



## **Webjornalismo Audiovisual: uma Análise Descritiva da Programação da allTV<sup>1</sup>**

Thais CASELLI<sup>2</sup>

Iluska COUTINHO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **RESUMO**

Este trabalho, de caráter descritivo, verifica como é a rotina de inserção/ veiculação de programação jornalística na allTV, uma *webTV* brasileira abastecida por programas de produção própria e vídeos provenientes da colaboração de outros veículos de comunicação. A pesquisa é um resultado de um estudo empírico maior que se propôs a investigar o desenvolvimento do Webjornalismo Audiovisual, a partir da possível construção de formatos específicos de vídeo jornalístico para a internet. Busca-se, neste trabalho, contribuir para o entendimento das chamadas *WebTVs*, mídia originada a partir da convergência entre televisão e internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** Webjornalismo Audiovisual; allTV; *webTV*.

### **INTRODUÇÃO**

O uso de vídeos como potencial meio de transmitir informação se popularizou nos sites jornalísticos, que perceberam no audiovisual uma possibilidade de ampliar o poder comunicativo das empresas, experimentar novas formas de passar a notícia e atrair o público online. Através da criação de páginas dentro dos portais para material de vídeo, uso do recurso como elemento complementar *hipertextual*<sup>4</sup> em reportagens online e do surgimento das chamadas *WebTVs*, as empresas de comunicação vem praticando o Webjornalismo Audiovisual, que compreende toda o material noticioso em vídeo produzido especificamente para a internet, levando em considerações as potencialidades e características oferecidas pela web.

Mas, além das vantagens em aderir ao audiovisual na internet, os veículos também encontraram o desafio de produzir vídeos para uma mídia de demanda, que

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup>Jornalista recém-graduada em Comunicação Social da UFJF. Email: thaiscaselli@yahoo.com.br.

<sup>3</sup>Orientadora do artigo. Jornalista diplomada, doutora em comunicação, professora do curso de jornalismo da FACOM UFJF e coordenadora do programa de pós-graduação em comunicação da UFJF, email: iluskac@uol.com.br.

<sup>4</sup>Hipertexto é um texto em formato digital, cujo acesso se dá através de *hiperlinks*, ou simplesmente *links*, que podem aparecer como termos destacados no corpo do texto principal, ícones gráficos ou através de imagens. A função dos *links* é interconectar os diversos conjuntos de informação (textos, imagens, vídeos ou áudio) oferecendo acesso sob demanda que estende ou complementa o texto principal.



seria marcada pela busca por experimentações e inovação: recombina formatos, produzir mais, mesclar recursos multimídia e criar linguagens próprias ao meio.

No caso das *CiberWebTVs* - identificadas por Amaral (2007) como canais de televisão que existem somente no universo virtual, ou seja, são concebidos, produzidos e transmitidos apenas pela Web - os desafios foram ainda maiores, pois trata-se de veículos que se espelham na lógica da programação, formatos e padrões de TV, mas devem buscar adaptações a fim de atender às limitações e potencialidades da internet.

Neste trabalho, vamos pesquisar como uma *CiberWebTV* vem construindo seu conteúdo em cima dos desafios citados e, dessa forma, procurando construir formatos e linguagem próprios, específicos e direcionados para o público da plataforma virtual. Para tanto, selecionamos a allTV, um veículo que se propõe ser uma emissora de TV 24 horas online. A análise tem caráter descritivo e foi feita através do acompanhamento da rotina de publicação da allTV durante cinco dias, de 18h às 22h, horário considerado de pico na internet<sup>5</sup>. É importante ressaltar que voltamos a análise somente para os programas de cunho jornalístico, excluindo os de entretenimento.

## TV NA INTERNET

A semelhança de formato e linguagem entre os vídeos feitos para internet e o material que é exibido pelas emissoras de televisão, além do fato de grande parte dos veículos que trabalham com a produção audiovisual para internet se auto-referirem como “TV”, deu origem ao termo “telejornalismo online”. Este caso, basicamente refere-se a *sites* com informações visuais e sonoras, apresentadas em uma tela que lembra uma televisão estilizada e que segue a lógica da programação.

De fato, podemos inicialmente observar que a “TV na Internet” deve ser entendida como a migração do tipo de linguagem da televisão analógica para o suporte do computador, ou seja, uma convergência que permite o diálogo entre as mídias. Porém, o termo “telejornalismo on-line” gera discussão porque a palavra “telejornalismo” compreende o que é transmitido pelo aparelho de TV.

Por produzirem conteúdo exclusivamente para a Internet, os veículos que trabalham com webjornalismo audiovisual têm a oportunidade de explorar melhor as possibilidades do meio. Embora haja semelhanças, o audiovisual na internet surge com

---

<sup>5</sup>Segundo pesquisa divulgada pela *HiMidia* <http://www.hi-midia.com/pesquisas/pesquisa-aponta-o-horario-nobre-da-internet-no-brasil/> - Acesso em 10/02/2013 às 16h.



características que o diferenciam do audiovisual exibido no suporte tradicional da televisão. Tourinho (2009) enumera quinze características proporcionadas pelas plataformas digitais: interatividade e o telespectador 2.0 (recebe e emite); jornalismo colaborativo; mobilidade e portabilidade (público nômade); autoprogramação (organizada pelo usuário); papel ativo do consumidor (obtem a informação na hora em que deseja); simultaneidade de acessos (várias mídias ao mesmo tempo); interesse crescente entre crianças e jovens, desejo do usuário de “comandar a ação” (poder ampliado); apresentação permanente de novidades; não obrigatoriedade da TV para ver TV (da mesma forma com o rádio e jornal), oferecimento de conteúdo sob demanda (venda de arquivos); convergência com outras mídias (redação multimídia); disseminação contínua de notícias em qualquer plataforma; modelo *cross media* (uma mídia remete a outra); e o desafio de incluir e cativar as gerações não digitais (TOURINHO, 2009, p.221).

Assim, a linearidade dos produtos jornalísticos televisivos é desconstruída na interatividade do webjornalismo audiovisual. Os internautas não apenas escolhem os programas que querem assistir, mas também podem selecionar determinados segmentos das atrações. Como ressalta Amaral (2007):

No telejornalismo da web, o fato das matérias serem disponibilizadas em um *menu on demand* (sob demanda), quebra a estrutura narrativa padrão do telejornalismo convencional, onde as matérias são disponibilizadas de acordo com critérios editoriais fechados: uma na seqüência da outra, e o telespectador assiste às matérias de acordo com a ordem pré-estabelecida por estes critérios, é a tal “ordem linear”; no webtelejornalismo o internauta telespectador (webtelespectador) pode quebrar esta ordem e não levar em consideração a forma como as matérias são disponibilizadas no *menu*. (AMARAL, 2007, p.4)

Sobre este universo de escolhas, Juliana Teixeira (2010, p. 83), a partir de Rosental Alves (2006, p.97), aborda que a ampliação da participação do receptor aponta a existência de uma “comunicação eu-cêntrica”, assim denominada por se basear nas decisões individuais do receptor, diante do leque de opções que a Internet oferece.

Além disso, Brasil lembra que fazer audiovisual para a web exige repensar não só o conteúdo, mas também a forma como o público usa a Internet.

Ninguém que acessa a rede está disposto a ficar totalmente imerso nas imagens como um telespectador tradicional numa sala de estar. O internauta não está assistindo ao computador. Ele está navegando na internet e deve estar também fazendo várias coisas ao mesmo tempo. (BRASIL, 2002, p.370)



Marcos Palácios (2002), a partir de autores como Deuze, Canavilhas e Elias Machado (2000), identificou características que diferenciaram o jornalismo feito para a web dos outros.

A primeira delas é a Interatividade, considerada uma das características mais aparentes do Webjornalismo. Afinal, a internet é uma mídia de demanda (PALACIOS, 2003) consciente do internauta, em que ele toma as decisões, e é respondido pelo *site*. Neste aspecto, Bardoel e Deuze (2000) consideram que a notícia online possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo, através de, por exemplo, troca de e-mails entre leitores e jornalistas, disponibilização da opinião dos leitores - como é feito em *sites* que abrigam fóruns de discussões-, ou por meio de chats com repórteres. (PALACIOS, 2002, p.2).

Outra característica é a Customização do conteúdo/Personalização. Ela consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário. Dessa forma, o internauta não precisaria passar os olhos por todas as notícias do dia até chegar ao que é de seu interesse pessoal e o *site* já é carregado no computador do usuário atendendo à demanda solicitada. A personalização do conteúdo encurta este caminho e possibilita ainda que o usuário configure tamanho de fonte, cores, disposição da página e conteúdo ao gosto do internauta.

Já a Hipertextualidade, apontada como específica da natureza do jornalismo online, traz a possibilidade de interconectar textos através de *links*. Bardoel e Deuze (2000) chamam a atenção para a possibilidade de, a partir do texto noticioso, apontar para outros textos como originais de releases, outros *sites* relacionados ao assunto, material de arquivo dos jornais, textos que possam levantar os “prós” e os “contras” do assunto em questão, entre outros. (PALACIOS, 2002).

A Multimedialidade/Convergência refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. Ela torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade. (PALACIOS, 2002).

O quesito Memória, mencionado por Palacios (2002), a partir de estudos anteriores, aponta para o fato do acúmulo das informações ser mais viável técnica e economicamente do que em outras mídias. Sendo assim, o volume de informação diretamente disponível ao usuário é consideravelmente maior no webjornalismo, seja



com relação ao tamanho da notícia ou à disponibilização imediata de informações anteriores. Desta forma surge a possibilidade de acessar com maior facilidade material antigo.

Por último, a Instantaneidade/Atualização Contínua. Palacios (2000), diz que a rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da Web. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse.

## **CATEGORIAS DO WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL**

O material de vídeo na internet pode se apresentar de diversas formas. Renault (2011), que se apropria do termo Webtelejornalismo<sup>6</sup>, identifica três categorias ou tipos de utilização do vídeo na internet: a) transposição, b) híbridos e c) nativos.

Na categoria dos veículos de transposição, estão incluídas as emissoras de televisão que usam a web para postar o conteúdo exibido durante a programação e/ou para disponibilizar vídeos inéditos. De acordo com Renault, “*sites* de transposição têm uma natureza audiovisual, pois se originam de um meio de comunicação que produz e divulga imagens em movimento, a televisão.” (RENAULT, 2011, p.7)

A segunda categoria do webjornalismo audiovisual, com produtos intitulados de híbridos, refere-se aos veículos de informação que não possuem vínculo com o audiovisual, mas que reservam um espaço em seu *site* para postar vídeos complementares a reportagens ou vídeos avulsos com informações sobre outros assuntos não tratados no veículo de origem. É o caso de rádios, jornais impressos e portais de notícias.

Por último, está a categoria na qual focamos o presente trabalho. Os nativos compreendem os veículos criados especificamente para produzir conteúdo audiovisual para a internet, existindo somente na plataforma virtual, ou seja, as *WebTVs*.

São *sites* criados e desenvolvidos como cibermeios. Não possuem antecessores ou correspondentes em versões analógicas, como os *sites* de transposição ou os híbridos. Eles nascem no e a partir do ambiente da *web*, por isso, os *sites* nativos já contemplam, em alguma medida, o uso de interatividade e da multimidialidade. (RENAULT, 2011, p.12)

---

<sup>6</sup>Webtelejornalismo é uma nomenclatura utilizada por alguns pesquisadores para designar um novo desdobramento do telejornalismo clássico e suas imagens, agora no território da *web*. (RENAULT, 2011, p.6)



Neste aspecto, Amaral (2007) considera que a utilização do vídeo na Web marca o início da migração das redes e emissoras de televisão para o espaço virtual e diferenciados tipos de novos veículos:

Classificamos como *WebTVs* as emissoras de TV convencionais que disponibilizam seus sinais também via Web; e como *CiberWebTVs* canais de televisão que existem somente no universo virtual, ou seja, são concebidos, produzidos e transmitidos apenas pela Web. (AMARAL, 2007, p.2)

Apesar desta diferenciação, as *CiberWebTVs* se popularizaram entre os internautas e até mesmo no meio acadêmico pelo nome simplificado de *WebTV*. Dessa forma, o conteúdo de uma *WebTV*, no sentido que engloba os dois tipos citados, pode advir de diversas origens/provedores; eles foram divididos em seis categorias por Brasil (2002): principais redes de TV; estações de TV locais; grandes empresas de produção cinematográfica; conglomerados de mídia; empresas licenciadoras de tecnologia para vídeo na Internet; produtores independentes de vídeo e animação. (BRASIL, 2002, p.4).

Segundo os modelos didáticos elaborados por Amaral (2007), as TVs virtuais podem variar sua programação exibindo programas e/ou material audiovisual ao vivo ou disponibilizarem seus conteúdos *on demand*, ou por inteiro ou por módulos. Muitos veículos, porém, também utilizam a forma híbrida, que mescla as produções. Amaral identifica dois modelos de *WebTV*:

No Modelo I está a *WebTV* Transpositiva em Fluxo Contínuo; trata-se da simples emissão do canal de televisão, *broad* ou *narrowcast* através da Web. Este modelo se divide em dois: o Modelo *WebTV* Transpositiva em fluxo contínuo ao vivo – na qual o sinal do canal televisivo é emitido no momento mesmo em que o canal está no ar nos outros suportes - e o Modelo *WebTV* Transpositiva em fluxo contínuo *on demand* – no qual as emissões, os programas não são ao vivo, embora sejam em fluxo contínuo. Os programas são disponibilizados por inteiro em um *menu* de arquivos *on demand* podendo ser acessados quando o internauta quiser e quantas vezes ele tiver vontade de fazê-lo.

Já no Modelo II está a *WebTV* Transpositiva *On Demand* por Módulos: os programas da TV convencional são seccionados em partes e disponibilizados apenas em *menus on demand*, não podendo ser assistidos ao vivo via Web.

Ainda para Amaral (2007), as TVs que existem somente no espaço virtual, as *CiberTVs*, também seguem os modelos descritos acima, ou seja, algumas oferecem



programas inteiros que tanto vão ao ar ao vivo, quanto são disponibilizados em *menus on demand*; como também oferecem partes de programas que podem ser acessadas *on demand*, podendo então ser caracterizadas como *CiberTV* em fluxo contínuo ao vivo; *CiberTV* em fluxo contínuo *on demand* e *CiberTV on demand* por módulos.

## **ALLTV: A PRIMEIRA WEBTV BRASILEIRA**

A allTV foi o primeiro veículo brasileiro criado com a proposta de ser uma “emissora” de televisão exclusivamente na internet, com transmissão 24 horas online. Dessa forma, pode ser considerada a primeira *WebTV* do país. Assim como a televisão tradicional, o veículo se baseia na lógica da programação. A ideia de criar a allTV partiu do jornalista Alberto Luchetti, no dia 13 de outubro de 2000. Conforme Souza (2005), a allTV procura aliar a principal característica de cada veículo:

Com o desejo de fazer a convergência de mídias, isto é, aliar conteúdo de jornal à linguagem espontânea do rádio, a imagem de TV e interatividade da internet, Luchetti deu início ao projeto de R\$ 2 milhões que, a 6 de maio de 2002, levaria a rede a primeira *WebTV* do Brasil: a ALLTV. (SOUZA, 2005, p.48)

Atualmente, de acordo com informações disponíveis no *site* da allTV, são exibidos 41 programas em uma grade de programação diária entre 12h e 22h30, com 84 apresentadores fixos. Há programas esportivos, jornalísticos, culinários, de moda, música, comportamento, saúde, entre muitos outros assuntos. Neste aspecto, podemos identificar uma característica que diferencia a programação dessa *WebTV* para a de uma televisão convencional. Os assuntos de uma mesma temática – esporte, por exemplo - são explorados de forma segmentada, ou seja, cada programa aborda algo específico que agrada ao interesse de determinado público.

Segundo reportagem<sup>7</sup> publicada pelo jornal O Tempo, a média de usuários únicos que visitam o *site* da allTV mensalmente é de 150 mil.

Ao acessar o *site*, podemos encontrar dois tipos de situação apresentadas em um quadro acinzentado principal central, composto por uma tela de visualização com um *menu on demand* de três abas. O quadro se modifica de acordo com a forma de transmissão do conteúdo naquele instante. Se a programação não foi ao vivo, a allTV

---

<sup>7</sup>Disponível em [http://www.otempo.com.br/entretenimento/ultimas/?IdNoticia=209048%2COTE&fb\\_action\\_ids=364322053652777&fb\\_action\\_types=og.likes&fb\\_source=aggregation&fb\\_aggregation\\_id=288381481237582](http://www.otempo.com.br/entretenimento/ultimas/?IdNoticia=209048%2COTE&fb_action_ids=364322053652777&fb_action_types=og.likes&fb_source=aggregation&fb_aggregation_id=288381481237582) - Acesso em 10/01/2013 às 11h.



reproduziu automaticamente algum material gravado disponível no arquivo do *site*. Neste caso, só é exibido uma aba, que contém *com frames hipertextuais* de outros vídeos com informações de data de exibição e descrição do tema abordado. Porém, os vídeos sugeridos são desatualizados, originais de 2009.

Quando o programa é ao vivo, a primeira aba do *menu*, “Agora”, alerta ao público do que está sendo transmitido com a mensagem “*Você está assistindo...* (nome do programa)”. Também fica disponível uma breve descrição do programa e a opção interativa na qual o internauta pode selecionar o nome do apresentador e enviar uma mensagem diretamente para ele. Há ainda as opções para compartilhar o conteúdo em várias redes sociais. Já a segunda aba, intitulada “Programação”, lista os próximos programas que serão exibidos pelo canal, com horários e descrição de cada um.

Por último, a terceira aba “*Chat*”, marca a interatividade da allTV. O *chat* é uma sala de bate papo que possibilita a troca de mensagens entre internautas que assistem à programação e apresentadores. O recurso funciona durante os programas e também independente deles; está disponível nos intervalos, antes e depois da atração ao vivo. Dessa forma, não é o internauta quem deixa a sala para entrar na do próximo programa, mas sim o apresentador quem sai e entra nos *chats*. Para participar, o internauta precisa cadastrar um email, criar uma senha e um nome de usuário.

Há uma ferramenta de busca na *homepage* da allTV para auxiliar no acesso à memória, porém esta é uma característica precária pelo *site*. Os últimos vídeos de alguns programas ainda em exibição foram postados há meses e, em alguns casos, anos anteriores. Isso ocorre mesmo na subdivisão “últimos vídeos”, localizada na *homepage*.

Com o acervo de memória comprometido, a atualização do *site* da allTV se restringe unicamente ao que é exibido ao vivo, não possibilitando que os internautas recuperem vídeos anteriores. Um característica que aproxima a allTV das televisões de anos anteriores ao surgimento da internet, onde só era possível assistir aos programas uma única vez<sup>8</sup>, pelo aparelho televisor. Tal fato talvez ajude a destacar o que é exibido ao vivo, chamando os internautas a assistir, porém retira um dos principais potenciais da web, que é a possibilidade de autoprogramação. Apesar disso, as transmissões ao vivo mantém ligação direta com a interatividade.

---

<sup>8</sup>Hoje grande parte das emissoras já disponibiliza seu conteúdo, ou parte deles, na web, possibilitando que o telespectador assista quantas vezes quiser o mesmo vídeo. Além disso, há atualmente a TV Digital, que abre novos caminhos no que diz respeito a autoprogramação e gravação de programas, um recurso já utilizado por algumas TVs por assinatura.



Não foram identificados instrumentos de personalização, apenas a questão já citada em relação à segmentação de conteúdo. A multimídia e convergência de mídias também são características pouco exploradas; não há textos complementares aos programas, apenas breves descrições de cada um.

Por seguir uma grade de horários, a contagem do número de vídeos do veículo em questão foi feita por exibição de programas. Antes de prosseguir na análise, é importante salientar que a programação da allTV ficou fora do ar de quinta a quarta-feira da semana seguinte devido ao feriado de 15 de novembro, exibindo apenas uma tela azul no lugar dos programas, fato que será comentado mais adiante. Já nos dias em que foi mantida/ veiculada sua programação, especificamente no horário recortado para análise, foram transmitidos: um programa musical, dois programas esportivos com formato mesa redonda - porém sem conteúdo informativo – um boletim comentando de moda, um programa de entrevista sobre saúde e três noticiários. Contabilizou-se assim um total de oito programas, além de videoclipes nos intervalos entre as atrações. Destes, as três edições do mesmo noticiário e o programa de entrevista se enquadraram nas características da categoria Informativo.

De maneira geral, a identidade visual da allTV é marcada por vinhetas de abertura dos programas e veiculadas antes de editorias no noticiário. Nos dois programas analisados, não há inserção de créditos de apresentadores, entrevistados e produção. Já em relação aos intervalos, cada programa possui dois intervalos musicais<sup>9</sup> que duram de 20 a 30 minutos. Pode-se considerar que a duração dos intervalos e dos blocos dos programas – cerca de 40 minutos cada - tentam se adequar ao tempo em que o internauta geralmente fica em frente ao computador sem se levantar. Neste sentido, a dinâmica é bem diferente da seguida pela televisão, na qual, em média, há um intervalo comercial a cada 15 minutos de programa no ar.

Apesar de não ser alvo desta pesquisa, em relação a quesitos técnicos, a allTV apresentou alguns problemas que demonstram certo amadorismo do canal, apesar dos anos de experiência. Pessoas passavam de um lado para outro na transmissão do programa e apareciam refletidas na tela do cenário. O áudio do microfone dos apresentadores estourou em muitos momentos e permaneceu assim até que um internauta avisou sobre o problema aos apresentadores através do *chat*.

---

<sup>9</sup>São exibidos videoclipes nacionais e internacionais.



O noticiário da allTV é o Jornal Interativo. O programa tem cerca de duas horas de duração, sendo exibido de segunda a sexta-feira, de 18h às 20h. Ele foi ancorado durante o período de recorte da análise pelo apresentador Renato Loed, que se mantém sentado em frente a um *notebook*. Apenas uma câmera é utilizada, focalizando o apresentador em plano médio.

O Jornal Interativo é dividido por vinheta de editorias: Política, Economia, Internacional, Esporte, Cotidiano e Cultura. Geralmente, cada uma das divisões expõe um material provindo de outros veículos, nos formatos de reportagens cedidas por de emissoras de televisão ou narrações em off, de agência de notícias; a duração média de cada vídeo é de dois minutos. No bloco de Cultura, os vídeos exibidos são *trailers* de filmes em destaque ou videoclipe musical para encerrar o programa. Há ainda a exibição de uma charge após uma chamada de intervalo.

No período analisado, a média de postagem foi de quatro vídeos por dia, nenhum produzido pela própria allTV. No total semanal, 14 vídeos foram exibidos pelo Jornal Interativo, sendo 50% reportagens. A maioria dos vídeos foi relacionada à temáticas das editorias de Cotidiano e Política, contabilizando 22% cada uma.

A dinâmica do programa é simples: o apresentador lê as notícias no computador, que funciona como uma espécie de *teleprompter*<sup>10</sup>. A leitura de cada notícia dura cerca de dois minutos, acrescida de comentários do apresentador. Nenhuma imagem ou vídeo é inserida durante sua leitura, mesmo quando a própria notícia lida faz referência a uma foto. O apresentador apenas descreve o que está registrado nela. Caso o internauta tenha curiosidade de ver a imagem, fica subentendido que ele deve buscar o *link* da notícia no *chat*. Dessa maneira, a linguagem do webjornal se assemelha a um programa de rádio, feito ouvir e sem a necessidade de ser visualizado.

A procedência da notícia é revelada algumas vezes pelo apresentador que registra sua origem em portais da internet, a exemplos do portal Terra<sup>11</sup>, UOL<sup>12</sup>, Folha Online<sup>13</sup>, entre outros. Os *links* das matérias lidas são enviados por dois *webrepórteres* - como podem ser chamados os jornalistas que trabalham na internet - que, neste caso, exercem a função através do *chat*.

Por conseqüência, o que prende o internauta na janela de exibição é a possibilidade de ações interativas proporcionada pelo *chat*. Pode-se perceber que há

---

<sup>10</sup> Aparelho acoplado à câmera de vídeo que reflete o texto a ser lido pelo apresentador do programa.

<sup>11</sup> <http://www.terra.com.br/portal/>

<sup>12</sup> <http://www.uol.com.br/>

<sup>13</sup> <http://www.folha.uol.com.br/>



espaço para intensa interatividade no programa. Os internautas podem participar ativamente da construção do jornal, enviando *links* de notícias para serem lidas ou expondo sua opinião sobre algo dito. O apresentador lê grande parte dos comentários e responde aos internautas. Dessa forma, o usuário interage com o *site*, com o programa e com outros internautas, mantendo uma espécie de conversa com o apresentador e sendo parte efetiva do processo comunicativo.

Além disso, o apresentador dá uma atenção especial aos novos internautas do *chat* e os cumprimenta através do *nickname* logado. Tal iniciativa apresenta-se como uma tentativa de chamar aquele usuário a participar, incentivando-o a enviar perguntas e mostrar sua opinião.

Apesar da comparação com o rádio, a linguagem está longe de possuir a clareza de leitura, típica dos locutores do meio. O apresentador parece descobrir as notícias junto com o internauta, sem ter feito uma leitura prévia do texto. Isso pode ser considerado uma tentativa de dar ao jornal certo ar de espontaneidade e descontração, mas representa uma falha em relação ao fluxo de leitura e entonação das palavras.

O fato de não só passar a informação, mas emitir opiniões sobre o assunto exposto na notícia, faz com que o papel do apresentador fique mais próximo a figura de âncora<sup>14</sup>, diferente da maioria dos telejornais brasileiros, nos quais o jornalista-apresentador busca manter-se imparcial às notícias lidas. No caso da allTV, os comentários são uma tentativa de explicar as nuances da notícia lida, tornando a informação mais assimilável, e conseqüentemente estimulando a audiência a formar uma opinião. Além disso, eles ajudam a quebrar o “ruído” que eventualmente pudesse ser causado pela leitura excessiva e dar mais espontaneidade ao programa.

Porém, os comentários feitos após cada notícia pelo âncora, em todas as editorias, apresentam certo coloquialismo e excesso de tom opinativo. Isso pode ser exemplificado através do trecho a seguir, a respeito da notícia mancheteada pelo apresentador como “Polícia do Brasil vai ter armas de choque e *spray* de pimenta para conter viciados em crack”. O projeto foi elaborado pelo Ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, e recebeu do âncora o seguinte comentário irônico:

(...) estamos num cenário propício para que ocorra no Brasil o que ocorreu na Austrália, né? Lamentável o Brasil mostrando um retrocesso no seu poder policial... taí. Meus parabéns. Meus parabéns,

---

<sup>14</sup>Âncora é o apresentador do jornal que faz comentários críticos a cerca de assuntos tratados no telejornal. A figura do âncora é mais freqüente no jornalismo americano.



Cardozo. Essa você matou mais uma galera, viu? Meus parabéns. (LOEB, Renato, *Jornal Interativo*, 14 de novembro de 2012)

Loeb informou, na quarta-feira, dia 14 de novembro, que a allTV não exibiria os programas previstos na grade horária durante o feriado e só voltaria com a grade de programação na quarta seguinte. O apresentador não dá informações sobre o que seria exibido no lugar dos programas.

O programa Vínculo Vida foi outro produto informativo identificado nesta análise. O programa é associado a uma escola chamada Vínculo Vida, que atua no mercado de consultoria, assessoria, treinamento e formação terapêutica. Ele é transmitido às segundas-feiras, às 21h e é apresentado pela assistente social Ângela Herrera e pelo psicólogo clínico Sebastião Souza, ambos profissionais da escola.

Na edição analisada, os dois apresentadores entrevistam um médico especialista no assunto tratado. O programa começou com um imprevisto: o entrevistado não havia chegado por causa do trânsito, segundo os apresentadores. Um vídeo institucional sobre a escola, de quase 8 minutos de duração, foi exibido enquanto esperava-se o convidado.

Ao retornar para os apresentadores, o entrevistado já estava no estúdio e a conversa tem início. Por trabalharem na instituição e, dessa forma, possuir excelência profissional em relação ao tema abordado, os apresentadores também contam experiências próprias, não se restringindo apenas as perguntas ao entrevistado.

Não é utilizado nenhum recurso visual para ilustrar o tema discutido. Além disso, no Vínculo Vida, os internautas não participam – pelo menos na edição analisada - apesar da disponibilidade de intervenção via chat.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao analisar a rotina da allTV, verificamos que o veículo se enquadra na descrição da segunda fase do webjornalismo audiovisual, classificada por Renault (2011) como “nativos”, na qual estão os veículos criados especificamente para produzir conteúdo audiovisual para a internet, existindo somente online. Ou seja, uma *WebTV*.

Podemos dizer ainda que o jornalismo em vídeo vem sendo construído na allTV com fortes bases no jornalismo opinativo por meio do qual há também espaço para o jornalismo informativo. A opinião encontra na internet um espaço que, seja por tempo, questões editoriais/ políticas, patrocínio e/ou interesse do público, não lhe é concedido com tanta abrangência no jornalismo da televisão aberta. Este, talvez, seja



um dos principais atrativos do vídeo da web: poder ver e ouvir além da informação factual, sem as amarras, restrições e padrões usados para transmitir a notícia na TV.

Porém, o veículo não cumpre com as expectativas de ser “uma televisão na internet 24 horas por dia”, pois parte da programação é constituída de videoclipes, enquanto não há transmissão de programas. Além disso, é um canal que apresenta características semelhantes aos da televisão aberta, ainda hertziana, em sua fase de implantação. Essa comparação pode ser estabelecida se repararmos que a falta de produção de conteúdo dentro dos programas – exibindo, por exemplo, um jornal que lê as notícias de veículos que usam linguagens jornalísticas diferentes da televisão – e a falta de comprometimento com o público ao retirar os programação do ar durante o feriado, coincidem com as primeiras experiências televisivas, nas quais os canais só eram exibidos quando havia programa.

De fato, a allTV segue alguns elementos característicos da televisão, como grade programação e exibição ao vivo. Mas se esquece da principal máxima televisiva, segundo a qual “televisão é imagem”, em uma referência clara a necessidade de imagens videográficas para constituir o conteúdo de qualquer produto do veículo. Isso pode ser percebido quando averiguamos que nenhum vídeo ou imagem é originado da equipe de jornalismo da allTV. Assim como o texto dos apresentadores, as poucas reportagens dos noticiários e programas são compradas de agências de notícias, cabendo a allTV a única tarefa de gravar seus programas no estúdio.

Isso faz com que os programas jornalísticos da allTV tenham mais apelo para a audição, como é característico do rádio. O internauta pode se dedicar a tarefas diversas e navegar em outras páginas da web sem a necessidade de visualizar o vídeo. É aceitável afirmar que o webjornalismo audiovisual ainda esteja no início de seu desenvolvimento, mas será que nesse estágio inicial seria possível não explorar ou ignorar a importância das imagens? Como fazer um programa jornalístico sem produção?

A possível resposta pode ser encontrada na proposta de explorar a interatividade ao vivo. Os apresentadores conversam com os internautas e os citam pelo nome, lendo opiniões, perguntas e notícias enviadas no *chat*. No Jornal Interativo, noticiário do veículo, os usuários participam livremente, dando sugestões, opiniões, fazendo críticas.

Assim, a troca de mensagens gera uma espécie de conversa entre “webtelespectador” e apresentador, aproximando os dois, gerando identificação e estimulando um possível interesse no programa. Uma atitude que atende a demanda da



geração digital que, em frente ao teclado, sente a necessidade de participar e aceita o convite de fazer parte efetiva da construção/reconstrução do noticiário. O usuário se vê frente à oportunidade de agir de maneira diferente do receptor passivo a unilateralidade da televisão analógica. Dessa forma, o jornal segue um rumo que vai sendo traçado de acordo com a participação internauta.

A aproximação também é fruto na linguagem extremamente coloquial e espontânea do apresentador, que conduz o programa como um bate-papo semelhante ao que fazemos com um amigo através de uma *webcam*. Apesar da leitura nas notícias, o apresentador procura contar a notícia ao internauta, explicando-a a partir de entendimentos próprios e conhecimentos anteriores. Assim, ele torna a informação mais assimilável e, por trabalhar também com opinião, potencialmente mais tendenciosa.

Mas, por outro lado, tal coloquialismo, aliado à falta de produção de reportagens e notícias próprias e ao excesso de opinião e comentários feitos pelo apresentador, também em tom coloquial e carregado de opinião e expressões, passa a impressão de que o jornal não foi pensado, estudado, construído em cima de critérios de seleção de notícia, com imparcialidade, objetividade e clareza. Isso afasta o programa não só do jornalismo de credibilidade, mas do próprio jornalismo, quando entendemos que este exige apuração e produção própria do veículo que transmite o programa.

Outro problema identificado é a leitura das notícias feita pelo apresentador na tela de um *notebook* praticamente durante a totalidade das duas horas de programa e sem imagens de auxílio; mostra-se como um “ruído” no noticiário. A allTV também não explora as outras características da plataforma virtual, e deixa a desejar em quesitos como multimidialidade e hipertextualidade.

Além disso, o veículo não oferece seu material *on demand* atualizado, o que impossibilita o internauta de ver quantas vezes e quando quiser o vídeo produzido. O fato de não disponibilizar posteriormente o conteúdo faz com que a memória e atualização também fiquem comprometidas. O usuário deve se sujeitar aos horários de transmissão, assim como ocorre com os programas da televisão analógica.

Porém, devemos considerar que as experiências da allTV, apesar dos problemas apresentados, são uma iniciativa muito válida para a busca e desenvolvimento de uma linguagem do webjornalismo audiovisual, na medida em que a pretensão é oferecer um formato direcionado à internet. Seus produtos informativos apresentam novas maneiras de conduzir e transmitir a informação, conferindo ao



usuário mais poder de interferência no conteúdo, ainda que limitado a conversação ao vivo, durante a veiculação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e Telejornalismo: modelos virtuais**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos: UniSantos, 2007. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2233-1.pdf>. Acesso em 20/09/2012.

BRASIL, Antonio Carlos. **Telejornalismo, internet e guerrilha tecnológica**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. In: VII Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, Argentina, 2004. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf). Acesso em 15/09/2012.

RENAULT, Letícia. **Webtelejornalismo: diálogo entre televisão e web a partir do telejornalismo no Brasil**. In: 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, São Paulo, 2011. Disponível em <http://confibercom.org/anais2011/pdf/275.pdf>

SOUZA, Guilherme Amorim Corrêa Loureiro de. **A Televisão na web: análise comparativa dos modelos de reprodução e experimentação no Jornal do Terra e no Jornal Interativo da allTV**. 2005. 86f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação – Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, 2005.

TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **Webjornalismo audiovisual universitário no Brasil: um estudo de caso da TV UVA, TV UFRJ e TJ UFRJ**. 2010-2011. Trabalho apresentado como dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no Telejornalismo**. Vitória: Espaço Livros, 2009.