (2003, p. 41), sua constituição como “uma espécie de mídia altamente absorvente que pode trazer para dentro de si qualquer mídia e qualquer outra forma de cultura”. François Jost (2009, p. 25) lembra que a televisão é, em sua origem, o que se poderia chamar de intermedia: longe de se firmar como uma mídia independente, com propriedades únicas e insubstituíveis, ela faz a síntese de técnicas e de espetáculos já existentes. Aqui nos interessa dar relevo ao uso de elementos característicos de outras mídias e linguagens na produção do jornalismo audiovisual produzido para a TV aberta como expressão de renovação e experimentação do gênero.

Rajewsky (2012) argumenta que a intermedialidade presume os limites entre as mídias, necessário para se “discernir e apreender as entidades distintas envolvidas na interferência, na interação ou na reciprocidade” (2012, p. 53). A intermedialidade busca então, compreender o “entre” mídias, o cruzamento das fronteiras das diferentes mídias.

É importante pontuar ainda que a intermedialidade observa as diferentes formas de artes e mídias que compõem um texto, conceitualmente fundidos e não apenas justapostos. Claus Glüver (2006) adverte que a intermedialidade se preocupa com a lógica das interações e se diferencia das relações que se estabelecem puramente como mixmídia (combinações) e multimídia (justaposição).

Aqui intermedialidade é pensada como sugerido por John Caldwell (1995), ou seja, tudo que se refere à importação de motivos estilísticos e contextos de outras formas de arte e outros campos. Desse modo, aspectos relacionados às várias mídias que antecederam ou que sucederam a televisão, ou que converge nos traços e *modus operandi* dela, tornam-se foco de interesse. A intermedialidade é aqui observada especialmente nas suas aparições estéticas e visuais.

Nas duas reportagens observadas na produção deste artigo saltam aos olhos a presença de duas outras formas discursivas e midiáticas consagradas e oriundas de fora do campo do jornalismo audiovisual, ou seja, o que chamamos de “o impresso na tela” (figuras 1, 2, 3 e 4) e a animação (ora estática, ora em movimento). Torres (2016) propõe que se observe a intermedialidade a partir do que a autora chama de “intermedialidade explícita” como aquela verificável pelo uso de imagens de arquivo oriunda de outras mídias.

Acrescentamos a esta ideia de intermedialidade explícita expressões do que é próprio de outra mídia como por exemplo, “o gráfico”, a ilustração, a fotografia sendo próprio do impresso. E, “intermedialidade implícita” que refere-se a alusões mais discretas ou que se caracteriza como condição básica constitutiva do produto audiovisual televisivo (TORRES, 2016). No caso das reportagens analisadas talvez devido o caráter didático das mesmas observamos uma predominância da intermedialidade explícita com a presença do impresso na tela através dos grafismos, e, da animação computacional expressão da linguagem de games e da informática como recursos para dar materialidade ao discurso proposto nas respectivas narrativas.

Outro aspecto que chama atenção como expressão da intermedialidade nas duas reportagens é a plasticidade resultante do uso tanto do grafismo – “o impresso na tela” –, quanto a animação computacional. O plástico aqui remete às categorias *Painterly* e *Plasticity*, pensados por J. Caldwell (1995). A *Plasticity*, ou plasticidade, torna a imagem plástica e tangível, no caso das reportagens “o impresso na tela” além de um efeito visual é fundamental para didaticamente dar materialidade e tornar inteligível as relações propostas por Phelippe Siani entre, metaforicamente, fazer um bolo e os ingredientes que compõem a produtividade econômica dos países; ou, no caso da reportagem de Felipe Santana, como a matemática está presente no cotidiano de todos nós. Nesta última, tanto o “impresso na tela”, quanto a animação computacional respondem por essa função de plasticidade (*plasticity*). Caldwell (1995) explica ainda que *Painterly*, algo contido na *Plasticity*, refere-se às imagens trabalhadas graficamente como se fossem à mão, algo frequente na reportagem de Felipe Santana.

Apontamentos provisórios

Considerando que a promessa do gênero jornalismo refere-se a apresentação de narrativas ancoradas no mundo real (JOST, 2004; 2009) e que, como chama atenção Guerra (2014), o jornalismo para estabelecer vínculo com a audiência toma as expectativas do público como referência na produção do material noticioso, e, ainda, que no contemporâneo há uma hipervalorização do estético (LIPOVETSKY, 2015) procuramos aqui a partir da análise de duas reportagens evidenciar mudanças observadas no modo “como” narrar “estórias” no jornalismo audiovisual contemporâneo.

Embora o jornalismo continue a ser uma narrativa ancorada no real, a partir do material analisado e de observação empírica da produção jornalística diária observamos

formas de transgressão traduzidas no uso de figuras ou elementos discursivos típicos dos mundos lúdico e ficcional que têm função tanto de vincular-se a um público cujo cotidiano é povoado de imagens, bem como agregar elementos que resultam em uma estetização da notícia o que de certo modo está associado a preocupação cada vez mais frequente, também no jornalismo, de proporcionar entretenimento. Não há aqui um estabelecimento de juízo de valor, se estas reconfigurações são boas ou ruins no que diz respeito aos fundamentos do jornalismo devem ser analisados caso a caso. O jornalismo é um discurso social e por isso mesmo sofre as intempéries provocadas pelas mudanças culturais e tecnológicas. Gutmann (2014) observa com precisão as mudanças da presença do repórter na tela e a quebra da norma. Como chama atenção a autora, nos últimos anos o repórter deixou de ser testemunha para assumir uma performance de cúmplice, alguém que experimenta/vive o acontecimento.

Aqui observamos como o uso de recursos imagéticos têm se constituído como elementos de renovação da linguagem. Visto que este é um processo em curso, há muito ainda o que ser observado e dissecado nas transgressões diárias que povoam cotidianamente o noticiário audiovisual, o que constitui um desafio tanto para a pesquisa no campo, quanto na docência. Mudanças estas que infelizmente a bibliografia consagrada do telejornalismo já não contempla.

Referências

BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimedia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (org.) **Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos moveis**. LABcom: UBI, 2015. Pp.33-54.

BARBOSA, S.; NORMANDE, N.; ALMEIDA, Y. Produção horizontal e narrativas verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas. In: Anais do XXIII Encontro Anual da **Compós**, Belém: UFPA, 2014.

BIRD, S. E. The future of journalism in the digital environment. **Journalism**, vol 10(3), 2009, p. 347-349.

CALDWELL, J. **Television: Style, crisis and authority in American television**. New Brunswick: Rutgers University Press, 1995.

CHALABY, J. K. **The invention of journalism**. London: Macmillan Press, 1998.

CASADEI, E. B.; VENANCIO, R. D. O. O testemunho do fato: estratégias retóricas em programas jornalísticos. In: SOARES, R. L.; GOMES, M. R. (orgs.). **Profissão Repórter em Diálogo**. São Paulo: Alameda, 2012, v. 1, p. 215-232.

CURRAN, J. Prophecy and journalism studies. **Journalism**, vol 10(3), 2009, p. 312-314

EKSTRÖM, Mats. Information, Storytelling and attraction: TV journalism in three modes of communication. **Media, Culture e Society**, London, SAGE, v. 22, p. 465-492, 2000.

EMERIM, C. Telejornal, tecnologia e narrativa no Brasil. In: VIZEU, A.; MELLO, E.; PORCELLO, F., e COUTINHO, I. (orgs.). **Telejornal e praça pública: 65 anos de telejornalismo**. Coleção Jornalismo Audiovisual. V. 4. Florianópolis: Insular, 2015, pp. 207-228.

FAUSTO NETO, A. Transformações nos discursos jornalísticos: a atorização do acontecimento. In: **Anais do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, nov. 2011, Rio de Janeiro.

FECHINE, Y. Performance dos apresentadores dos telejornais: a construção do ethos. **FAMECOS (PUC/RS)**, Porto Alegre, v. 38, p. 69-76, 2008.

GLÜVER, Claus. Inter textus / inter artes / inter media. *Aletria – Revista de estudos de Literatura*. Belo Horizonte, p. 11-41, jul./dez. 2006. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/aletria/article/view/1357>. Acesso em 16/03/2016.

GUERRA, J. L. Uma discussão sobre o conceito valor-notícia. In: SILVA, G.; DA SILVA, M. P; FERNANDES, M. L. (orgs.). **Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014. Pp. 39 -49.

GUTMANN, J. F. Entre tecnicidades e ritualidades: formas contemporâneas de performatização da notícia na televisão. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 28, p. 108-120, dez. 2014.

JOST, F. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

JOST, F. Lógicas da tele-realidade. In: DUARTE, E.; CASTRO, M. L. D. **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**, Porto Alegre: Sulina, 2007, pp. 59-74.

JOST, F. **Comprendre la television et ses programmes**. Paris: Armand Colin Éditeur, 2009.

KILLPP, S. Dispersão-convergência: apontamentos para a pesquisa de audiovisualidades. In: MONTAÑO, S; FISCHER, G.; KILPP, S. (orgs.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1 p.223-238.

MACHADO, A. Pré-cinemas e pós-cinemas. Campinas (SP): Papyrus, 2012.

MCNAIR, B. **Journalism in the 21st century – evolution, not extinction**. Journalism, Vol. 10(3), p. 293-295.

MITCHELL, W. J. T. There are no visual media. In: **Media Art Histories**, ed. Oliver Grau, MIT Press, 2007, pp 395-408.

MITCHELL, W. J. T. **Picture Theory: Essays on verbal and visual representation**. Chicago: Chicago Press, 1994.

MITTEL, J. **Genre and television**. New York: Routledge, 2004.

MORETZSONH, S. Saber pensar, saber fazer. In: **Observatório da Imprensa**, edição 791, 2014.

PADILHA, S. Os valores-notícia no webjornalismo. In: Anais 10º Encontro Nacional de pesquisadores em Jornalismo. **SBPJor**, 2012.

RAJEWSKY, Irina O. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade. In: DINIZ, Thaïs Flores Nogueira; VIEIRA, André Soares (org.). **Intermedialidade e estudos interartes** – desafios da arte contemporânea II. Belo Horizonte: UFMG, 2012a, p. 51-73.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 2003.

TORRES, C. D. **Por uma estética televisiva**: considerações a partir do olhar sobre a reflexividade em programas brasileiros. Porto Alegre: Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação (tese de doutorado), 2016.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**, v. 2. Florianópolis: Insular, 2008.

VENTURA, Mauro. Hipertexto, noticiabilidade e teoria do jornalismo na web. **Revista Líbero**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero. v. 12, n. 23, p. 75-84, jun. de 2009.