



Telejornalismo Brasileiro: Uma Linguagem em Mutação¹

Rodrigo GABRIOTI²
ESAMC, Sorocaba, SP

RESUMO

Neste século de convergência, a multiplicidade dos produtos midiáticos estabelece outra cultura. As instâncias de recepção contam com mais possibilidades de acesso aos conteúdos, que também sofrem alteração no âmbito de seus atores sociais submetidos a uma troca contínua de papéis. No jornalismo, essa condição é reforçada por um modo colaborativo em que a interação permite a receptores serem emissores a partir do momento que produzem alguma informação. Nesse cenário, a TV reconheceu que concorrência não se enfrenta mais em plataformas similares. Os espaços comunicativos estão híbridos. Por isso, a aposta do telejornalismo brasileiro, sobretudo da Rede Globo inclusive com suas afiliadas no interior de São Paulo, é por um formato em constante reconstrução de linguagem que busca, nas narrativas, a utilidade e a aproximação da notícia ao telespectador.

PALAVRAS-CHAVE: Convergência; Linguagem; Telejornalismo.

A reformulação da linguagem do telejornalismo brasileiro aparece como uma das realizações midiáticas deste século predominado pela tecnologia. A cultura midiática que se forma modifica o modelo anterior e propõe outro novo modelo para emissores e receptores, cada vez mais imbricados por mediações avançadas que permitem maior imediatismo na comunicação. Essa aproximação já se configura no jornalismo televisivo cuja intenção, dentro de um aspecto universal dos fatos, é exercer o caráter útil das notícias em uma abordagem diferenciada para a valorização das narrativas. Essa proposta não prevalece apenas nas grandes redes de comunicação como a TV Globo. Suas afiliadas também adotaram o modelo, uma espécie de novidade do ponto de vista estético. Se considerarmos como conteúdo, percebemos que o jornalismo, de um modo geral, segue suas pragmáticas no preparo da informação.

¹ 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.

² Mestre em Comunicação e Cultura e professor do curso de Jornalismo da ESAMC Sorocaba, email: rgabrioti@hotmail.com.



O telejornalismo vem se remodelando em formatos que compreenderam desde o gênero radiofônico dos anos 50 até modelos adaptados em função de sua realidade espaço-temporal, principalmente agora em que a busca pela interatividade e por uma linguagem já transformada junto ao telespectador se mostram como tendência.

Nota-se o aspecto colaborativo no binômio produção/recepção com o aumento da participação da audiência no sentido de construção de produtos midiáticos. De acordo com Vizeu e Siqueira (2010, p. 89), “o campo da produção passa a contar com um novo ator: o público. Uma audiência que não assiste mais só ao telejornal, mas pode contribuir para a sua produção, para a produção de notícias e reportagens”.

A mídia eletrônica sempre representou avanços na história da comunicação de massa. Foi assim com o surgimento do rádio (anos 20), com o desenvolvimento da televisão (anos 50) e atualmente com a multiplicação das Redes Sociais, um conjunto de suportes midiáticos pelos quais a comunicação é instantânea e se remete ao que previa McLuhan com seu conceito de Aldeia Global.

Essa convergência midiática – sobretudo entre Televisão e Internet – representa, segundo Jenkins (2008), uma proposta diferenciada. As relações se redesenham enquanto públicos e mercados mudam. Essa alteração se dá muito pela relação entre a produção e a recepção. Porém o autor (2008, p. 45) alerta para uma possibilidade de fluxo contrário às junções midiáticas:

Por um lado, a convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outros suportes. Por outro lado, a convergência representa um risco, já que a maioria dessas empresas teme uma fragmentação ou uma erosão em seus mercados. Cada vez que deslocam um espectador, digamos, da televisão para a internet, há o risco de ele não voltar mais.

A formação de uma nova cultura midiática gera outros comportamentos. Como define Mattos (2010), a década 2000-2010 é a da fase de convergência e qualidade digital. Esse cenário convergente fez com que veículos de comunicação tradicionais aderissem aos comportamentos contemporâneos. Muitas emissoras convergiram com as Redes Sociais (*twitters* e blogs, por exemplo) para serem “seguidos” por usuários desses meios.



Outras, inclusive, disponibilizam no espaço infinito da Internet, as edições de seus telejornais na íntegra ou reportagens selecionadas. O aspecto de convergência é tão importante que não é mais necessário assistir à televisão em um aparelho receptor próprio, marco cultural do início do meio no Brasil. Além do conteúdo praticamente “imortalizar-se” em sites, ele pode ser veiculado em celulares ou em receptores de TV para computadores portáteis devido à mobilidade da TV Digital.

A Televisão Digital foi adotada, no Brasil, em 2 de dezembro de 2007 pelo governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva, que adotou o sistema japonês ISDB-T. Segundo publicação da Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, em fevereiro de 2008, o modelo oriental responde prioritariamente às questões de imagem e mobilidade, deixando escapar pontos que contribuiriam para a inserção da sociedade no ambiente digital. Toda essa transformação, como tendência, se justifica tecnicamente, porém, não passa de apontamento o perfil de seu público, que ainda em construção, interpreta esse processo apenas como avanço tecnológico.

Observa-se pouco um formato que aponte os caminhos para a interatividade e produção de conteúdos digitais. O prazo final para que todo o sistema televisivo brasileiro esteja nesse formato é 2016. Enquanto digital e analógico coexistem, o que se configura interativo é o contato dos telespectadores com a emissora por e-mail, telefone, cartas ou ainda, via *chat*, com algum especialista que tenha abordado um tema específico ao longo da programação jornalística. Conforme apontam Cirne, Fernandes e Pôrto (2009, p. 85):

Frequentemente anunciam o site correspondente ao telejornal como um espaço de interação, onde os telespectadores podem “chatear” com um especialista sobre determinado assunto, buscar informações complementares que não foram veiculadas no telejornal ou ainda sugerir pautas para outras edições.

O *chat* acaba por corresponder a um momento de esclarecer dúvidas que não tiveram respostas por falta de tempo no espaço da televisão. Tal convergência não é somente tecnológica, é essencialmente cultural. Nesse sentido, aplica-se o conceito de tecnocultura, mencionado por Sodré (1996).   que os meios de comunica o de massa já tidos como tradicionais n  escaparam das mais variadas formas comunicacionais de um presente tecnológico. Sob o ponto de vista dele, trata-se de uma instância de



produção de bens simbólicos ou culturais por meio de uma impregnação da ordem social pelos dispositivos maquínicos de estetização ou culturalização da realidade.

A transmissão cultural está numa tríade em que cada vértice contém: meio técnico de transmissão, aparato institucional de transmissão e distanciamento espaço-temporal. A primeira trata a maneira pela qual uma forma simbólica é produzida e transmitida. Através dela, os receptores podem guardar a informação em uma espécie de estoque, como defende Thompson (1995). Esses conteúdos significativos são determinantes também para a reprodução das formas simbólicas, que neste século XXI, se projetam nas tendências tecnológicas.

Estruturalmente para se compreender televisão, colocam-se duas de suas vertentes: enquanto imagem e enquanto veículo de comunicação. Não há como desconsiderar que mesmo por novos modelos de produção e interação, a imagem não seja a principal vantagem desse suporte midiático. Tanto que é um meio visual por excelência. Segundo Moles (2005), a televisão é um importante modo de transmissão e contribuinte da cultura. Já para Fahle (2005), trata-se de um meio de comunicação de massa impregnado pelos mais diversos discursos de poder.

Seja no imagético, na ambiência cultural, na convergência ou na interatividade, o telespectador, que atualmente também se lança à condição de produtor, condiciona-se a um contexto como propõe Thompson (1995, p. 35):

[...] é importante enfatizar que as atividades de recepção são práticas sociais complexas que envolvem graus diferenciados de habilidade e atenção, que são acompanhados por graus diferentes de prazer e interesse, e que se entrecruzam de maneiras complexas com outras atividades e interações que têm lugar na região de recepção primária.

Transmidialidade, Noticiabilidade e a Produção de Conteúdos no Telejornal

Uma vez apontado que a convergência é uma condição midiática do presente, não é mais possível seguir um modelo de produção televisiva como em seu início. Segundo aponta Temer (2010), as mudanças de relação entre televisão e público tornam o futuro incerto para o próprio meio e seus produtos. Ela acrescenta (2010, p. 102):



[...] é preciso compreender a televisão a partir de observações continuadas, sua história e seu desenvolvimento, sua relação com outros gêneros de programação e, a partir desse ponto, apontar tendências e possibilidades para o telejornalismo produzido e veiculado [...] (TEMER, 2010, p. 102)

Toda essa tendência de convergência mais esse futuro incerto que Temer (2010) prevê para o telejornalismo nos leva a refletir sobre o papel a ser desempenhado pelos produtores de conteúdo. Praticamente não se pode definir mais que um profissional da comunicação seja exclusivo de um determinado segmento da mídia porque as produções não são mais limitadas. Se os aparatos são transmidiáticos, os profissionais são multimídia. Descentralizam-se funções únicas. Entretanto um obstáculo para isso é, em termos, a formação e a profissionalização que ainda estão longe do ideal para a confirmação dessa situação.

À medida que novas instâncias midiáticas se configuram, a primeira interferência, após o caráter tecnológico, é a inovação e adaptação de sua linguagem. O que se propõe para o telejornalismo de agora é encontrar uma forma revisada para contar os fatos embora isso não aprofunde e, muito menos, melhore a qualidade das narrativas.

Nesse âmbito de formatação de linguagens e disposição do profissional de jornalismo para as adequações da notícia, Charaudeau (2007, p. 72), alega que “a instância de produção teria, então, um duplo papel: de fornecedor de informação, pois deve fazer saber, e de propulsor do desejo de consumir as informações, pois deve captar seu público”.

No caso da televisão, conta-se uma história com personagens, informações e imagens, que em uma concepção estética (a reportagem) assume esse compromisso. Entretanto o profissional que registra as histórias dispõe de princípios, opiniões, posições partidárias, e tantas outras condições que obviamente interferem na construção de uma reportagem, afinal, aquela é sua visão de mundo frente ao fato. É por isso que podemos apontar para a inexistência da imparcialidade no jornalismo. E não confundamos Imparcialidade com Objetividade. A primeira se refere a valores pessoais que apontam para o direcionamento de uma construção jornalística enquanto a segunda refere-se a uma forma de contar uma história seguindo um princípio jornalístico básico que é o de



sempre ouvir a versão de todos os envolvidos em um fato. Cirne, Fernandes e Pôrto (2009, p. 101-102) argumentam que:

No jornalismo atual, sabemos que mesmo que não se leve em consideração tão explicitamente o impacto da recepção de uma reportagem, ela é construída para ser percebida de maneira específica. Isso se deve à figura do editor que encadeia a seqüência da mensagem.

Apesar de todo o avanço tecnológico, da preocupação com formatos que deem conta dessa realidade tecnocultural, das convergências e mutação de linguagem, uma condição permanece imutável: o critério de noticiabilidade. A base dessa construção, segundo Wolf (1994), se apoia em acontecimentos interessantes, significativos e relevantes. A definição da notícia também segue, na televisão, o perfil editorial de um telejornal. Geralmente as reportagens nunca se isolam. Sempre estão contextualizadas em determinados cenários do cotidiano social. Para Sodré (2009, p. 21),

[...] os valores que sustentam a noticiabilidade de um fato – ou seja, a condição de possibilidade para que este venha a transformar-se em notícia – podem variar segundo o lugar do fato, do nível de reconhecimento social das pessoas envolvidas, das circunstâncias da ocorrência, da sua importância pública e da categoria editorial do meio de comunicação.

A reportagem de televisão desde seu processo de concepção, execução e finalização passa por uma seleção de imagens e trechos de entrevistas que casam com o texto para estabelecer o dualismo entre forma e conteúdo. Esse “casamento” entre texto e imagem é fundamental na linguagem do telejornalismo, que por abranger públicos tão diferenciados, precisa oferecer às diferentes camadas sociais um vocabulário passível de entendimento fácil. Amaral (2004, p. 193) mostra que:

No início, o jornalismo veiculado pela televisão era radiofônico e não um jornalismo com a linguagem característica do veículo que lhe dava suporte, isto porque, no início, a própria televisão buscava em outros veículos, como o rádio, o teatro e o cinema, elementos que pudessem conferir a ela (televisão), uma linguagem própria.

Por estas etapas às quais se submete, a reportagem acha-se condicionada aos filtros, que além dos critérios de escolha em relação à sua noticiabilidade, representam realidades recontadas pela subjetividade do profissional do jornalismo. Com o texto rápido, a



televisão leva vantagem, pois, a inserção das notícias em um telejornal tem como função principal uma objetividade maior em dizer aquilo que a pessoa realmente precisa saber.

Fahle (2005) defende a televisão como instância de representação na qual as condições de poder são decisivas, como se evidencia, por exemplo, na questão de quem toma a palavra e ocupa a imagem por quanto tempo, quais as imagens que são mostradas e quais são excluídas.

A palavra, o texto, a apuração, a notícia, a reportagem, a redação, a pauta e a edição enquanto processos vinculados são os elementos do jornalismo, como considera Soares (2002). E o grau de credibilidade de uma notícia na televisão, segundo Piccinin (2006), se deve à imagem ancorada num texto em áudio, condição que produz sentidos de “verdade” aos acontecimentos, reforçando as propostas de “objetividade” e “imparcialidade”. Ela afirma que “[...] ao assistirem um telejornal, as pessoas também procuram sentidos para a realidade que as cerca. Elas aprendem ativamente e atribuem significados, ressignificam o mundo do telejornalismo, na experiência do seu dia-a-dia [...]”. Porém a autora se baseia em Bourdieu (1999) para alegar que toda edição é escolha e sendo escolha pressupõe a não objetividade com intenções que dizem algo em lugar de outro algo.

Utilidade da Notícia e Mutação da Linguagem

A integração midiática, a pretensa interatividade da TV Digital e as práticas de jornalismo colaborativo fazem com que o telejornalismo acompanhe esse desenvolvimento. Como ilustra Rezende (2010), a televisão em seu início, teve predomínio do formato radiofônico, suas produções eram precárias e precisavam desenvolver a qualidade.

O Jornal de Vanguarda, da TV Excelsior, introduziu novidades com a participação de produtores, apresentadores e cronistas especializados. Superou os demais informativos por estrutura original e formas de apresentação. O Jornal Nacional, em 1969, nasceu sob a função de integrar o Brasil por meio de um noticiário.



Nos anos 70, a TV Bandeirantes inovou com Titulares da Notícia, cujo destaque foi colocar a dupla sertaneja Tônico e Tinoco para divulgar as notícias do interior do estado de São Paulo. A TV Tupi investiu na valorização da imagem no sentido de composição fotográfica. Os locutores apareciam em primeiro plano com o ambiente de uma redação ao fundo, opção de cenário muito comum nos dias de hoje.

A Hora da Notícia, da TV Cultura, identificava-se, também na década de 70, por uma ligação direta com o telespectador. Também lançou o Opinião Pública, com ênfase na cobertura de arte e cultura, além de valorizar a imagem nas reportagens exibidas. Nos anos 90, Boris Casoy instituiu no SBT a figura do âncora.

No século da convergência, em que até a concorrência não é mais somente entre suportes do mesmo gênero, o telejornalismo sentiu a necessidade de uma mudança para não perder espaço e tornar-se obsoleto. Por isso, a aposta está voltada para uma reformulação na estrutura do telejornal.

O telejornalismo, como linguagem, pertence a um sistema visual. E Diniz (2009, p. 690) aponta como elementos dessa linguagem:

[...] 1.a linguagem verbal escrita; 2.a linguagem cinética (imagem em movimento); 3.a linguagem gestual (inclusive da expressão facial); 4.a linguagem cenográfica (cenários, figurinos); 5.a proxêmica (movimentação de atores no espaço); 6.os recursos técnicos de gravação; 7.os recursos de edição; 8.recursos visuais; 9.gráficos; e 10.recursos de câmera, que atuam sobre as demais linguagens.

Para Chalhub (2006, p. 11-12):

Os noticiários de rádio e televisão têm nuclearmente, a função referencial organizando a estrutura da mensagem. Uma vez mais, como aí concorrem outras dimensões – no rádio, a voz, na televisão, a imagem – não podemos afirmar uma referencialidade pura do fato, da notícia, mas a ocorrência de outros elementos, tal como a expressão facial do apresentador, a entonação da voz do locutor etc: mescla-se a referencialidade com a posição do emissor.

A mudança na linguagem do telejornalismo vem se desenvolvendo de forma mais acentuada pela Rede Globo, que estabeleceu essa proposta sob duas questões essenciais:



utilidade e proximidade com o público. Seus telejornais em São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Brasília e Belo Horizonte atualizaram sua linguagem para buscar proximidade com o telespectador.

Sobre proximidade, os telejornais perceberam a necessidade de serem mais dialógicos com o público. Busca-se uma interatividade maior tanto que os apresentadores intervêm mais e toda participação ao vivo tem formato mais descontraído. A idéia é querer mostrar que o telespectador é único, um elemento “exclusivo” daquela informação. A tradução destes processos em linguagem também vai atrás do coloquialismo e de uma representação, isto é, aqueles profissionais que falam em frente às câmeras são pessoas comuns que comungam de problemas, obrigações e deveres similares ao telespectador.

Segundo Sodré (2009, p. 41), “o enquadramento técnico do fato pelo discurso jornalístico resulta, portanto, de um amplo consenso entre atores extramidiáticos, que bem podem ser vistos como personagens de um enredo em busca de verossimilhança”.

O conceito de utilidade refere-se à adoção do departamento de jornalismo da Rede Globo sobre o quanto uma notícia é útil ao telespectador. Como exemplo, podemos comparar a necessidade de se informar sobre o movimento em um aeroporto ou em um terminal rodoviário de grande circulação. Isso aponta não somente para uma mudança de linguagem mas também para a necessidade de alterar os conceitos de concepção das reportagens.

Um grande desafio de trabalhar com telejornalismo, nessa perspectiva de mudança, é efetivamente desconhecer para quem se fala. Por mais que as pesquisas de opinião (qualitativa) e de audiência (quantitativa), encomendadas pelos veículos de comunicação, tracem o perfil dos públicos, o número de pessoas que têm acesso a conteúdos jornalísticos é incalculável. De acordo com Soares (2002, p. 63), “As notícias televisivas são dirigidas a um público que abrange todas as classes sociais, com diferentes formações intelectuais. Tal característica exige um trabalho detalhado por parte do jornalista que tem de combinar bem dois elementos: texto e imagem”.

Por isso, é que Thompson (1995) considera que todo comunicador deve jogar com a capacidade de resposta do receptor, que passou a receber diferentes modelos de



interações sociais através dos meios de comunicação de massa devido à pluralidade de produtos disponíveis.

Por se tratar de um meio de comunicação com linguagem de maior acesso sem a exigência de muita profundidade de quem assiste, a comunicação televisiva é uma interação social que se transformou como aponta Thompson (1995, p.297):

A cultura moderna é, de uma maneira cada vez maior, uma cultura eletronicamente mediada, em que os modos de transmissão orais e escritos foram suplementados – e até certo ponto substituídos – por modos de transmissão baseados nos meios eletrônicos.

Essa perspectiva de uma linguagem em mutação também gera uma preocupação: o paradigma de encontrar o limite tênue entre inovação, liberdade e descontração e compromisso com informação, ética e respeito ao telespectador. Ao mesmo tempo em que o telespectador pode ser atraído por questões estéticas, ele confia naquele canal como um reproduzidor de mensagens verdadeiras. Diniz (2010) considera, que com isso, o sujeito dentro da troca simbólica oferecida pelo telejornal, tem nessa relação com o pólo emissor o sentido de uma sociedade e a crença em si e no discurso aderindo a uma causa comum.

Portanto, para que isto aconteça, podemos pensar o formato como um desafio de linguagem para os produtores de conteúdo que necessitam estabelecer abordagens jornalísticas que levam a essa troca a qual propõe Diniz (2010). E para isso ocorrer, vale o investimento no aspecto universal da notícia. Esse é o caráter do comum em que a notícia não encontra ruído, ou seja, ela é de interesse mútuo eliminando algumas perspectivas como a localidade do fato.

Assim a mídia se forma também como um local que “bane” o conceito de raiz com determinado lugar. Para Muniz Sodré (1996, p. 28),

Na sociedade mediatizada, as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação, de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social do sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais.



Reflexos das Mudanças na Linguagem do Telejornal do Interior de São Paulo

Conforme expusemos, essa outra linguagem buscada pelos telejornais da Rede Globo, em capitais brasileiras, também se alastrou para o interior de São Paulo. Um formato diferente de telejornalismo foi adotado pela TV TEM, emissora afiliada da Globo, em quatro cidades do interior paulista: Sorocaba, São José do Rio Preto, Bauru e Itapetininga. Juntas cobrem 318 municípios que representam 49% do estado.

A programação dessas emissoras conta com 10 atrações, totalizando 8.500 horas de programação por ano. Cada praça (como é chamada a cidade-sede da emissora) exhibe duas edições diárias do Tem Notícias: ao meio-dia e às sete da noite com a cobertura dos principais fatos de cada região. A edição do meio-dia varia entre 28 e 32 minutos em seu tempo de produção porque parte é ocupada pelo Tem Esporte. Seu conteúdo se configura por notícias mais factuais, comunitárias e aquelas que prestam serviço à população. As participações ao vivo são muito valorizadas e, devido ao tempo maior de veiculação, permitem com que seus apresentadores façam comentários a respeito de algumas matérias.

Em razão desta estrutura como espécie de apêndice da linguagem da Rede Globo mais o fato de a sede da TV TEM estar localizada em Sorocaba, a direção do grupo de emissoras resolveu iniciar a mudança da linguagem, em seu telejornalismo, pela primeira edição do Tem Notícias na cidade. Estar mais próxima do público parece ter sido a nova proposta adotada pelo Jornalismo da TV TEM. Desde o dia 1 de novembro de 2010, o telejornal ganhou essa linguagem diversificada. Percebe-se que a intenção é praticamente “conversar” com quem está em casa ou em movimento devido à possibilidade tecnológica. Essas tentativas vêm ganhando espaço com os apresentadores no estúdio e também nas participações ao vivo dos repórteres. Tudo aponta para um grande ensaio da ainda nebulosa interatividade na TV Digital.

A atual proposta significa uma mudança nas relações com os públicos e não nas práticas jornalísticas. Sobre formato e conteúdo, algumas considerações. Em relação ao primeiro, o telejornal ficou mais dinâmico, sobretudo com a valorização de uma conversa nos *links* como algo que se complementa e não apenas em um sentido mecânico em que se cumpre tempo. Esse dinamismo também se completa com alguns



recursos disponíveis aos apresentadores. Foi instalado um telão de cristal líquido para eles, em esquema de revezamento, chamarem em pé, repórteres ou entrevistados e o apresentador do estúdio da unidade da emissora, em Jundiaí, outra cidade que compõe a área de cobertura.

Já para o conteúdo, nota-se uma linguagem mais informal, porém, um discurso que se constrói com parâmetros que se perpetuam, no fazer notícia, isto é, a determinação dos critérios de noticiabilidade amparados nas subjetividades dos jornalistas. Mesmo assim, nas edições de segunda a sexta-feira, são programadas as discussões centrais de cada dia que são abordadas com uma reportagem e um *link* na seqüência. Em algumas ocasiões, alguns pontos importantes são ressaltados e exibidos em um monitor que tem uma arte – recurso do jornalismo que reúne informações em uma tela padrão com signos visuais que identificam o telejornal – para chamar a atenção do telespectador sobre a importância daquilo no sentido de reforço de informação. As discussões do dia são sempre realizadas no segundo bloco do telejornal. Em todos os temas abordados, essa estrutura se mantém. Vale destacar também que o Tem Notícias não conta apenas com essa discussão central. Outras reportagens, notas e factuais compõem a edição.

O fato de trazer à pauta temas que se aproximam do cotidiano das pessoas gera um grau de intimidade entre televisão e telespectador, sobretudo, pelo fato de o meio configurar-se como um espaço que transmite realidades. Segundo Temer (2010, p. 104):

A audiência é, em última instância, a própria razão de ser do telejornalismo, pois de nada adianta fazer um bom telejornal se ele não for visto – não conquistar a atenção – do receptor. Para atender ao receptor/consumidor o telejornalismo segue em direção aos temas/assuntos que despertam a atenção do público. (TEMER, 2010, p. 104)

Mesmo sabendo que esses assuntos escolhidos passam por processos de filtragem, o interessante é a abordagem que pode ser feita na entrevista ao vivo. O atual modelo do telejornal da TV TEM deixa claro que, nessa instância do jornalismo, os esclarecimentos prestados por especialistas das mais diversas áreas são feitos de forma didática, isto é, explicativa.



Entre temas já abordados, ressaltamos alguns. Não podemos deixar de citar o primeiro dia dessas experiências com linguagem, momento em que o formato alterado foi apresentado ao telespectador. A discussão central foi sobre como escolher os alimentos pelos valores nutritivos das cores. A reportagem levou uma nutricionista a um supermercado para explicar isso. Depois houve reforço do significado das cores no monitor do estúdio. A entrevista ao vivo foi em um supermercado, com dicas de como escolher esses produtos. A discussão terminou com comentário dos apresentadores, que buscam se aproximar da audiência.

Mas em relação a temáticas que se aproximam do cotidiano das pessoas já houve dicas sobre como escolher uma boa escola para o filho, etiqueta pessoal durante uma entrevista de emprego, transtorno do déficit de atenção em crianças e adolescentes, doenças ocupacionais do trabalho, como lidar com dívidas, hora certa de dar mesada para crianças, cuidados para ter uma velhice mais saudável e até os tipos de medo que as pessoas sentem. O conteúdo tornou-se uma reconstrução que envolve variadas fontes para compor um cenário que demonstre aos telespectadores, de forma fácil e inteligível, como lidar com situações diárias.

Considerações Finais

Convergência, TV Digital e Interatividade são os elementos que formam uma cultura midiática, ainda em construção, para o século XXI. Sua reestruturação inicial é de caráter tecnológico (forma) seguida por adequações de linguagem (conteúdo). Enquanto tecnicamente nota-se um avanço de grandes proporções, o sentido das coisas vai se configurando por etapas. Fica até difícil prever um futuro aos meios de comunicação que sofrem a influência dos processos de convergência.

Diferentes configurações se estabelecem. Afinal não são apenas as estruturas técnicas que se alteram. O modo de fazer e receber também. É preciso considerar que os produtores de conteúdo devem entender esse movimento de mudança para tentar, ainda que sem saber oficialmente, a quem se produz. O desafio para quem faz é um pouco maior sobretudo porque falta nessa relação o processo de troca, um pilar básico e necessário para a comunicação se realizar. Como Charaudeau (2007) aborda, a produção passa a fornecer informação e usar mecanismos para captar público. Por isso,



no caso do telejornalismo, a aposta em uma universalidade que trate de temas do cotidiano com formato de aproximação. A fórmula encontrada para isso foi substituir o modelo de linguagem, apostando na utilidade que a notícia tem na recepção.

Aliás, uma recepção que tem outra função de ator social. Com a possibilidade de convergência, fica iminente a troca de papéis exercidos dentro do contexto midiático. O telejornalismo pode deixar de ser um espaço de referência justamente pela existência de outro espaço mais amplo e infinito: a internet. O público começa a ganhar um espaço maior na mídia porque agora também dispõe de estruturas para colaborar e ajudar a produção midiática.

Todas essas mudanças são indícios de novos comportamentos. O telejornalismo já se atentou a mudar seu estilo em contar histórias. É bem verdade que continua determinando critérios para conferir aos fatos e o grau de possibilidade de se transformar em notícias. Acrescenta-se ainda a tendência do jornalismo colaborativo, deixando a possibilidade de tentar previsões sobre a Era da Interatividade com a digitalização total do sistema televisivo brasileiro.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e telejornalismo: do analógico ao virtual**. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

CHALHUB, Samira. **Funções da Linguagem**. São Paulo: Ática, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Contexto: São Paulo, 2007.

CIRNE, Livia; FERNANDES, Marcelo; PÔRTO, Ed. Perspectivas da interatividade no telejornalismo da TV Digital. In: FECHINE, Yvana; SQUIRRA, Sebastião (Orgs.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre, RS, 2009. p. 84-107.

DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva. Informação na TV: uma paixão contida. In: CARAMELLA, Elaine; NAKAGAWA, Fábio Sadao; KUTSCHAT, Daniela; FOGLIANO, Fernando. (Orgs.). **Mídias: multiplicação e convergências**. São Paulo: Senac, 2009. p. 685-702.

FAHLE, Oliver. Estética da televisão. Passos rumo a uma teoria da imagem da televisão. In: GUIMARÃES, C., LEAL, B.S., MENDONÇA, C. C. (orgs.) **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.190-208.

FELLIPI, Ângela; PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio de Azevedo (org). **Edição em Jornalismo: Ensino, Teoria e Prática**. Santa Cruz do Sul, RS: Edunisc, 2006.



JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MATTELART, Armand; NEVEU, Erik. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Cultrix: São Paulo, 1964.

MOLES, Abraham. **Rumos de uma cultura tecnológica**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

REVISTA MÍDIACOM – Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. São Paulo, n. 7, 2008.

REZENDE, Guilherme Jorge de. 60 anos de jornalismo na TV brasileira: percalços e conquistas. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **60 anos de Telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica**. Florianópolis, SC: Insular, 2010. p. 23-56.

SOARES, Marcelo Vicente Câncio. **Origem das Notícias no Telejornalismo Regional: investigação e análise da produção da informação em quatro telejornais de Mato Grosso do Sul**. 2002. Dissertação (Mestrado) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A máquina de Narciso**. São Paulo: Cortez, 1994.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.

TEMER, Ana Carolina Rocha Passos. A mistura dos gêneros e o formato do telejornal. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **60 anos de Telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica**. Florianópolis, SC: Insular, 2010. p. 101-126.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. O telejornalismo: o lugar de referência e a revolução das fontes. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **60 anos de Telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica**. Florianópolis, SC: Insular, 2010. p. 83-99.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1994.