

MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
VARIANTE DE ESTUDOS DE MEDIA E JORNALISMO

Do telejornal para a *web*: análise da transposição do Jornal Nacional da emissora Globo Brasil para a internet

Michelle Paulino Brito

M

2018



Michelle Paulino Brito

**Do telejornal para a *web*: análise da transposição do
Jornal Nacional da emissora Globo Brasil para a internet**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação; variante em
Estudos de Média e Jornalismo, orientada pelo Professor Doutor Paulo Frias da Costa

Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Setembro de 2018

A minha mãe, luz da minha vida.

Do telejornal para a *web*: análise da transposição do Jornal Nacional da emissora Globo Brasil para a internet

Michelle Paulino Brito

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação com ênfase
em Estudos de Média em Jornalismo, orientada pelo Professor Doutor Paulo Frias.

Membros do Júri

Professor Doutor Paulo Frias
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professora Doutora Cristina Ferreira
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professora Doutora Ana Isabel Reis
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Classificação obtida: 16 valores

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e autoplágio constitui um ilícito acadêmico.

Porto, setembro de 2018.

Michelle Paulino Brito

“Escreva algo que contribua para a experiência do telespectador que está vendo as imagens, mas quando possível tenha coragem para permanecer em silêncio e deixar a imagem contar a história”.

Charles Kuralt, jornalista norte-americano (1934-1997)

Agradecimentos

Diante de tantos desafios superados para chegar até aqui, dedico os meus mais sinceros agradecimentos a pessoas que foram fundamentais para a conclusão deste mestrado.

Em primeiro lugar, agradeço ao Professor Doutor Paulo Frias, por sua orientação e total disponibilidade. Agradeço ainda por partilhar seu conhecimento e emitir opiniões críticas de forma assertiva e gentil, além da compreensão e por todas as palavras de incentivo.

Agradeço aos membros da minha família que abriram mão da minha presença durante estes dois anos para que eu pudesse realizar este projeto de vida. Em especial: minha mãe Telma, minhas irmãs, Thatiane e Danielle e meu irmão Pedro que, mesmo de longe, sempre me incentivaram a concluir esta etapa da melhor maneira possível.

Agradeço aos meus amigos da Residência Alberto Amaral, que considero minha família em Portugal, por todo suporte e paciência em dias difíceis. Em especial, agradeço a Natália e Thaís, por todo o apoio na revisão além das críticas construtivas que me ajudaram evoluir ao longo do trabalho.

Agradeço ao Virgílio, por todo suporte emocional. Obrigada por acreditar em mim, por me corrigir e, acima de tudo, me incentivar.

Por fim, agradeço ao corpo docente do Curso de Ciências da Comunicação da Universidade do Porto. Me sinto honrada por ter realizado este mestrado com profissionais tão bem qualificados.

Resumo

Por meio do aparelho televisor, as primeiras transmissões via satélite consolidaram o telejornal como o principal modelo de transmissão de informações audiovisual. Com chegada da internet, as emissoras televisivas enfrentam o desafio de adaptar-se a constante evolução das tecnologias e dos recursos multimídia. A inevitável convergência de telecomunicações, computação e mídias tem ampliado de forma significativa a importância do uso estratégico da internet como ferramenta de publicação dos telejornais. Diante deste cenário, a busca por implementação e adequação dos conteúdos informativos tem colocado em risco o sucesso e até sobrevivência de muitas empresas, incluindo estações de televisão. Atualmente, nota-se que as emissoras privadas no Brasil caminham em prol da melhor compreensão, execução e implementação dos telejornais na *web*, mesmo perante as limitações e dificuldades que envolvem este processo. Com o objetivo de compreender este cenário analisou-se o modo de transposição do telejornal brasileiro Jornal Nacional com base no conteúdo publicado em três plataformas: Globo Play, G1 e Página Especial, considerando aspectos como: memória, instantaneidade, interatividade hipertextualidade e transmidialidade, a fim de indicar como o telejornal têm usufruído desta importante ferramenta de comunicação na publicação de notícias.

Palavras-chave: Telejornal; Internet; Webtelejornalismo; Transposição; Telejornalismo.

Abstract

Through the television, satellite broadcasts first consolidated news as the main transmission model for audiovisual information. With the arrival of the Internet, television broadcasters were challenged to adapt to a constantly evolving landscape of technology and multimedia resources. Thus an inevitable convergence of telecommunications, computing and traditional media have significantly expanded the importance and strategic use of the internet as a tool in the publication of news programs. Given this scenario, many media companies and television broadcasters have jeopardized their success and even survival in search for an implementation which addresses the adequacy of their information content. Private broadcasters in Brazil are currently favoring better understanding, execution and implementation of internet news, even in the face of limitations and difficulties involved in this process. To understand the convergence, analyzed the Brazilian television news transposition so *Jornal Nacional* based on the published content of their three platforms: *Globo Play*, *G1* and *Página Especial*. Considered aspects such as memory, immediacy, interactivity, hypertextuality and transmidialidade to indicate how the television news have utilized these important communication tool in news publishing.

Keywords: Television; Internet; Webtelejornalismo; Transposition, Telejournalism.

Índice de ilustrações

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Consagrado no rádio, o Repórter ESSO, ganha versão para a televisão aos moldes do telejornal. | 19 |
| Figura 2 - Jornal Nacional 1971 e Jornal Nacional 2018, quase 50 anos separam o modelo de telejornal | 27 |
| Figura 3 - Padrão no modelo de telejornal pelo mundo | 31 |
| Figura 4 - Modelo de Pirâmide deitada | 51 |
| Figura 5 - Site do Globo Play modelo de acesso ao telejornal na íntegra | 58 |
| Figura 6 – No “mosaico de telas”, o internauta pode visualizar apenas a matéria que lhe interessa..... | 59 |
| Figura 7 - Site do G1, página do Jornal Nacional | 60 |
| Figura 8 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado no dia 5 de dezembro de 2017 | 68 |
| Figura 9 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado no dia 5 de janeiro de 2018 | 71 |
| Figura 10 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado dia 5 de fevereiro de 2018 | 73 |
| Figura 11 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado no dia 5 de março de 2018 | 75 |
| Figura 12 - Quiz realizado a partir da reportagem exibida no dia 5 de março de 2018 . | 77 |
| Figura 13 - Matérias publicadas no portal da Página Especial..... | 89 |
| Figura 14 - Monitor da violência: mapa interativo para a Página Especial..... | 90 |
| Figura 15 - Experiência interativa proporcionada por meio da Página Especial..... | 91 |
| Figura 16 - Informações inseridas no Monitor da Violência..... | 92 |
| Figura 17 - Organograma fluxo da notícia do telejornal para a web..... | 94 |

Índice de tabelas

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1 - Dados dos meios de comunicação mais acessados nos lares brasileiros..... | 36 |
| Tabela 2 - Emissoras de TV aberta mais assistidas por brasileiros | 38 |
| Tabela 3 - Confiança nas informações divulgadas em diferentes tipos de mídia no Brasil | 39 |
| Tabela 4 – Análise das reportagens publicadas durante o mês de dezembro de 2017 ... | 69 |
| Tabela 5 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de janeiro de 2018..... | 71 |
| Tabela 6 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de fevereiro de 2018 | 73 |
| Tabela 7 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de março de 2018..... | 75 |
| Tabela 8 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de abril de 2018 | 78 |
| Tabela 9 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de maio de 2018..... | 80 |
| Tabela 10 - Algoritmo de transposição do telejornal para a web | 84 |

SUMÁRIO

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Introdução..... | 13 |
| Capítulo 1 – Enquadramento teórico | 17 |
| 1.1 Telejornal e sociedade..... | 18 |
| 1.2 Formato e montagem..... | 22 |
| 1.3 Telejornal na era digital | 29 |
| Capítulo 2 – Dados do acesso e panorama da transposição | 33 |
| 2.1 Meios de acesso e consumo de notícias no Brasil | 33 |
| 2.2 Panorama das reconfigurações do telejornal para a internet..... | 40 |
| 2.3 Produção televisiva para a <i>web</i> | 45 |
| Capítulo 3 – Estudo de caso: Transposição do Jornal Nacional para a <i>web</i>..... | 54 |
| 3.1 O telejornal como estudo de caso | 55 |
| 3.2 O Jornal Nacional..... | 56 |
| 3.3 Produção e transposição do Jornal Nacional para a internet..... | 57 |
| 3.4 Desafios da transposição para a <i>web</i> | 61 |
| 3.5 Produção de tabelas de identificação e análise | 64 |
| 3.6 Análise da transposição do Jornal Nacional para a internet | 66 |
| 3.6.1 Identificando novos modelos e rotinas de produção..... | 81 |
| 3.6.2 Balanço crítico e considerações finais | 93 |
| Conclusão | 99 |
| Referências bibliográficas | 104 |
| Anexos | 109 |

Introdução

O crescente acesso as novas tecnologias da informação tem proporcionado mudanças expressivas na maneira de produzir e divulgar notícias. É possível observar que a transformação na linguagem dos gêneros e formatos televisivos ocorreram de forma acelerada juntamente com as transformações tecnológicas no setor. Com o crescimento do acesso à internet no Brasil, por meio de computadores ou a partir de dispositivos móveis, tornou possível o aumento ao diálogo público dos noticiários exibidos por meio da televisão.

O modo de transposição das notícias exibidas em telejornais produzidos por grandes emissoras de televisão para a *web* ainda se encontra em fase inicial, sendo esta a principal motivação para a escolha do objeto de estudo da presente pesquisa. Com o intuito de ganhar espaço no meio digital observa-se a abertura do diálogo com o telespectador, por meio da criação de páginas interativas na *web*, além da transposição de vídeos na íntegra ou fragmentados, para páginas exclusivas na internet.

O telejornalismo tem se adaptado as pluralidades das plataformas multimidiáticas ecoando-se em novas estruturas. Repensou-se o modo de produção no que diz respeito à reconfiguração de teorias, bem como as tradicionais técnicas de produção e transmissão do jornalismo audiovisual. Para tanto, o presente trabalho divide-se em três capítulos: (1) Enquadramento teórico, inicia-se com um panorama geral acerca da história do telejornalismo como modelo tradicional, ressaltando a importância dos telejornais para a formação intelectual da sociedade (1.1).

Por meio do *broadcast*, a televisão, assim como o rádio, tornaram possíveis transformações significativas na sociedade no que diz respeito à difusão de notícias. A transmissão televisiva permitiu o acesso a informações jornalísticas de maneira inovadora, propiciando aos telespectadores a comodidade de acompanhar por meio de vídeos acontecimentos marcantes de inúmeros lugares do mundo em tempo real no conforto de casa (MCLUHAN, 2007:22). Gerando assim a consolidação do telejornal enquanto gênero jornalístico.

Em (1.2) é exposto características do formato do telejornal enquanto gênero do

telejornalismo. Com o objetivo de compreender as limitações e dificuldades da transposição de um modelo informativo tão complexo, Eisenstein (1990) e Watts (1990) citam alguns dos elementos que compõem a montagem do telejornal, como: *takes*, cabeça, sonora, passagem e matéria. Aprofundando na montagem, Becker (2005), cita a divisão dos quatro níveis de montagem do telejornal, em suma: apuração, seleção, sonoridade e edição. Coutinho (2008:62) afirma que telejornalismo mostra o mundo por meio de sua janela, cujos enquadramentos envolvem recortes, técnicos e políticos.

Já em (1.3), inicia-se a exposição da relação entre telejornalismo e era digital. Acompanhando a evolução dos suportes transmissores de notícias, Lemos (2004), afirma que o movimento de evolução das telecomunicações analógicas e digitais levam a veiculação das informações para o mesmo canal de acesso; a internet. No entanto, Jenkins (2009), considera que o grande desafio das emissoras de televisão é precisamente explorar os recursos oferecidos pelas diversas multiplataformas disponíveis na *web*.

Acompanhando a constante evolução das Tecnologias da Informação (Tic's), ainda no primeiro capítulo Renault (2013) define o telejornalismo produzido na *web* como webtelejornalismo, por conter uma extensão do jornal televisivo, apropriando-se de uma vertente hipertextual e multimídia do telejornalismo tradicional, sendo o termo “webtelejornalismo” utilizado para definir a migração do programa audiovisual informativo, telejornal, para a *web* mantendo suas características originais apenas utilizando o computador, *tablets* e *smartphones* como suporte de transmissão.

Já no segundo capítulo iniciam-se os questionamentos acerca da transposição ou reinvenção do conteúdo televisivo publicado na internet. Canavilhas (2015:17), acredita que a crescente expansão do jornalismo televisivo para o mundo virtual torna possível uma série de novos produtos multimídia, ampliando os níveis de compreensão da notícia, como exemplo da pirâmide-deitada que privilegia a exploração e diálogo das notícias divulgadas na *web*.

Em (2.1), justifica-se a escolha do objeto de estudo (Jornal Nacional) a partir da análise da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), realizada em 2017, onde o telejornal destaca-se por ser o principal jornal televisivo brasileiro a nível de visualização e

confiança.

Em (2.2), explora-se como o meio virtual tornou possível novas configurações e possibilidades ao tradicional modo de fazer jornalismo. Referente a produção jornalística audiovisual para a *web*, destaca-se a arquitetura citada por João Canavilhas (2015), denominada pirâmide-deitada. Trata-se de quatro níveis de aprofundamento da notícia: unidade base, explicação, contextualização e exploração, responsáveis por explorar o conteúdo jornalístico publicado *online* ao máximo e de forma coerente, expandindo as “vozes emissoras” estas que são característica do telejornal (MACHADO, 2000).

Ainda no segundo capítulo (2.3), levanta-se a hipótese acerca da questão central deste trabalho: a partir da análise do conteúdo publicado por uma grande emissora de televisão brasileira, é possível observar um novo modelo de jornalismo audiovisual produzido exclusivamente para a *web*? Quais são suas características e como se configura utilizando as ferramentas disponíveis no meio virtual?

Com o objetivo de responder à questão abordada anteriormente, o terceiro capítulo divide-se em três partes: inicialmente (3.1 e 3.2) é feito um panorama geral a respeito do histórico e atual modo de produção do telejornal analisado (Jornal Nacional), em (3.3) é revelado como o principal telejornal brasileiro têm produzido e publicado conteúdo audiovisual na internet. Em seguida apresentam-se as análises das tabelas (3.5), onde por meio da observação e investigação individual de cada programa e reportagem o telejornal revela-se, indicando como procede sua transposição para os moldes do mundo virtual.

O telejornal Jornal Nacional foi selecionado utilizando critérios de audiência apontados pela Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM)¹, e por mostrar-se um telejornal precursor no que diz respeito a transposição do conteúdo exibido na televisão para *websites*. O Jornal Nacional é transmitido no período noturno entre 20h00 e 22h00, por meio da TV aberta e mantém uma linha editorial com foco em política, economia e notícias factuais.

Ainda no terceiro capítulo, relativo à análise do telejornal, realizou-se uma apuração

¹ Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) Disponível em: <http://www.secom.gov.br/>

de dados durante o período de seis meses. Ao todo, 98 reportagens foram analisadas individualmente, para além da televisão, as análises foram feitas em publicações realizadas nas três principais plataformas de publicação: Globo Play, Portal G1 e Página Especial.

Para a observação e apontamento das principais informações e características dos telejornais exibidos na televisão foram criadas seis grelhas de análise contendo as principais informações relevantes à análise, como: título da reportagem, dia e ordem da exibição. No que diz respeito a transposição para a *web*, as matérias publicadas na internet são apontadas individualmente, indicando qual foi o modo de transposição escolhido e aplicado pelo telejornal. (3.6.1)

A segunda parte da análise indica de que maneira o telejornal revela-se como gênero jornalístico na *web* (3.6.2), nesta fase aponta-se quais são os recursos multimídias utilizados na transposição do telejornal, bem como seus principais desafios para realizá-lo. Destaca-se nesta fase da pesquisa a produção de reportagens multimídia para o portal da emissora intitulado Página Especial, onde são criados e publicados infográficos interativos a partir de reportagens exibidas no telejornal por meio da televisão.

Por fim, em (3.6.2) é descrito por meio algoritmo o modo de produção, onde indica-se cada etapa percorrida pelo jornal, passando pela produção para a televisão até a chegada na *web*, onde observa-se a divisão entre os *sites* e a função de cada um no que diz respeito a repercussão, acesso e interação com a notícia. Em seguida, após a descrição do processo de planejamento, produção e execução, revelam-se quais foram os principais desafios e dificuldades encontrados tanto para a execução da presente pesquisa, quanto para o atual cenário do jornalismo televisivo publicado na internet.

Capítulo 1. – Enquadramento teórico

O fazer jornalístico vive em constante transformação. Em busca de um modo de comunicação cada vez mais eficiente, a sociedade acompanha o ritmo de mudança conforme as novas tecnologias de comunicação e informação tornam-se disponíveis. A principal função da produção de notícia, independente do meio no qual está instituída, é transmitir a informação de forma completa e atingir o maior número de pessoas possíveis. Para tanto, profissionais da área de comunicação enfrentam o desafio de adaptar-se aos novos formatos das tecnologias de transmissão de notícias, conciliando técnicas consolidadas ao novo suporte de transmissão, a internet.

Jenkins (2009), explica que a velocidade da evolução dos meios de difusão das notícias tem pressionado as organizações jornalísticas a se reinventarem através dos chamados processos de convergência. Considera-se como convergência a disponibilização de informações complementares sobre o tema publicadas em uma nova mídia, como por exemplo a publicação do conteúdo televisivo na internet. Marcela Rasêra (2010), afirma que estas informações adicionais podem ser; vídeos, animações, infográficos, entre outros recursos multimídia acerca do assunto abordado (RASÊRA, 2010: 9).

Considerando a afirmação de Rasêra (2010), o meio digital propicia a viabilização de produzir e distribuir conteúdo multimídia de forma rápida e precisa a fim de possibilitar a interatividade e com isso, despertar o interesse e a participação do público (Idem:9). Faz-se necessário observar de forma específica e eficaz como um telejornal consolidado e de renome no Brasil transpõem suas notícias em formato de vídeo para a internet. Tendo em vista que a presente dissertação trata da análise, por meio de um estudo de caso, do modo de produção do telejornal brasileiro (Jornal Nacional) para a internet, enfatiza-se que o estudo se reserva apenas a análise ao modo de produção e construção do telejornal Jornal Nacional. Sendo analisada a transposição a partir da televisão para a *web* por meio de suas publicações de notícias publicadas exclusivamente nos *sites* oficiais da emissora brasileira Globo de televisão.

1.1 Telejornal e sociedade

Por meio do que se conhece hoje como televisão, as imagens transmitidas via satélite proporcionaram a evolução e transformação da sociedade no que diz respeito à transmissão de informação e conhecimento. As primeiras transmissões de vídeo surgiram no início do século XX e foram posteriormente aperfeiçoadas na década de trinta. Através do envio de imagens para várias partes do mundo a sociedade pôde acompanhar fatos históricos por meio dos noticiários conduzidos em frequência Mega Hertz (MHz)².

Dominique Wolton (1996), afirma que a televisão tem como principal objetivo cumprir três funções primordiais na sociedade: *informar, distrair e educar* (WOLTON, 1996:34). Seguindo a ideia do autor é válido considerar este o principal aparato tecnológico de informação do século XX. Este meio preponderante de informação em massa, proporcionou educação e conhecimento aos telespectadores, gerando assim uma nova percepção do mundo a partir das imagens recebidas.

Denis McQuail (2013), explica que *mass-media* ou meio de comunicação de massa é a denominação de quando os meios de comunicação são utilizados como um veículo de difusão de mensagens para um elevado número de receptores. Ou seja, a televisão enquadra-se como media de massa pois, historicamente é o principal meio de transmissão de informações do século XX. Segundo Jorge Pedro Sousa (2006), a televisão tornou-se, “*preponderante entre os mass-media*” devido a “*sua onipresença em cada lar*” (SOUZA, 2006: 580).

O entusiasta Marshall McLuhan (1974), analisa que a televisão proporciona ao telespectador uma experiência profunda, nunca vista em outro meio de comunicação na época de seu surgimento. Consoante ao gênero de telejornal (como produto do telejornalismo criado e desenvolvido para a televisão), o autor afirma que o telejornalismo surgiu como uma evolução do sistema de transmissão via rádio. Ainda explica que, o jornal produzido para a televisão iniciou-se como uma adaptação do jornalismo

² A frequência de uma TV ou “*refresh rate*” em inglês, indica quantas vezes por segundo a tela do aparelho é atualizada. Por exemplo, se o aparelho tem uma frequência de 120 Hz, isso significa que ele é capaz de reproduzir 120 quadros por segundo.

radiofônico, pois: *um meio influencia o outro* (MCLUHAN, 1974: 22). Sendo assim, McLuhan considera que “*o conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo*” (Idem).

E de fato a televisão, assim como o rádio, foram tecnologias revolucionárias que trouxeram uma transformação significativa para a sociedade no que diz respeito à transmissão de notícias. O sistema de transmissão de informação jornalística, através da televisão, propiciou ao telespectador acompanhar por meio de vídeos em transmissões ao vivo, acontecimentos marcantes de inúmeros lugares do mundo em tempo real no conforto de casa.

Figura 1 - Consagrado no rádio, o Repórter ESSO, ganha versão para a televisão aos moldes do telejornal.



Fonte: Arquivo Portal Imprensa/Repórter ESSO

Como pode-se observar (Figura 1), em evidência ao estudo iconográfico, é possível afirmar que com o desenvolvimento tecnológico e o surgimento da televisão o telejornalismo buscou referências no jornalismo radiofônico para desenvolver-se como meio de transmissão de informações. Nota-se que o telejornal busca seguir o paradigma de seu sucessor (o rádio) para só assim desenvolver-se e criar novas técnicas de produção

para o telejornal, utilizando a televisão como suporte de transmissão de notícias.

O formato de programa noticiário jornalístico para o rádio, antes apenas transmitido por áudio (vinheta de abertura, notas, chamada dos principais fatos), ganha imagens, expressões e principalmente audiência. Segundo o autor McLuhan (1974), a sociedade indicava qual caminho percorrer através da audiência, sendo este o termômetro determinante para a criação e aperfeiçoamento de novos formatos televisivos no que diz respeito à construção das variantes do telejornalismo, sendo alguns deles; documentários, *talkshows*, programas de investigação, entrevistas e o telejornal, vertente do telejornalismo aqui analisado.

Egle Spinelli (2012), afirma que os primeiros programas telejornalísticos apresentavam as notícias lidas pelos apresentadores no estúdio, “*cuja predominância era a dos textos informativos, principalmente as chamadas notas simples, um formato em que o apresentador lê a notícia sem a inserção de imagens complementares*” (SPINELLI, 2012:3). Em pouco tempo, os realizadores começaram a perceber o potencial das imagens estáticas e dinâmicas. Assim surgiram as notas cobertas, onde as notícias eram lidas pelo apresentador sobre imagens referentes ao fato.

Observa-se também que, por meio da medição da audiência, a televisão vivenciou os primeiros sinais de interação com o público, gerando configurações embrionárias de segmentação do conteúdo. Ao acompanhar a evolução dos programas televisivos, é possível observar ao longo dos anos uma tendência a adaptação do conteúdo conforme o surgimento de novas tecnologias. Arlindo Machado (2000), explica que a televisão a cabo surge devido a busca por conteúdo segmentado por parte do telespectador. No caso do telejornalismo, ampliando o gêneros e formatos da televisão, o público pode “*direcionar sua audiência ao tipo de notícia que mais lhe interessa*”. (MACHADO, 2000: 8).

De acordo com Maurício Stycer (2016), o monitoramento da audiência proporciona “*adequação do conteúdo e formato dos programas a necessidade do telespectador, gerando a exclusividade de acesso, a partir do momento em que a tecnologia dos canais a cabo surgia*.” (STYCER, 2016: Canal Futura). Já Wolton (1996), defende que o

surgimento da medição de audiência limitou a criação e informação livre, levando a programação a “*três focos de pressão: o económico, o consumista e o tecnológico*” (WOLTON, 1996: 23).

Stycer (2016), considera que a mídia é a expressão da nossa cultura, uma vez que a cultura atual é constituída principalmente por intermédio dos materiais propiciados pela mídia. O autor ainda revela que os telejornais e programas transmitidos pelo sistema de televisão aberto no Brasil determinam qual caminho o telespectador deve seguir, no que diz respeito à formação de opinião, educação e cultura do país. Pode-se assim elencar esta afirmação como uma das principais justificativas da importância do estudo da transposição do telejornal para a internet: o telejornal fez e faz parte da construção da memória coletiva da sociedade, além de formar ou desconstruir opiniões.

Wolton (1996), diz que a transmissão de conteúdo por meio das TVs privadas tornou-se algo político, “*graças às técnicas mais e mais sofisticadas de medição da audiência, torna-se bíblia política da programação, tanto nas televisões públicas quanto nas privadas.*” (WOLTON, 1996:34). Os canais a cabo surgiram em 1948, com o propósito de vender conteúdo exclusivo aos assinantes e, como consequência, disputando a audiência que era, e é, o grande anseio entre as emissoras de televisão.

A partir da evolução do sistema televisivo, foram criados e desenvolvidos os mais variados gêneros, entre eles os telejornais, novelas, séries e programas de auditório. Estes programas foram produzidos, gravados e reinventados ano após ano nos mais distintos canais de televisão do mundo. Estes formatos, criados e aperfeiçoados de acordo com a audiência e necessidade da sociedade, têm perdurado até os dias atuais tornando a televisão o meio de comunicação mais hegemônico da segunda metade do século XX.

Com relação ao objeto de estudo (telejornal), Spinelli (2013), afirma que entre os gêneros do telejornalismo a reportagem passa ser o motor propulsor das notícias, sendo que o “*gênero informativo é predominante nos telejornais a partir da aplicação de conceitos de isenção, imparcialidade e a ampla busca de versões plurais para trazer uma visão totalizante sobre determinado fato*” (SPINELLI, 2013: 2). A autora explica que, até

os dias de hoje, a maioria dos telejornais na televisão aberta brasileira mantêm os formatos de sua formação abrindo pouco espaço para a inserção de novos modelos de transmissão de notícias.

1.2 Formato e montagem

As TVs abertas ou *broadcasting* naturalmente buscam produzir programas jornalísticos que preservem uma narrativa baseada na clareza e objetividade, para que o telespectador compreenda de forma rápida e clara o assunto, eliminando uma reflexão mais profunda sobre o tema tratado, focando na produção de reportagens informativas, na maioria dos casos, de no máximo um minuto. Fato compreensível devido a fluidez e dinâmica imposta pela televisão.

Ramóm Salaverría (2005), explica que o conceito de gênero, seja jornalístico ou literário, revela que as variantes são mutáveis e transformam-se ao longo dos anos. Historicamente as características do telejornal foram estabelecidas com base em seu antecessor, ou seja, os novos modelos de transmissão de notícia não surgiram ao acaso, são frutos de formatos pré-estabelecidos.

E assim para os próximos que vierem, como por exemplo o telejornal para a internet. Salaverría (2005), explica que a construção de um novo molde de produção, como é o caso do webtelejornal, exige tempo; *“dez anos é pouco tempo para um gênero novo se formar totalmente, é verdade. Mas após esses dez anos já conseguimos identificar claramente novos formatos de webtelejornal”* (SALAVERRÍA, 2005:15)

Pode-se considerar que as TVs abertas ou *broadcasting* (amplo alcance) preservam em sua grade programas jornalísticos que mantêm uma narrativa baseada na clareza e objetividade, a título de exemplo, o nosso objeto de estudo; o telejornal. Segundo a pesquisadora Egle Spinelli (2013), a consolidação do telejornal entre as emissoras abertas de televisão ocorreu, pois, este modelo de transmissão de notícias alcançou os mais distintos telespectadores.

Spinelli (2013:4), afirma que as emissoras investiram neste modelo de programa

genérico para que o telespectador apenas compreendesse o assunto, sem que tivesse opção de uma reflexão mais profunda sobre o tema tratado, focando na produção de reportagens informativas. A autora ainda explica que na reportagem informativa dos telejornais os fatos são organizados de maneira linear por meio de elementos da linguagem audiovisual (off, passagens e sonoras), “*com o intuito de fazer com que o espectador entenda perfeitamente as informações transmitidas, de uma maneira didática, imparcial e objetiva, que faz com que não haja nenhuma dúvida sobre os eventos transcorridos na tela*” (Idem).

Acompanhando este histórico de evolução dos programas e noticiários, analisa-se o formato dos telejornais enquanto gênero televisual e suas novas reconfigurações para a *web*. No livro *A TV levada a sério*”, Machado (2000), analisa e explora os jornais televisivos, considerando o formato dos telejornais brasileiros como “*esgotados e imutáveis*” (MACHADO, 2000:101). O autor afirma que, assim como os jornais impressos a função básica do gênero televisual é informar, e assim como seu antecessor (jornal impresso) sofrem com os limites de tempo para aprofundar na divulgação das notícias.

O noticiário televisivo, enquanto produto audiovisual, tornou-se o meio de informação com maior influência na sociedade, pois o vídeo, em si, proporciona ao telespectador doses mais elevadas de verdade, sendo assim, sua reponsabilidade e compromisso com a verdade ganha doses elevadas (MACHADO, 2000:101). O autor ainda ressalta que o jornalismo transmitido pelo modelo tradicional de telejornal é repleto de “*vozes que ecoam em uma arena de hierarquia*” (Idem). Ou seja, em um universo de acontecimentos e notícias pelo mundo, a pauta é decidida de acordo com o valor-notícia do editorial, apurada por um repórter para só assim ser transmitida ao telespectador.

Com o propósito de assimilar como o formato padrão e complexo dos telejornais têm sido convertidos em webtelejornais, é necessário destacar os principais modelos de telejornal citados por Arlindo Machado em “*As vozes do telejornal*” (MACHADO, 2000). O autor propõe a divisão em dois modelos gerais de telejornal: o *modelo polifônico* ou

tradicional e o modelo *centralizado ou opinativo*. O primeiro modelo (polifônico ou tradicional), trata-se do relato jornalístico composto por imagens e falas recolhidas por um repórter enviado. Já o modelo opinativo dá voz ao âncora para tecer comentários e emitir conclusões. A partir dos modelos apresentados por Machado (2000), observa-se que o modelo opinativo ou centralizado é raramente inserido nos telejornais devido a questões burocráticas e editoriais. A publicação das emissoras na *web* pode ampliar a exposição deste modelo devido sua flexibilidade e abertura.

No que diz respeito ao formato do telejornal, Gislene Silva (2005), justifica que os critérios de noticiabilidade são fundamentais em qualquer editoria, pois são definidos de acordo com as normas institucionais. Além de obedecer aos princípios da instituição, qualquer notícia antes de ser divulgada em rede nacional passa por uma série de critérios de seleção sendo alguns deles: relação da emissora com o assunto abordado, visão pessoal do repórter, cultura profissional da categoria, relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2014: 52)

Considerando o diálogo entre Silva (2014) e Machado (2000), exposto neste trabalho, é possível afirmar que o telejornal enquanto gênero do telejornalismo carrega consigo espaço de fala importante para a difusão de notícias por meio da televisão. Sendo assim, uma das principais questões abordadas na presente pesquisa parte do questionamento de como a principal rede de transmissão televisiva no Brasil (Rede Globo de Televisão), tem reconfigurado o formato do telejornal para o vasto universo multimídia, e como a mesma consegue exportar seu principal noticiário para a *web*.

Para além dos conceitos de formatos e aspectos sociais estabelecidos até o momento, faz-se necessário destacar que o universo telejornalístico ainda conta com características específicas como: ritmo, montagem e edição. Alfredo Vizeu (2005), esclarece que a função da mídia é organizar e hierarquizar a realidade dos relatos, pois a narrativa dos acontecimentos ocorre de forma mais expressiva e impactante quando se faz uso da linguagem audiovisual. “*Trata-se de um campo da comunicação complexo na*

construção, responsável pela resignificação de sentidos. É na edição do telejornal que o mundo é recontextualizado” (VIZEU, 2005:14).

A partir da afirmação de Vizeu (2005), compreendendo a importância e complexidade do telejornalismo como meio de informação para a sociedade, destaca-se alguns conceitos característicos do telejornal que desafiam a sua transposição para a *web*. Silva (2005), acredita que para a construção de um jornalismo audiovisual de qualidade, tanto na TV, quanto na internet, pressupõe que para além do compromisso com a verdade a pluralidade de interpretações, contextualização dos acontecimentos e montagem da notícia estejam em o que o uso da convergência, necessariamente, não garante (SILVA, 2009).

Com o objetivo de destacar algumas características particulares relacionadas a construção do telejornal é exposta a seguir, de forma sucinta, aspectos teóricos relacionados ao ritmo, edição e montagem dos programas jornalísticos. Compreende-se que o telejornal é um produto audiovisual complexo e repleto de etapas de produção, para além de ser um produto jornalístico dotado de confiabilidade.

No que diz respeito a montagem, o telejornal é considerado complexo pois carrega consigo inúmeras etapas de construção. Henri Watts (1990), cita os *takes*, sonoras, cabeça, passagem, sobe som e matéria como alguns dos passos da montagem de um telejornal. Sergei Eiensten (1990), acredita que a montagem de um produto audiovisual pode ser dotada de nuances como montagem rítmica, tonal, atonal e intelectual.

Já Beatriz Becker (2005), propõem quatro etapas para a edição e execução do telejornal, sendo elas: seleção do material filmado que vai ao ar; montagem da estrutura prévia da reportagem, com orientação do repórter e inserção dos trechos de entrevistas; inserção das imagens, onde geralmente é realizada a edição, cortes e efeitos visuais; e, por fim a mixagem e sonorização das vozes e ruídos externos. A edição promove um encadeamento de sequências em um raciocínio lógico, construindo uma realidade perfeita e harmônica” (BECKER, 2005:62). Em suma, nos termos de Vizeu (2005), considera-se que é na edição do telejornal que o mundo é recontextualizado.

Iluska Coutinho (2008), considera que esta construção imagética do telejornal é referência frequente tanto nos manuais formais quanto nas orientações cotidianas dos profissionais que atuam no jornalismo em TV. “*Por meio de seu ritmo, temporalidades, lógicas de produção e também de uso (mediações), o telejornalismo mostra o mundo por meio de sua janela, cujos enquadramentos envolvem recortes, técnicos e políticos*” (COUTINHO, 2008:62).

Tendo em vista toda a complexidade das etapas para a construção de um programa jornalístico audiovisual, considera-se um desafio a reformulação do mesmo para a *web* pois, apesar de todos os avanços tecnológicos, observa-se que imprensa *online* ainda busca uma identidade própria. Becker e Teixeira (2009), afirmam que as *webtvs* e os *sites* audiovisuais que produzem conteúdos exclusivos para o meio digital, ainda experimentam os primeiros passos em direção a uma gramática própria.

Com o propósito de compreender como o formato televisivo realiza a transposição das notícias audiovisuais para o meio *online*, delimita-se o que se caracteriza como webtelejornalismo, partindo do pressuposto que é conhecido o modelo tradicional de telejornalismo transmitido por meio do sistema de televisão com foco apenas no modelo de telejornal consolidado e utilizado pela emissora Globo de televisão por meio do Jornal Nacional.

Ao avaliar a transposição do conteúdo produzido por um telejornal para a *web* é necessário elencar as principais características que definem um vídeo informativo em um telejornal. Com o objetivo de compreender o valor e confiabilidade do modelo de produção de um jornal televisivo, Machado (2000), destaca as três principais particularidades que o tornam um meio de comunicação atrativo e convincente: imagem, linguagem e edição.

A imagem, transmitida através da tevê põe em cena o contexto social no palco do “real”. Observa-se que os noticiários individualizam e personalizam os fatos. Carolina Melo (2009), explica que “*para comunicar, a televisão tem à disposição o recurso narrativo que perpassa o caminho do imaginário para atuar no real e, ao contrário, o do*

real para atuar no imaginário” (MELO, 2009:12). Ou seja, o telejornal como meio de transmissão de notícia atua diretamente no emocional dos espectadores através da composição de imagens utilizando recursos de narrativa e edição.

A linguagem dos telejornais diários é composta por um vocabulário formal. Com relação ao estilo de narrativa, é possível observar notícias contadas em tom dramatizado envolvendo conflitos gerando uma espetacularização do real. Rogério Bazi (2001), afirma que *“a notícia se mostra como um “minidrama”, seguindo a narrativa com um problema e desfecho. Aproximando a informação do gênero drama, causando emotividade ao telespectador.*

Nísia Martins (2006), explica que a sequência que compõem o ritual de produção de um telejornal (em específico o Jornal Nacional), como a apresentação do âncora, como pode ser observado na Figura 2, os repórteres e personagens são apenas alguns dos elementos que enumeram uma série de signos que consagram este produto jornalístico como real e confiável. *“Sendo estas as principais características que tornam sustentam este o meio de transmissão de notícias diante de novas possibilidades propiciadas por novas tecnologias”* (MARTINS, 2006:7).

Figura 2 - Jornal Nacional 1971 e Jornal Nacional 2018, quase 50 anos separam o modelo de telejornal



Fonte: Rede Globo/JN 50 anos | Jornal Nacional/ Reprodução

A pesquisadora ainda afirma que as imagens utilizam geralmente os mesmos recursos para posicionar as representações de indivíduos e coletivos. Os roteiros sem variações oferecem segurança a quem assiste, a partir da construção de significações e sentidos repetidos e semelhantes. *“Obviamente que os signos do telejornalismo têm como base a onipotência, onisciência, o charme, a beleza, o brilho e o correto uso da técnica. “Signos próprios do espetáculo” (Idem: 136).*

O vínculo entre telespectador e âncoras se estabelece com o olhar dos apresentadores direto para a câmera, tornando assim o discurso mais real e convincente (Figura 2). A composição de imagens atribuídas a narrativa dos repórteres e o depoimento dos personagens contribuem para a construção de uma atmosfera genuína, conferindo um ar de credibilidade a notícia. *“Os corpos e suas expressões, o exagero nos gestos, contribuem com o processo comunicativo. Efeitos óticos e sonoros estimulam as sensações no público e criam o clima da história” (SOUZA & WENZEL, 2008: 32).*

Spinelli (2013) completa afirmando que a televisão, instituída como um veículo de massa, sempre privilegiou a comunicação unilateral de poucos para muitos. A autora ainda explica que as emissoras assumiram um posicionamento confortável e firme ao transmitir *“fatos e opiniões de seu interesse, não abrindo muito espaço para a participação dos telespectadores” (SPINELLI, 2012:3).*

Já com a popularização da internet devido ao desenvolvimento tecnológico, tornou-se possível o acesso a visualização de conteúdo na rede. O conteúdo que antes era visualizado de maneira passiva, hoje pode ser acessado, compartilhado e comentado de forma livre e atemporal. A interação com o público também marca a passagem do analógico para o digital. *“As emissoras de comunicação televisiva passaram a ter seus próprios sites e começaram a interagir de uma maneira mais dialógica com o telespectador. (Idem: 5)*

1.3. Telejornal na era digital

Após décadas de ascensão da TV, a internet surge no Brasil anos 90 através da popularização dos computadores. Devido aos altos preços o acesso era limitado as grandes empresas ou a pessoas com excelentes recursos financeiros. Já a partir dos anos 2000 a rede mundial de computadores se populariza chegando as telas dos *notebooks* e *smarthphones*. Com a evolução das mídias digitais, mudanças ocorrem nas gerências das empresas jornalísticas, assim como nas rotinas de produção das notícias. A partir de então, distintos canais de comunicação se estabelecem entre os produtores de conteúdo.

Para além disso, ocorre imensa interação entre as emissoras e receptores de conteúdo noticioso. Egle Spinelli (2012), cita que estas mudanças ocorrem desde a agilidade na pesquisa, elaboração, transmissão de dados e informações, como no estabelecimento de processos de interação, pois “*a maioria dos veículos de comunicação hoje tem seus sites específicos na internet e mantém uma comunicação mais direta com a audiência*” (SPINELLI, 2012: 9). A autora ainda cita as transformações tecnológicas no setor, responsáveis pelo surgimento de equipamentos e ferramentas que agilizam a produção e veiculação de informação.

Seguindo a tendência do novo meio de transmissão de notícias os telejornais iniciam rudimentares transposições de conteúdo para a *web*. Leila Nogueira (2004), propôs o termo “*jornalismo audiovisual online*” para formatos de notícia com imagens em movimento e som disponibilizados em bancos de dados da internet ou veiculados por meio desta. A pesquisadora ressalta que este formato inovador de notícias audiovisuais *online* é “*dotado de uma completa remodelação do telejornal como o conhecemos, utilizando todos os recursos de interação e multimídia disponíveis na web, gerando assim um novo produto de informação*” (NOGUEIRA, 2004:5).

Contudo, Beatriz Becker (2009), acredita que esse conceito de produção jornalística proposto por Nogueira (2004) caracteriza-se por ser um processo de produção digital e não a uma nova forma de transmissão. A popularização do computador e a consolidação da *web* como parte multimodal da internet possibilitaram às emissoras formar seus

primeiros sites. “À medida que se aguçava o interesse na nova mídia, os conteúdos começaram a ser transpostos para o ambiente virtual”. (BECKER, 2009: 3)

O processo de produção audiovisual jornalístico na *web* conta com características extremamente distintas do telejornalismo produzido para a televisão. Letícia Renault (2013) explica que o processo de produção do telejornal é compreendido como produção simbólica de referência, cujo relato — a reportagem — é construído por etapas, em que a câmera, opera por critérios jornalísticos, seleciona, fragmenta, reordena e unifica o real, ou seja, dotado de processos o telejornal torna-se um desafio ao ser transportado para o mundo virtual. Portanto, as produções jornalísticas dos telejornais contam com várias etapas específicas e uma reprodução característica, utilizando o aparato da televisão, que o torna singular e dominante no meio televisivo. A autora ainda afirma que, com suas principais características o “*telejornal hegemônico, em audiência no Brasil, é apenas o ponto de partida para o webtelejornalismo, e não uma nova reformulação do mesmo*” (RENAULT, 2013:19).

Referente a atualização no modo de produção, Spinelli (2012), afirma que a produção de conteúdo televisivo como noticiários, programas de entretenimento e novelas têm sido feita de forma incessante durante as últimas duas décadas. Conseguem-se observar reconstruções e aperfeiçoamentos dos mais variados gêneros televisivos durante todo o período de ascensão do sistema de televisão (SPINELLI, 2012:15).

Relativo a afirmação de Spinelli (2012), pode-se considerar o telejornal o gênero do telejornalismo que sofreu menos alterações ao longo das últimas duas décadas, mantendo-se ainda como o principal meio de veiculação de informações e notícias no Brasil. Já Muniz Sodré (2013), afirma que nos últimos anos, o modelo de telejornal como é conhecido passou por mudanças e, “*a despeito de sua estrutura convencional, vem se tornando um gênero cada vez mais híbrido e incorporando outras possibilidades de construção de discursos*” (SODRÉ, 2013:12).

Machado (2000), ressalta que uma das características que explicam a credibilidade atribuída ao jornalismo televisivo é devido ao seu formato de discurso-polifônico. “*Trata-*

se de um formato onde múltiplos enunciadores apresentam as notícias em uma multiplicidade de vozes e espaços” (MACHADO, 2000:25). Na Figura 3 é possível observar a padronização de um dos elementos que compõem o discurso polifônico citado por Arlindo Machado (2000). O âncora guia o telejornal, sendo a principal voz a conduzir as reportagens.

Figura 3 - Padrão no modelo de telejornal pelo mundo



Fonte: Montagem autora/ Reprodução

A transmissão de reportagens por meio do formato polifônico do telejornal é dotada de confiabilidade por parte do telespectador. Observa-se a importância do âncora como principal voz ativa que conduz o telejornal, acompanhado de repórteres e fontes, as estruturas de múltiplas vozes reforçam a veracidade das imagens emitidas por meio do telejornal. Renault (2013), destaca a importância desta difusão de conteúdo no que diz respeito à informação; “a televisão superou a noção de territorialidade com a sua capacidade de transmitir imagens em movimento ao vivo o que possibilitou colocar a câmera a serviço do jornalismo de forma ágil e corriqueira. (RENAULT, 2013:3).

Como exposto por Renault (2013) o telejornal ultrapassa barreiras territoriais com

o objetivo de informar o telespectador, tendo em vista a importância e relevância da produção televisiva através do telejornal como agente de informação e transformação da sociedade. A seguir dá-se continuidade a esta pesquisa a partir da análise de como grandes emissoras (no caso a Rede Globo Brasil de televisão), tem enfrentando o desafio de transpor o conteúdo jornalístico, em específico o telejornal Jornal Nacional para a internet.

Capítulo 2 – Dados do acesso e panorama da transposição

Inicialmente, o segundo capítulo indica por meio de dados recolhidos a partir da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as principais razões que justificam a escolha do telejornal *Jornal Nacional* como objeto de análise da presente investigação. Os resultados da pesquisa *Hábitos do Consumo de Mídia da População Brasileira* realizada pelo IBGE apontam por meio de dados recolhidos em 2017 aspectos do consumo de informação no Brasil a nível de; meio de transmissão de notícia com maior número de acesso, emissora que detêm a maior nível de audiência e dados relacionados a confiança ao conteúdo noticioso publicado nos meios de transmissão de notícia no Brasil.

Em seguida, Luciana Mielniczuk (2003), cita as características a serem melhor exploradas no que diz respeito a publicação de notícias como; memória, instantaneidade, interatividade, hipertextualidade, personalização de conteúdo e transmidialidade. A seguir, apontam-se hipóteses e teorias a serem aplicadas no conteúdo jornalístico produzido para a *web*, entre elas a pirâmide-deitada que, segundo Canavilhas (2015), trata-se do modo de produção que visa explorar ao máximo os três principais níveis de aprofundamento das notícias publicadas na internet, sendo eles: explicação, contextualização e exploração. Para que estes níveis sejam explorados da melhor maneira possível, o autor explica que é reestruturar as dinâmicas das redações, afim de explorar ao máximo o webtelejornalismo extraindo uma de suas potencialidades mais interessantes: a apropriação de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação.

2.1 Meios de acesso e consumo de notícias no Brasil

A chegada da Word Wide Web (WWW) permitiu que a população brasileira desfrutasse de algo que ainda era limitado pelo sistema de televisão: o tempo de visualização e a escolha dos conteúdos produzidos por emissoras no Brasil e no mundo. O aparelho televisor ainda possibilitou a quebra das barreiras de territorialidade. No

entanto, a grade de horários determinada pelos programas de televisão aberta ainda limitava o acesso a telejornais e programas simultâneos, levando o telespectador a fazer escolhas na programação (RENAULT, 2013). Um dos principais diferenciais proporcionados pela internet é a liberdade de escolha do local e temporalidade que os usuários desejam assistir os noticiários e programas de sua preferência.

Devido a estas facilidades a internet tornou-se parte do cotidiano no que diz respeito a publicação de informações, buscando convergir com os meios tradicionais de transmissão de notícias. Segundo Jenkins (2009), convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de “*quem está falando e do que imaginam estar falando*” (JENKINS, 2009:30). Na presente pesquisa é explorado como têm ocorrido esta transição, destacando ainda o quão a *web* tornou-se parte do cotidiano da sociedade brasileira ao longo da última década, afim de compreender a relevância da transposição do conteúdo informativo da TV para o mundo virtual.

As pesquisas apresentadas a seguir têm como objetivo expor questões essenciais que foram fundamentais para a realização da presente investigação, sendo a principal questão abordada no presente estudo: como o telejornal brasileiro Jornal Nacional tem realizado a transposição do programa televisivo para a internet?

Os dados expostos a seguir buscam esclarecer as seguintes questões:

1. Acesso e utilização da internet como fonte de informação entre os brasileiros.
2. Principais meios de informação buscados entre a população brasileira e o nível de confiabilidade das notícias transmitidas através do mesmo.
3. Principais emissoras e telejornais mais assistidos dentro dos domicílios brasileiros.

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD³,

³ Pesquisa publicada pela Agência de notícias do IBGE: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br>; Acesso em: 15 de março de 2018

divulgada em fevereiro de 2018, 116 milhões de brasileiros utilizam internet. Ou seja, o equivalente a 64,7%⁴ de pessoas estão conectadas à internet no Brasil. Os *sites* mais acessados são, *Facebook*, com 83%, seguido de *WhatsApp*, 58% e *YouTube*, com 17%. Entre os entrevistados pelo IBGE, cerca de 67% buscavam notícias exclusivamente nestas plataformas citadas. A exposição destes dados mostra-se de extrema importância para compreender o crescente acesso e consumo de notícias por meio de textos e vídeos na internet, bem como as emissoras brasileiras tem se portado diante deste cenário.

A popularidade da rede mundial de computadores tornou possível que conteúdos como as reportagens dos principais telejornais diários, antes disponíveis apenas durante o tempo de exibição televisionada, pudessem ser visualizadas e reprisadas a qualquer momento pelo telespectador, agora internauta. O acesso ao material informativo produzido e publicado por emissoras de televisão chega ao alcance da sociedade. Esta transposição de conteúdo citada por Renault (2013), é fundamental para a construção da “*memória disponível*” dos fatos ocorridos no Brasil (RENAULT, 2013:12)

A autora ainda explica que, a construção da memória coletiva de uma sociedade por meio do webtelejornal contribui para o livre acesso à informação, como consequência proporciona o ingresso livre e atemporal da informação por parte do receptor (Idem). A memória fica disponível em arquivos e vídeos, até então jamais disponibilizados ao telespectador pelos canais de televisão no Brasil, de forma sistemática, homogênea e rotineira. “*Logo a disponibilização digital veio proporcionar ao telejornal, historicamente fonte central de informação no Brasil, uma nova forma de reverberação e acesso*” (Idem, 2013:13).

Em concordância com a afirmação da autora, busca-se por meio de dados compreender a transposição do conteúdo telejornalístico para a internet. No que diz

⁴ Os dados foram divulgados em janeiro de 2016, no entanto, até o fim desta pesquisa não foi identificado atualização com relação ao número de acessos no território brasileiro. Disponível em: <http://pesquisademia.gov.br/#/Geral/details-917>

respeito ao estudo do IBGE, destaca-se a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM)⁵, onde é revelado por meio da investigação: “*Hábitos de consumo de Mídia pela População Brasileira*”, divulgada em janeiro de 2016, ao total 15.050 pessoas foram entrevistadas. A pesquisa revela que, embora tenham crescido os números de internautas e diminuído o número de aparelhos televisores, o telejornal transmitido via aparelho televisor, ainda é o principal meio de acesso à notícias entre a população Brasileira (Tabela 1).

Tabela 1 - Dados dos meios de comunicação mais acessados nos lares brasileiros

P01) Em que meio de comunicação o(a) sr(a) se informa mais sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar? (**ESTIMULADA - ATÉ DUAS MENÇÕES**)

| Base: Amostra (15050) | 1ª MENÇÃO | 1ª+2ª MENÇÕES |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------|
| TV | 63% | 89% |
| Internet | 26% | 49% |
| Rádio | 7% | 30% |
| Jornal | 3% | 12% |
| Revista | 0% | 1% |
| Meio externo (placas publicitárias, outdoor, ônibus, elevador, metrô, aeroporto) | 0% | 0% |
| Outro (Esp.) | 0% | 2% |
| NS/ NR | 0% | 0% |

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) / IBGE

O estudo foi realizado abordando diversos aspectos no que diz respeito aos hábitos de consumo de mídia dos brasileiros. No entanto, direcionando ao foco do objeto de estudo, destaca-se apenas três principais dados da pesquisa realizada, sendo eles: o primeiro e segundo meio de comunicação mais utilizados para consumir notícias no Brasil (Tabela 1), a emissora de televisão aberta mais assistida pela população brasileira (Tabela

⁵O estudo, divulgado em janeiro de 2018, é considerado base para a presente pesquisa pois revela os hábitos de consumo dos telespectadores e internautas brasileiros. Fato que é considerado essencial para compreender a importância da transposição do conteúdo telejornalístico para a *web* em meio ao atual cenário de digitalização das notícias.

2) e por fim, o nível de confiança nas informações divulgadas em diferentes suportes de mídia no Brasil.

Observa-se através dos resultados da pesquisa que 63% dos entrevistados ainda buscam a televisão como primeiro meio de informação, ou seja, os telejornais transmitidos pelo aparelho televisor aparecem como o principal meio de transmissão de notícias seguidos ou simultâneo ao uso da internet com 49% das menções. A pesquisa de hábitos dos consumidores, ainda revela dados importantes para a análise de como as emissoras de televisão ajustam os telejornais com a demanda exigida pela internet.

Faz-se importante lembrar que, como afirmado por Nísia Martins (2006), o telejornal é constituído por uma série de etapas, personagens e signos que o tornam confiável, real e respeitado. Características que foram construídas e moldadas ao longo dos anos que, de acordo com Machado (2000), sustentam o formato pois as notícias são emitidas por múltiplos enunciadores com vozes que tem peso suficiente ao ponto de serem dotadas de credibilidade.

Pode-se observar por meio da Tabela 1 que os dois principais meios de informação (televisão e internet), mencionados na Pesquisa Brasileira de Mídia, contam com números expressivos 63% e 49%, sucessivamente. Avalia-se, como hipótese inicial, que o público busque na internet, um aprofundamento maior das notícias transmitidas pelos telejornais através da televisão. Já por meio da Tabela 2 é extraído a justificativa da escolha do telejornal analisado no presente trabalho: o Jornal Nacional, produzido e transmitido pela emissora Rede Globo de televisão.

Justifica-se a escolha do objeto de estudo devido a números expressivos apresentados em resposta a seguinte pergunta realizada pelo IBGE a população do Brasil: *Qual a emissora de TV aberta ou paga que o Sr(a) mais assiste?* Os números revelados pela pesquisa apontam que cerca de 63% dos telespectadores brasileiros assistem a emissora Globo de televisão, sendo que 28% confiam muitas vezes na informação que é transmitida.

Tabela 2 - Emissoras de TV aberta mais assistidas por brasileiros

P06) Qual emissora de TV aberta ou paga o(a) sr(a) mais assiste? E a segunda emissora que o(a) sr(a) mais assiste? (ESPONTÂNEA – ATÉ DUAS MENÇÕES)

| Base: para quem costuma assistir TV (14666) | 1ª MENÇÃO | 1ª+2ª MENÇÕES |
|---------------------------------------------|--------------|------------------|
| Globo | 56% | 73% |
| SBT | 11% | 36% |
| Record | 12% | 32% |
| Band | 3% | 11% |
| Globo News | 1% | 2% |
| SporTV | 1% | 2% |
| Discovery Channel | 1% | 2% |
| Fox | 1% | 2% |
| RBS TV | 1% | 1% |
| Cultura | 0% | 1% |

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) /IBGE

Sendo assim, é possível observar que o aparelho televisor, seguido da internet, são os principais meios de comunicação mais acessados pelos entrevistados no que diz respeito a busca de informação no território brasileiro. A rede mundial de computadores, por sua vez, destaca-se acima de importantes meios de comunicação tradicionais e consolidados na sociedade como o jornal impresso e o rádio. No que diz respeito à informação jornalística as emissoras com sinal aberto Rede Globo e SBT são citadas em primeira e segunda menção, sendo destacadas com 56% e 36%, respectivamente.

Também foi avaliado, o grau de confiança nas notícias que circulam nos diferentes meios de comunicação. Em relação aos entrevistados que assistem noticiários transmitidos por meio da televisão, cerca de 28% confiam sempre ou muitas vezes, em contrapartida 38% dos entrevistados confiam poucas vezes. Por sua vez, o nível de confiança declina entre os usuários de internet, sendo cerca de 5% confiam poucas vezes contra 62% que nunca confiam nas notícias de sites, de *blogs* e de redes sociais.

Tabela 3 - Confiança nas informações divulgadas em diferentes tipos de mídia no Brasil

diferentes meios de comunicação. O(a) sr(a) confia sempre, confia muitas vezes, confia poucas vezes ou nunca confia: (LEIA ITENS)

| Base: para quem assiste TV (14666) | Confia sempre | Confia muitas vezes | Confia poucas vezes | Nunca Confia | NS NR |
|-------------------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------|--------------|
| A. Nas notícias na TV | 28% | 26% | 38% | 8% | 1% |
| Base: para quem ouve rádio (9880) | Confia sempre | Confia muitas vezes | Confia poucas vezes | Nunca Confia | NS NR |
| B. E nas notícias de rádio | 29% | 28% | 35% | 6% | 2% |
| Base: para quem lê jornal (4665) | Confia sempre | Confia muitas vezes | Confia poucas vezes | Nunca Confia | NS NR |
| C. Nas notícias dos jornais | 29% | 30% | 36% | 4% | 0% |
| Base: para quem lê revistas (3355) | Confia sempre | Confia muitas vezes | Confia poucas vezes | Nunca Confia | NS NR |
| D. Nas notícias de revistas | 15% | 25% | 51% | 7% | 2% |
| Base: p/ quem usa internet (9307) | Confia sempre | Confia muitas vezes | Confia poucas vezes | Nunca Confia | NS NR |
| E. Nas notícias de sites | 6% | 14% | 62% | 16% | 2% |
| F. Nas notícias de blogs | 4% | 7% | 54% | 29% | 6% |
| G. Nas notícias de redes sociais | 5% | 9% | 63% | 21% | 1% |

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) /IBGE

A última tabela da pesquisa avalia que o aparelho televisor, em conjunto ao uso da internet, utilizada por meio de aparelhos portáteis, são os principais meios de consumo de notícias da população brasileira (Tabela 3). A PBM ainda destaca como principal consideração após o resultado do estudo a importância da ampliação e remodelação do conteúdo direcionado para cada meio e público específico, a fim de explorar as potencialidades de cada aparelho, em destaque televisão e internet. *“É importante prestar atenção em todos os meios, observando especialmente os públicos que mais acessam cada um deles, focando assim em uma comunicação mais dirigida e com linguagem*

específico para um deles, levando em consideração os diferentes perfis a serem alcançados” (BPM, 2017:15).

2.2. Panorama das reconfigurações do telejornal para a internet

Observa-se que com advento da internet, a maneira de publicar e consumir conteúdo audiovisual mudou de forma considerável. A convergência entre telejornalismo e internet ocorre a partir da necessidade por parte dos sistemas televisionados que, a fim de alcançar audiência também dos internautas, buscam adequar-se a linguagem e dinâmica dos produtores de vídeo para a *web*. Apresenta-se a seguir uma breve exposição das principais técnicas de produção telejornalística para a meio virtual por meio de um panorama de possíveis reconfigurações.

O internauta acompanha o processo de convergência tecnológica onde o computador passa, cada vez mais, a ser a principal fonte de informação audiovisual (RENAULT, 2013). Ou seja, com o fácil acesso à internet, e a expansão cada dia maior aos aparelhos digitais, o telespectador busca informações dos telejornais, através do conteúdo televisivo publicado em páginas *online*, como revelado na Pesquisa Brasileira de Mídia. Com o crescente uso das novas tecnologias de informação observa-se um aumento significativo na prática do jornalismo colaborativo em quase todas as mídias jornalísticas *online*.

Isto é, providos de aparelhos tecnológicos, os receptores das mensagens tornam-se também emissores ao produzir e enviar material audiovisual com o intuito de contribuir na construção da notícia (JENKINS, 2009). Já os emissores da informação, como é o caso das emissoras de telejornal, enfrentam o desafio de criar formas de administrar e estar presente também na *web*, afim de explorar e adquirir recursos e linguagens que acompanhem a fluidez característica do mundo virtual.

No que diz respeito a criação de um novo modelo de telejornal *online*, Renault (2013) explica que o modelo de webtelejornal ideal se caracteriza por carregar

particularidades do jornal televisivo para a rede mundial de computadores utilizando recursos, linguagem e técnicas do novo meio para criar um novo produto. O webtelejornal ou telejornal *online* podem ser definidos como “*um conjunto de conhecimentos, rotinas e práticas jornalísticas televisivas que aplicadas na internet resultam na produção e exibição do webtelejornal*” (RENAULT, 2015:2).

Spinelli (2012), confirma que uma das características mais interessantes da internet é o acesso ao conteúdo armazenado, ou seja, rever assuntos abordados nos telejornais após sua exibição. Além disso, as estruturas de busca facilitam o acesso as informações que não estão disponíveis apenas em vídeo. “*Com o auxílio do texto e outras ferramentas e formatos que ajudam a uma compreensão maior do tema, além de utilizarem as especificidades da internet para se renovarem*” (SPINELLI, 2012:8).

Mielniczuk (2003), destaca que existem três principais características que marcam a diferença do conteúdo telejornalístico a ser produzido e explorado nas mídias digitais, e este são: 1) Memória, 2) Instantaneidade, 3) Interatividade, 4) Hipertextualidade, 5) Personalização do conteúdo e 6) Transmidialidade. A autora ainda revela que os formatos que surgem no meio *online* são reproduções das mídias anteriores (no caso, a televisão), no entanto, são dotados de recurso que facilitam a reinvenção e criação de novas possibilidades de narrativas (MIELNICZUK, 2003). Assim como revelado na Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), com o crescente acesso à internet nos lares brasileiros, as emissoras de telejornais transmitidos pelo sistema de televisão buscam reforçar ainda mais o diálogo com o internauta com o intuito de realizar a convergência entre as mídias, com o propósito de somar as audiências.

No final da primeira década do século XXI, com a ascensão da internet, os grandes telejornais brasileiros iniciaram a migração de conteúdo para o ciberespaço. A princípio, criaram *sites* para divulgar o conteúdo informado na televisão aberta, onde o telespectador poderia acessá-lo em reprise ou saber mais sobre a notícia *online*. Atualmente, pode-se considerar que as emissoras televisivas enfrentam o desafio da inovação do conteúdo publicado no que diz respeito a exploração dos recursos disponíveis na *web*, bem como o

aumento do número de acessos a tecnologia da internet. Renault (2013), ressalta a importância desta transposição por parte dos grandes veículos de comunicação, pois a divulgação do conteúdo noticioso *online* ajuda a construir a memória e provoca o debate aberto dos fatos ocorridos na sociedade.

A internet conecta milhões de computadores no mundo inteiro permitindo o livre debate dos acontecimentos a nível mundial. “*O debate das informações ocorre no território virtual, por onde se estendem as práticas sociais, econômicas, educativas, comunicativas, culturais, de entretenimento, enfim, todas as ordens da sociedade contemporânea*” (RENAULT, 2013: 235). A autora ainda confirma que tal infraestrutura modificou e ampliou não só as formas de divulgação de informação, mas também o acesso a banco de dados, arquivos e repositórios de memórias coletivas na atualidade” (Idem, 2013: 235).

No que diz respeito ao acesso à memória coletiva, Marcos Palácios (2003), cita que as publicações dos vídeos jornalísticos na *web*, facilitam o resgate e entendimento dos fatos ocorridos na sociedade atual pois, o acesso ao conteúdo jornalístico torna-se imediato. O autor ainda acredita que a rede mundial de computadores cria uma condição inovadora, sem limitações de espaço e com a velocidade e disponibilidade necessária para o jornalismo surgindo sua primeira forma de “*memória múltipla, instantânea e cumulativa*” (PALÁCIOS, 2003: 8).

O acesso ao conteúdo divulgado pelos telejornais das principais emissoras de televisão torna-se fator fundamental pois o computador assume a posição de aparato tecnológico que contribui para a formação da construção de memória coletiva da sociedade. A tecnologia digital permite, em particular no Brasil, que os telespectadores tenham — mesmo que limitado e ainda em processo gradual de evolução —, acesso aos conteúdos exibidos pelos telejornais, sem a prévia autorização ou permissão das redes de televisão privadas.

Letícia Renault (2015), destaca que até a comercialização para uso doméstico da videocassete nos anos 80 do século passado, o cidadão brasileiro não tinha como arquivar

o que o telejornal exibia e a televisão era considerada um meio de comunicação instantâneo por natureza. Isto é, as transmissões das informações só podiam ser acompanhadas no momento da exibição ao vivo. Por esta razão, pode-se destacar mudanças significativas como a quebra de dependência da espera para assistir um telejornal diário ou até mesmo a acesso ao conteúdo noticioso, que agora pode ser visualizado por meio dos portais de notícia *online*.

A autora ainda afirma que a partir do instante em que o telejornal se inicia, até o momento que se encerra, é realizado a transposição de notícias do telejornal para a internet. As edições diárias dos telejornais são transpostas para a web simultaneamente à exibição em aberto e permanecem nos *sites* das emissoras à disposição do internauta. “Com isso, as páginas eletrônicas dos telejornais expandiram o telejornalismo, disponibilizando conteúdos que antes se mantinham inacessíveis nos arquivos particulares das emissoras de televisão”. (RENAULT, 2015:7)

Toda esta transformação da distribuição do conteúdo jornalístico naturalmente afeta o processo de trabalho e produção dos jornalistas. Além das mudanças no formato de notícia transmitidas pelos telejornais para o mundo virtual, os profissionais ainda precisam adequar-se aos novos recursos, levando em conta que a dinâmica e informalidade da *web*, bem como o acesso a arquivos de notícias antigas.

O jornalismo imediato e instantâneo é proporcionado pelo ritmo e velocidade característicos da internet. Pois, ao migrar para o ciberespaço ganha características de rizoma⁶. Renault (2015), caracteriza estas estruturas onde as informações hipertextuais se conectam, permitindo ao internauta percorrer as informações do telejornal para a *web*, abandoná-lo ou retornar livremente enquanto navega. “Um *webtelejornal* é um rizoma que pode ser interrompido, abandonado e retomado sempre que interessar ao internauta atualizá-lo virtualmente”. (RENAULT, 2015:24)

A característica de rizomático confere ao telejornal produzido para a internet a livre

⁶ Aplicado ao *webtelejornal* rizoma corresponde ao que tem raiz, a origem de algum acontecimento ou algo.

navegação por parte do internauta (Idem, 2015:24). Pois não se trata de um meio de informação controlado a partir do arcabouço tecnológico televisivo, e sim da transmissão de notícias acessíveis para além do momento de exibição. A partir desta afirmação é possível compreender que o ambiente virtual permite ao conteúdo jornalístico, antes transmitido em horário delimitado, possa ser acessado na rede mundial de computadores a qualquer momento de qualquer local. Para além disso, o receptor da mensagem pode seleccionar a informação que tem mais interesse e consumi-la na ordem que lhe convém.

Deleuze e Guattari (1995), explicam que o ambiente virtual rizomático, transforma o fluxo de emissão audiovisual convencional proporcionado pela televisão. Neste fluxo, é necessário que o espectador acompanhe simultaneamente a notícia ao vivo transmitida pelo telejornal em um horário e canal pré-estabelecido. O webtelejornal se apresenta como um rizoma ao qual o internauta pode se conectar em um ponto qualquer da rede mundial de computadores, a qualquer momento, na virtualidade do ciberespaço, para além do momento da exibição ao vivo.

É possível caracterizar o webtelejornal como um produto rizomático pois pode ser alcançado, rompido, abandonado, e retomado no ambiente hipertextual e multimídia em pontos e momentos diversos” (RENAULT, 2015). A autora ainda destaca que o webtelejornal amplia a dimensão de desterritorialização da informação audiovisual iniciada no século passado pelo telejornal. “*A disponibilização propiciada pelo ciberespaço ultrapassa a condição da divulgação territorial e momentânea*” (Idem:13).

O advento da internet permite que os telejornais passem a ser mais acessíveis ao público, divulgando informações e serviços, que permanecem virtualmente ao alcance do público e podem ser atualizados no ciberespaço quando necessários. O redirecionamento do público para o conteúdo audiovisual publicado na *web* está cada vez mais ligado ao tempo e a necessidade individual do usuário em saber determinada informação a qualquer momento e de qualquer lugar.

As informações segmentadas disponíveis em *sites* de vídeos como o *YouTube* têm atraído cada vez mais o público da televisão. Uma pesquisa realizada em 2014 pelo *Ibope*

Nielsen Online, a pedido da empresa Google, revelou que, ao contrário se imagina, o *YouTube* não desvia a audiência da televisão tradicional. A pesquisa aponta que, em específico no caso dos *talk-shows*, 18% das pessoas que assistem o programa publicado no *site* de compartilhamento de vídeos assistem, mais tarde, o programa ao vivo transmitido pela televisão. Os dados apontam que a audiência do *site* entre pessoas de 18 e 49 anos ultrapassa qualquer emissora de canal aberto ou pago. Nas últimas décadas, os consumidores de TV migraram para conteúdos mais especializados, no entanto, falta embasamento específico no que diz respeito aos programas jornalísticos. Sendo assim, a presente pesquisa se direciona para o telejornalismo, com o objetivo de expor como a Rede Globo tem migrado seu principal programa de telejornal para o mundo virtual, buscando compreender como é explorado os recursos da *web*.

2.3 Produção televisiva para a *web*

Para compreender o modo de produção e trajetória do telejornal, como meio de informação audiovisual consolidado, até chegar ao meio virtual, destaca-se a afirmação de Neusa Amaral (2004); “*desde as primeiras emissões, a televisão evoluiu muito enquanto técnica, enquanto tecnologia e enquanto linguagem, mas muito pouco enquanto conceito*” (AMARAL, 2004:37).

Castells (1999), considera que o sistema de teledifusão, ao contrário das tecnologias que dão suporte ao meio, sofreram poucas alterações desde o surgimento e a comercialização desta mídia. “*A TV comercial massiva, de modo genérico, continua sendo um meio que praticamente restringe a participação do telespectador como “audiência cativa”*” (CASTELLS, 1999:41).

Partindo da afirmação destes dois autores, levanta-se como hipótese da presente pesquisa; seria o webtelejornalismo um novo modo acessível e revolucionário de produção das emissoras televisivas para a *web*? Para além disso, busca-se responder este questionamento inicial indicando de que maneira a emissora Rede Globo tem percorrido o caminho de quebra do sistema de telejornal hegemônico.

Com o objetivo de definir esta hipótese faz-se necessário destacar que o trabalho não irá adentrar em conceitos de transmídia. E sim, no modo de produção e transposição do telejornal (Jornal Nacional) com o intuito de indicar de maneira clara e objetiva o modo de produção a partir das grelhas de análise expostas no capítulo a seguir.

Baseado nas atuais transformações do telejornalismo, investiga-se em quais aspectos pode-se notar as reconfigurações do telejornalismo para o webtelejornalismo, partindo em específico do gênero telejornal. Pontua-se que a televisão está longe de desaparecer, o público não está simplesmente migrando para outras mídias, é preciso pensar em adaptação e retroalimentação dos conteúdos (CANNITO, 2010).

A velocidade com que as notícias são transmitidas através da internet vem competindo de forma acirrada com o telejornalismo tradicional. E como pode-se observar, as grandes emissoras buscam simplificar a linguagem e o formato do telejornal para assim torná-lo mais acessível, como mudanças de linguagem, postura, pautas e cenários, com o objetivo de atingir a informalidade proporcionada pela *web*.

Com o imediatismo e velocidade da transmissão de notícias, a produção de conteúdo para televisão ainda é lenta, em comparação a rapidez da internet, para suportar a demanda solicitada pelo meio virtual. Para suportá-la, é natural que surjam novos meios de transmitir e comunicar de uma maneira mais rápida e eficiente. A partir destas considerações pode-se afirmar que as emissoras de televisão enfrentam um grande desafio para criar um material jornalístico que possa contemplar toda a pluralidade vista até então.

Atualmente, é possível observar que o sistema televisivo no formato que se é conhecido, busca espaço e audiência na rede mundial de computadores. Já no início XXI, os principais telejornais brasileiros abriram portas para o ciberespaço a partir da criação de páginas na *web*. Observa-se no formato dos principais telejornais nuances de novas formas de pensar o telejornalismo e suas narrativas. No entanto, o paradigma do telejornalismo no sistema de televisão brasileiro ainda se mantém com aos moldes convencionais, por esta razão reforça-se que o foco da presente pesquisa é analisar as possíveis reconfigurações de linguagem e técnicas utilizadas no webtelejornalismo em

plataformas que permitem um universo de possibilidades por meio da interação *online*, hipertexto e multimídia.

Para compreender os conceitos de produção telejornalística para a *web* classificados como webtelejornal (RENAULT,2013) ou telejornal-*online* (NOGUEIRA, 2004), as autoras destacam a crescente migração do telejornal para o ciberespaço devido a praticidade que o acesso à internet permite ao usuário, sendo possível ultrapassar as limitações do sistema de televisão como; grades horárias pré-estabelecidas, produções de custo elevado e interação com o público limitada, revelando assim um novo modo de produção que chega para somar e substituir o aparelho televisor (RENAULT, 2013).

Cannito (2009), explica que o desenvolvimento da televisão pode ser resumido como um gradual autoconhecimento de suas potencialidades tecnológicas e estéticas para se descobrir como sua tecnologia atende melhor as eternas demandas culturais da espécie humana. Por isso, a televisão atualiza manifestações culturais anteriores, levando-as para sua plataforma tecnológica, analógica ou digital. “*O digital não vai destruir a televisão; vai contribuir para sua evolução natural, na medida em que potencializa suas características*”. (CANNITO, 2009:25).

Mundialmente os canais de transmissão buscam adaptar-se às novas plataformas multimídia, no intuito de definir a fórmula mais inovadora e atraente para seus telespectadores, agora internautas. Renault (2015) pontua que, com a internet “*os telejornais passaram a tirar proveito das possibilidades de atualizar virtualmente suas audiências*” (RENAULT, 2015). De acordo com a autora, esta adaptação não se limita a busca por novas audiências, mas, também a expansão de seu raio de enunciação.

Com foco no modelo de transmissão de notícias dos telejornais, é explorado o histórico e formato televisivo para compreender a evolução audiovisual dos telejornais até a chegada do webtelejornalismo *on demand*. A partir de 1999, observa-se, no que se refere à produção jornalística, a transformação da internet como um importante meio de publicação de notícias.

Luciana Moherdaui (2007), explica que historicamente a transmissão da Guerra do

Kosovo⁷ marcou a transmissão de notícias televisivas *online*, ainda de forma incipiente, mas com intensa participação, inclusive do jornalismo brasileiro (MOHERDAUI, 2007:33). Naturalmente, após os primeiros episódios de publicação de notícias em rede, principalmente por parte das emissoras de telejornais, inevitavelmente a partir deste episódio busca dos telespectadores por notícias *online* tornou-se mais frequente.

Moherdauí (2007), ainda afirma que a partir de setembro de 2001, o grande atentado ao *World Trade Center* ocorrido em New York, marcou uma nova era de buscas mais intensas por notícias *online*. Foi possível observar a corrida tecnológica das grandes emissoras em busca de aptar-se ao mundo digital. “*Fatos como estes incentivaram os internautas à procura de mais conteúdo jornalístico na Rede*” (Ibidem: 65-68), além de incentivar a acelerada busca por adaptação de produção e linguagem por parte das emissoras de TV.

Este fato também impulsionou emissoras em todo o mundo a disponibilizarem seus conteúdos em sites próprios, dando início ao que hoje pode-se chamar de webteledifusão. A partir de então, outras emissoras também foram criadas tendo o ciberespaço como suporte, dando início ao conceito de *CiberWebTV*, ou seja, TVs que utilizam apenas o ambiente virtual para transmitir seus conteúdos (MELO, 2009:12). Faz-se necessário destacar que, embora relevante, este conceito de WebTv tema não será aprofundado, pois o objetivo do presente trabalho é explorar a transposição do analógico (telejornal) para o digital (internet).

De volta as particularidades da publicação de notícias *online*, Pierre Lévy (1999), explica que as ferramentas multimídias disponíveis na *web* permitem empregar elementos diferentes à mesma notícia, agregando assim novas informações e atualizações a notícia. “*A adaptação de linguagens e formatos é bastante comum à história das mídias*” (LÉVY, 1999:212). Além disso, quando o vídeo é digitalizado e transmitido para o meio virtual, é possível acrescentar informações que complementam a reportagem (MELO, 2009).

⁷ Guerra do Kosovo ou Conflito do Kosovo é o termo utilizado para descrever dois conflitos armados e seguidos na província sérvia no ano de 1998-1999.

Pode-se observar que, por meio da produção do webtelejornal, as mudanças no modo de publicação são evidentes, embora a informação (vídeo) permaneça a mesma.

Carolina Melo (2009), ainda destaca que um dos elementos característicos da TV convencional que é alterado devido às particularidades do ambiente virtual é a linearidade. “*No ambiente virtual, diferentemente do que acontece na mídia convencional, o internauta pode assistir às telereportagens de acordo com seu interesse e disponibilidade.* (MELO, 2009:13). Observa-se que uma das principais características do telejornalismo na *web* é a quebra de sua estrutura narrativa linear característica do telejornal, disponibilizando matérias em um menu *on demand*. Desta forma, o usuário tem a liberdade de navegar entre as reportagens da maneira que desejar, ocorrendo assim uma quebra a estrutura narrativa padrão imposta pelo telejornalismo convencional.

Neusa Amaral (2004), explica que as matérias do telejornal são disponibilizadas de acordo com critérios editoriais fechados. “*Uma na sequência da outra, e o telespectador assiste de acordo com a ordem pré-estabelecida por estes critérios, é a tal “ordem linear”* (AMARAL, 2004: 7). Já no webtelejornalismo o internauta-telespectador (chamado de webtelespectador) pode quebrar esta ordem e não levar em consideração a forma como as matérias são disponibilizadas no menu dos *sites*.

De acordo com Mielniczuk (2003), o telejornalismo publicado pelas emissoras na *web* se divide em três estágios: o de primeira geração, que corresponde a simples transposição do que foi produzido e transmitido no telejornal para o *site* do veículo na internet. O autor considera que esta ainda é a estratégia mais utilizada pela mídia televisiva para transpor seu conteúdo para a *web*, pois a grande maioria dos telejornais já possuem um portal onde disponibilizam as notícias que foram veiculadas anteriormente por meio da televisão.

O segundo estágio refere-se à segunda geração. De acordo com o autor este estágio é caracterizado pelo uso de recursos próprios da internet, que propiciam um espaço para a integração entre produtores de conteúdo e receptores, utilizando ferramentas básicas que permitem a interação entre emissor (emissora de televisão) e receptor

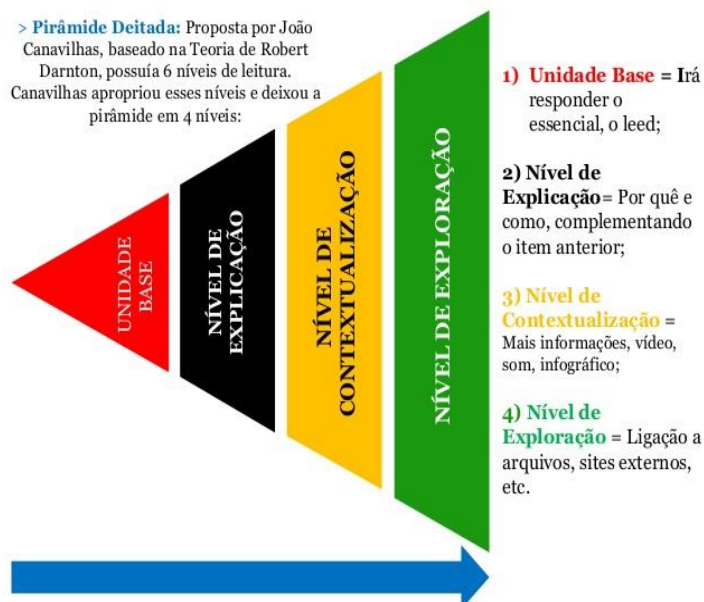
(telespectadores) por meio do envio de fotos e vídeos, enquetes e comentários. Nesta fase nota-se um avanço no que diz respeito interação com o receptor pois, por meio da internet o telejornal estimula a participação da audiência na produção das matérias, envio de *e-mails* com sugestões, críticas ou elogios aos programas.

Já o terceiro e último estágio de publicação na *web* trata-se da concretização da criação de um novo modelo de telejornal onde as emissoras exploram todas as potencialidades disponíveis na internet em um novo formato pensado e produzido exclusivamente para o meio virtual. Ou seja, Mielniczuk (2003), acredita que o terceiro e último estágio é dedicado a concretização da produção de um conteúdo telejornalístico exclusivo para o meio *online*.

Ainda referente as técnicas de produção jornalística para a *web*, João Canavilhas (2015), apresenta a pirâmide-deitada como técnica de produção jornalística para a *web*. Tal modelo é aplicado na construção e transmissão de notícias afim de explorar de maneira eficaz todos os recursos multimídia disponíveis no ambiente virtual. O autor explica que “*a pirâmide deitada é uma técnica libertadora para utilizadores, mas também para os jornalistas*” (CANAVILHAS, 2015: 12).

No entanto, Canavilhas (2015), faz uma ressalva pois, para a construção de notícias neste formato, esta arquitetura exige um novo tipo de profissional. Um jornalista capaz de trabalhar com um viés de documentalista, com a capacidade de expor os fatos da maneira mais ampla possível e utilizar uma narrativa que contemple os mais distintos suportes disponíveis na *web*. (Idem). É possível observar na Figura 4, o modelo proposto por Canavilhas (2015), utilizado no webtelejornal, onde na estrutura da pirâmide deitada, assim como na pirâmide invertida, a unidade base carrega consigo o *lead*, respondendo as principais perguntas da notícia: como, quando e onde.

Figura 4 - Modelo de Pirâmide deitada



Fonte: Canavilhas (2015:16).

Canavilhas (2015), ainda explica que se o utilizador tem a possibilidade de navegar dentro da notícia, fazendo uma leitura pessoal. O jornalista tem ao seu dispor um “conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com novos conteúdos multimédia, permitem reinventar o webjornalismo em cada nova notícia” (Idem). Aplicando no modelo de produção e transmissão dos telejornais, a notícia pode ser ampliada e aprofundada onde o telespectador passa de um mero receptor para agente construtor da informação por meio de contribuições midiática (fotos, vídeos, áudios), ou pelo simples ato de navegar através dos níveis de aprofundamento da notícia.

E estes níveis de aprofundamento aplicados na técnica de pirâmide-deitada dividem-se em quatro partes: unidade base, explicação, contextualização e exploração, são estes os responsáveis por explorar ao máximo a notícia expandindo as “vozes emissoras” característica marcante do telejornal, como citado por Machado (2000). As

narrativas dos dois primeiros níveis esclarecem as principais informações de uma notícia, utilizando recursos de hipertexto e vídeo, sendo que a unidade base e o nível de explicação, responde à pergunta “porque” é o nível de contextualização torna-se o principal responsável por explorar os recursos da *web* como infográficos, tabelas e áudios.

Como pode-se observar no modelo de informação baseado na pirâmide-deitada, após a contextualização da notícia é aberto um espaço intitulado: *nível de exploração*, onde o internauta é conduzido a outras fontes que possam explorar mais acerca da notícia ou até mesmo sugerir uma outra interpretação/opinião acerca da notícia. Ramón Salaverría (2005), destaca a técnica de pirâmide-invertida como fundamental na produção de notícias de última hora, no entanto considera uma técnica “*limitadora no que diz respeito a outros géneros jornalísticos que podem tirar partido das potencialidades do hipertexto*” (SALAVERRÍA, 2005:112).

Canavilhas (2015), ressalta que a técnica deve ser aplicada apenas nos casos de jornalismo *online* pois está intimamente oposta ao jornal impresso, por ser “*limitado pelas características de suporte que utiliza: o papel*” (CANAVILHAS, 2015: 7). O autor ainda enfatiza que, quando aplicada em publicações jornalísticas na internet, é “*cercear webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a apropriação de uma arquitectura noticiosa aberta e de livre navegação*” (Idem).

Baseado nas técnicas de produção expostas até o momento é possível observar por meio dos autores Mielniczuk (2003) e Canavilhas (2015), que ambos dividem a produção e publicação do telejornal para a *web* em estágios de aprofundamento, sendo o terceiro e último, citado por Mielniczuk (2003) a concretização e publicação de webtelejornal, pois explora todos os recursos disponíveis no meio virtual. Os níveis de aprofundamento que antecedem o terceiro estágio de exploração são fases que utilizam a internet, por meio do aparato do computador, apenas como suporte de transmissão. Já Canavilhas (2015), acredita que a produção da informação de conteúdo exclusivo para a internet pode ser dividida em quatro níveis de aprofundamento, sendo que o quarto e último nível (nível de exploração), permite ao receptor da notícia explorar os recursos multimídia ao

máximo, além de realizar a conexão dos fatos com demais portais, permitindo um melhor entendimento da notícia.

Após a exposição das técnicas, estágios e níveis de exploração e transmissão do telejornal na internet, inicia-se o capítulo onde o principal objetivo é observar e esclarecer como tem ocorrido a aplicação destas técnicas na prática, utilizando o telejornal brasileiro transmitido pela emissora Rede Globo, Jornal Nacional, como objeto de estudo. No capítulo a seguir é feita a análise de como a emissora Globo Brasil vem colocando em prática a transposição do seu telejornal de maior audiência (Jornal Nacional) para a internet. No capítulo a seguir também é analisado como tem ocorrido a exploração dos recursos multimídia disponíveis, apontando novos possíveis modelos de telejornal na *web*.

Capítulo 3. – Estudo de caso: Transposição do Jornal Nacional para a *web*

Após exposição do diálogo teórico, identificou-se duas principais máximas relativas ao jornal televisivo e a internet:

1) O telejornal é o principal e mais relevante gênero tradicional de telejornalismo produzido e transmitido para a televisão, 2) A internet atua como meio de transmissão de conteúdo multimídia com crescente acesso, sendo utilizada cada vez com mais frequência por emissoras televisivas para a produção e transposição de conteúdo.

Partindo destas duas afirmações, este capítulo tem como objetivo identificar reconfigurações do jornalismo televisivo para a *web*, por meio da análise da transposição de conteúdo do Jornal Nacional para o ciberespaço. Para tanto, analisou-se como o objeto de estudo, Jornal Nacional, tem publicado seu conteúdo na *web*. O principal intuito é identificar o modo de produção, destacando possíveis reconfigurações do telejornal, além de observar quais são os principais recursos e técnicas jornalísticas utilizados na *web*.

Considera-se de grande importância justificar a escolha do veículo de comunicação aqui estudado, o telejornal brasileiro Jornal Nacional, transmitido pela Rede Globo. O mesmo foi selecionado para o estudo devido sua relevância, visibilidade e audiência. Faz-se necessário destacar também que o objeto de análise se sobressai por ser vanguarda na publicação de conteúdo jornalístico na *web* entre os telejornais brasileiro do mesmo segmento.

Inicialmente, o Jornal Nacional é explorado identificando suas principais características de produção para a televisão. Destaca-se aspectos do seu formato e relevância na transmissão de notícias, sendo considerado durante décadas o principal telejornal formador de opinião no Brasil. Em seguida, são analisadas 98 reportagens, publicadas ao longo de 6 meses através dos *sites*: Globo Play, Portal G1 e Página Especial.

Para realização de uma investigação e identificação mais precisa, criou-se tabelas de análise, onde se observa quais matérias foram transpostas para o *site* oficial do

telejornal e como têm ocorrido a criação do conteúdo multimídia. Em seguida, criou-se um organograma demonstrativo onde é possível observar cada fase de produção e publicação, com o objetivo de entender o fluxo de produção desde a exibição do telejornal na televisão, até a criação de um produto multimídia para a internet.

3.1 O telejornal como estudo de caso

Com o objetivo de identificar como têm ocorrido a transposição do conteúdo do Jornal Nacional para *web*, realizou-se um estudo de caso utilizando o método da análise de conteúdo. Berelson (1984), afirma que a análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa que visa uma descrição do conteúdo de maneira objetiva, sistemática e quantitativa. Sendo assim, com base na observação do modo de produção e dos resultados das grelhas de investigação, foi analisado durante o período de seis meses seis edições na íntegra do telejornal brasileiro Jornal Nacional. Estas edições foram estudadas e analisadas em duas vertentes de publicação: versão para a televisão⁸ e versão para a *web*.

Faz-se necessário destacar que, inicialmente, o presente estudo foi realizado com base na análise entre os dois principais telejornais brasileiros, como aponta a pesquisa realizada pelo Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) sendo duas emissoras distintas e concorrentes entre si: o Jornal Nacional e o Jornal da Record. No entanto, após identificado pouca ou nenhuma transposição de conteúdo por parte do Jornal da Record, decidiu-se optar por analisar em profundidade apenas as reportagens transmitidas pelo Jornal Nacional para demonstrar com maior clareza as possíveis novas reconfigurações para a *web* a partir de um telejornal de renome e consolidado na televisão, como é apontado no estudo do IBGE.

Para a realização do estudo de caso, criou-se grelhas individuais para cada edição do telejornal onde seis programas do telejornal foram analisados na íntegra. Cada

⁸ A versão do telejornal exibida no aparelho de televisão é publicada na íntegra diariamente no *site* oficial Globo Play.

programa do telejornal conta com duração de cerca de 45 minutos. Os programas analisados foram transmitidos entre os meses de dezembro de 2017 a maio de 2018. Ao total, analisou-se 98 reportagens no intuito de identificar de forma clara o modo que o programa televisivo transpõe suas matérias de vídeo para a *web*, apontando o processo das etapas da transposição e como são exploradas as ferramentas disponíveis no ciberespaço para o enriquecimento da transmissão das notícias produzidas pelo telejornal.

3.2 O Jornal Nacional

O Jornal Nacional é um noticiário televisivo transmitido no Brasil pela emissora Globo de televisão. O mesmo é exibido de segunda à sábado, das 20h00 às 22h00. Criado em 1969, o noticiário nasceu com a função de levar para a televisão brasileira o formato mundialmente utilizado dos padrões de telejornais das grandes emissoras norte-americanas. Em seu programa de estréia em setembro de 1969, o jornalista Cid Moreira anunciou em transmissão ao vivo, “*inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o país*”.

O Jornal Nacional foi selecionado como objeto de estudo e análise, por destacar-se como o principal meio de informação influente no território brasileiro, apontado pela pesquisa de audiência *Hábitos e Consumo de Mídia* do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – IBGE. O telejornal destaca-se por ser vanguarda na migração do conteúdo televisivo jornalístico para a *web*. Após 49 anos de transmissão, o noticiário permanece com o modelo tradicional de exibição composto por: vinheta de abertura, transmissões diretas (ao vivo), sendo a apresentação e condução realizada por dois âncoras, atualmente apresentados pelos jornalistas William Bonner e Renata Vasconcelos.

Seguindo o processo de integração de notícias no meio virtual, a Rede Globo criou em 2006 o *site* de notícias G1, que integra todos os telejornais da emissora em um endereço na *web*. Com a criação do G1 a emissora Globo iniciava a convergência entre os noticiários transmitidos na televisão e as páginas na *web*. Atualmente, o Jornal Nacional conta com duas principais páginas de acesso: Globo Play e Portal G1, sendo o

Portal G1 a principal página do telejornal. Observa-se que o telejornal é dividido por edições diárias.

Foram analisadas as produções para televisão e internet sempre no quinto dia do mês nos últimos seis meses. Durante a análise, analisou-se aspectos do telejornalismo tradicional aplicado no mundo virtual, com o objetivo de identificar o modo como ocorrem os processos de transposição além de possíveis reconfigurações do telejornalismo produzido para a televisão para as publicações na *web*. Para colocar este objetivo em prática, analisou-se algumas das principais características entre as produções para a televisão e *web*. Estes são; linha editorial, linguagem, edição de vídeos e novas produções jornalísticas multimídia publicadas pela emissora. Destaca-se que a sua linha editorial é composta principalmente por reportagens nas áreas de política, economia e assuntos factuais. A pesquisa foi realizada utilizando a metodologia de cunho qualitativo, com base na análise de conteúdo. No estudo do modelo de webtelejornalismo apresentado, foi identificou-se aspectos da transposição do telejornal. Estas novas características são apresentadas, discutidas e exibidas na análise realizada a seguir.

3.3 Produção e transposição do Jornal Nacional para a internet

Por meio da análise da página do Jornal Nacional no Portal G1, observa-se que as reportagens são convertidas em páginas hipertexto onde o vídeo é convertido em texto e publicado de forma fragmentada. As matérias exibidas nesta plataforma tratam-se do conteúdo já transmitido por meio do telejornal para a televisão. O jornal é fragmentado em vídeos intitulados com o tema da reportagem, identifica-se também que o conteúdo noticioso publicado por meio do *site* G1 contém a informação em formato de vídeo e descrita em hipertexto. Canavilhas (2015), explica que este movimento de transposição das notícias é feito de modo acelerado, com o intuito de acompanhar o imediatismo da internet. Fato que dificulta o tempo de produção de um novo conteúdo para a *web*, revelando assim uma busca exaustiva da sobrevivência no ecossistema mediático (CANAVILHAS, 2015).

Observa-se que o telejornal é publicado por três principais *sites*, sendo o terceiro

uma extensão do Portal G1:

A) Publicações no Globo Play

O GloboPlay (Figura 5), publica diariamente uma versão do telejornal em sua íntegra. Identificou-se como principal modificação do telejornal original transmitido para a televisão apenas a retirada dos intervalos comerciais. É possível identificar também que, para além da publicação de um vídeo do telejornal na íntegra entre 45 e 50 minutos, o programa televisivo é fragmentado e diluindo-se em reportagens.

Cada vídeo corresponde a uma notícia diferente transmitida pelo telejornal por meio da televisão. A publicação do vídeo fragmentado permite ao usuário selecionar, comentar ou compartilhar a informação de forma individual. Após observar o modo de produção do Jornal Nacional, optou-se por identificar e analisar as edições de modo individual, com o intuito aprofundar em duas perguntas importantes da produção do telejornal: quais reportagens são apenas publicadas, por meio do *upload* e, se de fato é produzido um novo conteúdo a partir de novas reconfigurações do telejornal.

Figura 5 - Site do Globo Play modelo de acesso ao telejornal na íntegra



Fonte: Globo Play / Rede Globo

Por meio do Globo Play o internauta pode acessar na íntegra o telejornal ou, se preferir, selecionar o vídeo da matéria que lhe interessa (Figura 6). Outra característica do *site* é a divisão do conteúdo por blocos que podem ser filtrados por dia, mês e ano. Desta forma a dinâmica de busca torna-se mais fácil, pois é possível realizar um filtro do conteúdo de forma organizada e de fácil acesso.

Figura 6 – No “mosaico de telas”, o internauta pode visualizar apenas a matéria que lhe interessa



Fonte: Globo Play/ Jornal Nacional

Renault (2015), caracteriza esta reorganização como um “mosaico de telas”, onde o internauta pode escolher a ordem e linearidade que deseja consumir as informações. *“Na tela múltipla do computador, desaparece a tela absoluta do telejornal, dotada de ordem interna e homogeneidade. Surgem os vídeos à disposição do interesse e roteiro próprio de navegação decidido pelo internauta”* (RENAULT, 2015:10). Observa-se por meio do Globo Play características como o mosaico de telas citado pela autora, nele é possível localizar arquivos de vídeo dos telejornais transmitidos na íntegra a partir do ano de 1989 reforçando ainda o conceito de memória coletiva apontada por Styncer (2016), Renault (2013) e Mielnikzuck (2003).

B) Publicações no *site* G1 da Rede Globo Brasil

Considerado a segunda fase da transposição do telejornal, as reportagens são publicadas em formato hipertexto contendo vídeos e textos com *hiperlinks* em páginas dedicadas a cada notícia de forma individual. A página do telejornal Jornal Nacional no *site* G1 é composta basicamente por notícias hipertexto, onde os vídeos são convertidos em reportagens escritas.

Assim como no Globo Play, o internauta encontra uma interface moderna e de fácil acesso a edições anteriores do telejornal. Foi identificado também que este portal se trata do canal exclusivo com o telespectador, onde o usuário pode comentar, enviar fotos, vídeos e de modo geral interagir com maior facilidade com a equipe do telejornal.

Embora a emissora tenha dedicado o Portal G1 para a publicação exclusiva do conteúdo do telejornal, não foi possível identificar através da análise deste *site* nenhuma informação adicional para além da publicação do mesmo conteúdo transmitido por meio do aparelho televisor, agora no formato de texto e fragmentado por blocos de editorias.

Figura 7 - Site do G1, página do Jornal Nacional



Fonte: G1/Jornal Nacional

C) Publicações na Página Especial

O telejornal conta com uma terceira página onde é possível identificar os principais produtos interativos produzidos pela emissora a partir das notícias vinculadas na televisão. Lemos (1997), explica que a nova forma de circulação da notícia nos possibilita explorar ao máximo a experiência transmídia através de novas informações. Entre eles, infográficos interativos e colaborativos revelando nitidamente certo aprofundamento do nível de exploração da notícia. Assim como citado na técnica de pirâmide-deitada, onde a notícia é aprofundada e explorada, com a colaboração dos usuários. No exemplo do Jornal Nacional, observou-se uma sessão intitulada: Página Especial.

Embora não tenha sido identificado um modelo concreto de webtelejornal inovador produzido pelo Jornal Nacional, selecionou-se uma matéria especial intitulada *Monitor da Violência*, produzida a partir de uma coletânea de reportagens do telejornal em colaboração com informações enviadas por telespectadores para retratar como as reportagens são aprofundadas utilizando recursos multimídia por meio da Página Especial.

3.4 Desafios da transposição para a web

Observa-se que com a evolução das mídias digitais, mudanças significativas ocorrem nas gestões das empresas jornalísticas, nas rotinas de produção das notícias e em diversos canais de comunicação se instauram entre os produtores e os receptores de conteúdo noticioso. Spinelli (2012), explica que as mudanças ocorrem desde a agilidade na pesquisa, elaboração, transmissão de dados e informações, como no estabelecimento de processos de interação. “*Pois a maioria dos veículos de comunicação hoje tem seus sites específicos na internet e mantém uma comunicação mais direta com a audiência*” (SPINELLI, 2012:6).

Valter Longo (2017), esclarece que o maior desafio das emissoras televisivas é entender a quão ramificado é o mundo digital. O autor explica que por alguma razão acreditou-se que haveria um mecanismo de substituição, no entanto, houve um mecanismo de adição. Longo ainda pontua que o grande equívoco foi a mídia tradicional

achar que estava com os dias contados e através dessa crença, acreditar que ocorreria uma substituição por meio da migração para a internet. *“Na realidade, o papel do mundo digital é responder o “oque e quando”, o jornalismo televisivo e impresso respondem o “porquê e como”* (LONGO. 2017:1). O autor ainda afirma que houve uma grande movimentação dos profissionais de jornalismo em estar preparados para este mundo novo, irreversível e veloz chamado internet. Esta movimentação fez com que houvesse uma antecipação, no intuito de preparar o terreno para o jornalismo na *web*.

Sendo assim, as notícias se tornaram mais curtas, começaram a não se aprofundar nos textos, ou seja, houve um movimento mais tático do que estratégico. De acordo com o autor, o resultado disso é a perda de qualidade e, conseqüentemente números menores na audiência. Criando o movimento conhecido como profecia auto realizável. *“O mundo digital caminha rapidamente para a era mobile, e o mobile não é a melhor tela para ler. Ou seja, os vídeos têm tomado grande espaço e importância para a transmissão de informações”* (Idem:16). Observa-se esta migração a cada nova edição do telejornal, onde a editoria para a *web* seleciona uma pauta exibida na televisão e produz um produto interativo na Página Especial, contendo elementos de interação onde o usuário pode explorar e obter mais informações sobre o assunto.

O hábito de consumir informação tem sofrido drásticas mudanças na rotina do cidadão brasileiro durante a última década. Maurício Stycer (2016), considera que sentar-se à frente de um aparelho televisor a espera do início do telejornal diário para assim manter-se informado, tem se tornado hábito obsoleto na rotina dos lares de muitos brasileiros. *“Vivemos um momento de grandes transformações na maneira em que buscamos informações e consumimos produtos audiovisuais”* (STYNCER, 2016: 12). Tornou-se cada vez mais frequente a escolha de conteúdos sob demanda, onde o telespectador define o quê, quando, e onde pretendem assistir o conteúdo desejado.

A internet tornou possível a difusão da produção de notícias gerando o aumento da produção de conteúdo. *“Estamos vivendo um momento de efervescência na produção de conteúdo, onde apenas mudam as plataformas e a maneiras de assistir”* (Idem: 13).

Agora o conteúdo jornalístico pode ser acessado, comentado e compartilhado de diversas plataformas diferentes. Styncer (2016), ainda ressalta que os tipos de conteúdo (entretenimento e jornalístico) se distinguem, pois, as produções individuais realizadas pelos *creators* (criadores de conteúdo) no YouTube por exemplo, não disputam com os telejornais pois existe nicho e público específico para este tipo de audiência.

No entanto, bem como citado por McLuhan (1974), a criação de um novo meio de comunicação exige a reinvenção de seu sucessor afim de dialogar com este novo público. Com relação ao conteúdo jornalístico publicado pelos telejornais na *web*, Amaral (2004), ressalta que quando as emissoras de televisão disponibilizam seus telejornais *online*, sejam eles em fluxo contínuo, ou por módulos de arquivos estão fazendo telejornalismo independente da forma ou do suporte tecnológico utilizado e estes produtos não competem com produções amadoras. (AMARAL, 2004).

Regina Mota (2001), relembra que esta mesma adaptação de meios foi vivenciada pelo sistema televisivo no intuito de transportar o jornalismo das rádios e jornais impressos para a televisão, sendo o maior desafio dos comunicadores por volta de 1962. “*O desafio de repensar o telejornalismo, até então uma cópia dos jornais de rádio. Tendo em vista a importância que a rádio teve para a televisão brasileira, já que não se tinha a indústria cinematográfica desenvolvida como nos EUA e na Europa*”. (MOTA, 2001:78)

A internet incita mudanças no modelo consolidado de telejornalismo. É possível afirmar que a dinâmica da *web* quebrou a primazia da televisão no que diz respeito a formas produção e linguagem audiovisual. E esta quebra de dinâmica torna-se um desafio para os produtores de notícia pois o ritmo e fluidez característicos da internet ainda precisam ser dominados pelas emissoras de televisão. Renault (2013), justifica que a transposição dos telejornais para a *web* torna-se um desafio pois o ambiente hipertextual e multimidiático da internet consegue reunir “*os mais diversos códigos linguísticos através da digitalização*” (RENAULT, 2013: 45).

3.5 Produção de tabelas de identificação e análise

Após análise do panorama geral do telejornal aqui estudado, identificou-se que, em resposta negativa a pergunta de hipótese inicial – embora considerado precursor no que diz respeito à inovação –, o Jornal Nacional ainda caminha a passos curtos no que se refere a criação de conteúdo multimídia para a *web*, classificado por Renault (2013), como webtelejornalismo. No entanto, identificou-se a Página Especial, onde são publicados infográficos interativos considerados inovadores pois a emissora ainda se encontra em fase inicial considerando a capacidade e as propostas do conceito de webtelejornalismo apresentadas por Renault (2013), Spinelli (2012) e Machado (2000), onde é criado um novo formato de telejornal exclusivo para a *web* marcado por novas técnicas e linguagem, explorando ao máximos os recursos oferecidos pelo mundo digital.

Esclarecido isso, é realizado um avanço a justificação da elaboração dos instrumentos de análise aplicados com o objetivo de especificar e exemplificar como o telejornal têm realizado a transposição do programa na íntegra e das reportagens para a *web*. Para este fim, selecionou-se a quinta edição de cada mês entre os meses de dezembro de 2017 e maio de 2018. Justifica-se a seleção deste dia para análise pois foram identificados maiores níveis de produção de conteúdo interativo por parte da emissora em cada início de mês.

Após a observação individual de cada edição do telejornal na íntegra, foram construídas as seguintes grelhas de análise que se dividem da seguinte forma:

A. Títulos das matérias na *web*

Esta coluna foi definida com o objetivo de identificar a quantidade de reportagens transmitidas pelo telejornal e a qual editoria pertencem. As matérias foram posicionadas na tabela conforme a ordem estabelecida e transmitida no telejornal.

B. Publicação do vídeo ou matéria hipertexto

Observou-se, por meio desta coluna que algumas reportagens não chegam a ser

transpostas para a internet, nem sequer em formato de vídeo. Por meio desta parte foi possível visualizar quais reportagens foram transpostas para o meio digital. Em boa parte dos casos o vídeo fragmentado e publicado em formato de hipertexto, com a inserção de *hiperlinks* que conectam o texto a antigas publicações dentro do próprio *site* do Jornal Nacional. Este item é aplicado em grande maioria dos vídeos e pode-se considerá-lo essencialmente um aspecto básico da transposição do conteúdo televisivo por parte do Jornal Nacional para a internet. Considera-se este o segundo estágio relatado por Mielniczuk (2003), onde as notícias de segunda geração são *linkadas* em teias informações.

De acordo com a autora este estágio é caracterizado pelo uso de recursos próprios da internet, que propiciam um espaço para a integração entre produtores de conteúdo. Observa-se que a emissora avança de forma sutil no que diz respeito a aprofundamento da informação através da inserção de *links* que ligam as informações. Desta forma, o internauta pode navegar e absorver mais informações a respeito da notícia.

No decorrer da presente pesquisa foi identificado que as publicações do telejornal no portal G1 tratam-se do mesmo conteúdo noticioso transmitido na televisão. É possível afirmar que a transposição para a *web* carrega pouca ou nenhuma informação adicional. Para Carlos Scolari (2009), este conceito trata-se basicamente da aplicação de *cross-media* de forma limitada, onde o conteúdo se repete através de vários aparatos diferentes.

Scolari (2009), ainda explica que com base na observação da ação por parte das emissoras (transportar o mesmo conteúdo para várias mídias distintas), a transposição das notícias trata-se nada menos do que uma narração melhorada dos fatos. Embora o conceito se trate da pluralidade de versões e novas formas de contar uma história agregando mais informação e explorando o meio no qual é publicado, ainda não foi identificado este aprofundamento e exploração da notícia por parte da emissora em suas plataformas *online*.

C. Produção Multimídia: Página Especial

A terceira coluna da grelha de análise identifica as reportagens que de alguma maneira geram uma nova forma de telejornalismo para a *web*, aprofundando a exploração do tema como indicado por Canavilhas (2015). Por meio de infográficos, reportagens interativas ou novos vídeos explorando os níveis de contextualização e exploração por meio do conceito de pirâmide deitada.

Observou-se através desta coluna que esta terceira forma – e mais avançada no que diz respeito a inovação e aprofundamento da notícia –, é encontrada exclusivamente na Página Especial, criada e produzida pela emissora Rede Globo com o objetivo de publicar reportagens especiais explorando recursos multimídia como infográficos interativos, mapas e vídeos. No entanto, Denis Renó (2011), cita que as tentativas rudimentares de experiências transmídiaicas tem sido praticada pela televisão remetendo o telespectador a internet com vídeos de convidados e conversas com especialistas dando continuidade à programação. Renó (2011), ainda considera este tipo de produção rasa no que diz respeito a produção de conteúdo somado a potencialidade do meio (internet), “*pois as informações apenas se somam, não atravessam seus conteúdos como se espera neste tipo de narrativa complexa*”. (RENÓ, 2011:208)

3.6 Análise da transposição do Jornal Nacional para a internet

Por meio do estudo das grelhas é possível observar o modo como o telejornal Jornal Nacional transpõe seu conteúdo noticioso para a internet. Verifica-se ainda em detalhes como cada uma de suas reportagens é transposta, ou não, e se é feito um aprofundamento utilizando os recursos propostos configurando no webtelejornalismo. A seguir é feito o relato de como cada edição analisada foi publicada no Globo Play e sem seguida no Portal G1.

A análise foi feita da seguinte forma:

1. Visualização do telejornal publicado na íntegra por meio do site Globo Play,
2. Análise das matérias de forma individual publicadas no site Globo Play,
3. Identificação das matérias que foram transpostas para o segundo estágio, aqui publicadas no Portal G1. Observando o tipo de linguagem e possíveis informações adicionais. Neste estágio foram analisadas as reportagens que seguem para a próxima fase, identificando uma terceira página: Página Especial.
4. Nesta quarta e última fase de análise (indicada pela terceira coluna intitulada de produção multimídia), apontam-se quais foram as matérias que geraram material multimídia para além do formato do telejornal, sendo eles: infográficos, fotos e vídeos afim de complementar ou expor mais informações acerca da informação transmitida pelo telejornal.

A) Análise da edição do telejornal de 5 de dezembro de 2017

Observa-se a partir da primeira edição exibida no dia 5 de dezembro de 2017 características de hipertextualidade, citadas por Canavilhas (2015), como sendo uma das sete características que marcam as particularidades do jornalismo produzido para a *web*. Pode-se observar também (Figura 8), a fragmentação do telejornal em blocos de notícias, descritos pelo autor como bloco informativo.

O autor ainda explica que estes blocos podem ser compostos por vídeos, textos, infográficos e imagens fixas ou em movimento (CANAVILHAS, 2015). Faz-se necessários destacar que estes conceitos são aplicados a um telejornal que se movimenta do analógico para o digital. Considerando que se trata de um jornal produzido em vídeo, onde a imagem ganha o espaço do texto escrito, foi observado por meio da grelha de codificação desta edição, que o programa produzido em formato de vídeo faz o caminho inverso, direcionando as publicações de notícia em formato hipertexto.

Abaixo é possível visualizar o *layout*, por meio da Figura 8, correspondente as

publicações do Jornal Nacional no Portal G1. Por meio deste portal deu-se continuidade a análise com o objetivo de identificar possíveis novas propostas do telejornal em um formato que utilize os recursos oferecidos no meio digital. É possível ainda observar que o site é dividido por dois blocos: no primeiro, é possível selecionar a matéria indicada no dia de sua publicação e ao lado, através de um calendário, o internauta consegue buscar o dia exato do telejornal que deseja visualizar. Faz-se necessário ressaltar que os demais meses analisados mantêm o mesmo formato de publicação e distinguem-se apenas no que diz respeito a quantidade de matérias que foram transpostas e a exploração das mesmas.

Figura 8 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado no dia 5 de dezembro de 2017



Fonte: Portal G1/ Jornal Nacional

Por meio da análise da grade observa-se ainda em números concretos que: de 18 matérias analisadas em formato de vídeo 12 foram transpostas em formato de hipertexto para a *web*, e entre as 98 matérias publicadas apenas seis não foram citadas ou sequer transpostas para o portal da emissora. Observou-se também de forma individual a inclusão de informações adicionais. A seguir apresenta-se a primeira grade de análise referente ao quinto dia do mês de dezembro de 2017. Justifica-se a inserção de apenas duas colunas de análise (publicação do vídeo ou matéria hipertexto e Produção Multimídia) devido ao fato do tempo e espaço restritos para a análise das matérias

individualmente.

Faz-se necessário destacar ainda que os dois blocos de análise se mostraram suficientemente necessários para demonstrar a quantas encontra-se a transposição do telejornal Jornal Nacional nos três sites aqui analisados (Globo Play, G1 e Página Especial) e disponibilizados pela emissora. Deste modo foi possível visualizar e indicar como é feita a transposição do telejornal do aparelho televisivo para a *web*.

Tabela 4 – Análise das reportagens publicadas durante o mês de dezembro de 2017

| JORNAL NACIONAL: EDIÇÃO 05 DE DEZEMBRO DE 2017 | | | |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------|
| DURAÇÃO: 46:50 min. | | | |
| | TÍTULOS DAS MATÉRIAS DO TELEJORNAL | PUBLICAÇÃO DO VÍDEO E MATÉRIA HIPERTEXTO | PRODUÇÃO MULTIMÍDIA |
| 1 | Reforma da previdência | ✓ | X |
| 2 | Diferença entre salários: setor público e privado | ✓ | X |
| 3 | Em outubro, produção industrial registro crescimento de 5% em 12 meses | X | X |
| 4 | Cinco cidades da zona da mata mineira decretam estado de emergência | ✓ | X |
| 5 | Tarifa flexível quer estimular consumo de energia fora do horário | ✓ | X |
| 6 | Nova carteira de habilitação terá chip com dados do motorista | ✓ | X |
| 7 | PRF cria ferramenta para ajudar motorista a encontrar carro roubado | ✓ | X |
| 8 | Suprema Corte autoriza decreto de imigração de Trump a entrar em vigor | X | X |
| 9 | Nas Américas, Brasil tem mais mortes de defensores dos direitos humanos | X | X |
| 10 | EUA vão reconhecer Jerusalém como capital de Israel, diz Trump | ✓ | X |
| 11 | Dinheiro de Geddel vem de propina e de salários de assessores, diz MP | ✓ | X |

| | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| 12 | Sérgio Cabral nega a juiz que anel dado por empreiteiro seria propina | ✓ | X |
| 13 | Innovare premia iniciativas que ajudam a modernizar a justiça | ✓ | X |
| 14 | Caso Fifa: gravação mostra Marin pedindo ajuda para receber propina | ✓ | X |
| 15 | COI bane Rússia dos Jogos Olímpicos de Inverno 2018 na Coreia do Sul por causa de doping | X | X |
| 16 | Jornalistas e profissionais do futebol premiam os melhores do Brasileirão | X | X |
| 17 | Flamengo faz nesta quarta (6) primeiro jogo da final da Sul-Americana | X | X |
| 18 | Globo News ganha Prêmio Caboré na categoria Veículo de Comunicação | ✓ | X |

B) Análise da edição do telejornal de 5 de janeiro de 2018

Ao longo do segundo mês, foi contabilizado a produção de 15 matérias jornalísticas produzidas pelo Jornal Nacional. Identificou-se que 13 reportagens foram transpostas para o formato hipertexto, uma a mais do que no mês antecessor. Seguindo a linha padrão de transposição da emissora as matérias foram publicadas contendo apenas vídeo e texto. Durante o mês de janeiro, apenas duas matérias não foram publicadas na *web*. Observou-se que neste segundo mês de análise, em conformidade com o primeiro, nenhuma das notícias exibidas pelo telejornal geraram qualquer tipo de produto multimídia para o site.

Destaca-se a importância da análise individual dos programas e ainda, o aprofundamento das notícias em particular pois, historicamente é preciso que se tenha ideia do princípio das publicações do telejornal *online*. Como citado por Mielniczuk (2003), a transposição de um telejornal para o meio digital permite não apenas o acesso a memória de uma sociedade, mas também a troca de informações entre o público pois, “conectado a internet o usuário estabelece relações: com a máquina, com a própria publicação (através do hipertexto) e com outras pessoas, seja o autor da reportagem ou mesmo outros leitores. (MIELNICZUK, 2003:5).

Figura 9 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado no dia 5 de janeiro de 2018



Fonte: G1/Jornal Nacional

Tabela 5 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de janeiro de 2018

| JORNAL NACIONAL: EDIÇÃO 05 DE JANEIRO DE 2018 | | | |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------|
| DURAÇÃO: 44 min. | | | |
| | TÍTULOS DAS MATÉRIAS DO TELEJORNAL | PUBLICAÇÃO DO VÍDEO E MATÉRIA HIPERTEXTO | PRODUÇÃO MULTIMÍDIA |
| 1 | Indústria cresce 4,7% e tem melhor novembro em sete anos | ✓ | X |
| 2 | Venda de eletrodomésticos aumenta nos últimos três meses, diz IBGE | ✓ | X |
| 3 | Depois de dois anos, poupança volta a ter mais depósitos do que saques | X | X |
| 4 | Temer estuda mudar regra de ouro das contas públicas | ✓ | X |
| 5 | Economistas criticam pacote de bondades do governo | ✓ | X |
| 6 | Temer veta refinanciamento de dívidas de pequenas e médias empresas | ✓ | X |
| 7 | Planalto não volta atrás na nomeação de Cristiane Brasil, diz Marun | ✓ | X |
| 8 | Maior presídio de Goiás tem duas rebeliões em apenas dez horas | ✓ | X |

| | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------|---|---|
| 9 | Vídeo mostra presos consumindo drogas em presídio de Porto Alegre | ✓ | X |
| 10 | Policiais e governo do RN não fecham acordo e paralisação continua | ✓ | X |
| 11 | Venezuela confirma prisão de brasileiro acusado de criticar o governo | X | X |
| 12 | Trump tenta barrar lançamento de livro sobre seu governo | ✓ | X |
| 13 | Após nevasca, temperatura cai a 20º negativos na costa leste dos EUA | ✓ | X |
| 14 | São Silvestre teve mais de 30 mil corredores, alguns até sem inscrição | ✓ | X |
| 15 | Às vésperas da 2ª fase da Fuvest, cada minuto de estudo é precioso | ✓ | X |

C) Análise da edição do telejornal de 5 de fevereiro de 2018

Já no terceiro mês, fevereiro de 2018, foram analisadas 16 reportagens. Ao todo, 13 matérias foram publicadas em formato hipertexto, 5 não foram publicadas em nenhum dos portais aqui analisados e nenhuma matéria desta edição gerou conteúdo multimídia para o site do telejornal. Novamente não foi possível identificar nenhum produto que ultrapasse o segundo estágio citado por Mielniczuk (2003), onde a exploração da notícia gere a criação de novos formatos. No entanto, observou-se durante o terceiro mês de análise uma forte movimentação no que diz respeito a interação entre usuários no espaço dedicado a comentários a respeito das notícias.

Figura 10 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado dia 5 de fevereiro de 2018



Fonte: G1/ Jornal Nacional

Tabela 6 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de fevereiro de 2018

| JORNAL NACIONAL: EDIÇÃO 05 DE FEVEREIRO DE 2018 | | | |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------|
| DURAÇÃO: 44 min. | | | |
| | TÍTULOS DAS MATÉRIAS DO TELEJORNAL | PUBLICAÇÃO DO VÍDEO E MATÉRIA HIPERTEXTO | PRODUÇÃO MULTIMÍDIA |
| 1 | Bebê que nasceu após mãe ser baleada no RJ tem alta sem sequelas | ✓ | X |
| 2 | Briga em posto de gasolina por banheiro deixa dois mortos em SP | ✓ | X |
| 3 | Marun diz que governo vai insistir na nomeação de Cristiane Brasil | ✓ | X |
| 4 | PF volta a intimar ex-coronel amigo de Temer para depor no caso Rodrimar | ✓ | X |
| 5 | Começam depoimentos de processo de Lula sobre sítio em Atibaia | ✓ | X |
| 6 | Marco Aurélio, do STF, manda arquivar inquérito sobre Jucá por prescrição de prazo | X | X |

| | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| 7 | Suspeito sobrevivente dos ataques em Paris vai a Juri, na Bélgica | X | X |
| 8 | Herdeiro da Samsung sai da cadeia | ✓ | X |
| 9 | Papa recebe o presidente da Turquia no Vaticano | ✓ | X |
| 10 | Governo chinês critica nova política nuclear dos Estados Unidos | ✓ | X |
| 11 | Governo lança Documento Nacional de Identificação que reúne CPF e título de eleitor | X | X |
| 12 | PGR pede ao STF para derrubar a obrigatoriedade da impressão dos votos | X | X |
| 13 | Órgão do governo apresenta retrato alarmante da situação da Previdência Social | ✓ | X |
| 14 | Previdência é tema principal na volta dos trabalhos no Congresso | ✓ | X |
| 15 | Justiça autoriza transporte de milhares de bois para a Turquia | ✓ | X |
| 16 | Larry Nassar é condenado pela terceira vez por crimes de abuso sexual | X | X |

D) Análise da edição do telejornal de 5 de março de 2018

Já na edição analisada no mês de março de 2018 observou-se que de 17 matérias analisadas em formato de vídeo, menos da metade foram transpostas em formato de hipertexto para a *web*, 9 não foram citadas ou publicadas e apenas uma matéria foi desenvolvida como conteúdo multimídia. A notícia em questão trata-se da premiação do *Oscar* que ocorre anualmente nos Estados Unidos. Com o título da matéria, *Homem tenta roubar Oscar de melhor atriz* (item 14), o produto multimídia trata-se de um *Quiz* intitulado: *Você sabe tudo sobre o Oscar 2018?* Por meio deste teste o leitor pode responder questões a respeito do tema da notícia.

Diante do quarto mês de análise é possível observar que até então apenas uma matéria foi convertida em um singelo produto interativo disponibilizado no site G1 para os internautas. Considera-se este um produto interativo muito simplista diante das inúmeras possibilidades acessíveis no meio digital a serem exploradas. Já neste estágio de análise o quarto mês reflete muito no que diz respeito a rotina de produção do

telejornal, bem como suas limitações com relação a criação de produtos multimídia. Fato justificável, pois, como observou-se, trata-se de um produto jornalístico cheio de processos e etapas onde sua reinvenção torna-se um grande desafio para os produtores do de conteúdo *online*.

Figura 11 - Jornal Nacional em formato hipertexto publicado no dia 5 de março de 2018



Fonte: G1/ Jornal Nacional

Tabela 7 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de março de 2018

| JORNAL NACIONAL: EDIÇÃO 05 DE MARÇO DE 2018 | | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------|
| DURAÇÃO: 44 min. | | |
| TÍTULOS DAS MATÉRIAS DO TELEJORNAL | PUBLICAÇÃO DO VÍDEO E MATÉRIA HIPERTEXTO NA WEB | PRODUÇÃO MULTIMÍDIA |
| 1 Traficantes voltam a colocar barreiras tiradas pelo Exército em favela do Rio | ✓ | ✗ |
| 2 Quadrilha rouba US\$ 5 milhões de avião no aeroporto de Viracopos (SP) | ✓ | ✗ |
| 3 Em SP, casal é preso acusado de espancar até a morte filha de 5 anos | ✓ | ✗ |

| | | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| 4 | Torcidas organizadas se enfrentam em São Paulo e em Minas gerais e provocam uma morte | X | X |
| 5 | Conselho Federal de Medicina regulamenta aplicativos de atendimento médico | ✓ | X |
| 6 | Ministra do STF, Cármen Lúcia visitou presídios femininos, no Rio | X | X |
| 7 | Congresso discute combate às notícias falsas, mas acaba provocando preocupação com censura | X | X |
| 8 | PF prende ex-presidente da BRF em nova fase da Operação Carne Fraca | ✓ | X |
| 9 | Governo sírio confisca parte da ajuda humanitária da ONU | ✓ | X |
| 10 | Impasse na Itália | ✓ | X |
| 11 | PGR dá parecer favorável à prisão em segunda instância | X | X |
| 12 | Ex-espião russo está em estado grave por inalar substância desconhecida, na Inglaterra | X | X |
| 13 | O corpo da atriz Tônia Carrero foi cremado no Rio | X | X |
| 14 | Homem tenta roubar Oscar de melhor atriz | ✓ | ✓ |
| 15 | PSG e Real Madrid se preparam para duelo pelas oitavas de final da Liga dos Campeões | X | X |
| 16 | Vídeos de Rafael Jambeiro, Penalva, Magé, Bom Despacho, São Marcos e Ibotirama | X | X |
| 17 | Ministro do STF autoriza quebra de sigilo de Temer | X | X |

Abaixo foi representado o *Quiz* produzido e publicado durante o mês de março de 2018, nele a matéria apresentada sobre a premiação do Oscar é explorada e o usuário pode testar seus conhecimentos interagindo com o conteúdo publicado na *web*. Pode-se observar que trata-se de um avanço no que diz respeito a interatividade e criação de novos conteúdos multimídia para a *web*. Este conceito de interatividade, embora superficial, apresenta uma nova geração de informações possíveis, onde o telespectador é direcionado para a internet com o intuito de complementar ou agregar conhecimento a notícia que foi transmitida por meio do aparelho televisor e não apenas para consumi-la através de outro aparato tecnológico.

Embora simplista, decidiu-se destacar este modelo multimídia apresentado com o

intuito de apontar de forma detalhada toda e qualquer manifestação de novas propostas de interação com o receptor. Alberto Fragoso (2013), destaca a importância das particularidades no processo de construção de amostras para a investigação científica na internet pois, diferente dos resultados oferecidos pela televisão o mundo virtual é muito mais ramificado e complexo ou seja, cada linha fora da curva pode comprometer a viabilidade do processo e a validade dos resultados. (FRAGOSO, 2013:76)

Figura 12 - Quiz realizado a partir da reportagem exibida no dia 5 de março de 2018

Você sabe tudo sobre o Oscar 2018? Faça o teste!

A Globo transmite a premiação neste domingo (4) e o Jornal Nacional exibe reportagens sobre os bastidores do Oscar. Descubra se você está por dentro das curiosidades da premiação deste ano!

Criado Por Jornal Nacional em março 1, 2018



1



Fonte: G1/ Jornal Nacional

E) Análise da edição do telejornal de 5 de abril de 2018

Já no mês de abril 11 reportagens foram analisadas. Ao todo, 7 matérias publicadas em formato hipertexto, 4 não foram publicadas e nenhuma matéria desta edição gerou conteúdo multimídia para o site do telejornal. Ou seja, estes dados nos fazem observar que até o quinto mês de análise apenas uma reportagem (*Homem tenta roubar Oscar de melhor atriz* – edição de março) foi convertida em elemento multimídia e publicada no Portal G1. Este fato nos induz a levantar hipóteses a respeito do modo de produção do telejornal Jornal Nacional para o meio virtual. Embora trate-se de uma grande emissora e

do telejornal mais assistido do Brasil (de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia), a produção e distribuição de notícias via *web* ainda caminha a passos lentos devido a processos de execução que dificultam a conversão de uma notícia em um produto *web*.

Observa-se por meio das tabelas de análise cada edição do telejornal produzido para a televisão conta com cerca de 50 minutos de exibição (os intervalos comerciais não foram contabilizados), durante o período de transmissão cerca de 15 reportagens são transmitidas. Considerando o processo de produção de uma editoria televisiva os processos de pré-produção de um telejornal são complexos. Desde seu planejamento até sua transmissão final (sugestão de pauta, escolha de pauta, apuração e edição), a transposição para a *web* torna-se simplista, tendo em vista a responsabilidade alargada da transmissão de notícia via televisão devido ao alcance do programa televisivo (MACHADO, 2000).

Com base na complexidade do processo de produção televisivo a transposição para a *web* torna-se um fator secundário. Como pode-se observar até o quinto mês de análise a transposição limita-se apenas a hipertextualização de um número de matérias reduzido tornando o webtelejornal apenas uma extensão limitada do telejornal. Ou seja, o telejornal fragmenta-se e como foi observado utiliza apenas o computador como novo suporte de transmissão de notícias.

Tabela 8 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de abril de 2018

| JORNAL NACIONAL: EDIÇÃO 05 DE ABRIL DE 2018 | | | |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------|
| DURAÇÃO: 50:00 min. | | | |
| | TÍTULOS DAS MATÉRIAS DO TELEJORNAL | PUBLICAÇÃO DO VÍDEO E MATERIA HIPERTEXTO | PRODUÇÃO MULTIMÍDIA |
| 1 | Moro decreta prisão de ex-presidente Lula | ✓ | X |
| 2 | Moro manda reservar sala especial | ✓ | X |
| 3 | Políticos reagem ao mandado de prisão | ✓ | X |

| | | | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------|---|---|
| 4 | Por seis votos a cinco, STF rejeita pedido de <i>habeas corpus</i> de Lula | X | X |
| 5 | Defesa de Lula diz que decisão do Supremo fere dignidade humana | X | X |
| 6 | Principais jornais do mundo noticiam prisão | ✓ | X |
| 7 | Tiros que atingiram ônibus da caravana do PT eram de calibre 32 | ✓ | X |
| 8 | Acionista do grupo LIBRA presta depoimento na PF do Rio | X | X |
| 9 | Ibope divulga nova notícia sobre a popularidade de Temer | ✓ | X |
| 10 | EUA vão reconhecer Jerusalém como capital de Israel, diz Trump | ✓ | X |
| 11 | Militantes se concentram no sindicato dos metalúrgicos em São Bernardo do Campo | X | X |

F) Análise da edição do telejornal de 5 de maio de 2018

Durante o último mês (maio) analisou-se uma soma total de 17 reportagens. No total, 11 matérias foram publicadas em formato hipertexto, 7 não foram publicadas e nenhuma matéria desta edição gerou conteúdo multimídia para o site do telejornal. Novamente encontra-se o mesmo cenário do mês anterior, menos da metade das reportagens transmitidas no telejornal foram transpostas para a internet e nenhuma delas tornou-se um conteúdo multimídia gerando uma extensão do telejornal ou informação adicional para o ambiente virtual. Para além das reportagens, notou-se também uma quebra de *layout*. Durante o processo de análise a equipe de *webdesigners* da emissora Globo modificou a estrutura do *site*, com isso não foi possível capturar a tela inicial de cada mês como havia sendo feito até março de 2018. Contudo, considera-se que a falta deste elemento visual não prejudicará em nada o decorrer da dissertação nem o bom entendimento da mesma.

Tabela 9 - Análise das reportagens publicadas durante o mês de maio de 2018

| JORNAL NACIONAL: EDIÇÃO 05 DE MAIO DE 2018 | | | |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------|
| DURAÇÃO: 42:00 min. | | | |
| | TÍTULOS DAS MATÉRIAS DO TELEJORNAL | PUBLICAÇÃO DO VÍDEO E MATÉRIA HIPERTEXTO | PRODUÇÃO MULTIMÍDIA |
| 1 | Corpo de Ricardo Pinheiro, vítima de acidente em prédio de SP, é enterrado | ✓ | X |
| 2 | Confronto entre policiais e traficantes assusta moradores da Rocinha | ✓ | X |
| 3 | Uso da tecnologia ajuda a diminuir assaltos a taxistas em Juiz de Fora | X | X |
| 4 | Nove pessoas morrem em acidente de trânsito no interior do Paraná | X | X |
| 5 | Quatro pessoas morreram após ônibus bater de frente com caminhão | ✓ | X |
| 6 | Helicóptero que levava noiva cai exatamente onde casamento seria realizado | X | X |
| 7 | Terremotos atingem o Havaí | ✓ | X |
| 8 | Nasa vai estudar subsolo de Marte | X | X |
| 9 | Patrulha digital ajuda ribeirinhos a trocar sinal de TV analógico no AM | ✓ | X |
| 10 | O ex-ministro Henrique Eduardo Alves, MDB, saiu da cadeia e está prisão domiciliar | ✓ | X |
| 11 | Ministro da Fazenda argentino diz que é preciso agir para não repetir crises | ✓ | X |
| 12 | Polícia do Paraguai faz buscas na casa do doleiro Darío Messer | X | X |
| 13 | Japão mobiliza 15 mil policiais para caçar bandido | ✓ | X |
| 14 | 1.600 presos em protesto na Rússia | ✓ | X |
| 15 | Cruzeiro e SESI se preparam para decisão da Superliga masculina de vôlei | X | X |
| 16 | Em SP, série de atrações celebra o Dia Internacional da Língua Portuguesa | ✓ | X |
| 17 | Desabamento de prédio atingido por incêndio em SP é destaque no Fantástico | X | X |

3.6.1 Identificando novos modelos e rotinas de produção

A estrutura do telejornal conta com uma equipe de profissionais preparados para executar diariamente cada uma das etapas necessárias desde seu planejamento até sua transmissão analógica. Para compreender como o conteúdo do jornal televisivo aqui estudado chega até as páginas da *web*, foi desenvolvido o seguinte esquema abaixo onde é possível observar de forma detalhada a estrutura do processo de transposição das notícias de acordo com os processos aqui observados. O procedimento foi dividido em quatro etapas onde observa-se como o telejornal se organiza na divisão do conteúdo através de suas páginas *online*, tendo em vista que esta divisão deu-se desde o momento que se encerra a transmissão via televisão até a primeira transposição do material noticioso audiovisual para a *web*.

A primeira etapa (**1. Produção do telejornal**) é marcada pela exibição ao vivo do telejornal por meio da transmissão televisiva. Já na segunda etapa (**2. Publicação do Jornal Nacional**) observou-se sua primeira divisão. A emissora conta com três plataformas de publicação de conteúdo, sendo a terceira (**3. Página Especial**) dedicada exclusivamente para a transmissão do conteúdo multimídia. A primeira plataforma dedicada a publicação dos vídeos, Globo Play, cumpre a função exclusiva de transmitir os vídeos na íntegra do telejornal. O conteúdo, de livre acesso aos internautas, é feito mediante ao preenchimento de um cadastro gratuito.

Nesta plataforma o telejornal Jornal Nacional é publicado na íntegra após sua exibição televisiva. Observou-se que o vídeo publicado por meio da Globo Play perde algumas características particulares da televisão como: vinheta de abertura, intervalo publicitário, previsão do tempo, bloco de esportes e vinheta de fechamento. Ainda na plataforma Globo Play é possível acessar as reportagens de forma individual separadas por vídeos distintos de acordo com o tema da notícia. Nesta fase a emissora limita-se a publicar apenas os vídeos, sem acrescentar qualquer informação adicional.

No segundo *site* Portal G1, a emissora inicia a conversão dos vídeos informativos em notícias hipertexto onde o vídeo é fragmentado e publicado em conjunto com o texto agregado com *hiperlinks*. Ainda nesta fase não foi observado a inserção de qualquer

informação adicional.

Já a terceira etapa do processo (Página Especial) é dedicada a produção de material multimídia. Nesta etapa a equipe editorial seleciona um tema abordado ao longo de determinado período para produzir um produto multimídia. Nesta fase é realizado um filtro de quais notícias podem gerar material hipertexto (vídeos, texto e *links*). Foi realizada uma tentativa de contato com a editoria do telejornal a fim de esclarecer o método de escolha destas matérias, no entanto até o fechamento desta análise não se obteve resposta.

Pode-se observar claramente que a proposta da emissora nesta fase trata-se do aprofundamento e exploração da informação em busca de explorar as notícias por meio da criação de infográficos, vídeos informativos e galerias de imagens. No entanto, o modelo de produção transmitido pela Página Especial ainda não representa de fato um novo webtelejornal, no que diz respeito a criação e transmissão via internet de um novo telejornal em vídeo com características inovadoras produzido e transmitido para ambiente virtual. (RENAULT, 2013)

Canavilhas (2015), justifica que o grande desafio das emissoras em relação a transposição do modo de produção do telejornal para a internet trata-se justamente de criar um modelo que funcione no ambiente virtual sem realizar repetições. O autor fala a respeito de uma remediação inversa pois os meios anteriores vão incorporando características dos novos, procurando desta forma sobreviver no ecossistema midiático. *“A face mais visível deste fenômeno é a migração de todos os meios tradicionais para a web, mas também a incorporação de singularidades da web nos meios anteriores”* (CANAVILHAS, 2015:54).

Ao longo da presente pesquisa observou-se que as características do telejornal transmitido por meio do aparelho televisor são definitivamente mais sólidas e imutáveis do que o conteúdo publicado na rede, devido ao histórico de transmissão e consolidação do modelo em todo o mundo. Este fato torna mais difícil a definição de um modelo de produção para a *web*, pois as emissoras encontram-se em permanente desafio no que diz respeito a fusão do telejornalismo com a produção do jornalismo *online* convencional.

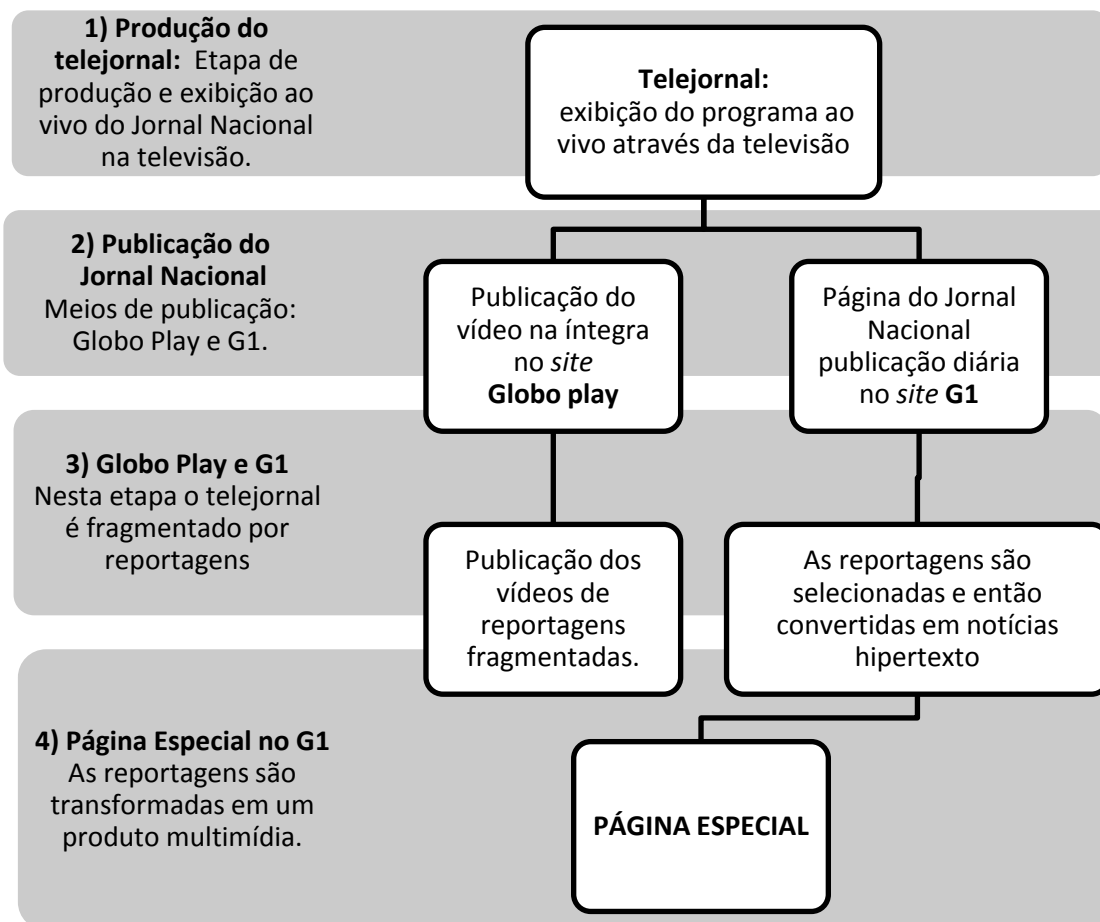
Já no que diz respeito a análise das particularidades da internet enfrenta-se o desafio de lidar com características hipertextuais em constante metamorfose. Renault (2013) ressalta que é um “*universo de investigação científica que impõem desafios diversos à observação do texto audiovisual se comparada ao ambiente de observação oferecido pela televisão*” (RENAULT, 2013: 97)

A autora ainda explica que uma rede de informação hipertextual, como é o caso do nosso objeto de estudo, está sempre em construção, se metamorfoseando graças à mobilidade dos *links*. Ou seja, assim como descrito por Canavilhas (2015), o quarto e último nível de exploração da informação na internet, onde as mensagens circulam e reverberam em grande escala.

É possível afirmar que com a publicação do conteúdo noticioso no meio virtual as notícias podem ser aperfeiçoadas, alteradas ou até mesmo corrigidas com maior rapidez e facilidade. A produção e transmissão de notícias por meio do telejornal deve ser mais certa e precisa, pois, o tempo de retratação é definido no momento da exibição do programa ou apenas na próxima transmissão do dia seguinte. Fragoso (2011), ainda explica que uma das características que dificultam a análise do telejornal no ambiente virtual é sua particularidade altamente mutável, fato que se torna um desafio para obter um conjunto certezas com base na observação que sejam inteiramente confiáveis (FRAGOSO, 2011:15).

Para que se possa compreender mesmo que em parcialidade a dinâmica de transposição do telejornal Jornal Nacional da televisão para a internet, indicou-se abaixo por meio de um algoritmo como estão divididas as etapas de produção e publicação do material noticioso desde a produção transmissão para a televisão até a última fase onde as reportagens são transformada em produtos multimídia gerando assim a interação de diversas formas (comentários, publicações de vídeo resposta, envio de material audiovisual) por parte do público. O algoritmo abaixo representa as etapas de produção do telejornal Jornal Nacional identificadas por meio da análise exposta no presente trabalho:

Tabela 10 - Algoritmo de transposição do telejornal para a web



Fonte: Montagem autora

Consoante a análise da estrutura, modo de produção e publicação do conteúdo noticioso do telejornal para a *web*, observou-se por meio dos resultados obtidos através da análise das grelhas, características que levam a responder os três principais questionamentos iniciais que conduziram a presente pesquisa: a) a transposição do telejornalismo para *web* tem gerado um novo modelo original de telejornal?, b) como é realizada a transposição de conteúdo do telejornal com maior audiência no Brasil (Jornal Nacional) para a *web* e quais formatos utilizam? e c) como a emissora Rede Globo Brasil tem utilizado os recursos tecnológicos disponíveis para criar ou promover um novo modelo de telejornal *online*?

Conduzidos por estes questionamentos iniciais e em confronto com os resultados obtidos por meio da análise das publicações do telejornal, observou-se o modo de produção e publicação do programa televisivo para a internet. Antes de expor apontamentos acerca da pesquisa se faz necessário ressaltar a complexidade no que diz respeito a produção e publicação de notícias *online*, bem como a coleta de dados para a realização desta pesquisa no ambiente virtual. Relembrando Spinelli (2017), a *web* é extraordinária no que diz respeito a velocidade, acesso e disponibilidade de ferramentas. No entanto, relativo a publicação do telejornalismo *online*, considera-se um desafio para pesquisadores devido a sua ramificação e recursos de edição das notícias. “*Um conteúdo pode ser publicado, editado, recortado ou deletado em questão de minutos conforme a vontade de seu editor*” (SPINELLI, 2012:12).

Sabendo disso, é exposto aqui os resultados obtidos ao longo de seis meses de análise com a exposição dos números coletados. Durante o período de pesquisa foram analisados: 98 reportagens, 270 horas e 50 minutos de telejornal assistidos, 294 páginas analisadas. Em suma, foi possível observar que ao longo de meio ano apenas uma reportagem transmitida no telejornal (por meio do aparato da televisão) gerou um produto interativo para a internet publicado no *site* G1 do jornal televisivo. Trata-se do *Quiz* relacionado a matéria transmitida no dia 5 de maio de 2018 a respeito da premiação do *Oscar*.

Ao longo da pesquisa observou-se também como é realizada a dinâmica de funcionamento da publicação do telejornal, com o objetivo de explorar os recursos oferecidos pelo meio virtual. Observa-se ainda que a emissora percorre um trajeto mais seguro no que diz respeito a exploração do novo modelo de negócio no campo de telejornalismo *online*. No entanto, busca também ousar no que diz respeito a publicações interativas como é o exemplo dos infográficos interativos publicados na Página Especial. Sylvia Chan-Olmsted e Jung Park (2000), afirmam que as emissoras de televisão direcionam seus telejornais a uma rota mais segura de expansão, dividindo-se em dois blocos:

1. **Remontagem:** Onde o telejornal é remoldado a fim de explorar minimamente os recursos do meio virtual. A criação de um texto com base no noticiário e a inserção de *hiperlinks* fazem parte deste primeiro bloco que, segundo os autores é o modelo de expansão aplicado em boa parte dos telejornais na *web*. Trata-se de uma forma mais eficaz e segura de atingir os internautas pois o conteúdo é publicado em formato de vídeo e texto.
2. **Repositório de vídeos:** Os autores afirmam que a segunda ação comum por parte das emissoras é a publicação dos telejornais fragmentados ou na íntegra, como é o caso do nosso objeto de estudo. Esta ação garante o fácil acesso a memória do noticiário. No entanto, esta ação nitidamente trata-se do reaproveitamento de conteúdo entre mídias com o objetivo de minimizar o tempo e custos da criação de um novo modelo exclusivo para a *web*.

No que diz respeito à transposição do telejornal Jornal Nacional observa-se a aplicação de dois conceitos citados por Chan-Olmsted e Park (2000) como as principais formas de divulgação do conteúdo audiovisual na *web*. Os mesmos dividem-se da seguinte forma:

- A) **Site G1 - Remontagem:** A página dedicada ao telejornal inserida no site G1 cumpre a função de remodelar as notícias transmitidas pelo telejornal por meio da televisão, realizando a transposição das matérias para ao *web* no formato de texto com *hiperlinks*. Observou-se que nesta fase o telejornal é fragmentado e cada reportagem é convertida em um texto que em seguida é publicado em páginas distintas por meio do portal do Jornal Nacional inserido no *site* G1. No entanto, como pode-se observar através da grelha de análise, apenas algumas notícias (transmitidas no telejornal na íntegra por meio da televisão) são transpostas para a internet. Buscou-se através de *e-mail* realizar entrevista com a emissora com o objetivo de entender os

critérios de seleção e transposição das notícias, no entanto, até o fechamento desta dissertação não foi obtido resposta.

B) Globo Play – Repositório de vídeos: Ainda segundo o conceito de transposição de conteúdo jornalístico televisivo para a *web* estabelecido por Chan-Olmsted e Park (2000), o portal da Globo Play cumpre a função de repositório do conteúdo audiovisual da emissora. Pode-se observar por meio de uma breve pesquisa que o portal permite o acesso a inúmeros programas na íntegra a partir de 1989. Ou seja, o internauta agora tem acesso a memória de fatos que ocorreram no Brasil há quase 30 anos por meio do livre acesso aos programas exibidos na época.

Após ser identificado como o Jornal Nacional percorre o caminho da transposição de conteúdo de modo “seguro” como indicado por Chan-Olmsted e Park (2000), destacou-se uma terceira página que indica indícios de uma nova proposta eficaz — dentro da capacidade do telejornal —, de utilizar recursos multimídia a fim de ampliar o diálogo com os internautas e promover a interação e contribuição em prol das notícias (CANAVILHAS, 2015). A partir de uma coletânea de reportagens exibidas entre seis meses no Jornal Nacional a respeito do aumento de homicídios no Brasil, a emissora desenvolveu uma página interativa com o intuito de fazer um mapeamento das vítimas e dos locais onde ocorreram os crimes.

Em meio a buscas por novas características que marcam a transposição do telejornal para a *web* identificou-se a produção de grandes experiências interativas por parte da emissora por meio do conteúdo publicado na Página Especial. Trata-se de um portal onde temáticas apresentadas previamente no telejornal/portal *online* do Jornal Nacional, unem-se em um produto interativo, informativo e colaborativo. Em conjunto com os demais telejornais exibidos na Rede Globo, foi possível observar produções interativas onde o Jornal Nacional disponibiliza dados recolhidos em reportagens para gerar um grande produto multimídia interativo.

A Página Especial explora ao máximo o tema da reportagem, por meio de um mapa interativo, são identificados os locais onde ocorrem homicídios no Brasil. Os pontos vermelhos destacam todos os dados das vítimas, e os estados e cidades onde ocorrem os crimes. É possível observar que foi criado um filtro, onde os internautas podem refinar a pesquisa por: estado, faixa etária, raça ou cor das vítimas. Uma das características mais importantes desta hiperligação de notícias é, conforme proposto pela pirâmide-deitada, (CANAVILHAS, 2015), o aprofundamento da informação dentro do quarto nível: nível de exploração da notícia. Onde a expansão das “vozes da notícia” Machado (2000), ganham força através da contribuição dos usuários ao explorar uma das potencialidades do webtelejornalismo: apropriação de uma arquitetura de informação noticiosa aberta e de livre navegação. (Idem:7)

Faz-se necessário destacar que, assim como afirmado por Renault (2013), a criação destes produtos especiais multimídia trata-se de um grande desafio para os profissionais devido a complexidade do uso das ferramentas, recolha de dados e limitação da equipe de profissionais que, normalmente exercem funções duplicadas no analógico e digital (MACHADO, 2000). Abaixo é citado o principal exemplo concreto de produto produzido para a *web* a partir de notícias transmitidas pelo telejornal Jornal Nacional identificado durante seis meses de pesquisa.

De fato, não se trata de um novo modelo de produto audiovisual produzido exclusivamente para a internet como proposto por Nogueira (2004), onde é possível observar nitidamente um novo formato de programa com nova linguagem e modelo de produção. Contudo, observa-se o avanço no que diz respeito a tentativa de utilizar os recursos do ambiente virtual com base na exploração dos recursos multimídia disponíveis na *web*.

Por meio da Página Especial a editoria do telejornal recolheu algumas de suas principais notícias acerca do tema “violência” publicadas nos últimos seis meses no Jornal Nacional em conjunto com os demais produtos telejornalísticos da emissora, gerando assim um terceiro produto contendo informações adicionais que complementam

agregando informações relevantes a matéria transmitida por meio da televisão. Como exemplo, o *Monitor da Violência*, produzido pelo site G1 e publicado na Página Especial da em parceira com as notícias transmitidas pelo Jornal Nacional e os demais telejornais da emissora.

Figura 13 - Matérias publicadas no portal da Página Especial



Fonte: Jornal Nacional / Página Especial

Observou-se por meio da análise da Página Especial indícios claros dos esforços em busca da produção de um produto informativo, interativo e colaborativo que explore todas as potencialidades do das notícias transmitidas pelo telejornal. Justifica-se esta afirmativa pois a Página Especial carrega características que marcam a diferença no que diz respeito a utilização de recursos multimídia afim de explorar a notícia ao máximo dentro do ambiente virtual. Como no exemplo abordado, a emissora produziu durante o mês de maio de 2018 um produto interativo colaborativo intitulado de: Monitor da Violência. Tal produto trata-se da coletânea de informações relacionadas ao aumento da violência no Brasil publicadas em reportagens durante os últimos seis meses.

Figura 14 - Monitor da violência: mapa interativo para a Página Especial



Fonte: Jornal Nacional / Página Especial

Durante a análise do produto informativo, interativo e colaborativo, consegue-se observar três principais características particulares que identificam o produto como um diferencial dentro do que foi analisado e estudado na presente pesquisa. No que diz respeito a melhora na informação consegue-se identificar que a reportagem especial amplia o acesso as informações exclusivas por meio do *Monitor da Violência*. Esta ferramenta permite que o internauta selecione caso a caso dos homicídios que ocorreram em sua região por meio de um mapa interativo e identifique de forma individual cada caso de assassinato no país, por meio de filtros que revelam: nome, local, idade, estado e motivo da ocorrência.

Interação e colaboração com a notícia publicada também ganham forças pois, por meio da Página Especial o internauta ainda pode colaborar diretamente com a melhoria/construção da notícia através de um espaço dedicado ao envio de informações. Neste caso em específico o leitor pode enviar fotos e relatos de casos de violência e assassinatos ocorridos em sua região de morada. Isto é, a proposta da emissora neste produto multimídia é explorar a notícia transmitida pelo telejornal de maneira diferenciada por meio da personalização, interação e colaboração do usuário. Assim o internauta interage com o conteúdo publicado adicionando informações relevantes com o

intuito de contribuir para o mapeamento da violência no Brasil.

Figura 15 - Experiência interativa proporcionada por meio da Página Especial



Fonte: Jornal Nacional / Página Especial

Foi possível observar que os conteúdos publicados na Página Especial em geral, são produtos interativos onde o internauta pode contribuir ou usufruir de informações que não são transmitidas por meio do telejornal exibido na televisão devido ao tempo e espaço curtos. Para tanto, é preciso que o profissional de jornalismo no ato da apuração se desdobre para coletar informações nos mais diversos formatos: texto, vídeos, fotos e áudios afim de contemplar as mais diversas mídias.

Spinelli (2017) explica que as empresas do setor audiovisual passam a produzir conteúdos que serão agregados com diferentes meios, reunindo assim jornalistas de diferentes áreas para a produção de uma matéria ou um especial multimídia. A autora explica que as empresas passam a orientar os profissionais na cobertura de matérias por meio da união de várias mídias. “Um texto impresso passa a ter um vídeo como complemento de seu conteúdo ou vice-e-versa, ou mesmo um projeto multimídia que utiliza o vídeo como uma mídia agregadora de conteúdo na estrutura narrativa” (SPINELLI, 2017:10).

Figura 16 - É possível enviar informações para inserir no Monitor da Violência



Fonte: Jornal Nacional/Página Especial

A autora ainda relata que estes são os casos chamados de “especiais multimídias”, considerado um novo formato que surge com o advento da internet utiliza das especificidades do meio, como é o exemplo da Página Especial. Raquel Longhi (2010), define este novo formato como uma grande reportagem multimídia, construída a partir do alicerce de um formato tradicional (como é o caso do Jornal Nacional), apenas modificando sua linguagem para o novo cenário multimídia. O autor ainda afirma que estas reportagens caracterizam-se ser por ser convergentes, integrando “*gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, dentre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear*” (LONGHI, 2010:153).

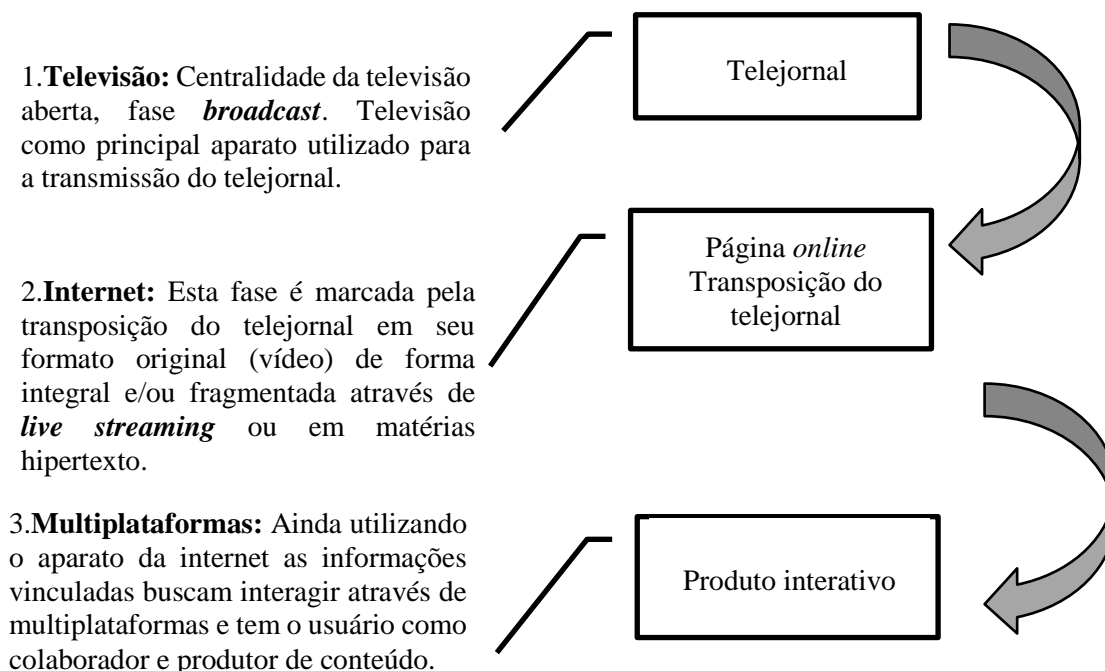
A partir da análise do formato, construção e publicação da Página Especial pode-se afirmar que se trata de um recurso válido no que diz respeito a testes incipientes de produção de conteúdo televisivo audiovisual para a internet. No entanto, é necessário ressaltar que à medida que a *web* cresce e a tecnologia da informação, velocidade de entrega, acesso a recursos multimídias e hábitos de uso melhoram, as emissoras irão sentir a necessidade do aprofundamento e diferenciação de produto. Isto é, as emissoras de televisão podem então desenvolver sites que incorporam experiências gratificantes em comunicação, entretenimento, transação e/ou sociabilidade (CHAN-OLMSTED, PARK, 2000:327).

3.6.2 Balanço crítico e considerações finais

Observou-se ao longo desta pesquisa e a partir dos resultados obtidos por meio da análise de conteúdo que a memória, instantaneidade, interatividade, hipertextualidade, personalização do conteúdo e transmidialidade são algumas das características que podem ser exploradas no jornalismo por meio das mídias digitais (MIELNICZUK, 2002). No entanto, é possível observar o quão complexo é para uma emissora de televisão transpor seu material audiovisual, no caso o telejornal, para a *web* de forma rápida, inovadora e atraente. Em relação ao potencial a ser explorado são poucas as ações inovadoras utilizadas pelos portais de telejornais na produção de conteúdos.

Como exemplo, o objeto de estudo aqui analisado, que produz uma grande reportagem especial a partir de matérias produzidas ao longo de seis meses. Considera-se que o fluxo de transposição do conteúdo noticioso da televisão para a *web* percorre o caminho indicado pelo organograma “*Fluxo de notícias do telejornal para a web*” (Figura 17), onde a publicação do conteúdo percorre três estágios: o primeiro é marcado pela saída do *broadcast* para a internet, onde ocorre a mudança de suporte e a quebra do formato linear de transmissão de notícias. O segundo estágio é considerado a reformatação do conteúdo noticioso para o ciberespaço. Neste estágio o vídeo do telejornal é transmitido via *streaming* ou desconstruídos em notícias hipertexto. E finalmente o último estágio é marcado pela produção de um produto multimídia, explorando os recursos disponíveis na *web*.

Figura 17 - Organograma fluxo da notícia do telejornal para a *web*



Fonte: Montagem autora

Além das mudanças estruturais, para Salaverría (2005), a transposição do telejornal para a internet provoca principalmente mudanças nos três processos básicos da profissão: apuração, produção e difusão. Sendo assim, configura uma nova modalidade profissional de jornalismo: (A) pois o uso das redes interativas e bancos de dados digitalizados revolucionaram os métodos de investigação e o acesso às fontes; (B) porque os processos e formas de produção dos conteúdos jornalísticos também se alteraram e, (C) devido à aparição de novos meios que empregam plataformas digitais, especialmente a internet, para publicar seus conteúdos aproveitando as possibilidades hipertextuais, interativas e multimídia. O autor defende que a imprensa, o rádio e a TV são diferentes manifestações do jornalismo em virtude de seus distintos suportes. “*E é precisamente o suporte que determina os processos editoriais e linguagens de cada tipo de jornalismo*” (SALAVERRÍA, 2005:16).

Considera-se este um grande desafio no que diz respeito a produção de conteúdo multimídia parte das grandes empresas de comunicação brasileiras. O pesquisador Amy Nascimento (2017) enfatiza que no Brasil, boa parte das empresas ainda se encontram em uma fase inicial do processo de integração dentro das redações, *“não há uma integração de produção da notícia e de conteúdos com primazia”* (NASCIMENTO, 2017). Já Chan-Olmsted e Park (2000), acreditam que o potencial inexplorado no que diz respeito a criação de um modelo de telejornal exclusivo para a internet deve-se a uma abordagem de negócios menos arriscada por parte das emissoras de televisão somado a minimização dos custos a partir da formatação dos conteúdos para a *web*.

É plausível concluir que as estações estão seguindo uma rota mais segura de expansão para esse novo meio, remontando e redirecionando seus distintos produtos existentes para entrega *online*. A ênfase no conteúdo orientado para notícias apresenta uma abordagem de negócios menos arriscada, pois *“uma estação poderá minimizar os custos reformatando o conteúdo que já possui e fornecendo a utilidade atualmente procurada pela maioria dos usuários da Web do público-alvo.”*. (CHAN-OLMSTED, PARK, 2000:335)

Após extensa análise e exposição do conteúdo produzido da emissora Rede Globo, por meio do Jornal Nacional para a internet, observa-se que nos *sites* do programa jornalístico televisivo brasileiro (Globo Play, Portal G1 e Página Especial), um esforço considerável para a publicação de conteúdo multimídia para a *web*. No entanto, não há presença significativa no que diz respeito a produção de um material jornalístico audiovisual webtelejornal especificamente para internet, validando a afirmativa de Amaral (2004), que alega que desde as primeiras emissões, a televisão evoluiu muito enquanto técnica, enquanto tecnologia e enquanto linguagem, mas muito pouco enquanto conceito (AMARAL, 2004:37). Conceito que, como foi possível observar é reproduzido em outros suportes de transmissão, como é o caso da internet.

Observou-se também que cerca de 90% do material publicado nos *sites* Globo Play, Portal G1 e Página Especial já foram veiculados anteriormente na TV e, só em seguida, disponibilizado nos *sites* para que os internautas possam assistir ou ler a notícia em um

novo suporte. Pode-se considerar que a internet não passa de uma ferramenta para estreitar a relação com o telespectador e até mesmo incentivar a visualização dos programas na TV. Spinelli (2017), justifica a ausência de material *online* significativo pois o conteúdo publicado na internet ainda não cumpre em sua totalidade a função de acrescentar informação, pois a notícia é apenas convertida para um formato/linguagem diferente. (SPINELLI, 2017).

Já por meio da análise da Página Especial, desenvolvida pelo telejornal Jornal Nacional, observou-se como a emissora busca explorar recursos e plataformas multimídias para proporcionar ao usuário uma experiência mais completa de informação e interação com a notícia. Jenkins (2009), caracteriza o novo usuário da *web* como consumidores ativos. O autor explica que os antigos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Já os novos consumidores são mais conectados socialmente. “*Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos.*” (JENKINS, 2009:47)

Janet Murray (2003), define a interação dos receptores da notícia – que assistem o telejornal conectados a *web* ou acessam o conteúdo *online*, em seguida –, utilizando o termo: “experiência combinada” para definir atividades sequenciais “*assistir e, então, interagir*” (MURRAY, 2003:237). Onde são executadas atividades simultâneas, porém separadas. Interagir com o conteúdo publicado na *web* enquanto assiste o telejornal por meio do aparelho televisivo. A autora ainda revela que esta tendência passa a ser uma experiência combinada pois o usuário tende a assistir e interagir num mesmo ambiente (Idem:37).

Uma das primeiras modificações observadas no Jornal Nacional, é a quebra de um programa exibido integralmente de forma linear pela televisão convencional em vídeos menores fragmentados para a *web*. A partir desta quebra a estrutura sequencial converte-se em arquivos que podem ser acessados de acordo com a vontade do webtelespectador. Para além disso, observou-se que o ao vivo se converte em repositório de memórias das notícias veiculadas no programa televisivo. Observou-se também que o telejornal aplica

um dos modelos descritos por Amaral (2004), o de WebTV transpositiva *on demand* por módulos (AMARAL, 2004:271), segundo o qual, o conteúdo transposto é repartido e em seguida acessado por meio de *manchetes-links*.

Quando a emissora de televisão disponibiliza sua programação na rede não existe nenhum suporte textual que prepare o internauta para o que irá assistir, a não ser as *manchetes-links* que abrem a janela do vídeo, como observou-se no Globo Play. Neste caso, a emissora está fazendo o telejornalismo padrão do sistema convencional, *broad* ou *narrowcasting*, e utilizando a internet como suporte de emissão, como utiliza o satélite, o cabo ou as ondas hertzianas (AMARAL, 2004:7).

Considera-se que o Jornal Nacional utiliza esta prática citada por Amaral (2004), no que diz respeito a primeira fase de transposição utilizando o portal Globo Play, onde o conteúdo limita-se a vídeos e *manchetes-link*. No entanto, consegue-se observar outras formas de publicação da transposição do conteúdo televisivo para a *web* por meio do site G1 e Página Especial, onde a emissora busca explorar os recursos disponíveis no universo digital.

Renault (2013), afirma que tal expansão do negócio no meio virtual alargou-se na medida em que a expansão da infraestrutura tecnológica e do acesso da população ao computador e à internet aumentaram, fato que o que incidiu diretamente sobre a necessidade do telejornalismo de buscar um lugar no ciberespaço. A autora firma que, sem abandonar seu caráter de negócio e de concorrência em busca de conquistar mercado consumidor de informação audiovisual o webtelejornalismo demonstra ainda não ter abandonado a natureza controladora do seu antecessor. “*O webtelejornalismo demonstrou resistência à fluidez do ciberespaço e parece compreender a interatividade como uma concessão ao internauta*” (RENAULT, 2013: 312).

A seguir o organograma explica o fluxo do telejornal para a *web*. Como citado por Renault (2013), o último estágio trata-se de uma concessão, ou seja, um desdobramento do telejornal. Pode-se considerar que o conteúdo publicado pelo telejornal na *web* avança em disponibilizar no ciberespaço programas, reportagens e informações que antes não eram acessíveis ao público. A partir da disponibilização dos telejornais na *web* o

internauta pode ver, rever ou voltar a ver o conteúdo quantas vezes lhe interessar. Considera-se que ao disponibilizar os arquivos o Jornal Nacional rompe com o modelo de exibição instantânea do telejornal e passa a ser um cibermeio que se coloca à disposição do internauta.

Contudo, ainda é observado certa dificuldade e resistência no que diz respeito a criação e publicação de conteúdo exclusivo para a *web*. Além da mutação constante dos aparatos e recursos multimídia, o profissional da comunicação enfrenta desafios no que diz respeito a explorar as potencialidades do ambiente virtual. Fato que pode ser justificado devido a função multitarefas por parte dos profissionais que executam o telejornal que, como observou-se, por si só já é complexo o suficiente.

Conclusão

O ciberespaço conta com ferramentas que possibilitam a utilização de uma série de funcionalidades para tornar a narrativa dos telejornais mais atrativa para a *web*. Infográficos interativos, áudios, vídeos e uma série de outros recursos multimídia podem ser utilizados à favor da criação de um conteúdo inovador, sendo esta uma importante fonte para noticiar de forma imersiva dentro de uma nova cultura de consumidores multiplataformas. Como foi observado ao longo desta pesquisa por meio da discussão entre autores e dos resultados obtidos através das análises das grelhas, os recursos tecnológicos disponíveis na internet ainda são explorados de maneira sutil por grandes emissoras de televisão, como é o caso do objeto de estudo: Jornal Nacional.

Com relação a melhor exploração dos recursos oferecidos pelo meio digital, Nascimento (2017), considera que, no geral, as grandes empresas de comunicação pouco exploram desses artifícios. “*O que se nota é uma falta de maior aproveitamento das vantagens oferecidas por cada plataforma*” (NASCIMENTO, 2017: 29). Em resposta a esta afirmação apontada pela autora, é possível observar por meio desta dissertação como o Jornal Nacional tem se portado diante deste cenário, além das possíveis razões que restringem a melhor exploração das ferramentas multimídia.

Baseado na análise realizada no presente trabalho pode-se concluir que a emissora transpõe o telejornal Jornal Nacional para três páginas distintas: Globo Play, G1 e Página Especial. Cada uma cumpre funções específicas que são identificadas utilizando o conceito de transposição de conteúdo apontado por Mielniczuk (2002), sendo eles; memória e instantaneidade através do acesso direto a notícia pelo Globo Play, hipertextualidade, por meio das notícias em formato de texto e *hiperlinks* publicadas no *site* G1 e interatividade/personalização do conteúdo por meio da Página Especial.

Durante o período analisado nota-se certa dificuldade por parte do telejornal no que diz respeito ir além na produção de um conteúdo audiovisual novo e exclusivo para a internet. Um dos primeiros motivos identificados na presente pesquisa é a limitação da equipe do telejornal. Os profissionais designados para criar, produzir e publicar conteúdo noticioso para a televisão dividem-se em multitarefas afim de remoldar o conteúdo

noticioso aos moldes do mundo virtual. Outro elemento que deve ser ressaltado é o custo de produção e distribuição dos conteúdos audiovisuais *online*, devido a isso o telejornal limita-se a novas combinações entre texto e imagem, como é o caso da criação da Página Especial.

Para além disso, o jornalismo que por si só já exige instantaneidade e rapidez na publicação de informações, impõem aos jornalistas e *webdesigners* uma velocidade de produção e publicação acelerada, além do risco de repetir conteúdos e formatos. Spinelli (2012), acredita que este é motivo o qual os telejornais ainda permanecem estagnados produzindo telas padronizadas e formas fechadas de apuração.

Faz-se necessário destacar que, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), o alcance e níveis de confiança no telejornal como principal meio de informação no Brasil agregam ainda mais valor e cautela no que diz respeito a transposição do formato para um novo suporte. Vale destacar que o telejornal é um gênero do telejornalismo utilizado como ferramenta de comunicação pública, isto é, carrega consigo valor e credibilidade construídos ao longo dos anos. Por este motivo é preciso cautela no que diz respeito a sua desconstrução.

Ao se configurar como cibermeio, o telejornal na *web* abandona definitivamente a instantaneidade proporcionada pelo *ao vivo* ganhando novas características. Sua natureza virtual o leva a ultrapassar seu antecessor no que diz respeito às possibilidades de ser visualizado pelo internauta, como o acesso a memória do telejornal disponibilizado através do Globo Play. Para além disso, considera-se que o Jornal Nacional mantém seu formato original transmitido pela televisão, apenas realizando a sua transposição de forma hipertextual ou em raros casos, cria-se um conteúdo multimídia, como é o caso da Página Especial. Por meio desta página é realizada a produção de novos produtos multimídia como o Mapa da Violência que permite a interação e colaboração dos internautas com a notícia.

Pode-se observar que os conteúdos produzidos por grandes emissoras ainda

mantêm os padrões de produção do telejornal, apenas realizando o *upload*⁹ do mesmo conteúdo transmitido na televisão para a *web*. Em resposta negativa ao questionamento inicial aqui exposto, considera-se que o Jornal Nacional ainda não apresenta um modelo inovador de webtelejornal em vídeo com características e modo de produção exclusivo para a internet. Considera-se ainda que o modelo estabelecido pelos meios de comunicação de massa, em que a comunicação se dá de poucos para muitos, ainda continua a ser hegemônico e as potencialidades de interação e de produção de conteúdos convergentes e inovadores, o que corresponde ao terceiro estágio do jornalismo, ainda são quase inexistentes. Faz necessário destacar que, com o objetivo de perceber o modo de produção e escolha das notícias transpostas do programa televisivo para a internet, foi realizada uma tentativa de contato com a redação do Jornal Nacional. No entanto até a conclusão do presente trabalho não foi obtido resposta.

Com relação aos critérios de seleção e transposição das informações do analógico para o digital, não foi possível identificar um padrão de escolha das notícias. Golding e Elliot (2003), consideram que valores-notícia são usados de duas maneiras: a primeira utilizando critérios para selecionar do material disponível para a redação aos elementos dignos de serem incluídos no produto final. *“Em segundo lugar, eles funcionam como linhas guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público”* (GOLDING, ELLIOT, 2003: 203).

Justificativa que, de acordo com Renault (2013), diz respeito a propagação acelerada das notícias no mundo virtual. Uma vez disponíveis nas páginas dos webtelejornais, as reportagens televisivas se libertam do arcabouço do telejornal e ganham fluidez no ambiente hipertextual, que é fragmentado e rizomático. *“Para além da cópia e replicação do material que antes (televisão) limitava-se ao tempo de exibição”* (RENAULT, 2013). Considera-se que este é um dos principais motivos da nítida cautela por parte das emissoras com relação a transposição de seu conteúdo para o meio virtual. Diante da credibilidade dada ao telejornal nota-se que as emissoras agem com certo

⁹ Termo em inglês utilizado para definir a transmissão de arquivos para a *web*.

cuidado ao disponibilizar conteúdo noticioso *online*.

A partir desta justificativa clarifica-se o modo de produção e as principais características que marcam a diferença entre a realização do telejornal para a televisão e para a transposição para a internet. A primeira característica observada é as reportagens que se libertam dos blocos televisivos, da apresentação de um âncora que formata e centraliza a informação audiovisual. No meio virtual o telejornal se fragmenta em vídeos, que são unidades informativas à disposição do interesse e da ação do internauta (RENAULT, 2013). Pode-se afirmar que o webtelejornal está na rede e, tal como ela, não possui início, meio, nem fim, como se dá com o telejornal convencional para a televisão. Diferente do programa televisivo, delimitado por blocos entre intervalos comerciais, inseridos nos espaços cronometrados das grades de programação da emissora televisão, o webtelejornal se liberta em um mosaico de telas.

O Jornal Nacional reafirma o conceito de virtualidade proposto por Pierre Lévy (1999), pois se mantém à disposição do internauta para a atualização da informação audiovisual quando a este interessar. Renault (2013), explica que a transposição do telejornal para a internet é caracterizada pelo transbordamento, ou seja, ele é um cibermeio que possibilita a expansão da informação audiovisual graças às possibilidades hipertextuais de conexão. Neste caso, considera-se transbordamento a criação da Página Especial, onde um novo produto de informação nasce a partir da exploração do nível de aprofundamento, como indicado por Canavilhas (2006), por meio da aplicação da pirâmide-deitada.

Observou-se que o webtelejornal possibilita a expansão da reportagem ao levá-la para um ambiente em rede, no qual informações apuradas jornalisticamente e imagens produzidas por repórteres cinematográficos reverberam pela ação dos internautas em formas materializadas, entre outras, pelas redes sociais. É possível prever que à medida que a internet cresce e a tecnologia de entrega melhora, as emissoras de televisão entrarão em um estágio de desenvolvimento que requer mais diferenciação de produto. As estações podem então desenvolver *sites* para incorporar experiências gratificantes em comunicação, entretenimento, transação ou sociabilidade. Renault (2013), diz que tal

progressão no desenvolvimento do conteúdo jornalístico audiovisual para a internet pode exigir que as emissoras criem conteúdo original. *“É preciso que as emissoras criem conteúdos específicos afim de capitalizar as características de interatividade e personalização do internet”* (Idem, 2013:307).

As pesquisas nas estratégias do telejornal para a internet podem se concentrar no desenvolvimento desde a criação de um conteúdo original, a aplicação de recursos que melhoram a entrega de tal conteúdo, além disso a colaboração e o uso do público como agentes de construção dos conteúdos e estruturas noticiosas. Para tanto, os profissionais de mídia tradicional como emissoras de televisão precisam melhorar sua compreensão da internet não apenas como um novo sistema emergente de mídia, mas também uma ferramenta estratégica para ganhar vantagens competitivas.

Por fim, com base na discursão e análise dos resultados aqui expostos, considera-se que o maior desafio na produção do webtelejornalismo é a possibilidade de compilar todas as informações em um sistema comum, de modo criativo promovendo novas abordagens dos fatos sociais e ampliando a participação dos internautas neste processo. Conclui-se que a transposição do telejornal para a *web* ainda experimenta os primeiros passos em direção a um formato próprio, que tende a ser consolidado e usufruído de maneira gloriosa.

Referências bibliográficas

- Amaral, N. M. (2004). *Televisão e telejornalismo do analógico ao virtual*. São Paulo : USP .
- Bazi, R. (n. 2 2001). A dramatização na construção das reportagens de televisão. *Revista de Estudos de Jornalismo* , 5-14.
- Becker , B., & Teixeira , J. (2009). Narrativas jornalísticas audiovisuais: um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL. *Revista Galáxia* , 232-246.
- Becker, B. (2009). Um Panorama da Produção Jornalística Audiovisual no Ciberespaço, as experiências das redes colaborativas. *XVIII Encontro da Compôs. Estudos de Jornalismo - PUC Belo Horizonte* .
- Berelson, B. (1984). *Content analysis in communication research*. New York: Hafner.
- Brasileiro, A. N. (13 de agosto de 2017). A reconfiguração do telejornalismo através da web: análise do G1 em 1 minuto. Paraíba , Brasil . Disponível em:
dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/.../3/PDF%20-%20Amy%20Nascimento%20Brasileiro.pdf
- Canavilhas, J. (2006). WebJornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. *Universidade da Beira Interior* .
- Canavilhas, J. M. (2006). Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. Em *Comunicação e Sociedade* (pp. 113-119). Portugal .
- Cannito, N. (2010). *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo : Summus .
- Chan-Olmsted , S., & Park, J. (2000). *From On-Air to Online World: Examining the Content and Structures of Broadcast TV Stations' Web Sites*. Florida: Sage Journals. College of journalism and communications at the Univerrrity of Florida .
- Coutinho, I. (2008). Lógicas de uso do telejornal: o público como princípio orientador e legitimador dos noticiários televisivos. *Eco-Pós*.
- Deluze , G., & Guattari , F. (1995). Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. *Coleção Trans - São Paulo*, 96.

- Edo, C. (2002). Del papel a la pantalla: la prensa en internet. . *Comunicación Social Ediciones y Publicaciones* .
- Eisenstein, S. (1990). *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Finger, C. (Setembro de 2011). Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócios. *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.
- Fragoso, A. G. (2013). *Mediação da crise financeira no Jornal da Noite da Sic*. Braga: Universidade do Minho. Disponível em:
<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/28243/1/Alberto%20Gon%C3%A7alves%20Fragoso.pdf>
- Globo Play*. (20 de janeiro de 2018). Fonte: Site Globo Play :
<https://globoplay.globo.com/>
- Ibope Nielsen Brasil*. (15 de março de 2018). Fonte: Pesquisa Ibope Nielsen:
<https://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2014/De-olho-no-potencial-brasileiro-Nielsen-Ibope-anuncia-novas-metricas-de-audiencia-de-Internet.print.html>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo : Aleph .
- Jornal Nacional* . (15 de dezembro de 2017). Fonte: Página do Jornal Nacional:
<https://g1.globo.com/jornal-nacional/>
- Lemos, A. (2004). *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre : Sulina .
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura* . São Paulo, 3 ed.: Jorge Zahar.
- Longhi, R. R. (2010). Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. Em *Estudos em Comunicação* (pp. 149-161).
- Longo, W. (2014). *Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram* . São Paulo : HSM do Brasil.
- Machado, A. (2000). *A televisão levada a sério* . São Paulo : Editora SENAC.

- Macluhan, M. (1974). *Os meios de comunicação como extensões do homem* . São Paulo : Understanding Media - 4ª ed. .
- Martins, N. (2006). *Informação na tevê: a estética do espetáculo*. Porto Alegre : Editora Sulina .
- McQuail, D. (2013). *Teoria da comunicação de massas* . Lisboa : Edição da Fundação Calouste Gulbenkian .
- Melo, C. (2009). *O espetáculo do Jornal Nacional como guia orientador dos telejornais regionais*. Goiânia : III Encontro de Pesquisa em Comunicação e Cidadania.
- Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. Salvador: UFBA/PPGCC.
- Moherdau, L. (2007). *Guia de Estilo Web: produção e edição de notícias on-line*. São Paulo : Editora SENAC.
- Mota, R. (2001). *Televisão Pública: a democracia no ar* . Minas Gerais : Universidade Federal de Minas .
- Murray, J. H. (2003). *Hamlet no Holodeck: o futuro das narrativas no ciberespaço* . São Paulo : Itaú Cultural, Ed. Unesp.
- Nogueira, L. (2004). O jornalismo audiovisual online e suas fases na web. *V Congresso Ibero Americano de Periodismo em Internet*. UFBA .
- Página Especial* . (10 de dezembro de 2017). Fonte: Mapa da violência : <http://especiais.g1.globo.com/monitor-da-violencia/2017/uma-semana-de-mortes-violentas-no-brasil/>
- Palácios, M. (2003). *Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático* . São Paulo : JnCultural . Disponível em: https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_redeshibridas.pdf
- Rasêra, M. (2010). *Convergência jornalística: uma proposta de definição do termo*. São Paulo : Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Renault, L. (2013). *Webtelejornalismo* . Rio de Janeiro : E-pappers .

- Renault, L. (2015). De telejornal ao webtelejornal: a era digital dota a reportagem audiovisual de memória disponível . *10º Encontro Nacional de História da Mídia - ed. 10, Porto Alegre* .
- Renó, D. (2011). Jornalismo de bolso: a produção de notícias para a blogosfera a partir de telefones móveis . *TecCom Studies - n. 2, ano 1*.
- Renó, D. P. (2011). *Periodismo, redes sociales y transmediación*. Periodismo, redes sociales y transmediación.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. Pamplona .
- Scolari, C. A. (2009). *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production*. Catalunya: International Journal of Communication 3.
- Secretaria de Comunicação - SeCom . (11 de março de 2018). Fonte: Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2016: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>
- Silva, G. (2005). *Para pensar critérios de noticiabilidade*. *Revista Estudos em Jornalismo*. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina .
- Sodré, M. (2006). Técnica de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística . *Summus* .
- Sousa, J. P. (2006). *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó : Argos .
- Spinelli, E. M. (2012). Jornalismo audiovisual: gênero e formatos na televisão e internet. *Revista AlterJor - Jornalismo Popular e Alternativo - ECA, USP*.
- Stycer, M. (2016). *Adeus, controle remoto: uma crônica do fim da TV como a conhecemos* . Porto Alegre : Arquipélogo .
- Stycer, M. (12 de agosto de 2016). Jornalismo Digital e Televisão . (C. futura, Entrevistador)
- Vizeu, A. (2005). *Decidindo o que é a notícia: os bastidores do telejornalismo*. 4ª edição. Porto Alegre: Edi PUCRS.
- Watts, H. (1990). *On camera: o curso de produção de filme e vídeo BBC* . São paulo : 5ª Edição, Editora Summus .

Wenzel, C. A. (março de 2008). A divulgação da violência no telejornal da TV Cultura: o tratamento dado ao tema por uma emissora educativa. *Revista Comunicare*, pp. 115-126.

Wolf, M. (2003). *Teorias da comunicação de massa*. São Paulo : Martins Fontes.

Wolton, D. (1996). *O elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Editora Ática.


Anexos

← + ! 🗑️ ✉️ 🕒 📺 🗨️ ⋮

1 de 3 ← → ⚙️

Dúvidas - produção Jornal Nacional ⌵ Caixa de entrada x

✕ 🖨️ 📧



Michelle Brito <michellebrito91@gmail.com>
para redacao ▾

21:56 (Há 1 hora) ☆ ↶ ⋮

Olá, Boa noite.
Prezados,
Me chamo Michelle Brito, sou estudante do mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Porto.
Venho por meio deste realizar algumas perguntas acerca da rotina de produção do telejornal Jornal Nacional para a Web. Estou pesquisando a respeito das novas reconfigurações do telejornalismo online, seria de grande importância para o enriquecimento da minha dissertação.
Com os melhores cumprimentos,

⋮
