

**UNIVERSIDADE DE MARÍLIA**

**JULIANA FONTANELLA DA CUNHA**

**O TELEJORNAL NA TRANSPOSIÇÃO DAS MÍDIAS:  
MODOS DE PRODUÇÃO E EFEITOS DE SENTIDO**

Marília - SP  
2006

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE DE MARÍLIA  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO EDUCAÇÃO E TURISMO**

REITOR  
MÁRCIO MESQUITA SERVA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
COORDENADORA PROF<sup>a</sup> DR<sup>a</sup> SUELY FADUL VILLIBOR FLORY

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO  
MÍDIA E CULTURA

LINHA DE PESQUISA  
PRODUÇÃO E RECEPÇÃO DE MÍDIA

ORIENTADORA  
PROF<sup>a</sup> DR<sup>a</sup> LINDA BULIK

JULIANA FONTANELLA DA CUNHA

**O TELEJORNAL NA TRANSPOSIÇÃO DAS MÍDIAS:  
MODOS DE PRODUÇÃO E EFEITOS DE SENTIDO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Marília, para obtenção de título de Mestre em Comunicação.

**Orientadora: Profa. Dra. Linda Bulik**

Marília - SP  
2006

JULIANA FONTANELA DA CUNHA

**O TELEJORNAL NA TRANSPOSIÇÃO DAS MÍDIAS:  
MODOS DE PRODUÇÃO E EFEITOS DE SENTIDO**

**BANCA EXAMINADORA**

**Profa. Dra. Linda Bulik (orientadora)**

Julgamento \_\_\_\_\_

Assinatura \_\_\_\_\_

**Profa. Dra. Ana Sílvia Lopes Davi Médola**

Julgamento \_\_\_\_\_

Assinatura \_\_\_\_\_

**Profa. Dra. Maria Cecília Guirado**

Julgamento \_\_\_\_\_

Assinatura \_\_\_\_\_

**Marília - SP**

**2006**

## **DEDICATÓRIA**

À MINHA MÃE, UMA VENCEDORA,  
E A TODAS AS FORÇAS QUE NOS MANTÊM  
NOS MOMENTOS EM QUE PERDEMOS A FÉ.

## **AGRADECIMENTOS**

*À minha família que sempre acreditou em mim*

### **À minha orientadora**

*Professora Doutora Linda Bulik*

### **Às professoras**

*Doutoras Ana Maria Gottardi, Carly Batista de Aguiar, Elêusis Camocardi,*

*Maria Cecília Guirado, Suely Fadul Villibor Flory*

### **Aos funcionários da Unimar (especialmente)**

*Andréa Infante Hermínio e Rosângela Braga Barbosa*

### ***In memoriam***

*Abmael Rocha, para sempre no meu coração*

**A todos aqueles que tocam corações e transformam vidas.**

*Conforme adquirimos mais conhecimento,  
As coisas não se tornam mais compreensíveis,  
E sim, mais misteriosas.*

**Albert Schweitzer**

CUNHA, Juliana Fontanella da. **O Telejornal na Transposição das Mídias: efeitos de sentido e modos de produção.** 2006. Dissertação. (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Marília. Marília, 2006.

## RESUMO

A pesquisa traça o quadro evolutivo da comunicação e as similaridades entre *Atos e Mecanismos* do processo comunicacional, em uma perspectiva diacrônica, objetivando, com isto, mostrar que os avanços tecnológicos materializam o desejo mais profundo do ser humano de simbolizar e interagir com seus semelhantes, desde o homem da Pré-História. Os modos de representar e simbolizar da Era Digital – assim como a interatividade – são fios da mesma trama, que começou a ser tecida pelos homens de *Neanderthal* e *Cro-Magnon*.

Num segundo momento, esta dissertação contextualiza os progressos tecnológicos do século XX, bem como as transformações culturais e comunicacionais decorrentes desses avanços, aqui denominados *Hibridismos* e *Convergência*.

*Hibridismos* retratam o diálogo entre as mídias, culminando com um novo processo nomeado *Convergência*, que corresponde à entrada da Internet neste cenário. *Convergência* identifica as transformações ocorridas no modo de produção dos telejornais da TV aberta (*broadcasting*) e sua transposição para o ambiente multimídia da Internet (*webcasting*), bem como a existência ou não de interferência do receptor em alguma etapa do processo. A partir dos parâmetros que regem o discurso em telejornalismo e a interatividade no ambiente virtual, aponta mudanças impostas à linguagem e ao discurso televisual por influência da ciber-presença.

O último capítulo responde à pergunta-chave desta dissertação de Mestrado: como se dão os modos de produção e quais efeitos de sentido ocorrem na transposição do telejornal da TV aberta (*broadcasting*) para a Internet (*webcasting*). Para tanto, observou-se o tratamento dispensado à crise política, no período de maio a dezembro de 2005, em ambas as mídias e a forma como as reportagens foram transmitidas. O conjunto desses telejornais compõe o universo da pesquisa de onde foi extraído um recorte destinado a constituir o *corpus* sobre o qual incidem a observação da pesquisadora e a análise de conteúdo. Além disso, foi produzido o vídeo-documentário **A Crise Política: O Mensalão** (1h40') que encerra o *corpus* da pesquisa e ao mesmo tempo, constitui um registro das fontes documentais da cobertura política televisual, no período estudado.

**Palavras-chave:** telejornalismo; transposição midiática; novas tecnologias da comunicação; hibridismos; convergência; história da mídia; efeitos de sentido.

CUNHA, Juliana Fontanella da. *The TV News Program in the Transposition of Media: sense of effects and ways of production*. 2006. Dissertation. (Master in Communication) – Marília University. Marília, 2006.

## **ABSTRACT**

*The research traces the evolution picture of Communication and the similarities between Acts and Mechanisms of the comunicacional process in a diachronical perspective, having as an object, to show that the technological advances materialize the deepest wishes of the human being: to symbolize and to interact with its fellow creatures, since Prehistory. The way to represent and to symbolize of the Digital Age - as well as interactivity - are wires of the same tram that started to be weaved by the man of Neanderthal and Cro-Magnon.*

*In a second moment, this dissertation contextualizes the technological progresses of the 20th Century, as well as the cultural and communicational transformations that came after these advances, here called Hybridism and Convergence.*

*Hybridism portrays the dialogue between the Medias, culminating with a new nominated process: Convergence that corresponds to the entrance of the Internet in this new scene. Convergence identifies the transformations occurred in the way of production of the TV News Program of the open TV (broadcasting) and its transposition for the multimedia environment of the Internet (web casting), as well as the existence or not of interference of the receiver in some stage of the process. From the parameters that conduct the speech in TV News Program and the interactivity in the virtual environment, it points out changes imposed to the language and the televisual speech for influence of the cyber-presence. That was provided by the files of the televisual covering the 2005 Political Subject and its transposition for web casting.*

*The last chapter answers the main question of this Dissertation: how the way of production works and what effects came from the TV newscast of Open TV (broadcasting) to the Internet (webcasting). For that it was observed the way the Press handled the covering of the Political Crisis, from the period of May to December of 2005, in both the media and the way the news have been transmitted. The universe of that TV newscast from the research as of where he went extracted the fragment to compose the corpus in which we focus the observation and the analyses of content. There of, a video documentary was produced – **A Crise Política: O Mensalão** – they constitute the corpus of this research and also, it is a memorial from the coverage of TV newscast during the period focused.*

**Key-words:** *TV newscast; media transposition; new technologies of the communication; hybridism; convergence; sense effects; media history*

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - Representação Marajoara de Escorpião.....	25
Ilustração 2 - Alfabeto da Mesopotâmia 4000 aC.....	28
Ilustração 3 - Exemplos de Ideogramas (contemporâneos).....	29
Ilustração 4 - Alfabeto fonético Fenício 1.500 aC.....	29
Ilustração 5 - Tribo reunida para ouvir estórias. Ilustração 6 - Família em torno do rádio. Moderno aparelho de comunicação e entretenimento nas primeiras décadas do Século XX.....	37
Ilustração 5 - Tribo reunida para ouvir estórias. Ilustração 6 - Família em torno do rádio. Moderno aparelho de comunicação e entretenimento nas primeiras décadas do Século XX.....	37
Ilustração 7 - Ambiente multimídia (estímulos tácteis, visuais e sonoros).....	37
Ilustração 8 - Monges copistas trabalhando Ilustração 9 - Impressão manual de imagens – xilogravura.....	46
Ilustração 8 - Monges copistas trabalhando Ilustração 9 - Impressão manual de imagens – xilogravura.....	46
Ilustração 10 - Metrópolis (LANG, 1927) Ilustração 11 - Luzes da Cidade (CHAPLIN, 1931) .....	50
Ilustração 10 - Metrópolis (LANG, 1927) Ilustração 11 - Luzes da Cidade (CHAPLIN, 1931) .....	50
Ilustração 12 - Platéia de filme em 3D Ilustração 13 - Realidade Virtual – Simulador de direção.....	51
Ilustração 12 - Platéia de filme em 3D Ilustração 13 - Realidade Virtual – Simulador de direção.....	51
Ilustração 14 - O médico à esquerda opera instrumentos simulando uma cirurgia, como no quadro à direita.....	52
Ilustração 15 - Aparelho de transmissão e recepção de radiofoto em uso (1940-45).....	55
Ilustração 16 - Nixon x Kennedy (CBS, 1969) Ilustração 17 - Collor x Lula (Globo, 1989)..	71
Ilustração 16 - Nixon x Kennedy (CBS, 1969) Ilustração 17 - Collor x Lula (Globo, 1989)..	71

## SUMÁRIO

UNIVERSIDADE DE MARÍLIA.....	2
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO EDUCAÇÃO E TURISMO.....	2
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	10
SUMÁRIO.....	11
INTRODUÇÃO.....	13
1. COMUNICAÇÃO: ATOS E MECANISMOS.....	16
1 COMUNICAÇÃO: ATOS E MECANISMOS.....	17
1.1 Transformações: a criação de códigos.....	21
1.2 Trans-codificações: do ícone à escrita.....	27
1.3 Informação.....	30
1.4 Um novo século, um novo mundo para a comunicação.....	33
1.5 Transmutações: novos ritmos para a comunicação.....	35
2. HIBRIDISMOS.....	44
2 HIBRIDISMOS.....	45
2.1 Os sujeitos se deslocam.....	53
2.2 Estímulos multiplicados.....	56
2.3 Mobilidade.....	57
2.4 Mutação.....	60
3. convergência.....	62
3. CONVERGÊNCIA.....	63
3.1 Tele-Visão.....	69
3.2 História do Telejornal.....	72
3.3 Sob medida.....	76
3.4 Ciber-telejornalismo.....	77
3.5 Operação: Convergência.....	82
4. Algumas verificações:.....	85
Análise dos modos de produção e efeitos de sentido.....	85
4 Algumas verificações:.....	86
Análise dos modos de produção e efeitos de sentido.....	86
4.1 Descrição do Corpus da Pesquisa.....	92
4.2 Análise de conteúdo.....	100
4.2.1 Modos de produção.....	103
4.2.2 Efeitos de Sentido.....	107
4.2.2.1 Cena 1- Anúncio da Crise Política: o flagrante nos Correios.....	107
4.2.2.2 Cena 2 - Discurso de Roberto Jefferson no Conselho de Ética.....	110
4.2.2.3 Cena 3 – Editorial do Ciber-telejornal Terra sobre a Crise.....	113
4.2.2.4 Cena 4 –Ministro José Dirceu anuncia saída da Casa Civil.....	115
4.2.2.5 Cena 5 – Depoimento de Marcos Valério de Souza na CPMI dos Correios.....	116
4.2.2.6 Cena 6 – Quebra de sigilos gera polêmica na CPMI.....	117
4.2.2.7 Cena 7 – Marcos Valério de Souza confirma denúncias.....	119
4.2.2.8 Cena 8 – Presidente Lula declara que seu Partido deve superar a crise.....	121
4.2.2.9 Cena 9 – Depoimento de Delúbio Soares à CPMI.....	121
4.2.2.10 Cena 10 – Interface do Ciber-telejornal Terra.....	123
4.2.2.11 Cena 11 – Depoimento à CPMI de Duda Mendonça e Zilmar da Silveira.....	124
4.2.2.12 Cena 12 – Acareação entre deputados é espetacularizada na mídia.....	125
4.2.2.13 Cena 13 - Relatório Preliminar /CPMI Mensalão.....	127
4.2.2.14 Cena 14 – Cassação de mandato do Deputado Roberto Jefferson.....	128
4.2.2.15 Cena 15 – Renúncia do Presidente da Câmara, Severino Cavalcanti.....	129

4.2.2.16 Cena 16 - Cassação do mandato de deputado do ex-ministro José Dirceu .....	130
4.3 Verificações Adicionais .....	131
5. APONTAMENTOS FINAIS.....	133
5. APONTAMENTOS FINAIS.....	134
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	143

## INTRODUÇÃO

No estado atual de desenvolvimento das tecnologias de comunicação vivemos um diálogo de convergência entre a televisão e a Internet. É uma fase de experimentação em que modelos eficientes, no cenário audiovisual estão se mostrando incompatíveis com o espaço da hipermídia. O telejornalismo é um dos produtos dessa natureza em circulação na Rede Mundial; entretanto, a polifonia dos discursos, que compõe seu enunciado, é um desafio para os recursos tecnológicos disponíveis. A imagem em vídeo, elemento essencial da cobertura televisual, está longe da qualidade obtida na televisão analógica mais simples.

Percebemos que poucas emissoras têm adotado procedimentos para contornar essa dificuldade e o que está em circulação é uma profusão de imagens fantasmagóricas, sem sincronia de áudio e vídeo, apresentando falhas nos procedimentos de envio de arquivos, cujo resultado afeta a distribuição *on-line* de notícias e fazem com que as mensagens cheguem, pela metade, ao destinatário. A problemática que se instaura é que com imagens de baixa qualidade o receptor não percebe todas as instâncias discursivas da linguagem do telejornal.

Em 2005, uma crise política decorrente de denúncias de esquemas de corrupção no Governo Federal se instalou no Brasil ocupando as manchetes dos noticiários nacional e internacional. A Editoria Política estava em destaque, assim, recorremos ao principal assunto em pauta na ocasião para estudar as possíveis alterações de conteúdo quando a notícia era transposta da televisão para a Internet. Entre os meses de maio a dezembro, desse mesmo ano, observamos o tratamento dispensado ao assunto em ambas às mídias e a forma como as reportagens foram transmitidas (veiculadas ao vivo na televisão, na Internet, ou ainda, dispostas em arquivos de vídeos no ambiente virtual). No caso da *Web*, adotamos como referência o telejornal do Portal **Terra**, que esboça uma linguagem para hipermídia. O conjunto desses telejornais compõe o universo da pesquisa de onde extraímos um recorte destinado a constituir o *corpus* sobre o qual incidem nossa observação e a análise dos modos de produção e efeitos de sentido – tema desta dissertação de Mestrado.

Para tanto, tornava-se necessário compreender como se chegou à hipermídia e de que maneira o entendimento do papel do receptor modificou-se com o passar dos tempos. Era preciso encontrar a origem da motivação do homem para desenvolver tecnologias sempre mais avançadas e velozes para se comunicar. Esta dissertação engloba um percurso diacrônico, desde a Pré-História até os dias de hoje, com o intuito de compreender a evolução da tecnologia comunicacional e como esta moldou, através dos tempos, o modo de pensar e organizar o pensamento através do discurso. A preocupação em comunicar sempre

acompanhou o homem. A compreensão de que era necessário recorrer a códigos data de tempos imemoriais e sua consecução remonta à escrita. Os suportes evoluíram muito, mas forçoso é constatar que, na sua essência, a hipermídia recorre a traços, pontos, caracteres, sinais, códigos e até mesmo modos de ler, cujo ponto de partida remonta à Pré-História. Neste sentido, não é exagero afirmar que o Homem de *Neanderthal* não está muito distante do Homem Moderno. Tudo começou com ele e a angústia de comunicar guarda suas marcas nos traços, linhas e cores dos suportes parietais. Romper a linha do tempo e as barreiras do espaço sempre foi o escopo do homem - é o que nos mostra a História da Cultura. Os avanços tecnológicos – multi e hipermídia – materializam no tempo e no espaço o desejo e os esforços do homem de tornar perto o que está longe – é o que revela o presente estudo, em seu primeiro capítulo, **Comunicar: Atos e Mecanismos**.

Neste contexto, os estudos de Harold Innis, Roque de Barros Laraia, Marshall McLuhan e seus seguidores são parte do arcabouço teórico utilizado para compreendermos os processos culturais (e tecnológicos) que podem resultar na convergência das mídias; outras vezes, cujos estudos são dirigidos à dinâmica de produção da notícia em telejornalismo e à crítica da televisão, delimitam seus territórios nos capítulos que se seguem.

O segundo capítulo é voltado ao **Hibridismo**, na interpretação de Marshall McLuhan (1964), momento de ajuste que pode ser entendido como o diálogo entre as mídias e que dá origem a novos códigos e linguagens de comunicação. A partir desta idéia, passamos a verificar como ocorreu esse processo de adaptação e evolução entre os meios de comunicação, sobretudo, no Século XX. A velocidade crescente do desenvolvimento tecnológico da Era Eletrônica causou efeitos sobre as práticas da cultura e estas, por sua vez, exigiram mudanças na mídia. A resposta a todas as rupturas e novos referenciais estabelecidos neste período foi o surgimento do que Lúcia Santaella (2003) denomina “mídias das mídias” - a Internet.

O terceiro capítulo, **Convergência**, trata da comunicação interativa na Rede Mundial através da hipermídia como materialização de uma das mais conhecidas afirmações do pensador canadense: “os meios como extensões do homem”. Deste modo, todas as outras mídias tendem a transpor seus conteúdos e, breve, convergir para esta nova plataforma. Este processo é tratado por Castells (2005) como uma “evolução natural em que os meios de comunicação passam a ser provedores de informação, uma dimensão inteiramente nova para a mídia”. Nesse capítulo, nos concentramos em analisar os aspectos relevantes à produção, contextualização e transmissão do telejornal transposto para a Internet e do esboço do que chamamos de “ciber-telejornal”, isto é, um produto exclusivo para a veiculação na *Web*.

Curiosamente, o *corpus* da Dissertação precisou passar ele mesmo por um processo de convergência. As fitas de vídeo e arquivos digitais foram trans-codificados para *bits*<sup>1</sup>, processados para serem adequados ao mesmo *software* de trabalho e, finalmente, re-editados. O resultado aí está: um vídeo-documentário da cobertura política televisual de 2005 - **A Crise Política: O Mensalão** (DVD/ 1h42') - e é a partir deste material que estabelecemos o recorte do *Algumas Verificações: Modos de Produção e Efeitos de Sentido*, do quarto capítulo. Nesta seção nos propusemos, mediante a análise de conteúdo, a examinar as hipóteses de variação no nível dos interpretantes e das possíveis distorções da mensagem entre uma mídia e outra.

Neste trabalho, combinamos a pesquisa histórica com a pesquisa comunicacional, incorporando os métodos e as técnicas das Ciências Sociais àqueles das Ciências da Linguagem. Assim é que, num primeiro momento, limitamo-nos a observar e registrar a cobertura televisual da crise política; num segundo momento, de posse do material gravado em *broad* e *webcasting*, nossa tarefa consistiu na delimitação do universo da pesquisa, ou seja, sua periodicidade, que vai de 14 de maio a 31 de dezembro de 2005, restringindo o objeto de nossa observação ao escândalo do Mensalão, que é como ficou conhecida a CPMI dos Correios. Num terceiro momento – e é aí que entra o emprego de instrumentos das Ciências Sociais e das Ciências da Linguagem – ao operar o recorte destinado a constituir o *corpus* da pesquisa, considerou-se que este é formado basicamente por fontes documentais (gravações e registros de telejornais bem como da transmissão direta da CPMI e da Comissão de Ética) divulgadas pela TV Globo, SBT, TV Record, TV Câmara, TV Senado, TV Cultura, Portal Terra, para ficarmos apenas com os canais aqui estudados. Neste contexto, optou-se então pela realização de um vídeo-documentário, em DVD, forma encontrada para encerrar o *corpus* constitutivo da pesquisa sobre o qual recai o estudo de convergência das mídias e a respectiva análise de conteúdo, conforme se verá no capítulo quatro.

A partir desta dissertação - **O Telejornal na Transposição das Mídias: modos de produção e efeitos de sentido** – esperamos contribuir com a pesquisa e a reflexão sobre os estudos de convergência das mídias registrando aqui – com o apoio de fontes documentais e da análise de conteúdo - o tratamento dispensado à notícia de apresentação televisual nesse momento de expectativas e experimentação geradas pelas grandes transformações tecnológicas porque passa a nossa sociedade do conhecimento a que chamam de informacional ou ainda comunicacional.

---

<sup>1</sup> Bit: menor unidade de informação a ser tratada pelo computador, *o átomo tecnológico*.

## **1. COMUNICAÇÃO: ATOS E MECANISMOS**

# 1 COMUNICAÇÃO: ATOS E MECANISMOS

O presente capítulo é um percurso diacrônico de alguns dos principais momentos da evolução do processo comunicativo: experiências e tecnologias. Partimos dos modos de expressão do homem primitivo (Paleolítico Superior e Neolítico), da invenção da escrita e das tecnologias de comunicação até os primeiros anos do Século XXI, cenário da Internet. A retomada desses acontecimentos (e práticas) mostra como (e onde) o diálogo entre a cultura e as formas de se comunicar geram novos meios de expressão e plataformas de mídia. O objetivo é retomar os momentos de mudanças ocorridas na história para identificar a contribuição das experiências anteriores para o atual estado de convergência.

Este percurso diacrônico é descrito graças ao apoio de autores que entendem a convergência das mídias tal qual parte da evolução dos mecanismos da comunicação, dentre os quais Harold Innis e Marshall McLuhan, ou que consideram o impacto das novas mídias na sociedade tais como Manuel Castells, Lúcia Santaella e Wilson Dizard Jr., ou ainda que se detêm a examinar os fenômenos de produção e recepção das mensagens a exemplo de Umberto Eco.

Partindo do pressuposto que o ato comunicativo é um processo dinâmico e intencional. Observando as etapas do fenômeno, consideramos cinco elementos essenciais: o sujeito emissor, o sujeito receptor, a mensagem, o código e o canal de transmissão para esta mensagem. Além desses, consideram-se fatores externos tais quais ruídos, plataforma onde acontece a emissão, circulação e recepção da mensagem e, até mesmo, disposição do sujeito em recebê-la, independentemente se a comunicação acontecer entre dois indivíduos, frente a frente, ou entre milhões de pessoas, via satélite, este esquema inicial pouco se altera.

Na ilustração do modelo de comunicação proposto nos estudos sobre o discurso e a retórica de Aristóteles, o processo parte de uma seqüência de eventos e promove relações entre sujeitos participantes (emissor e receptor) em relação ao objeto (mensagem). Deste modo, a transmissão da mensagem parte da *intenção* para a *interferência*, e, finalmente, chega à *disposição* – no caso do receptor - em aceitar o que lhe foi enviado. O modelo aristotélico é considerado essencial porque resume ao máximo o processo de comunicação e, por isso, com os devidos ajustes para a realidade tecnológica em que vivemos, ainda se mostra eficiente para ilustrar o ato de comunicar: “(...) o modelo aristotélico entende que a situação comunicacional é dialógica, isto é, a pessoa que fala, ao dirigir-se ao seu antagonista, espera

dele uma resposta ou alcança convencê-lo ou dissuadi-lo de (ou sobre) algo”. (HOHLFELD, 2001, p.79)

Um dos fatores essenciais na comunicação é, portanto, a relação de co-intencionalidade entre os sujeitos que participam do processo (emissor e receptor). (LUSTOSA, 1996). O primeiro espera que o outro reconheça o significado da mensagem e compreenda o sentido que ela contém não apenas no nível da superficialidade. O que proporciona esse grau de entendimento é o efeito intrínseco nessa mensagem, dentro de seu contexto original, a co-construção de significado. (MOTTA, 2005). Em outras palavras, nesta pesquisa entendemos por *sentido* o processo relacional e que, no dizer de CASTRO (ALAIC, 2000) “resulta, assim, da relação de co-intencionalidade que se estabelece entre os parceiros do ato comunicativo, mais especificamente entre enunciador e destinatário”.

Sabe-se que quando o sujeito interpreta e dá sentido a um objeto, o faz de modo intencional, ainda que possua apenas relativa consciência de sua intenção. (...) O sentido do mundo encontra substância no(s) sujeito(s) que o avalia(m). Não está, portanto, na realidade em si, de modo absoluto, mas ao contrário, se dá *sobre* ela e desde referenciais que este sujeito possui devido sua trajetória de vida. (NEVES, PARZIANELLO, 2004).

Antes do surgimento da escrita (ou das invenções da tecnologia), o indivíduo sentava-se para ver, ouvir e sentir a mensagem comunicada ao modo de seus ancestrais. O homem nômade e tribal, abandonava-se no papel de receptor e repetia as práticas culturais que lhe eram transmitidas acrescentando outros elementos lentamente, sempre de acordo com as novas necessidades do grupo. A partir da mímica, por exemplo, o homem desenvolveu alguma sonoridade que - acompanhada das mudanças de ritmo e de instrumentos musicais rudimentares – se transformaria em narrativa sonora no futuro.

No entanto, esse modo de operação se modifica conforme se altera o modo de vida. Quando o homem passou a cultivar seus alimentos também demarcou territórios, mudou a forma de interagir com o ambiente e precisou aprender a se relacionar com outros grupos, nômades ou não, para trocar o excedente de sua produção de alimentos e utensílios por outros. O comércio foi um dos principais motivos para se buscar um modo de expressão ou código de maior amplitude, sobretudo, nas relações com indivíduos de outras tribos. A necessidade coletiva levou ao surgimento de novos papéis sociais, por exemplo, a figura do mensageiro e do contador de histórias (ou trovador) e a diplomacia.

A organização social dos grupos humanos se transformou com o passar dos séculos (tribos, vilas, cidades) e, por conta disso, a comunicação “homem a homem” começou a se

tornar insuficiente. Decretos e leis, instruções religiosas, registro de títulos e propriedades não poderiam mais depender das palavras de seus emissores. O recurso encontrado foi registrar tudo o que fosse considerado importante ou de valor para os praticantes de determinadas culturas. Historicamente registrou-se o surgimento de diversos códigos ou modelos de escrita que variam em sua forma, mas inicialmente, tendem a uma relação com o pensamento mágico do homem primitivo (ideogramas, runas, hieróglifos). O segundo momento evolutivo foi a aceitação da escrita como código racional de representação porque, como reforça Martins (1998, p.38-39), a proposta da escrita era representar *todas as idéias*, não apenas o mundo do sagrado. A grande mudança cognitiva da adoção do alfabeto fonético foi a “representação *da representação*”, não mais *a imagem* relacionada ao objeto, mas *o som* que o identifica.

Entre as diversas formas de representação a partir da escrita surgiram ideogramas, símbolos cuneiformes, hieróglifos e outras manifestações simbólicas até o surgimento do alfabeto fonético. Contudo a linguagem, enquanto processo, continuou se desenvolvendo nas duas frentes, comunicação oral e expressão escrita - independente do código - conforme as práticas culturais de cada sociedade. O pesquisador canadense Marshall McLuhan (1911-1980) acreditava que mesmo os indivíduos oriundos de culturas não letradas haviam desenvolvido diferentes níveis de compreensão e interpretação do mundo. Elas apenas se manifestaram de forma diversa ao modo das sociedades que utilizam a escrita.

McLuhan (1964) lembra que o surgimento de algo novo não significa sobreposição, e sim, a coexistência das formas de expressão, ou mesmo, de aparatos de mídia. Assim, os códigos de comunicação (oral e escrito) se desenvolvem lado a lado. Ainda que a escrita tenha modificado alguns parâmetros da comunicação oral, reforçou os traços da cultura de cada comunidade registrando-os e propagando-os. Por outro lado, a idéia de fluxo narrativo em textos escritos é uma herança da organização dos elementos das antigas narrativas. Um bom texto impresso, assim como uma história bem contada, deve ter organização, ritmo e clareza, utilizar recursos estéticos e discursos semelhantes aos que o contador usaria: entonação, expressão corporal e facial. Ou seja, uma re-adequação de experiências. O semioticista russo Mikhail Bakhtin estabelece “(...) que não é tanto a expressão que se adapta ao nosso mundo interior, mas o nosso mundo interior que se adapta às possibilidades de nossa expressão, aos seus caminhos e orientações possíveis” (BAKHTIN, 1981, p.118).

Entre o período do desenvolvimento do alfabeto fonético e o da popularização da escrita, o homem desenvolveu uma série de novas habilidades e competências, sobretudo a capacidade de interpretação em níveis mais profundos (a significação) e a habilidade de produzir imagens mentais por meio das técnicas de enunciação do discurso e de ferramentas

de construção do sentido. Podemos citar, como exemplo, algumas estratégias de composição do discurso que ainda são utilizadas na mídia impressa tais como: promover reconhecimento do contexto (naturalização); reforçar o conteúdo da mensagem (visibilidade); suprimir traços ideológicos que possam gerar conflitos com o leitor (compatibilização), e assim por diante (PORTO, 2000).

Nota-se que a fruição de uma peça teatral realizada em um dos colossais teatros de Roma na época em que ela foi escrita é uma experiência absolutamente diferente da que se experimenta ao sentar-se em uma biblioteca e ler o mesmo texto. Ainda assim, alguns dos efeitos de sentido criados para aquele ambiente são percebidos, pois o leitor pode intuir essas sensações por meio de experiências pessoais. O texto transmite ao indivíduo sensações que o público na Roma Antiga pode ter experimentado. O que se modifica não é o conteúdo, o objetivo ou a intenção do emissor, mas a forma como ele comunica a sua mensagem.

A escrita percorreu caminhos distintos entre os povos: sinais foram simplificados, textos foram registrados em diversas superfícies (minerais, metais, plantas, tecidos e até pele humana<sup>2</sup>), mas foram o papiro, o pergaminho e, logicamente, o papel, os que mais influenciaram na composição do livro. (MARTINS, 1998). Quando por volta de 1450, Johannes Gutenberg (1390-1468) inventa a Imprensa de tipos móveis, acrescenta ao cenário um novo elemento a reprodutibilidade técnica. Não seria mais preciso copiar os livros manuscritos e, com esta nova possibilidade o custo também seria menor.

As tipografias conferiram velocidade à confecção de panfletos, cópias de imagens (ilustrações) e de outros materiais como cartas de jogo. A popularização do livro impresso - pela facilidade de acesso e preço - ajudou a promover novos hábitos e a influência da leitura sobre as práticas culturais incentivou as práticas científicas. É a sociedade letrada que consome jornais, se instrui nos livros – logicamente consideradas as diferenças sócio-econômicas desse ambiente – e desenvolve aparatos tecnológicos como meios de expressão (telégrafo, rádio, telefone).

A introdução das máquinas como aparatos de comunicação foi uma conquista dos séculos XIX e XX. É necessário compreender que toda a informação acumulada antes desse período foi responsável pela criação, adoção e popularização dos novos meios. Em outras palavras: a cada nova invenção, o diálogo com a experiência anterior era o ponto de partida para a adaptação e posterior desenvolvimento da nova linguagem.

---

<sup>2</sup> Localizamos a referência sobre livros de pele humana em Martins: “Por exemplo, na Inglaterra, um *Tratado de Anatomia Humana*, que o dr. Antonio Askew (1722-1775) encadernou com esse material: “(...) a fim, sem dúvida, de que o exterior correspondesse ao interior”; e dois volumes cuja capa provém de uma feiteira do Yorkshire, Mary Ratman, executada por assassinato nos primeiros anos do século XIX.” (p. 64)

Entre a mímica e a comunicação multimídia existe um longo caminho, percorrido em tentativas e erros, mídias que deram certo e outras que fracassaram, mas em todo o percurso existe uma relação estreita entre tecnologia e práticas culturais. O termo interferência é bastante utilizado hoje em relação à Internet, mas a figura do receptor que é ao mesmo tempo usuário do ambiente de onde recebe a informação, emissor de sua própria mensagem e agente de interferência em ambos os caminhos, não surgiu espontaneamente no cenário comunicacional. A proposta do sujeito participante resulta de experiências que se acumularam em mudanças nas práticas culturais e na convivência dos grupos com recursos para a comunicação (do papiro ao *palm top*).

O homem interfere no processo de comunicação enquanto receptor - direta ou indiretamente - conforme a plataforma escolhida para a promoção da mensagem. Portanto, o comportamento desses sujeitos está diretamente relacionado à mídia sobre a qual ocorre o processo de comunicação. Assim, conforme a tecnologia avança permitindo a criação de aparatos para promover novos estímulos nas categorias áudio, imagem e movimento, o homem também se modifica.

### ***1.1 Transformações: a criação de códigos***

O ser humano modifica o meio e se deixa modificar por ele. Esta interação resulta na criação de universos simbólicos para acondicionar e representar a informação até que o meio de comunicação e a mensagem se esbarrem, se confundam, como afirmava Marshall McLuhan (1964, 1967). Ele acreditava que as transformações sociais provocadas pela revolução tecnológica dos meios de comunicação proporcionariam o desenvolvimento de uma nova ordem. A proposta de “aldeia global” (*Galáxia de Gutenberg*, 1962) defende que a comunicação poderia “reduzir” o mundo às dimensões de uma aldeia aonde todos iriam se reconhecer, interagir e, deste modo, envolver-se uns com os outros. Assim, as pessoas, interconectadas por meio da tecnologia, seriam capazes de participar de um novo contexto, modelo que se aproximaria da organização interna de um povoado onde os indivíduos se conhecem e interagem. Na prática, a proposta se aproxima da comunicação *on-line*. Na Internet, os indivíduos participam de grupos onde interagem em torno de interesses comuns independente de quem são, de onde são ou a razão pela qual foram motivados. A grande transformação está no modo de ser e pensar ou como explica Roy Ascott:

Nossa identidade não é mais fixa; não temos posição fixa, nem estada fixa, somos telenômade (telemadic), constantemente em movimento entre diferentes pontos de vista, entre diversos “eus”, diferentes modos de ver o mundo e um ao outro. Nosso

universo é um campo transformador, não linear, e no qual todas as trajetórias são incertas. (1997, p. 336)

Ainda no cenário da televisão, Marshall McLuhan já esperava que a aldeia global se formasse naturalmente. A nova ordem seria o resultado da utilização dos meios eletrônicos e da interferência desses aparatos no modo de se relacionar das diversas sociedades. Entretanto, as diferentes realidades sócio-econômicas entre as nações (e a falta de interesse político) reduzem esse “todo” que McLuhan previra àquelas pessoas que, além de conectadas, adquiriram competência para participar dos processos de interatividade.

Alguns elementos da “aldeia global” se configuraram, outros não: “A metáfora da aldeia global funciona, porque ela exprime a esperança insensata de que o futuro nos conduz à reprodução de um passado idealizado. O problema é que não é desse tipo de interdependência que resulta a expansão das Redes de troca e de comunicação”. (TREMBLAY, 2003, p.19). O que podemos afirmar, por enquanto, é que o processo de comunicação teve início enquanto ferramenta de sobrevivência e evoluiu como forma de transmissão das práticas culturais.

A evolução do ato de comunicar é orientada com o objetivo de transmitir informação de modo cada vez mais eficiente para preservar a memória (tradições) e a mitologia (ritos), além de propagar conhecimentos necessários à sobrevivência do grupo e, de preferência, a muitos indivíduos e sem distorções. Quando o homem abandonou a vida nômade e os clãs aumentaram de tamanho foi preciso diversificar alimentos e outros recursos, o que levou à troca de bens e serviços em favor do coletivo. O comércio foi a porta de entrada para o intercâmbio cultural, mas como um grupo poderia compreender o outro? A princípio, nas diversas formas de representação e na linguagem, depois, também na escrita. Os recursos do homem primitivo para se comunicar antes da fala eram a mímica, a imagem e os artefatos como esculturas e outros objetos. Num segundo momento, ele utilizou a articulação (fala) somada aos elementos de que já dispunha e, finalmente, acrescentou a estes recursos a escrita.

Para compreender melhor quais são os estímulos e idéias que o sujeito aplica no processo de comunicação é necessário saber de onde ele parte. A percepção daquilo que é comunicado (o objeto) é um dos fatores que direcionam a resposta do receptor ao determinar que o contexto da mensagem é, na verdade, um conjunto de signos organizado para provocar determinado efeito. Entendemos que o signo pode ser interpretado de modo diferente do original se transformando em outra coisa, assim como no processo de comunicação a mensagem está sujeita ao entendimento do receptor.

O semiótico Charles Sanders Peirce (1839-1914) pesquisou a forma como o ser humano percebe os fenômenos que o cercam e estabeleceu pistas que nos ajudam a

compreender porque, ao dizer que o homem desenvolve novos modos de expressão, acreditamos que a evolução não é meramente tecnológica, mas acontece em um determinado nível de conhecimento. Uma das principais pistas refere-se ao fato de que a cognição depende de três níveis de compreensão do signo: em princípio detecta-se a existência do objeto (nível do sentimento); em um segundo nível o objeto já detectado é percebido, criam-se relações com a percepção inicial – é uma confirmação (nível da volição); finalmente, na *terceiridade*, todas as operações mentais já ocorridas são associadas à reflexão e novas associações para a compreensão do fenômeno, ou seja, instância de interpretação, comunicação, atribuição de significado (nível da cognição).

Para não simplificar demais a leitura dos ensinamentos de Peirce, vejamos algumas interpretações dos conceitos de *primeiridade*, *secundidade* e *terceiridade*. Afirmamos que o desenho inicial tinha a função de reproduzir o objeto real, portanto, referir-se diretamente a ele. Neste caso, o objeto é um ícone. Ele revela a que se refere e nada mais. Na Idade Média, as imagens dos santos gravadas sobre folhas de ouro eram também chamadas ícones, pois não era possível retratá-los de fato. Cada artista pintava o quadro a seu gosto, aos mais populares era atribuído valor de uso e aquela imagem passava a ser o “retrato” do santo.

Na comunicação, diversos elementos assumem o papel de ícones em imagens (logomarcas, por exemplo) ou fotografias. Num exemplo cotidiano poder-se-ia dizer que o computador reproduz as operações mentais da *primeiridade* quando clicamos um dos ícones na área de trabalho e somos conduzidos ao programa, aplicativo ou arquivo. Apenas isso: o ícone transporta o usuário do computador ao local pretendido da mesma maneira que, no tempo das cavernas, mostrava às novas gerações o que deviam buscar como alimento, o que havia fora de suas habitações.

Em outro nível imaginamos um caçador tribal que carrega consigo um cinturão com as presas do animal por ele abatido, esse objeto lhe confere *status*. Sabemos - por dedução - que existiu uma aproximação entre este indivíduo e a caça. O dente é um troféu, assume o papel de índice porque oferece uma aproximação do real. O objeto não apenas representa a caça, mas oferece uma relação física com ele. O som, na reportagem ao vivo pelo rádio, por exemplo, poderia ser uma leitura contemporânea da presa no cinturão do caçador porque, neste caso, a voz representa a presença física do indivíduo, ”sabemos” que ele está ali.

É o mesmo caso se nos deslocarmos por um minuto de volta à Idade Média. Um homem de roupas vermelhas e longas com um anel de rubi caminhando nas ruas de uma daquelas cidadelas do mundo católico estaria “comunicando” (deliberadamente) o *status* de cardeal. O porte e o traje completo lhe conferem um significado, da mesma maneira que a

insígnia do soldado ou o uniforme do jogador de futebol fazem hoje. Neste caso, basta que o emissor apresente o referente para que o receptor processe a informação por convenção social.

A noção de signo, em Peirce, refere-se à noção de mediação, porque o signo está sempre na eminência de se transformar em outro, mas sempre depende do interpretante para que lhe seja atribuído algum significado. O cientista denominou este processo de *semiose* e completou seus estudos afirmando que esta capacidade de modificar, adaptar e renovar o conhecimento é resultado da inteligência e da imaginação. O que pretendemos apresentar ao leitor nesta referência à Semiótica Peirceana é que - mesmo que o cenário mude e novas formas (e meios) de expressão apareçam - a comunicação sempre está ligada a um caráter de intencionalidade, acontece por um motivo e com um determinado objetivo.

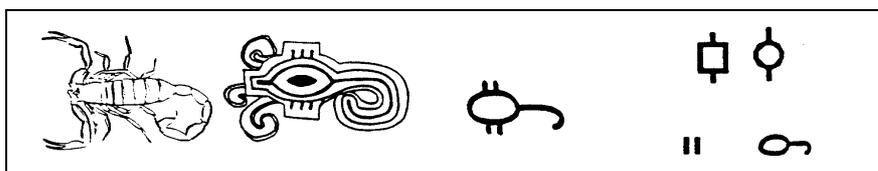
A relação entre homens e imagens para a transmissão de informações foi registrada ainda no Paleolítico Superior, aproximadamente 30 mil a.C., quando o homem de *Cro-Magnon* - considerado pela ciência antepassado direto do homem moderno - desenvolveu a habilidade de representar imagens mentais. De início as pinturas representavam os seres como eram vistos pelo homem e os historiadores da arte (PROENÇA, 1991, p.11) afirmam que estes artistas eram capazes de interpretar a natureza modificando a intensidade dos traços conforme o animal ou cena para representar os domesticados ou os selvagens. No Neolítico (aproximadamente 10 mil a.C.), o homem passa a produzir o próprio alimento e abandona, aos poucos, a vida nômade em favor da agricultura e da criação de animais. A partir deste a arte sofre profundas mudanças, assim como o referencial do homem primitivo. Mesmo os desenhos que possuíam uma relação com o sagrado ou sugeriam ações como caçadas ou natação, passaram a refletir uma nova perspectiva:

A consequência imediata foi o abandono do estilo naturalista que predominava na arte do Paleolítico, e o surgimento de um estilo simplificador e geometrizar. Em lugar de representações que imitam fielmente a natureza, vamos encontrar sinais e figuras que mais sugerem do que reproduzem os seres. (...) A preocupação com o movimento fez com que os artistas criassem figuras leves, ágeis, pequenas e com pouca cor. Com o tempo estas figuras foram se reduzindo a traços e linhas muito simples, mas que comunicavam algo a quem as via. Desses desenhos surge, portanto, a primeira forma de escrita pictográfica, que consiste em representar seres e idéias pelo desenho. (PROENÇA, 1991, p. 13)

O ideograma foi o primeiro registro gráfico-pictórico organizado com o objetivo de comunicar: um modelo primitivo de escrita encontrada entre chineses, persas, egípcios e maias (MARTINS, 1998, p.41). Criado a partir da estilização dos desenhos, o ideograma é a representação de um objeto ou idéia e foi utilizado por civilizações do Oriente e do Ocidente.

A relação entre sinais e idéias se modifica na civilização fenícia. A imagem mental foi substituída pelo senso comum de que determinado som representava este ou aquele objeto. O sistema de escrita do povo fenício registrava apenas as consoantes pronunciadas e serviu de base para o alfabeto grego. O alfabeto fonético é considerado uma evolução por se tratar de uma representação de dupla significação: o código representa o som e este, o signo.

Lembramos que a especialização da imagem enquanto recurso de comunicação teve um período de maturação que durou séculos. Muitas das antigas sociedades já eram poderosos impérios (Incas, Maias, Celtas, Egípcios) quando recorreram à escrita simbólica para facilitar a comunicação. No entanto, é necessário considerar que - mesmo sem organizar um sistema de códigos como a escrita - as comunidades indígenas, cujo modo de vida se manteve praticamente intacto, também experimentaram uma especialização em relação ao símbolo. Na ausência do texto a imagem registra parte dessa re-atribuição de valor e significado. A figura abaixo mostra de que maneira os indígenas marajoaras abstraíram um símbolo simplificado da forma inicial do escorpião, codificando-o. (SCHAAN, 1997).



**Ilustração 1** - Representação Marajoara de Escorpião

A ilustração acima registra o processo de adequação da imagem das cerâmicas de uma tribo marajoara. O escorpião era representado com um traço realista, muito próximo ao original, contudo, o tempo transformou os traços até o grau de abstração que vimos acima. No entanto, não há qualquer traço de desenvolvimento de um sistema de escrita entre aqueles povos. Para tais grupos é a expressão artística que ocupa um lugar de destaque no cotidiano e é por meio deste modo de expressão que eles perpetuam sua cultura:

Pode-se dizer que a *etnoarte*<sup>3</sup> é ao mesmo tempo um veículo de socialização e comunicação. Socialização porque, unida à tecnologia, produz objetos essenciais ao uso social, e, além disso, confere ao grupo que a utiliza o status de grupo humano, possuidor de uma identidade étnica. **É veículo de comunicação porque por dela é revivida a mitologia do grupo, porque expressa sua visão cosmológica, seus valores morais e éticos. É, por fim, um código cultural compartilhado pelos membros de uma comunidade. [grifo nosso] (SCHAAN, 1997)**

<sup>3</sup> (...) Através dela (*a etnoarte*) identificam uma Rede de significados culturais, como nas próprias comunidades indígenas os desenhos e os grafismos são utilizados como se fossem uma linguagem escrita.

Vimos que o homem desenvolveu diferentes linguagens para se comunicar e esta variedade de códigos está sujeita a transformações. Segundo Umberto Eco (1969), os códigos são enriquecidos com o passar do tempo e a *práxis* da sociedade onde se originaram, mas também com o emprego que deles fazem indivíduos de outras épocas e de culturas diferentes. A leitura da *Divina Comédia* na Florença do século XIII, por exemplo, produzia um efeito muito distinto do texto lido no Brasil em pleno século XXI. O código existe por convenção social, é um sistema simbólico reconhecido pelos sujeitos do processo de comunicação, usado para representar e transmitir uma informação.

Em relação aos códigos de comunicação, a escrita para McLuhan foi causadora do impacto mais profundo na história da humanidade até a década de 70. O pensador relaciona em **A Galáxia de Gutenberg** (1972) o impacto da escrita na história da humanidade com a invenção da roda. Segundo esse pensador, a escrita tornou possível a ocorrência de mudanças profundas em termos de cultura e ordem social, alterando a percepção de mundo e a organização do pensamento vigente de uma época.

A escrita é um modo de representar o referente e estar no lugar do próprio verbo “Ela (a escrita) simboliza uma perda de presença: ela chega quando a palavra se retira. É um esforço para encapsular o espírito e a inspiração: a escrita permanece como símbolo da palavra ausente”. (CHEVALIER, 1988, p. 307).

A sociedade letrada amplia o potencial da comunicação, que até então estava vinculado à fala e gera alterações de comportamento social. As operações mentais da leitura ocasionam rupturas em diversos aspectos, sobretudo, na visão de mundo e na interação entre os indivíduos. O estudo de Chevalier para definir a escrita enquanto símbolo confirma a hipótese de representação da linguagem quando considera o pensamento de Ferdinand de Saussure (1857-1913), para quem a linguagem e a escrita são fenômenos distintos. É a escrita que transforma a abstração mental em elemento vivo e ordena o universo simbólico em primeiro plano.

Na referência de Chevalier a Saussure, ele afirma que “a escrita materializa a revelação, corta o vínculo humano substituindo-o por um universo de signos”. Assim sendo, o surgimento da escrita simbólica (primeiramente os ideogramas e pictogramas, depois a alfabética) e a invenção dos meios de comunicação seguem os mesmos princípios: buscar uma maneira eficaz de representação da realidade, a qual por sua vez forma um novo universo simbólico (seja sonoro, visual ou sincrético) capaz de amplificar e tornar mais eficiente o processo de comunicação.

## ***1.2 Trans-codificações: do ícone à escrita***

Antes da invenção da escrita o homem havia experimentado outras estratégias de representação para se expressar e também comunicar: desenho, grafismos, mímica, sonoridades, ritos. Vale a pena observar de que maneira o objeto representado e a forma de representar delimitam a evolução das operações mentais desses primeiros povos. As primeiras trans-codificações ocorreram a partir de elementos simples. Ao final do processo, o homem desenvolve ícones para elementos abstratos, ele aprende a representar a própria imaginação. Esta surpreendente mudança é registrada em cada etapa de evolução.

A pintura e a escultura rupestres foram duas das primeiras tentativas de transformar a imagem mental em registro independente do emissor ou de fixar o registro. A narração por meio da mímica e a educação para ofícios exigiam interlocutores fisicamente presentes. Cada objeto fabricado por membros desses grupos resgata parte do universo do homem que os fabricou. Os sítios arqueológicos mostram que nossos ancestrais se inspiraram primeiro em coisas que podiam tocar (plantas, animais) e nas práticas do dia a dia (caça, pesca, lutas). Não interferiam no ambiente, apenas se utilizavam dele. Era preciso instruir, alertar e informar.

O surgimento da agricultura permitiu ao homem depender menos de seus sentidos de sobrevivência e permitiu que ele despertasse para a percepção do ambiente. Os rituais se tornaram mais complexos e passaram a descrever fenômenos de maior amplitude (nascimento, morte, chuvas, estações, furacões e eclipses) e o mundo do sagrado (ritos, danças, deuses e mitos). A comunicação seguiu o mesmo caminho. Conforme o homem ampliou a complexidade de suas operações mentais, novos elementos foram acrescentados ao seu referencial de mundo. Pode-se dizer que o grau de abstração se amplifica conforme aumenta a complexidade do pensamento, ou seja, logo que surgem novos problemas a serem resolvidos exigindo adaptação.

Comunicar já não é uma função instintiva, como a de caçar e a de comer, mas uma função cultural. A palavra ainda não é uma linguagem puramente acústica; nessa época ela é audiovisual: o gesto faz parte essencial dela e não é uma ilustração supérflua; a comunicação não é puramente lingüística, é integrada. A primeira linguagem do homem é, pois audiovisual, tanto ao nível da expressão - gesto e palavra como ao da percepção - visão e audição. (CLOUTIER, 1975, ...)<sup>4</sup>

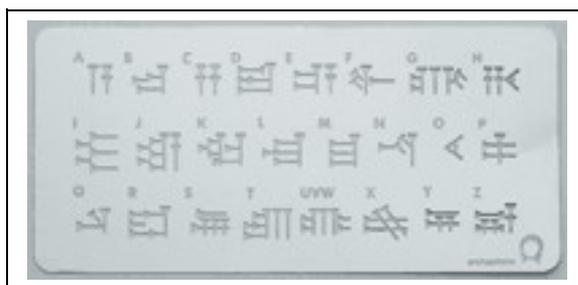
---

<sup>4</sup> O *website* oficial sobre a obra de Cloutier é do próprio autor e está disponível em <http://www.emerec.com/> (Em espanhol e francês) // O livro não foi editado no Brasil, mas a citação está disponível no *website* da Universidade Aberta de Ensino à Distância de Lisboa, Portugal. Em <http://www.univ-ab.pt/~bidarra/hyperscapes/video-grafias-257.htm>

As estratégias de comunicação, nas primeiras sociedades, nasceram da necessidade de contar histórias e instruir através dos mitos, que logo foi substituída pela intenção de comunicar sentimentos e necessidades do mundo real. A fala, o gesto e as várias formas de representação visual eram utilizados para transmitir a ideologia e a história a partir das quais novas gerações adaptavam o conhecimento de seus antepassados para sobreviver. O aumento crescente do número de indivíduos ligados por práticas culturais semelhantes (comunidades) originou novas organizações sociais (aldeias, burgos) e a comunicação se especializou.

A escrita foi a resposta às novas necessidades porque possibilitava que determinada mensagem, notícia ou informação chegasse a um grande número de pessoas com o máximo de fidelidade ao original. O processo começou na trans-codificação do desenho para ícone. O uso de símbolos icônicos e de ícones simbólicos possibilitou o desenvolvimento de códigos rudimentares e foi dessa experiência que surgiu um sistema elaborado especialmente para facilitar a comunicação. A transformação aconteceu lentamente e, durante séculos, as culturas buscaram formas de aprimorar esses códigos. Apenas na Antiguidade, por volta de quatro mil a.C. é que aparece a primeira forma de escrita cuneiforme, na Mesopotâmia. Surgiu o primeiro alfabeto organizado em pictogramas. Outras culturas também recorreram aos ideogramas enquanto objetos de significação, como é o caso dos ideogramas orientais e dos hieróglifos egípcios.

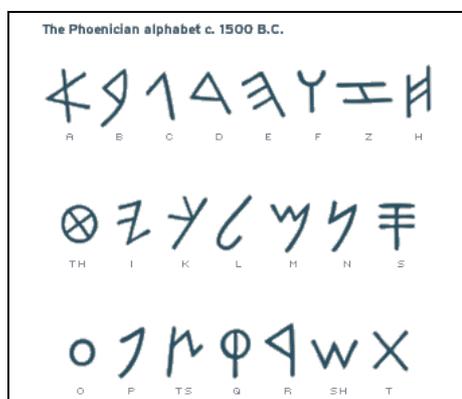
Ainda hoje, a química, a biologia e outras ciências - dentre as quais a matemática e as artes (a música e a dança) - utilizam sistemas similares no percurso de significação entre os elementos e seu uso: fórmulas matemáticas, físico-químicas, esquemas de evolução coreográfica, partituras, etc, todos exemplos de alfabetos ou pictogramas específicos da área. Vejamos a seguir três modelos de alfabetos primitivos, que hoje inspiram linguagens de programação e a comunicação instantânea. O primeiro quadro reproduz símbolos da Mesopotâmia; o segundo traz ideogramas e as palavras que os originaram; finalmente, a última imagem mostra o primeiro alfabeto com valoração fonética, o fenício (1.500 a. C.).



**Ilustração 2** - Alfabeto da Mesopotâmia 4000 aC



**Ilustração 3** - Exemplos de Ideogramas (contemporâneos)



**Ilustração 4** - Alfabeto fonético Fenício 1.500 aC

A principal consequência da introdução da escrita no referencial de mundo do homem letrado em relação às sociedades ágrafas é o conceito de linearidade. A visão de Cosmos integrado é substituída pela proposta de evolução linear (linha do tempo, conceitos evolucionistas, etc.), segmentação e categorização que atingem todos os campos e afetam a vida do homem comum. Esse momento da interferência sobre as operações culturais reforça a tese do grupo canadense de Innis e McLuhan de que a inserção de novos códigos e modos de expressão causa mudanças de comportamento social.

Em resumo, a relação entre comunicação e cultura é de retro-alimentação porque, se a linguagem humana tivesse a sua origem na prática cultural, o homem não teria possibilidade de desenvolver sua cultura sem o processo da comunicação: “A manipulação adequada e criativa deste patrimônio cultural permite as inovações e as invenções. Estas não são produtos da ação isolada de um gênio, mas o resultado dos esforços de toda uma comunidade”. (LARAIA, 1992, p. 46).

De acordo com as evidências aceitas pela antropologia, lingüística e mesmo por estudiosos da comunicação, o homem sofre mudanças de comportamento influenciadas pelos aparatos que desenvolve para comunicar. O próximo capítulo, que trata do hibridismo (aqui descrito como o tempo que antecede a convergência das mídias) sugere hipóteses sobre estas mudanças e de que maneira a popularização da Imprensa impulsionou a transformação da linguagem, da cultura do gesto e da oralidade, para a adoção de outros códigos de natureza visual e fonética.

### **1.3 Informação**

Até aqui vimos que comunicação, evolução das práticas culturais e pensamento humano caminham juntos. Entre diferentes experiências, trans-codificações e invenção de novos códigos foram criados diversos meios de expressão. Desde a imagem em negativo da mão humana em uma caverna (aproximadamente 30 mil anos atrás) até os fractais descobertos em 1960 (equações matemáticas que produzem imagens psicodélicas em computador) e as imagens em três dimensões construídas sobre códigos binários no computador, existe uma necessidade crescente de interferência no plano da representação e, por conseguinte, da comunicação. A importância da imagem no processo é indiscutível. Todavia, o que se entende por imagem?

Uma imagem não é necessariamente uma ilustração, fotografia ou um dos quadros de um filme. O texto, por exemplo, é uma imagem e do mesmo modo, é a paisagem sonora que evoca o plano da construção mental para provocar efeitos de sentido. Neste momento nos referimos à escrita e ao texto impresso que, mesmo em diferentes meios de expressão, servem de imagem para a mensagem codificada por meio do alfabeto. O texto permite a fixação, fidelização e deslocamento da mensagem sem um mediador entre o emissor e o receptor. O alfabeto fonético leva o som da língua proporcionando o despertar do leitor para esse código.

Os primeiros suportes dos escribas – responsáveis pela escrita entre os povos da Antiguidade – foram tábuas de argila ou pedra, depois papiros e pergaminhos. O papiro permitiu o deslocamento do texto, sua conservação e organização. Os rolos de texto em papiro eram importantes, todavia precívalos, foram substituídos por peças de couro de animal, os pergaminhos, que além de oferecer maior durabilidade eram mais fáceis de manusear. (MARTINS, 1996, cap 1).

O termo “livro” vem do latim *libru*, uma idéia associada ao papiro, mas foi somente a partir dos pergaminhos que o homem começou a concebê-lo como objeto. O pergaminho era

enrolado tal qual o papiro, contudo, descobriu-se que este material permitia a escrita em frente e verso o que tornou a forma obsoleta. A solução foi distribuir o texto em folhas cortadas previamente e unidas por encadernações similares às que usamos hoje, o *códex*. A novidade é que, além da escrita em duas faces, o modelo era mais fácil de transportar – ainda que esses primeiros livros fossem bem maiores que os de hoje – do que os rolos de papiro que podiam chegar a seis centímetros de diâmetro e sete metros de largura e, por conta dessa característica, acabaram se popularizando. (MARTINS, 1996, p. 80)

Um grande momento para a história da escrita foi a Idade Média, entretanto pouca coisa havia se modificado em relação à Antiguidade. Os escribas foram substituídos por monges copistas e a Igreja controlava o que era publicado enfatizando a produção de textos de seu interesse, em especial livros de instrução para a disseminação da religião. Dessa época são os luxuosos exemplares escritos à mão e decorados com imagens e detalhes em folhas de ouro, os famosos *Livros das Horas*, objetos de *status* da nobreza e cujos textos resumiam as práticas diárias dos fiéis da Igreja Católica.

A cada novo invento, coincidia nova mudança de comportamento e outras práticas culturais e necessidades eram criadas. A interpretação dos signos está ligada às convenções sociais, mas a dimensão das relações sócio-culturais entre os indivíduos se modifica e as representações acompanham esse ritmo. O uso e a popularização do livro fizeram do processo de impressão uma necessidade real, era preciso aumentar a quantidade de exemplares.

Na Europa, no século XVI, Johannes Gutenberg (1398-1468) fabricou os tipos móveis que permitiram a composição de textos variados e a sua reprodução. A experiência consistia num modelo rudimentar de carimbo (no caso, tipos de madeira embebidos em tinta) com letras e outros símbolos em negativo que eram unidos manualmente para compor linhas de texto. A principal evolução foi a introdução de um novo conceito de reprodutibilidade. Os livros seriam acessíveis a mais pessoas e, embora com diferentes níveis de qualidade do objeto, o livro manuscrito pelo copista ou o impresso tinham o mesmo conteúdo. Essa foi uma constatação fundamental para impulsionar não apenas a popularização do texto impresso, mas valorizar a comunicação e a imprensa escrita.

Para que o conhecimento e a informação pudessem chegar mais rapidamente a um número maior de leitores, era preciso agilizar a composição dos livros, reproduzir esses objetos em maior quantidade. Os responsáveis pelas melhorias eram os tipógrafos, especialistas em composição, que dinamizaram o processo de Gutenberg e, até o início do século passado, imprimiam centenas de livros num trabalho quase artesanal e os terminavam

montando cada um deles a partir de blocos de papel, costurados a mão e depois colados em luxuosas capas duras.

Em termos de comunicação, a evolução da escrita e o desenvolvimento do sistema de imprensa aumentaram a quantidade de informação circulante, facilitaram a documentação, agilizaram o envio de mensagens e permitiram às classes menos abastadas acesso aos textos. A biblioteca de Alexandria, lendária por sua grandiosidade, foi destruída há cerca de 1.600 anos, mas sua imponência registra a importância da escrita para os povos antigos.

Enquanto a tecnologia de transmissão de dados (telégrafos) e meios de transporte mais eficientes (movidos a motor) facilitaram a chegada da informação a pontos mais distantes e em menos tempo, o jornalismo ganhou força e a comunicação de massa começou a criar seus contornos. Observando o surgimento das diversas formas de escrita e o impacto da imprensa na sociedade, vemos que os dois momentos agregaram novos elementos ao modo de vida daquelas pessoas e, por conseguinte, conferiram à comunicação novos recursos.

Antes do telefone, a sensação de receber uma carta era, em geral, prazerosa, uma vez que ela trazia notícias de pessoas distantes. Era uma peça de registro de impressões, sentimentos, alegria, saudade. O telegrama, por sua vez, causava imediata surpresa e em geral, apreensão; dotado de um texto quase sempre imperativo, era usado para convocar soldados, anunciar mortes ou falências, além de transmitir comunicações urgentes como por exemplo, anúncios de epidemias. Claro que muitos telegramas continham notícias boas, mas, em geral, os mais urgentes transmitiam as más.

É interessante observar que a tecnologia transformou a função do texto. No pergaminho, no papiro e no *códex* eram perpetuados conhecimentos de antepassados, descritos fenômenos, registradas histórias que faziam parte da cultura da Antiguidade. Os jornais, os telegramas, as instruções também eram textos, mas tinham uma durabilidade muito diferente. Além do conceito de reprodutibilidade lançado para os livros, a escrita também dá origem à idéia de volatilidade. Em outras palavras, o uso delimita “embalagens” diferentes para o texto de acordo com seus propósitos, a comunicação é exaurível, a informação é peregrina. Ambas devem ser reproduzidas, mas apenas uma é destinada a se perpetuar.

No caso do telegrama, a função de urgência predomina e o objeto perde sua função logo que é lido (ou “digerido”) pelo destinatário. A carta, ao contrário, se propõe a dialogar, registrar informações, sentimentos, seja escrita por razões pessoais ou profissionais. Assim, o efeito do texto escrito ocorre diretamente sobre o receptor/ leitor, gerando sensações/ reações muito particulares. McLuhan atribui ao texto escrito o resgate da individualidade e em consequência, a alienação do mundo.

Neste universo são as imagens geradas pela mente do indivíduo que ilustram os fatos, situações e dão vida aos personagens. A voz do narrador é, na verdade, a do próprio leitor que dela se apropria e utiliza o imaginário para preencher lacunas da narrativa. O leitor dialoga consigo mesmo e mergulha no universo simbólico sem a necessidade de oferecer retorno para o emissor porque o entendimento do texto é o ponto final da mensagem.

#### ***1.4 Um novo século, um novo mundo para a comunicação***

A escrita foi uma das mais importantes formas de expressão da Antiguidade e da Idade Média, mas o século XX seria o século das mídias, da comunicação em larga escala, também chamada de comunicação de massa. Desde os primeiros anos, com a aceleração e melhoria dos sistemas de impressão, a introdução do rádio, do cinema, da televisão (a partir da década de 50) até o fechamento com a criação da comunicação multimídia em tempo real, via Internet, o período foi marcado por um vertiginoso crescimento em importância e popularização dos meios de comunicação.

A introdução do rádio enquanto aparelho de comunicação e entretenimento trouxe outra percepção dos sujeitos da comunicação. Houve uma nova orientação para a coletividade e a interação entre emissor e receptor. Diferente do texto impresso, o rádio relaciona o discurso de emissão da mensagem ao contexto de coletividade, resgata o valor da oralidade nos processos de comunicação, considera as mudanças na nova organização social e as tecnologias em evolução. O que muda entre a cultura da oralidade dos primeiros tempos e esta nova concepção é o fato de que o rádio é um meio de comunicação de massa. As emissões de voz continuam com ou sem o microfone, mas essa voz é amplificada.

Na mídia eletrônica, as pessoas se reúnem não por necessidade de instrução ou tradição, mas em torno de interesses comuns. No Brasil, por exemplo, o rádio era o principal veículo de comunicação e entretenimento entre os anos 20 e os últimos anos da década de 50, quando a televisão deu um salto de popularidade. Neste período o País viveu intensas transformações com o êxodo rural e a chegada da energia elétrica em regiões distantes. Isso possibilitava uma certa integração e mudanças políticas profundas. No rádio, os brasileiros viveram a expectativa e o medo dos anos de guerra, torceram pelo futebol *canarinho*<sup>5</sup> e viveram os anos dourados dos astros do rádio, das radionovelas, dos programas de auditório.

O estabelecimento desse novo coletivo fora detectado e incentivado pelas autoridades e pela publicidade que segmentava a programação transmitida, com o objetivo de dirigir a

---

<sup>5</sup> Apelido carinhoso dado pelos torcedores à seleção brasileira de futebol por causa do tom amarelo da camisa dos jogadores, tom parecido com a cor dos canários

propaganda à faixa de público consumidora em potencial para determinados produtos ou serviços. Assim, a mídia eletrônica promoveu uma nova ruptura de paradigma. A individualidade proposta com a invenção da imprensa e da sociedade que se desenvolve a partir dela foi substituída por uma busca “individual pelo coletivo”, quer dizer, a nova orientação era buscar a semelhança, a coincidência de interesses. Grosso modo pode-se afirmar que a necessidade de estar em comunidade também é relacionada à manutenção de território, de segurança, e reflete três séculos de alienação centralizada no texto escrito.

A mudança ocorreu, mas o indivíduo pretendia interagir somente com o grupo com o qual ele se identificava. O mesmo efeito está acontecendo novamente com a introdução da Internet no cotidiano das pessoas e, mais uma vez, com uma configuração muito específica dadas as características da comunicação multimídia. A informação sonora representou uma nova dimensão para o computador, enquanto plataforma de mídia, levando até o usuário a informação e a diversão antes restritas ao aparelho analógico. A facilidade na reprodução e armazenamento de arquivos também colaborou. O sistema de compactação de arquivos de áudio é mais simples e usuários com máquinas menos potentes podem receber o sinal.

Em 2006 ainda não é possível evitar problemas de transmissão, tais como atrasos entre emissão e recepção (*delays*) e algumas distorções, mas o desenvolvimento da tecnologia é muito ágil e o interesse do público e das empresas tem pressionado os provedores a aumentar a capacidade de transmissão, os fabricantes a padronizar as máquinas ampliando o número de pessoas com acesso a computadores multimídia e modificando aos poucos a cultura dos usuários a fim de ampliar o número de ouvintes em tempo real.

A velocidade de crescimento desse mercado é outro incentivo. A atualização das estatísticas sobre o número de internautas no Brasil no relatório *Web Brasil*, estudo do Ibope *NetRatings* apresentado em março de 2006, relata que o número de usuários residenciais no Brasil saltou 10% entre janeiro (12 milhões) e fevereiro (13,2 milhões). Ainda de acordo com a pesquisa, o número de domicílios com computadores e acesso à Internet subiu de 19,9 milhões para 21,2 milhões.

Um indicador relacionado à mídia na Internet é que, de acordo com o Comitê Gestor da Internet no Brasil<sup>6</sup>, o rádio está em terceiro lugar na preferência do internauta: 73% dos brasileiros com mais de 16 anos acessam a Internet para verificar e-mails, 43% para conversar por sistemas de mensagens instantâneas e 33% do total, para ouvir rádio. A valorização do áudio em detrimento do vídeo na Internet é resultado de dois fatores: a adequação do rádio a

---

<sup>6</sup> O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) foi criado pela Portaria Interministerial nº 147, de 31 de maio de 1995 e alterada pelo Decreto Presidencial nº 4.829, de 3 de setembro de 2003, para coordenar e integrar todas as iniciativas de serviços Internet no país.

nova mídia é simples - não foi preciso alterar o discurso ou realizar grandes investimentos na transmissão - e a recepção não exige equipamentos tão avançados como aqueles necessários a uma boa recepção de vídeo.

### ***1.5 Transmutações: novos ritmos para a comunicação***

Todo este caminho está sendo percorrido para demonstrar pontos que, no decorrer desta pesquisa serão desenvolvidos em relação ao papel do receptor no ambiente multimídia, das coincidências entre os efeitos gerados nas duas mídias (televisão e computador) e da detecção das distorções na convergência. Um fator importante na reação do receptor é a agilidade do veículo em comunicar, por conta disso, a instantaneidade do rádio é uma novidade e tanto. A sociedade que começa a se transformar com tais tecnologias e o contexto onde elas se desenvolvem começa a andar em outra velocidade. As notícias chegam a todo instante e o ritmo imposto pela tecnologia acaba se refletindo também nos costumes.

As possibilidades parecem infinitas com um mecanismo tão ágil na transmissão de notícias quanto o telégrafo ou o telefone, ouvir a narrativa no “calor dos acontecimentos” transportava o ouvinte para mais perto dos acontecimentos e, desde modo, o interesse público pelo noticiário aumentou. O impacto das mídias eletrônicas é também imediato. Os jornais são surpreendidos pela avalanche de informação do radiojornal, e também uma certa superficialidade que, ao contrário do que se pensava, parece agradar o público. Os programas ofereciam diferenciais entre os quais os estímulos sonoros, o entretenimento e um noticiário de linguagem acessível e com transmissão instantânea de notícias.

Para não perder espaço o jornal impresso acelera o ritmo e o corre-corre das redações deixa de ser restrito aos momentos de fechamento nas madrugadas. Era preciso ter repórteres nas ruas o tempo todo porque a presença do rádio impunha atualização constante. Na via contrária o radiojornalismo também busca no impresso recursos para conquistar a audiência, mas, neste caso, o capital humano. A credibilidade de jornalistas da imprensa escrita foi a porta de entrada desses profissionais no radiojornalismo.

Apesar do primeiro impacto, em poucos anos, ficou óbvio que a coexistência era possível e até favorável para os dois veículos, pois havia espaço para ambos. Nem o jornal ameaçou o rádio e nem o contrário. O que houve foi o estabelecimento não-oficial de territórios onde ao impresso coube mais profundidade nas informações, dados complementares e novos pontos de vista, imagens, gráficos, etc.

Ao rádio coube a agilidade na cobertura e promoção da notícia, depoimentos e entrevistas com a participação do ouvinte. O novo meio moldava o comportamento do novo sujeito da comunicação, o sujeito mediador. O público passaria a interagir com a mídia opinando, criticando e, sobretudo, interferindo em seus conteúdos. A audiência impõe sua presença por meio de enquetes e telefonemas ao vivo, assim, conquista o poder de modificar e transformar a mensagem. No rádio existe uma inversão temporária de papéis, porque desta participação social surge uma interferência indireta que acaba por ditar o conteúdo e a forma da programação. É uma prévia do que seria o receptor do futuro.

O reflexo da coexistência de rádio e jornal impresso é a formação do conceito de mídia enquanto agente mobilizador. O ponto negativo dessa força aglutinadora do rádio foi a intervenção do poder capitalista que transformou o rádio e seus produtos, inclusive o radiojornal, em mecanismo de vigilância social. Os produtores e jornalistas envolvidos estabeleceram normas e modelos para a comunicação via rádio, e deste modo, foi possível manter um padrão mais ou menos universal para o veículo. Quase todas as experiências da implantação do rádio seriam repetidas na televisão até que uma linguagem própria para o veículo fosse estabelecida. Esse é o motivo de haver tanta similaridade entre a distribuição de elementos na programação das duas mídias.

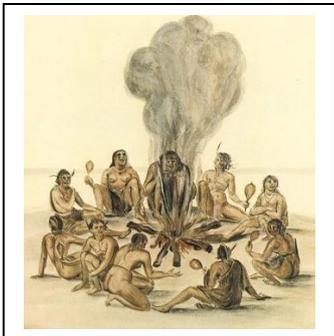
A linguagem no rádio deveria ser acessível, mas nem por isso podia apresentar baixa qualidade semântica. Deste modo, foi estabelecido um tom grave de narração para o noticiário e muitos efeitos sonoros para o entretenimento. Pode-se dizer que a linguagem do rádio é espontânea, coloquial para os programas de entretenimento e austera – tal qual o texto impresso - quando é o momento de narrar a notícia nos radiojornais, ou seja, a radiocomunicação estabelece um código híbrido das mídias já existentes.

As tecnologias recém-desenvolvidas ajudariam a reduzir distâncias entre culturas e pessoas, apresentando um mundo inteiramente novo às sociedades da época. O homem passou a contar com uma troca de informação - e de conteúdos - mais ágil e uma nova percepção de seu papel social. A inserção de meios de transporte de maior velocidade se reflete no modo de vida das sociedades e este fenômeno teve um grande impulso no século XX.

O processo de múltiplos sujeitos emissores recebe interferência da plataforma de mídia, na qual ocorrem estímulos secundários (imagens, sons, efeitos sensoriais) e tudo se amplifica. A partir do momento em que este sujeito tem o domínio do ritmo, forma e até dos recursos que serão usados na transmissão ele passa a ser receptor e mediador. Ao determinar o volume do rádio, por exemplo, ou silenciar as pessoas em torno do aparelho, o homem moderno estabelece um canal de recepção com mais ou menos ruídos. Ele, o receptor da

tecnologia, faz a mediação e atua de forma simultânea enquanto público e, de certa forma, também terceiro sujeito emissor, uma vez que amplia a fidelidade da mensagem ao garantir que esta siga pelo melhor canal de transmissão possível. As mídias da Era Eletrônica (rádio, cinema e televisão, além do videocassete) permitem mediação, mas até o final do século passado, não admitam interferência.

A evolução da tecnologia no espaço multimídia impulsionou o novo modelo comunicacional superando o conceito linear de emissão-recepção para aceitar que este receptor também atua no processo. A partir da introdução do público que é também usuário, o sujeito atua como receptor, mediador, e passa a intervir não apenas na recepção ou no canal da informação mas na sua emissão. E de que modo isso acontece? A partir do momento em que o receptor escolhe de que maneira quer receber a mensagem, determina a quantidade de informação, o tipo de estímulo, e o formato da emissão. Desta maneira, os originais permanecem à disposição, mas quem determina qual deles interessa é o receptor na relação de co-intencionalidade já mencionada anteriormente.



**Ilustração 5** - Tribo reunida para ouvir estórias.



**Ilustração 6** - Família em torno do rádio. Moderno aparelho de comunicação e entretenimento nas primeiras décadas do Século XX.



**Ilustração 7** - Ambiente multimídia (estímulos tácteis, visuais e sonoros)

A ilustração 5 é a representação de uma narrativa em uma tribo ancestral onde a mensagem está no centro da figura. O ambiente e a organização dos sujeitos geram estímulos mentais, que num esforço coletivo, constroem a imagem a partir da fumaça da fogueira. Por outro lado, esse empenho não estimula a todos e existe dispersão de alguns elementos humanos. Alguns não recebem o estímulo visual porque não estão interessados e não existe estímulo sonoro além dos da própria narrativa. Para compensar essa distorção a mensagem precisaria ser re-apresentada em forma de mímica, dramatização, desenho, etc.

A ilustração 6 mostra uma família imersa no universo transmitido pelo rádio. A proposta do veículo, aliás, de todas as mídias (papel, rádio, cinema, televisão, computadores, telefones celulares, CD, DVD, CD-ROOM, etc.) é provocar os sentidos da audiência. Para obter êxito, faz-se necessária a redução de ruídos e perdas por distorção durante o processo de transmissão. A audiência contribui com o processo de recepção, dispondo-se a receber a mensagem. É uma passividade questionável porque sem o interesse do receptor, a mensagem não avança ou, se caminha, o faz de modo fragmentado.

Por fim, na terceira ilustração, a de número 7, vemos que o usuário é induzido a penetrar no ambiente hipermídia pelo uso de recursos que o estimulam a interagir com a máquina com todos os seus sentidos. Esta característica do computador é determinante na amplificação ou supressão de efeitos de sentido emitidos nos telejornais via Internet e, por conseqüência, pode também gerar novos (e inesperados) efeitos. O receptor da mensagem que circula na Internet – sobretudo aquela que utiliza todos os recursos da multimídia - não é apenas sujeito da comunicação, mas um agente no processo.

Nesse primeiro capítulo exploramos um pouco da relação entre as práticas culturais, a comunicação e a tecnologia. Existem muitas distorções de ordem econômica e barreiras culturais, mas a maioria das sociedades pode, senão usufruir, ao menos conhecer as novas invenções. O desenvolvimento da escrita e o invento de novos meios de comunicação proporcionaram grandes saltos evolutivos no campo da comunicação e nas práticas da cultura. Tudo acontece a seu tempo, contudo, a cada novo mecanismo as operações se aceleram cada vez mais. Se o homem podia se locomover com mais agilidade, as notícias precisavam ser mais velozes. Receber um telegrama num transatlântico, um telefonema interurbano, uma radiofoto, estes eram os primeiros passos para o ritmo de comunicação que estava por vir.

Hoje é possível conversar tranqüilamente em tempo real vendo a imagem do interlocutor que está do outro lado do planeta. Entretanto, antes de chegarmos ao ambiente multimídia do “bate-papo” e da transmissão de vídeo em tempo real, vale retomar o contexto onde as novas tecnologias encontraram espaço para se desenvolver. Entre os diversos fatores

que contribuíram para esta aceleração do modo de vida estão o êxodo rural e a criação das linhas de produção e de montagem. Quando a sociedade criou condições para substituir a tração animal pela mecânica, o comércio e as relações de trabalho se modificaram, surgindo um novo modo de vida: o da classe operária, força motriz do progresso tecnológico e a produtividade das indústrias do século passado.

McLuhan tecia analogias entre a evolução da comunicação e os inventos da humanidade, sobretudo os transportes. Ele defendia a similaridade entre a alteração da velocidade de deslocamento das pessoas e o ganho de agilidade na comunicação. O pesquisador afirmava que os meios seriam extensões do corpo humano e, sobretudo após a inserção das mídias elétricas no cenário da comunicação, gerariam mudanças de comportamento social. Ainda na década de 60, McLuhan já afirmava que

Quando a informação se desloca à velocidade dos sinais do sistema nervoso central, o homem se defronta com a obsolescência de todas as formas anteriores de aceleração, tais como a rodovia e a ferrovia. Começa a aparecer o campo total da consciência inclusiva. As velhas estruturas dos ajustamentos psíquicos e sociais tornam-se obsoletas. (McLuhan, 1964, p. 124)

No entanto, é urgente refletir que as mudanças de comportamento, as novas tecnologias de comunicação e essa pretensa aceleração no cotidiano se referem única e exclusivamente às sociedades capitalistas, que se desenvolveram de modo similar a partir da Era Industrial, o que não quer dizer que todo o planeta esteja no mesmo ritmo. Mesmo hoje em regiões remotas e com economia deficiente é na ferrovia que se encontra o meio de transporte da maior parte da população e de cargas, mas o caminhão, o ônibus e o automóvel são maioria entre os sistemas disponíveis na maior parte do mundo. E vale lembrar que nos últimos cem anos a tecnologia dos barcos a vapor, que eram os modelos mais modernos até então, foi substituída pela motorização, o que deu maior velocidade e potência às embarcações. Interessa verificar que a transição, desde o modo de vida anterior sem pressa ou energia elétrica (pessoas, cargas dependendo de tração humana ou animal para serem transportadas) até a efervescência das cidades (carros, telefones, telégrafos), se reflete na evolução das mídias.

Poderíamos dizer que a eletricidade e a aceleração no cotidiano se refletiram no modo de vida e nas relações pessoais, e deram origem a novas necessidades de consumo, inclusive de entretenimento. Os bailes, os saraus, o teatro e o circo enfrentam a concorrência do cinema e do rádio, das vitrolas e da televisão. É uma diversão simplificada, perde-se um pouco do ritual que envolvia uma noite de estréia, uma visita social ou um baile para ampliar o fluxo de

peças em bares, feiras e até em suas próprias casas. Para Marshall McLuhan, o efeito da supressão da cultura oral pela máquina de imprensa de Gutenberg e a massificação da informação geram um modo de vida onde o curso progressivo da evolução social e tecnológica, tal e qual as formas de interação entre os indivíduos aconteceriam num choque contínuo. Mesmo assim, tudo é parte de um processo em constante mutação.

A mídia é um processo do seu tempo - tecnologia elétrica – produz e reestrutura padrões de interdependência social e todo o aspecto da vida pessoal. Nós somos forçados a reconsiderar e reavaliar praticamente toda a idéia, toda a ação e toda a instituição formalmente assentada. (McLUHAN, 1967, p. 08)

Entre conflitos mundiais e batalhas internas, as sociedades buscaram sedimentar as mudanças na luta diária do auto-reconhecimento. Nesse sentido, surgiram movimentos políticos e artísticos de valorização da cultura nacional que, mesmo repercutido positivamente na renovação das artes, na recuperação do folclore e na re-conquista da auto-estima de países como o México e o Brasil, geraram excessos que culminaram em massacres e perseguições, liderados por ditadores.

A comunicação foi empurrada em direção ao futuro quando o rádio adotou o conceito de instantaneidade do telefone para o ritmo de produção no radiojornalismo. É importante considerar que aspectos foram modificados com essa mudança de ritmo. Um dos pontos valorizados foi o resgate da oralidade com o aporte da tecnologia e, igual ao que havia ocorrido em outros momentos de transição, essa recuperação aconteceu de modo a evidenciar a novidade, ou seja, aproveitar os recursos disponíveis para amplificar os efeitos da narração.

As mídias elétricas e eletrônicas que se sucedem desde a segunda metade do século XIX autorizam um retorno à percepção multisensorial e ao pensamento complexo e global, características da oralidade. Depois de séculos de linearidade, da especialização, hierarquização e da divisa e do sectarismo que seguiram a invenção, a difusão e a dominação da imprensa no mundo civilizado. (TREMBLAY, 2003, p.15)

O próximo desafio seria adequar o uso da imagem na comunicação a este novo contexto, vencendo as barreiras impostas pela fixação no papel para conquistar o sonho das imagens em movimento. Desde a invenção da fotografia, os estudos sobre imagem técnica avançaram por várias décadas até que finalmente, em 1885, dois irmãos franceses

conseguiram criar um aparelho capaz de projetar em uma tela grande imagens fotografadas em seqüência, dando a ilusão de movimento: o cinematógrafo<sup>7</sup> *Lumière*.

Daquela projeção experimental, que maravilhou os espectadores do começo do século XX, até o sistema de áudio e vídeo 100% digital e repleto de efeitos especiais criados em computadores que temos hoje, o tempo passou rápido. Em pouco mais de 80 anos o cinema construiu uma linguagem própria, experimentou técnicas de direção e produção delimitando, seu espaço. Inspirado, em parte pelo teatro e em parte pela fotografia, o cinema mudo valorizou a imagem em detrimento do discurso sonoro. As trilhas tocadas ao vivo nas salas de exibição ajudavam a reduzir o barulho externo e manter os espectadores com os olhos “pregados” na tela. As seqüências em preto e branco eram imperfeitas, os movimentos eram duros e a tecnologia limitada, contudo, foram estes visionários que estabeleceram a linguagem cinematográfica que usamos hoje. O que mudou daqueles primeiros tempos é que os cineastas têm menos limitações, fora isso, continuam seguindo os mesmos passos dos precursores.

Até mesmo a notícia encontrou espaço no cinema. Logo que as possibilidades do invento como mídia foram percebidas, os campos de batalha, o campo e a cidade foram “invadidos” por documentaristas. A partir do momento em que a imagem técnica ganha movimento, a sociedade exige que o jornalismo passe a informar utilizando-se de todos os recursos disponíveis. O cinejornalismo começou nos primeiros anos do século XX e até a chegada da televisão no cenário registrou imagens de grandes acontecimentos do século, registrando tudo em película e fornecendo vasto material em documentários.

O cinejornalismo começou em Paris com o pioneiro *Pathè Journal* (1909), com imagens que maravilharam os espectadores da sala escura e para obtê-las com mais qualidade e fidelidade à realidade, formava-se a primeira geração de cineastas da Europa. No Brasil, segundo Ruth Vianna, as primeiras experiências de cinejornalismo datam de 1912, mas foi somente nas décadas de 60, 70 e parte da década de 80, que estes noticiários se popularizariam. O responsável pela ascensão do cinejornalismo nacional foi o produtor cinematográfico Carlos Niemayer. Ele desenvolveu algo sob medida para o Brasil: o “Canal Cem”. Entre 1959 e 1986 o cinejornal produziu mais de mil horas de gravação sobre os principais acontecimentos da época, entre elas, imagens da inauguração de Brasília e da Copa do Mundo de 1970, quando o País brilhou nos campos de futebol do México, as quais representam um acervo impressionante.

---

<sup>7</sup> **Cinematógrafo:** [cinemat(o) + grafo] Nome dado ao aparelho inventado pelos irmãos Auguste Marie Louis Nicholas Lumière e Louis Jean Lumière. A máquina possibilitou a transmissão de imagens em movimento sobre um anteparo, tela, paRede. O modelo inicial de projetor de cinema.

É importante notar que desde esta época já havia normas de divisão de trabalho e também uma preocupação pela estrutura gramatical cinematográfica. Isto é, “um acontecimento de importância exigia destacar vários *cinematografistas* para o lugar do ocorrido, e estes deveriam ajustar-se ao estilo de filmagem do *noticiário*, que se fixava até o tipo de enquadramento a ser utilizado”. Também os profissionais desses jornais em movimento **já sabiam quais os gêneros que poderiam interessar ao público**. Acontecimentos dramáticos, o sensacionalismo serão os preferidos dos então correspondentes, porque **“se encomendava encarecidamente aos correspondentes que deviam ter sentido o sensacional e filmar suas reportagens, sabendo que seu material ia ser montado junto a outros temas em um noticiário que devia conservar um sentido unitário”** (VIANNA, 2003).

O *cinematismo* é um grande sucesso da Europa, onde se desenvolveu principalmente graças às experimentações da máquina de propaganda nazista. Os partidários do Reich formularam técnicas sobre conceitos científicos; imagens e sons eram usados junto com imagens secundárias para gerar efeitos subliminares nos espectadores. Aprenderam a manipular os sentidos do espectador com quadros que ampliavam o tamanho e a voz de Adolph Hitler. Era um espetáculo grandioso que até hoje influencia a propaganda e o cinema. A rápida expansão da ideologia nazista provou a eficiência dessas técnicas e mesmo do talento de produtores e cineastas a serviço do III Reich. “A razão efetiva do êxito da propaganda nazista em relação às massas alemãs: predomínio da imagem sobre a explicação, do sensível brutal sobre o racional” (SANT’ANNA, 2000, p.51)

Enquanto a sociedade em geral sofria com os efeitos das crises, no campo da comunicação a evolução das plataformas midiáticas continuava. Os especialistas se dedicavam a melhorar o discurso e as táticas de manipulação para ampliar os efeitos dos meios de comunicação de massa. “O poder sobre a opinião, assim como sobre a vida e os bens, passou para o controle oficial porque o perigo que a liberdade oferece é maior do que o perigo provocado pelo abuso de poder”. (LASWELL apud MATTELART, 1994, p.14)

A Era Eletrônica, de Marshall McLuhan, viu surgir tecnologias capazes de elevar a capacidade de comunicação humana a proporções globais: o satélite, a fibra óptica e a tecnologia de transmissão de dados por cabo e ondas de rádio. O progresso dos meios de comunicação diminuiu o tamanho do planeta, mas não conseguiu fazer com que todos tivessem acesso aos mesmos recursos.

A comunicação global será a próxima etapa, porém falta muito para que todo o planeta esteja de fato, conectado. Por enquanto, nós nos conhecemos, interagimos uns com os outros, só não nos “reconhecemos” mutuamente. As práticas da cultura e as tecnologias de comunicação estabelecem uma relação espaço-tempo para o homem contemporâneo. A delimitação geográfica é superada pela amplitude da transmissão por cabo e ondas, onde à

distância entre os sujeitos é inexistente. Em relação ao tempo a possibilidade de transmissão imediata ou do armazenamento de dados abre novas perspectivas para a comunicação. (SANTAELLA, 2003; NEGROPONTE, 1995)

O contexto de mudança e as expectativas criadas desde o surgimento da imprensa abrem caminho para imagens técnicas que partem da fotografia e seus conceitos de fixação x reprodutibilidade; passam pelo cinema onde as imagens e os sons finalmente são dispostos na mesma plataforma; interferem na percepção do homem ao tornar o cinema e o teatro portáteis quando surgem a televisão e o vídeo-cassete. (McLUHAN, 1964; NÖTH, 2003)

Hoje é possível desenvolver imagens virtuais a partir da combinação de códigos binários e até transportar esse usuário para dentro desse mundo artificial. Marshall McLuhan - hoje considerado visionário - anteviu a co-relação entre homens e máquinas logo que a televisão começou a conquistar audiência, mas esse cenário só viria a se estabelecer na intensidade que ele previa com o estabelecimento da Internet como a “mídia das mídias” aliando a hipermídia ao alcance geográfico ilimitado e ainda, propondo novas relações de espaço e tempo para a produção de reportagens e circulação de informações.

O segundo capítulo é voltado ao **Hibridismo** que - na interpretação de Marshall McLuhan (1964) – é o momento de ajuste no diálogo entre as mídias e que dá origem a novos códigos de comunicação. A velocidade crescente do desenvolvimento tecnológico da Era Eletrônica causou efeitos sobre as práticas da cultura e estas exigiram mudanças no campo da comunicação que culminaram com a Internet enquanto mídia. A partir desta idéia, passamos a verificar como ocorreu esse processo de adaptação e evolução entre os meios.

## **2. HIBRIDISMOS**

## 2 HIBRIDISMOS

O desenvolvimento da comunicação, conforme o capítulo anterior, está relacionado à maneira do homem interferir no meio, o contexto onde ele se insere e a forma de interagir com outros indivíduos. Até aqui vimos que as práticas da cultura – quando relacionadas à comunicação e à tecnologia – sofrem modificações em suas diversas acepções: nas relações interpessoais, de espaço, tempo e na definição do que é coletivo, público, privado. Podemos afirmar que a chegada das tecnologias de comunicação e seus aparatos, as mídias, provocaram reações, tal qual a fala e a escrita modificaram o comportamento das sociedades quando surgiram diferentes meios de expressão.

O conceito de hibridismo que adotamos neste capítulo tem relação com o contexto do desenvolvimento de novas mídias eletrônicas. Nas palavras de McLuhan, o híbrido – seja um novo modo de expressão ou equipamento de mídia - é “o momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova”. O processo criativo que decorre deste ponto é que impulsiona o processo criativo: “O momento do encontro de dois meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos” (1964, p. 75).

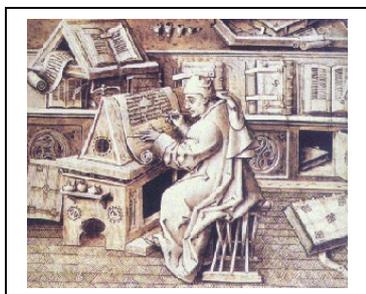
A partir de agora, nosso objetivo é descrever parte da experiência que antecede a criação de uma nova mídia ou da linguagem para a mídia recém-criada. Ou seja, o momento em que o novo meio de comunicação se impõe ao cenário, absorvendo experiências anteriores até encontrar a melhor forma de expressar seus conteúdos. A recodificação pode ser descrita como uma fase intermediária entre a tradição e o novo, em que o conhecimento adquirido se modifica, transforma-se. Para Nestor Canclini (2000) trata-se de uma operação em movimento: “entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, combinam-se para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (2000, p.xix). Mais adiante o autor complementa essa hipótese estabelecendo que

(...) a hibridação surge da criatividade individual e coletiva. Não só nas artes, mas também na vida cotidiana e no desenvolvimento tecnológico. Busca-se re-converter um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado. (CANCLINI, 2000, p.xxii)

No capítulo 1, dedicado à **Comunicação: Atos e Mecanismos**, o leitor reviu parte dos processos que originaram a comunicação como a conhecemos hoje: a invenção da escrita e seus meios de expressão; a aplicação da voz na comunicação em larga escala por meio do

rádio; o surgimento da imagem técnica e suas variantes (fotografia, cinema e vídeo). A partir daqui nos voltamos para aqueles momentos em que a nova mídia se apropria de conhecimentos e experiências anteriores.

Para ilustrar esses processos, vejamos o que aconteceu na época da invenção do sistema de imprensa tipográfica (1442). Até a invenção de Gutenberg – que dinamizou a impressão – a escrita e a ilustração de livros eram formas de arte e os livros, objetos de uso da nobreza e do clero. Naquela época, os monges copistas redigiam o texto e as peças eram entregues a um grupo de artesãos para a decoração das páginas, cada um responsável por uma etapa: um respondia pelas cores; outro, pelos desenhos e o terceiro pelo acabamento. Alguns livros tinham até folhas de ouro em suas páginas e por isso mesmo os preços eram impraticáveis para a maioria da população. Logo que os livros passaram a ser impressos, o desafio era conseguir ilustrar esse material sem elevar demais o custo das obras. Mas como fazer isso? A alternativa foi a xilogravura (sistema de gravação a partir de um original em madeira, como mostra a imagem, similar ao carimbo) que podia reproduzir o desenho original e enfeitar os livros sem aumentar demais o valor de comercialização. A xilogravura também era utilizada pela Igreja para imprimir santinhos e panfletos.



**Ilustração 8** - Monges copistas trabalhando



**Ilustração 9** - Impressão manual de imagens – xilogravura

Um processo não destruiu o outro. Entretanto, a impressão em papel elevou o *status* do livro manuscrito ainda mais, tornando-o definitivamente um objeto de arte. Quando as pessoas começaram a se acostumar com as imagens impressas, surgiu a necessidade de melhorar a qualidade dessa impressão, mas o tempo de espera entre a gravura e a fotografia foi longo (quase 400 anos de espera). Até mesmo o processo de impressão demorou a evoluir: até a Revolução Industrial, era o mesmo da Renascença (Gutenberg). Foi somente em 1884 que um norte-americano inventou o Linotipo, uma máquina de composição linha a linha, em vez de tipo por tipo. O jornalismo ganhou o impulso que faltava para se transformar em um

meio de comunicação de massa, quando as máquinas planas, que imprimiam folha por folha, foram substituídas pelo sistema de rotativas, utilizando bobinas de papel e equipamentos que finalizavam a encadernação e o empacotamento do jornal.

Enquanto isso, aconteciam as primeiras experiências de sucesso em relação à fotografia. Em 1826, Joseph Nicéphore Niépce realizou a primeira – nascia um objeto inexistente até então: a imagem técnica. Não era uma ilustração ou pintura, mas a reprodução da realidade (ao menos de um fragmento dela captado pelo olhar do fotógrafo). A principal característica das imagens técnicas é o fato de poderem ser interpretadas como “entidades simbólicas, discursivas, conceituais. São valorizadas pela informação que disseminam, não pelo suporte no qual estão, não são auto-explicativas, ou possuem uma conexão dinâmica com o objeto representado, não são índices da realidade”. (MACHADO, 2001).

A fotografia introduziu na sociedade do século XIX conceitos de fixação e reprodutibilidade (impacto similar ao da imprensa em relação ao texto manuscrito). De certo modo, antecipando a Era Industrial, começava a Modernidade. O surgimento da classe operária, os movimentos sociais, a urbanização, tudo era novo, e a possibilidade de ampliar o olhar e transformar o sentido da visão em registro era um atrativo sensacional da fotografia. O homem ganhava o poder de materializar impressões daquilo que seu olhar captava sem depender de conhecimentos de arte. Para os pioneiros da fotografia, bastavam noções de composição e de iluminação: era possível estender o olhar a um determinado quadro e transformá-lo num cartão com “o seu olhar” impresso nele.

É preciso compreender que o que hoje não nos causa espanto, foi um choque gigantesco para a sociedade que só estava acostumada a ilustrações. Nos primeiros anos, a fotografia adotava conceitos da pintura, até porque era quase impossível ser criativo com um tempo de exposição estimado em 14 horas. As primeiras fotografias retratavam paisagens e composições similares aos quadros de natureza morta da pintura clássica e, 13 anos depois, o tempo de exposição seria reduzido para minutos: a fase da experimentação estava só começando. O homem ganhara um novo poder: congelar o tempo e preservar o espaço.

Daquela primeira experiência até a fotografia digital tirada com a microcâmera de um telefone celular e enviada imediatamente ao outro lado do globo, o caminho foi até curto, quando comparado àquele percorrido para a invenção da escrita. E foi a fotografia que instituiu o hibridismo aos canais de comunicação ao apropriar-se do conhecimento da pintura e do desenho sobre luz, sombras e composição. Como sabemos, pouco a pouco o desenvolvimento da fotografia devolveu à arte essa primeira “apropriação”. Os fotógrafos

romperam dogmas e ousaram novos ângulos, novas maneiras de compor a imagem, efeitos de luz e sombra.

A fotografia influenciou a nova geração de pintores do século XX, sobretudo os membros do movimento impressionista, que se “despertaram” para as mudanças proporcionadas pela incidência de luz sobre os ambientes. O grupo estabeleceu uma linguagem específica selecionando os conhecimentos úteis e a eles agregando os novos, frutos da exploração das nuances de claro e escuro e dos efeitos de perspectiva obtidos também pela luz no espaço bidimensional da câmara fotográfica, a simulação, a profundidade artificial.

Até a invenção e utilização da máquina fotográfica, todos os quadros de todos os movimentos são apresentados como cenas que acontecem dentro de uma moldura. Não existem personagens em partes. Todos os elementos do quadro são inteiros. Enquadramento sempre perfeito. Durante o movimento impressionista, a máquina fotográfica passou a ter mais espaço. Os resultados das fotografias, apresentando um "instantâneo", provocaram influências nas pinturas. A principal delas foi o enquadramento. Diferentemente da pintura, a máquina fotográfica registrava o centro de interesse dentro de suas margens, mas não excluía componentes da cena que estavam nos limites da "moldura". Pessoas passavam a ser registradas pela metade, no limite do papel fotográfico. A perspectiva nas pinturas também recebeu influência da fotografia, pois a lente da câmera passou a dar uma nova visão instantânea. (BALAN, 1998)

A invenção da fotografia também permitiu que uma outra forma de expressão fosse criada: o cinema. Muito antes dos Irmãos Lumière, a quem se atribui a invenção do cinema, outros estudos originaram mecanismos que, ao final, transformaram a idéia do cinematógrafo em realidade. Rapidamente podemos dizer que a evolução da fotografia superou desafios em etapas: primeiro, reduziu o tempo de exposição do modelo e, depois, experimentou diferentes processos químicos e suportes para os instantâneos até que, finalmente, em 1879, o filme fotográfico ganhou a forma de rolo. Por que isso é tão importante? Somente a partir dos rolos é que o cinema poderia nascer.

A fotografia e o cinema eram realidade, bem como as linhas de produção, a classe operária e a explosão de produtividade do setor fabril. Novas práticas culturais, novos modelos de comportamento chegaram em uma avalanche com as novidades no novo século. O cinema era mudo e as imagens, ainda em preto e branco, mas a nova tecnologia causou grande impacto. Veremos que, assim como os fotógrafos se basearam na pintura, os cineastas adotaram o conhecimento que estava à mão em suas primeiras tentativas de produzir imagens em movimento.

Na primeira exibição do cinematógrafo dos Irmãos Lumière (1895), muitos expectadores fugiram correndo quando surgiu na tela branca a imagem de uma locomotiva se

aproximando. Eles ainda não estavam prontos para isso, as operações mentais, que hoje fazemos sem refletir, ainda eram inéditas. O equipamento não “congelava” mais o tempo e o espaço como fizera a fotografia, ele os deslocava. E, sob a direção de visionários, o cinema dava formas à imaginação.

Independentemente do gênero escolhido pelo cineasta, já nas três primeiras décadas o cinema conquistava um espaço vago até aquele momento. Ainda que a fotografia tivesse contribuído para “preparar” a audiência, era difícil mensurar a repercussão sobre um aparato tecnológico capaz de produzir uma espécie de mímica da realidade. O cinema tinha lugar para o cotidiano, para a realidade, mas também era a máquina de sonhos, que dava movimento às imagens produzidas pela genialidade dos pioneiros, e que conquistaria o *status* de 7ª arte. No cinema estão a genialidade da pintura e a reprodutibilidade da fotografia. O filme é uma narrativa visual que entretém, mas também informa, instrui, polemiza.

Os cineastas moveram da literatura para a tela de cinema gêneros como a ficção científica, o suspense, o terror. Para aqueles que não podiam ler, pois não sabiam ou não tinham acesso aos livros, o cinema era uma janela para um mundo de descobertas. As possibilidades da mídia recém-criada chamava a atenção para o cinema como meio de comunicação, função esta que logo seria percebida pelo Estado e por investidores que, assim como haviam feito com o rádio, apostaram no futuro custeando filmes, incentivando o cinejornalismo e a propaganda.

Como foi que um experimento científico se transformou em arte? Que experimentos os pioneiros realizaram que, mais tarde, determinaram a linguagem própria do cinema? Nomes como Georges Méliès (o *pai* dos efeitos especiais no cinema), Alfred Hitchcock (gênio do suspense), Robert Wiene, Friedrich Murnau, Fritz Lang (expressionismo alemão), Cecil B. de Mille e Charles Chaplin (entre os artistas mais populares e com extensa filmografia como ator e diretor) tornaram memoráveis os primeiros anos do cinema com suas fantásticas produções.



**Ilustração 10 - Metrópolis (LANG, 1927)**



**Ilustração 11 - Luzes da Cidade (CHAPLIN, 1931)**

Para garantir o sucesso do cinema, foram utilizadas as informações advindas de outras mídias. A princípio, os conhecimentos vinham da fotografia e do teatro (meios de expressão que influenciaram também o cinema e a TV) e, depois, com a adição do som, foram repetidos os passos do rádio, até que, no final, os cineastas conseguiram fazer surgir dessa fase híbrida uma linguagem própria voltada ao melhor aproveitamento e amplificação dos efeitos dessa mídia. “O processo de hibridismo é uma técnica de descoberta criativa. Permite fazer os meios dialogarem a partir de um matiz de invenção”. (PLAZA, 1993)

O cinema não parou ali. O som, as cores, a montagem (edição), os efeitos, tudo se transformou até o limite da perfeição e quando esse limite foi atingido, surgiu a computação gráfica que, do nada, fez surgirem atores e cenários que eram completados com efeitos visuais, também realizados no computador. Os avanços eram tantos que surpreenderiam as previsões mais otimistas dos Irmãos Lumière.

E depois do cinema, veio o quê? Primeiro, os filmes em três dimensões (Cine 3D) que, com a ajuda de óculos especiais com uma lente azul e a outra vermelha, davam ao público a ilusão de que os personagens estavam fora da tela. O computador foi mais além e desenvolvedores de programas (softwares) conseguiram enganar a mente criando uma nova dimensão: a da realidade virtual. A última tecnologia está em uso, principalmente em simuladores técnicos de aviação, tecnologia aeroespacial, ciências biomédicas e na área de turismo e lazer (jogos eletrônicos e passeios virtuais). Esse recurso é a somatória de tudo o que já foi feito como estímulo à mente humana. “Estamos entrando no mundo-mente (*world-mind*) e nossos corpos estão desenvolvendo a faculdade da cibercepção (*cyberception*) – isto é, a amplificação tecnológica e o enriquecimento de nossos poderes de cognição e percepção” (ASCOTT, 1997, p. 336).



**Ilustração 12 - Platéia de filme em 3D**



**Ilustração 13 - Realidade Virtual – Simulador de direção**

A realidade virtual funciona da seguinte forma: um programa de computador cria uma determinada situação a partir do tema sugerido pelo usuário, como uma corrida de carro, uma cirurgia, um voo noturno, por exemplo. Uma série de equipamentos de última geração isola a mente do usuário de estímulos externos ao jogo: fones de ouvido, óculos especiais e luvas que dão mobilidade às mãos dentro do ambiente artificial. Para simplificar, a pessoa é transportada para dentro do cenário e interage com aquele ambiente. Os simuladores são tão reais que existe uma série de aplicações práticas e funcionais desses mecanismos, como, por exemplo, o treinamento de pilotos e cirurgiões.



**Ilustração 14** - O médico à esquerda opera instrumentos simulando uma cirurgia, como no quadro à direita.

Por enquanto, o uso desse equipamento é restrito, principalmente porque a máquina consegue convencer o cérebro humano de que a realidade é o que acontece no programa, e isso é muito arriscado. O usuário pode sentir frio, medo, dor, talvez morrer, porque a mente confia naquilo que o corpo físico vê e sente e reage a esses estímulos. Marshall McLuhan comemoraria a confirmação de suas proposições: o meio é extensão do homem, ou *o homem se transformou em extensão do meio?*

O século XX ficou conhecido como a “Era das Máquinas” e revelou ao mundo novas dimensões para a comunicação. As novidades da tecnologia ajudaram a formar novos modelos de comportamento e a impor mudanças tão significativas às práticas culturais vigentes quanto aquelas ocorridas nos 400 anos de domínio da mídia impressa. O estabelecimento de novos aparatos de comunicação de massa é decisivo para acelerar movimentos sociais, modificar a expressão da cultura e estabelecer novas visões de mundo.

O satélite e a fibra ótica acrescentaram velocidade e alcance geográfico à comunicação de massa. A introdução da hipermídia e da navegação no ciberespaço abriu novas perspectivas para os processos de interação, mediação e interferência dos sujeitos no processo de comunicação. As possibilidades da comunicação global – em tempo real – abriram outras dimensões para operações mentais e se refletiram nas práticas culturais quando deslocaram o ponto de vista do receptor, conduzindo-o para além da mediação: a interatividade.

Para compreendermos um pouco melhor o que foi dito até aqui, podemos dizer que a leitura diária do jornal havia formado uma geração de leitores que pareciam atuar, em princípio, apenas como receptores de conteúdo. Esse modelo de comportamento era uma idéia inicial que não considerava as ações dos sujeitos após a recepção do conteúdo, porque, até então, acreditava-se que o leitor de jornal era apático em relação ao que era publicado. O acesso à informação despertara a consciência crítica de boa parte desses leitores, logo a

percepção de mudanças no comportamento social levaria à superação do modelo inicial de um leitor imerso, *aparentemente passivo*. A consideração dos efeitos da mídia sobre o receptor foi fundamental para que a mídia eletrônica encontrasse um ambiente favorável a seu desenvolvimento, como veremos a seguir.

## ***2.1 Os sujeitos se deslocam***

Partimos da leitura silenciosa das páginas do jornal para a profusão de estímulos das mídias eletrônicas. Entramos no século XX dividido, praticamente ao meio, entre períodos de domínio do rádio e da televisão, então as fontes de entretenimento e informação. O comportamento da audiência dessas novas mídias segue de perto as lições dos leitores de jornal, ou seja, pouco a pouco delimita seu território, repercutindo e questionando parte dos conteúdos da nova mídia. A cobertura dos fatos do dia e de outras notícias (informes) de interesse público aumenta o interesse das pessoas pelo que acontece ao seu redor e, assim, a mídia estimula, o expectador responde e repauta a mídia, porque busca mais informação.

As mídias eletrônicas impõem sua presença estimulando o envolvimento da audiência com o novo ambiente. A projeção de voz e de imagem, por exemplo, propõe a identificação mútua entre o emissor e o receptor, seja em um programa jornalístico ou na telenovela. É preciso fazer com que o indivíduo se reconheça enquanto sujeito da mensagem emitida, já que o envolvimento com o público é a chave da imediata popularização do rádio e da TV.

As principais mudanças impostas pelas mídias eletrônicas em relação ao jornal estão na re-configuração das operações culturais vigentes, no trato dado à notícia e, em especial, no modo de falar ao público. O jornal era um terceiro sujeito, a voz de um narrador contando os fatos a um curioso. O rádio e a televisão derrubam as formalidades e popularizam a linguagem coloquial, ampliam a pauta para assuntos de importância para a comunidade, mesmo que apenas localmente e, “acidentalmente”, acabam reforçando a tradição popular.

A mídia impressa fornece modos de participação na construção dos conteúdos (cartas ou telefonemas, correio eletrônico, etc). Entretanto, esta é uma intromissão mínima. O rádio e a televisão contam com o recurso do “ao vivo” para a interferência externa na sua programação. Um telefonema do ouvinte, uma enquete ou entrevista em vídeo e em tempo real são possibilidades de interferência.

Um exame das transformações no cenário da comunicação entre os séculos XIX e XXI revela que as formas de retroalimentação entre as práticas culturais e o aparato técnico em uso

surtiram efeitos em grande escala. As tecnologias se desenvolveram em resposta às necessidades que eram criadas conforme a sociedade se modificava e, ao mesmo tempo, forçavam novas mudanças a cada momento de ajuste.

O surgimento do rádio deu imediatismo à cobertura. Milhões de pessoas, em todo o mundo, acompanharam o andamento das duas grandes guerras em boletins diários. Muitas vezes o repórter entrava ao vivo na programação, mesmo por telefone, numa velocidade desconhecida pelo jornalismo até então. Portanto, logo que o rádio se firmou como veículo de comunicação, repetiu o discurso e a gravidade da forma narrativa do jornalismo impresso. Em alguns anos decidiu-se considerar que, na verdade, o som chegava ao público em uma esfera mais íntima, dentro de casa, e era preciso adequar o tom do discurso. Ninguém era formal àquele ponto num bate-papo, na sala de visitas.

O rádio buscava a aproximação com o público, a austeridade foi devolvida à mídia impressa e os radialistas criaram o próprio modo de falar aos ouvintes. Os jornais traziam mais conteúdo, críticas e comentários, mas era impossível competir em velocidade com os programas noticiosos e os telefonemas ao vivo dos correspondentes internacionais. Cada mídia desenvolveu o que havia de mais favorável à sua manutenção: profundidade e mais informação no jornal, agilidade e popularização no rádio e na TV.

Na fase de hibridismo, em que uma mídia dialoga com a outra, a chegada de novos recursos modificava as relações entre elas, uma acabava se beneficiando da outra e aproveitando tudo o que podia ser adaptado para o seu ambiente. O tempo mostrou que o rádio precisava de uma linguagem tão dinâmica quanto a velocidade de transmissão, e em pouco tempo uma forma única de comunicar se desenvolveu. O texto foi adaptado, privilegiando o resumo dos fatos e delegando ao entrevistado e ao som ambiente a tarefa de contextualizar a matéria que antes era descrita em pormenores, como no jornal.

De que maneira essas tecnologias alteraram os referenciais do homem? A partir do momento em que a história passa a ser “contada” no rádio e, posteriormente, na TV. Quanto mais pessoas têm acesso às notícias e são sensibilizadas, maior é a amplitude da mídia. Até quanto à inclusão do rádio no dia-a-dia, quem não possuía instrução formal era dependente de terceiros para saber quais eram as notícias do jornal. Estas pessoas eram “alienadas involuntárias” por serem incapazes de decifrar a informação impressa.

O rádio privilegiou em sua programação o binômio: informação e entretenimento, ainda assim, manteve a credibilidade do jornalismo do veículo. Antes havíamos visto como a imagem técnica (fotografia) agregou valor à notícia do jornal; a popularidade do rádio também influencia a sociedade e fornece pautas ao jornal impresso. As mídias se ajustam uma

à existência da outra. No começo do século XX é inaugurado um serviço que prometia revolucionar a cobertura jornalística da época: a transmissão de imagens à velocidade da telefonia por ondas de rádio: a radiofoto.



**Ilustração 15 - Aparelho de transmissão e recepção de radiofoto em uso (1940-45)**

Até a invenção da *radiofoto* a agilidade era cobrada do repórter, dos revisores e editores, já os fotojornalistas, tinham mais tempo para revelar seus filmes e selecionar o melhor material. De uma hora para outra, além de retratar, por exemplo, o que acontecia nos campos da I Guerra Mundial, os fotojornalistas também precisavam enviar às redações as imagens. A *France Presse*<sup>8</sup> (AFP), agência de notícias com coberturas internacionais comemorou o invento porque as fotografias poderiam ser enviadas imediatamente do local onde haviam sido produzidas.

De modo geral, nota-se que a experimentação de modelos tem como objetivo aprimorar e acelerar os processos de comunicação social. A cada passo dessa progressão houve um momento de transposição entre uma mídia e outra, quando transitaram formas e linguagens híbridas. O texto para rádio foi uma adaptação do tempo natural de leitura e do ritmo do telegrama. A seqüência das frases, o ritmo e a produção sonora vieram depois. O modelo inicial de transmissão para TV não seria diferente. Nos primeiros programas e nos telejornais havia muito do rádio, dos elementos da fotografia, do teatro, um pouco da experiência dos jornais e do cinema.

---

<sup>8</sup> **Agence France Press (AFP)** é a agência de notícia mais antiga do mundo, fundada em 1835, por Charles-Louis Havas, pioneiro em cobertura jornalística em nível global.

## 2.2 Estímulos multiplicados

A aceleração dos tempos de inserção, adaptação e fixação de cada mídia não é coincidência. Vimos que o tempo de maturação de um novo meio varia conforme os elementos que compõem sua linguagem são ordenados até a construção do código mais adequado aos estímulos que se pretende emitir. O jornal, por exemplo, foi produzido pela mesma técnica de impressão por quatro séculos, o rádio apareceu – e se popularizou – em menos de cinquenta anos, a televisão em menos tempo ainda e o computador, quase que imediatamente. A velocidade de aceitação – e o uso – das mídias pelas sociedades tem aumentado na mesma proporção em que os avanços tecnológicos aumentam e estes, por sua vez, são produzidos para uma sociedade imersa na Tecnocultura: “O progresso técnico, irreversível e em produção geométrica, é a lei simbólica principal do imaginário tecnológico moderno”. (LEMOS, 2004, p.51). E McLuhan, em seu livro *O meio é a mensagem* (1967), resume a coexistência entre sociedade e tecnologia afirmando que “a nova interdependência eletrônica recria o mundo à imagem da aldeia global.”

No capítulo anterior, vimos como o desenvolvimento da linguagem aconteceu conforme as necessidades dos grupos humanos foram se modificando. Em relação à mídia, a ordem é exatamente a mesma, ou seja, a cada etapa de desenvolvimento social, surgem novas tecnologias (novos aparatos) e, para cada meio de comunicação, uma linguagem específica. As experiências anteriores são somadas, adaptadas e originam novos mecanismos e linguagens para a comunicação. (ECO, 1969; SANTAELLA, 2003).

O homem e a mídia evoluem simultaneamente, se não no conteúdo do discurso, ao menos na estrutura de transmissão e recepção, nas técnicas de sensibilização do receptor e de geração de efeitos de sentido e, finalmente, no grau de interferência no processo. Segundo Roque de Barros Laraia, o modo de vida de uma sociedade é fruto de toda a experiência de seus antepassados aliada à criatividade das novas gerações:

O homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo que reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o antecederam. A manipulação adequada e criativa deste patrimônio cultural permite as inovações e as invenções. Estas não são o produto da ação isolada de um gênio, mas o resultado dos esforços de toda uma comunidade. (LARAIA, 1992, p.46)

O século XX é o berço da Indústria Cultural e o comportamento da sociedade capitalista repete as características do sistema de produção de bens de consumo de seus produtos, ou seja, o nivelamento, a banalização e a efemeridade. A cultura de massa descarta

o individual e o incomum valendo-se desta premissa para dirigir toda a produção ao público-alvo, o consumidor médio. O momento de hibridismo para as mídias eletrônicas termina com um ponto em comum a todas elas: a proposta de montar uma programação voltada à generalização, principalmente na televisão.

A essência da linguagem televisual é proporcionar à audiência mecanismos para que ela ali se reconheça e, deste modo, disponha-se a receber a mensagem transmitida. A influência das mídias na cultura e nas ações sociais significa que o ritmo de difusão da mensagem que circula entre os indivíduos segue o ritmo da própria eletricidade. Tais signos já estão em operação e são amplificados por meio das plataformas de comunicação. O receptor das mídias eletrônicas durante o período de diálogo entre essas mídias modifica suas ações como sujeito no processo de comunicação, mas até aqui existe mediação, não interferência.

Em resumo, no período de transição entre uma tecnologia e outra, a comunicação tem se valido da experiência da mídia anterior para estabelecer a forma do discurso, a linguagem e a apresentação dos conteúdos no novo mecanismo. Em geral, a nova mídia causa alguma modificação na estrutura da mídia anterior, particularidade que transforma cada meio de comunicação em um agente de promoção constante de interferência nas operações vigentes da cultura. Ao modificar o código e as práticas em uso, essa reestruturação da mídia promove uma ruptura que se reflete no comportamento social.

### ***2.3 Mobilidade***

Na mídia eletrônica, as relações entre os sujeitos da comunicação não são unidimensionais ou estáticas. A pesquisadora Lúcia Santaella (2003) afirma que a “cultura das mídias” permite que a informação trafegue de uma mídia à outra sofrendo apenas adequações na estética e na linguagem. É esse o processo que chamamos de hibridismo entre as mídias, um degrau anterior ao da convergência. Ainda segundo ela, o trânsito da mensagem entre uma mídia e outra amplia o alcance do conteúdo, mas o torna pouco durável porque existe uma superexposição seguida por total esquecimento. É o paradigma do ineditismo *versus* a volatilidade da notícia instantânea.

Quando a informação se desloca à velocidade dos sinais do sistema nervoso central, o homem se defronta com a obsolescência de todas as formas anteriores de aceleração, tais como a ferrovia e a rodovia. Começa a aparecer o campo total da consciência inclusiva. As velhas estruturas dos ajustamentos psíquicos e sociais tornam-se irrelevantes (McLUHAN, 1964: 124).

E, afinal, que mudanças são estas a que nos referimos como “rupturas nas práticas da cultura” causadas pela inserção das mídias eletrônicas? O rádio e a televisão eram fontes de entretenimento e acesso à informação. No entanto, o impacto do discurso das mídias sobre a estrutura social, a religião e as ciências, é percebido logo que os mecanismos se popularizam. A principal mudança imposta pela mídia eletrônica está na re-configuração das operações culturais vigentes até então. A democratização da informação foi diretamente responsável pela quebra de dogmas, paradigmas e até pelo estremecimento de instituições seculares como a Igreja e o Estado. Uma mudança tão importante quanto esta aconteceu de forma profunda na Renascença, quando a organização do pensamento científico foi influenciada pela dinâmica da leitura. E como isso ocorreu?

O método científico foi estratificado em etapas: identificação segmentada de problemas e fenômenos, análise de grupos de referência e, finalmente, ordenação de resultados em grupos ou escalas. Na verdade, esses procedimentos são quase muito similares às etapas do processo de leitura: identificação, interpretação e compreensão da narrativa. Um fenômeno semelhante ocorreu quando o rádio e a TV passaram a influenciar o modo de falar das ruas, a moda e até a visão de mundo das sociedades. No Brasil, a telenovela – por sua popularidade – é um dos produtos da mídia que mais influenciam o comportamento social e está se transformando em cenário para discussões de questões de interesse público, como adoção, tratamento ao idoso, segurança, educação e temas ligados à saúde e à cidadania.

Antes de verificar para onde é conduzido esse caminho, é imprescindível compreender de que forma é possível equilibrar a estratificação, a agilidade e a qualidade na promoção da mensagem. O conteúdo da mídia eletrônica, especialmente a televisão, tem sido alvo de críticas devido ao reforço dado ao senso comum, à superficialidade e à falta de relevância de boa parte dos temas de que trata, enquanto deixa de lado os assuntos de maior impacto social. Ou seja, a preocupação com a homogeneidade do discurso pode comprometer a validade dos conteúdos. Contudo, de forma geral, a programação da TV reflete a sociedade que a inspira, porque só funciona como veículo de comunicação se o telespectador se identificar com ela.

A televisão ficou em destaque no cenário da comunicação por cinco décadas (1950-2000), sempre se equilibrando sobre os pilares da informação e do entretenimento. Tal mídia tem uma linguagem relativamente simples. Todavia, a programação não começou no ritmo certo, faltava explorar o ambiente televisual para descobrir o tom mais adequado. A TV começou as transmissões com procedimentos oriundos de outras mídias, sobretudo do teatro na linguagem corporal e do radiojornalismo na narração das notícias. Com o passar do tempo, a câmera se aproximou, tornando o gestual contido e suavizando a gravidade da narração.

A sociedade do pós-guerra foi atropelada pela ascensão do capitalismo e pelas revoluções de comportamento em todas as frentes. Essa efervescência de acontecimentos foi perfeita para a chegada da televisão, cuja linguagem transitava entre o teatro e o radialismo, despertando o interesse imediato de um grande número de pessoas. Para desenvolver uma linguagem própria para a televisão, os produtores deslocaram elementos da comunicação radiofônica, pois, se por um lado a TV podia mostrar os acontecimentos, o rádio acompanhava o ouvinte para onde quer que ele fosse. O objetivo era unir espontaneidade ao potencial da telepresença.

A fase de hibridação entre a televisão e as outras mídias é curta. O veículo tem características muito peculiares: em vez de descrever o fato em questão, a mídia eletrônica rearranja os elementos para sugerir a impressão de testemunhar o desdobramento dos acontecimentos. A televisão amplia seus efeitos utilizando recursos para amplificar o impacto de sua programação (ou de seus conteúdos) sobre o telespectador. O processo de hibridação com o rádio, teatro, fotografia e impresso, aos poucos, configura-se em uma linguagem específica para o ambiente televisual. A televisão foi o centro das operações culturais nas décadas de 50 e 60, sobretudo quando o preço dos aparelhos diminuiu, permitindo o acesso de uma faixa maior da população. A programação oferece o binômio entretenimento e informação, possibilitando às pessoas se identificarem com os sons e as imagens na telinha. O efeito da aproximação entre a mídia e o público foi potencializado no momento em que a sensação de deslocamento foi amplificada, quando a transmissão da matéria começou a apresentar os fatos como se as cenas vistas pelo telespectador estivessem acontecendo naquele exato momento.

(...) é oferecida (ao receptor) a possibilidade de entrar na 'Rede imaginária' pelo investimento dos seus mecanismos de projeção e identificação daquilo que se dá como 'objeto ofertado'. (...) O discurso se constrói pressupondo conhecer as maquinações do receptor. (SOUZA, 2002)

A cultura de massa é produzida por técnicas industriais (padronização) para ter mais amplitude de consumo – o “alvo” é o consumidor médio. A televisão é um aparato essencial na difusão da cultura de massa e, portanto, cabe ao indivíduo selecionar as fontes de conhecimento se quiser mais profundidade. Ainda assim, Edgar Morin (1977) considera a importância da disseminação de informação de nível intermediário nos avanços na sociedade.

A resposta às transformações de comportamento se dá no aparecimento de uma nova necessidade, a de um sistema de comunicação em que o indivíduo possa assumir de forma consciente o papel de mediador e intervir no processo. Esse novo sujeito foi “treinado” pelas

mídias eletrônicas para o que já se convencionou chamar de “a mídia das mídias”: a Internet com suporte multimídia.

## **2.4 Mutação**

O conceito de mundo que se popularizou nos últimos 15 anos reflete as idéias de uma sociedade organizada em grupos de interesse nos quais coexistem o coletivo e o individual. Trata-se de ordenar as identidades num contexto atemporal e sem fronteiras espaciais, mas sempre regidas por interesses comuns. Antes de conceituar o *modus operandi* das comunidades virtuais e a interação disponível na Internet, é necessário visualizar alguns dos pontos de ligação que, mais tarde nesta pesquisa, irão nortear as análises propostas. É necessário compreender a revolução que aconteceu com a introdução da TV no dia-a-dia das pessoas habituadas a ler jornal e a ouvir o rádio para compreender de onde partimos para formatar esse novo sujeito da comunicação.

Neste processo ocorrem atos de formação, interpretação, seleção, edição, ênfase, etc, de acordo com a estrutura de percepções, expectativas e experiências anteriores dos envolvidos no relato dos acontecimentos. Entre qualquer acontecimento e a chegada da sua imagem e reportagem ao receptor, ocorre uma série de ações de intermediação. Com diversos níveis de processamento e complexidade, razoavelmente simples no primeiro exemplo do telefone clássico, mais complexos no caso da televisão, o processo de mediação constitui-se como inevitável (ESPERANÇA, 2005).

A grande mudança nas ações do receptor é consequência da inserção de valores críticos individuais na elaboração de uma mensagem inteligível ao coletivo. Eco propõe que antes de delimitar a eficácia da TV, é necessário determinar como se porta o telespectador e o que é perdido no percurso entre emissão e recepção de conteúdos no meio televisual:

Caberá à investigação sobre o público revelar a diferença entre as intenções do remetente e a interpretação do receptor. Só então saberemos alguma coisa sobre a homogeneidade dos sistemas de significação do remetente e do receptor e, conseqüentemente, sobre a real eficácia comunicativa da mensagem televisual. (ECO, 1969, p.385).

Novamente citamos Morin para destacar as considerações do autor sobre a sociedade industrial, o berço da mídia eletrônica. Segundo ele, estas são organizações fragmentadas cujas relações entre os indivíduos são superficiais e tendem à universalidade, entretanto, mantêm a esfera de individualidade necessária às invenções e às novidades. “É por isso que o

homem universal não é apenas o homem comum a todos os homens. É o homem novo que desenvolve uma civilização nova que tende à universalidade”. (MORIN [I], 1977, p.45).

Desde que as máquinas passaram a intervir, mediar e promover a comunicação entre os indivíduos em escalas progressivas, a configuração das sociedades tem sido modificada não apenas por suas operações intelectuais, mas pelo aparato por elas desenvolvido. Portanto, do mesmo modo ocorreu a hibridação e a transposição de conteúdos entre as mídias jornal, rádio e televisão. Para os mais otimistas, a dualidade de universal x individual, que caracteriza a arquitetura da informação e a navegação no ciberespaço, exige diversidade de conteúdos e, em consequência, promove acesso ao conhecimento:

As novas tecnologias podem ampliar e diversificar o controle da informação, dando mais poder aos usuários individuais e aos grupos. Se isso ocorrer, estaremos bem servidos. Um serviço público de informação de última geração, fornecendo acesso universal, pode acrescentar uma dimensão nova e dramática aos recursos de informação democráticos e à forma e ao propósito da sociedade no novo século (DIZARD, 2000, p.276).

A Internet experimentará um período intermediário para ajustar sua projeção de efeitos de sentido e as peculiaridades da nova mídia antes de delimitar o comportamento dos sujeitos. Enquanto isso, as ações mesclam mediação e interferência, recepção e interatividade. A comunicação na “mídia das mídias” ainda não impôs ao homem um desvio de comportamento em relação às práticas culturais que a precederam, porque a própria Internet é uma evolução de conceitos da Tecnocultura. Assim, nota-se que as práticas e a localização dos indivíduos na cultura que se forma em torno da nova mídia são estabelecidas principalmente pela liberdade concedida aos indivíduos que nela estão inseridos:

Tudo isso nos mostra como a virtualidade inovadora ou modificadora da individualidade pode ser integrada na teoria da mudança social. A diferença individual, o desvio individual não são apenas variações aleatórias que um olhar ao nível das populações permite depurar, são os lugares e origens da novidade. É o lugar em que se opera a *order from noise principle de von Foerster*, princípio segundo o qual um acidente aleatório pode contribuir para a formação de uma ordem nova, de uma complexidade nova porque põe em movimento as formas sistêmicas de desorganização-reorganização (MORIN [II], 1977, p.130).

A nova configuração de tempos e espaços virtuais introduzida pela Internet também causará modificações. Contudo, esta mudança de comportamento marca um novo ciclo para os meios de comunicação: **a Convergência** e o mecanismo que possibilita esta mudança é o computador. O processo – sob a ótica da transposição do telejornal para a Internet – é tema do próximo capítulo.

### **3. CONVERGÊNCIA**

### 3. CONVERGÊNCIA

O hibridismo trata do diálogo das mídias por apropriação de elementos e reorganização das experiências da mídia anterior. Vimos que uma série de experimentos ocorreu antes que o público e os produtores chegassem a um denominador comum e, finalmente, fosse estabelecida uma linguagem específica para cada mídia valorizando seus recursos (texto impresso, áudio, vídeo). A evolução natural da tecnologia forçou uma nova reflexão. Havia mídias geradoras de texto, áudio e imagem. Contudo, até o lançamento de um equipamento que prometia funcionar como estação de trabalho, comunicação e entretenimento, não havia meios de unir tudo no mesmo lugar. A introdução do computador multimídia mudou essa realidade. A partir dele, os limites entre uma mídia e outra tiveram que ser revistos porque surgira uma nova dimensão a ser explorada: a convergência.

E do que trata esse processo? A convergência relacionada à mídia está em discussão desde os tempos de McLuhan – ainda que o pesquisador se referisse a este modelo como resultante da comunicação de massa. Na natureza a convergência está relacionada ao processo de seleção natural, no qual sobrevive o grupo daqueles com maior capacidade de se adaptar ao ambiente e, se deslocarmos esta definição para o campo da comunicação, a proposta é a mesma. Pesquisadores como Manuel Castells (2005), Lúcia Santaella (1996), Pierre Lévy ou Nicholas Negroponte (1995) também adotam essa nomenclatura se referindo à coexistência das mídias e à evolução tecnológica a que estão sujeitas. O computador e sua linguagem (a hipermídia) com recursos multimídia (áudio e vídeo) proporcionam a plataforma ideal para este processo.

Em síntese, as mídias tendem a se engendrar como Redes que se interligam e, nessas Redes, cada mídia em particular tem uma função que lhe é específica. É por isso que o aparecimento de cada nova mídia, por si, tende a redimensionar a função das outras. Quando uma nova mídia surge, geralmente provoca atritos, fricções até que, gradativamente, as mídias anteriores vão, com o passar do tempo, Redefinindo as prioridades de suas funções. (SANTAELLA, 1996, p.40)

O século XIX teve início com uma nova ordem social dando os primeiros passos. As máquinas e os homens estreitavam o contato iniciado com a inserção da tecnologia no cotidiano durante a Era Eletrônica. As dimensões dessa relação entre equipamento e operador é que estavam mudando. A diferença essencial é que – com a inserção da tecnologia – as operações culturais, ações individuais ou coletivas e, por conseqüência, processos de comunicação, acontecem em duas dimensões: na real, com suas relações de espaço, tempo e

substância, e em uma outra, construída pela máquina, por meio da qual tudo é transcodificado novamente, numa espécie de mundo paralelo chamado de ambiente virtual.

A somatória das tecnologias do computador multimídia com a Internet superou tudo o que havia de recurso de comunicação social ou pessoal. A década de 90 pode ser considerada o ponto de partida. Em dez anos, as informações passaram a circular não apenas nos terminais de computador, mas vão até nós (telefones celulares, *palm tops*, *notebooks*). Contudo é fundamental considerarmos que apenas uma parcela privilegiada da população mundial tem acesso a estes recursos, e mesmo este grupo ainda oferece uma certa resistência em abandonar o que está em uso por novas tecnologias:

(...) a adoção de tecnologia continua a ter como fatores limitantes seu custo, dificuldade ou simplicidade de uso, utilidade na prática e inoperabilidade. Sabemos que as novas tecnologias são adotadas por um público sofisticado e curioso por novidades, de bom poder aquisitivo, que, invariavelmente, utiliza apenas parte de todas as capacidades dessas novas tecnologias, seja por desconhecimento de como fazê-lo, seja porque realmente não há necessidade em usá-lo, já que velhos meios permanecem e velhos hábitos são difíceis de mudar. (FERNANDEZ, 2004, p.30)

Vimos que a tecnologia influencia as práticas culturais e já se esperava que essa abertura repentina (convergência) causasse alguma conseqüência. As mídias não apenas dialogam entre si, como também coexistem no mesmo espaço. Logo que o computador deixou o ambiente acadêmico para se transformar em um aparelho eletrodoméstico, o interesse das pessoas aumentou e cresceu a influência da máquina sobre o referencial das comunidades. O espectador busca a informação no computador porque quer participar, decidir, buscar os temas e formatos de conteúdos que lhe interessam.

Ao receber e interpretar formas simbólicas, os indivíduos baseiam-se em recursos, regras e esquemas a eles disponíveis. Assim, as maneiras pelas quais as formas simbólicas são entendidas e pelas quais são avaliadas e valorizadas podem diferir de um indivíduo para outro, dependendo das posições que eles ocupam em instituições ou campos socialmente estruturados. (THOMPSON, 1995, p. 201)

O que causa tanto interesse não é outra coisa senão uma tecnologia capaz de emitir e receber dados em tempo real no computador com suporte para texto, áudio e vídeo, a hipermídia. “A grande diferença em relação a outras revoluções tecnológicas do passado é que, na atual, a matéria-prima é a informação moldada pelo novo meio tecnológico, que é o computador” (DEL BIANCO, 2001, p. 152). Ainda hoje, seis anos após a virada do terceiro

milênio, algumas pessoas se impressionam ao perceber que podem ler o jornal do dia na tela do computador ouvindo música ou assistir aos telejornais da semana em vídeo no domingo.

O hibridismo é a última fronteira antes de uma possível convergência total das mídias para o ambiente digital. O computador – enquanto meio de comunicação – soma os efeitos de sentido de cada mídia, os reordena e os emite novamente; seus periféricos se estendem permitindo a impressão de texto e imagem, gravação de áudio e vídeo, bem como a conversão de material analógico para o modo digital. Além de toda a parafernália tecnológica, o computador permite a interferência do usuário, se não em material em tempo real, em tudo aquilo que puder ser armazenado, editado, reproduzido ou deslocado para outro ambiente. Em suma, o computador permite a extensão do conteúdo para o domínio do usuário.

Todo esse potencial abala a estrutura anterior. Ontem havia rádio, televisão, jornal, telefone; hoje, existe tudo isso e também o sistema multimídia. Entre o hibridismo e a conversão total ficam pistas que serão usadas para verificarmos as mudanças estruturais tecnológicas e de discurso exigidas na migração do telejornal para a Internet. Na comunicação virtual as relações entre o indivíduo, grupo social, tempo e espaço são reconfiguradas.

Nesse capítulo destinado à Convergência, vamos nos voltar à análise do telejornalismo, objeto dessa pesquisa, para verificar o comportamento do produto nesse processo. O telejornal é um dos produtos que se deslocam para o espaço virtual e essa mudança de plataforma se reflete em ajustes que no princípio repetiam as características do hibridismo. No entanto, o “namoro” entre as duas mídias (TV e computador) logo termina. O telejornal se divide em duas classes, uma destinada a transpor o espaço da TV para o computador – sem alterar a forma ou a organização dos conteúdos – e outra que produz algo novo: o noticiário feito para Internet em formato televisual.

A reflexão sugerida pela tecnologia não se refere somente à estrutura tecnológica ou ao potencial comunicativo da nova mídia, mas ao modo de apresentar a notícia. Para tentar repetir nesse novo ambiente o sucesso da sensibilização – e identificação – do telespectador, faz-se necessário abrir uma forma de diálogo. O desafio maior é que no computador o telejornal é, na maioria dos casos, um serviço agendado pelo usuário. Ou seja, esse novo espectador não fica à espera do telejornal em determinado horário ou canal, mas pode vê-lo quando desejar e, além disso, quebra a estrutura tradicional de seqüência de matérias por ordem de importância e editorias. O telejornal na Internet é uma biblioteca da cobertura dos principais fatos do dia em matérias arquivadas para serem vistas e revistas conforme o interesse de quem requisita o serviço. Na verdade, a Internet mistura a agilidade da cobertura diária aos serviços sob medida da TV por assinatura (*on demand*).

Para se usufruir bem desse potencial, foi preciso chamar a atenção do espectador para a nova mídia. Desta forma, logo que a Internet foi inserida no cotidiano das pessoas, elas foram incentivadas a adotar endereços eletrônicos, montar páginas pessoais e, sobretudo, utilizar a Internet como ferramenta de pesquisa. A explosão do mundo dos *bits*<sup>9</sup> de Nicholas Negroponte (1995) fez proliferarem estratégias para utilizar melhor o potencial da Rede para o comércio, mas havia um problema: a variação.

Há tantas pessoas conectadas à Rede Mundial que é quase impossível encontrar o consumidor de cada produto ou satisfazer as expectativas de todos. O primeiro desafio do comércio virtual, e que também se repete no que se refere à comunicação, é saber com quem, quando e de que maneira dialogar. O que esse público que navega na Internet quer ler/ouvir/ver? Quais são as pessoas que formam essa audiência? A resposta não é a recriação das faixas de público, mas de grupos com interesses em comum. É essencial detectar o perfil dos internautas e o modo de se relacionar na Rede para mapear os usuários de um perfil mais elaborado (sempre em trânsito) e as comunidades virtuais.

A mobilidade dos conteúdos, a variação, a reorganização do público e, sobretudo, a mudança no comportamento da audiência, exigindo mais participação no processo, foram fenômenos iniciados antes e, como no passado, forçaram evoluções de práticas da televisão para ações inteiramente novas. Vamos resgatar algumas das características da comunicação pela TV para visualizar o que mudou quando o telejornal e outros produtos de mídia foram transpostos para o novo ambiente.

O primeiro modelo de telejornal no Brasil foi importado dos Estados Unidos, onde a televisão era sinônimo de espetáculo. No início, principalmente por falta de recursos técnicos, o apresentador lia as notícias do dia como se fossem notas de um radiojornal. Muitas imagens que “completavam” a notícia nem eram filmes, mas imagens estáticas produzidas pela editoria de arte (mapas, gráficos). Somente com a chegada do videoteipe é que o setor começou a desenvolver seu potencial.

A maior parte das emissoras brasileiras e, em especial, a **Rede Globo**, seguiram o estilo das grandes Redes de televisão dos Estados Unidos: a CBS (*Columbia Broadcasting System*) e o canal de notícias CNN (*Cable News Network*). O *marketing* em torno da equipe de apresentação e a figura do apresentador, que também é o editor chefe do telejornal e pode comentar as notícias ao vivo (o âncora), estão entre os conceitos incorporados que acrescentam identidade ao noticiário e estreitam a relação com o telespectador.

---

<sup>9</sup> Unidade mínima de informação no ciberespaço, em geral expressa pelo número 0 ou 1, base do código binário da linguagem de computador. (NEGROPONTE, 1995, p. 19)

E o que acontece quando o telejornal migra para a Internet ou quando produtores desenvolvem um produto similar ao original, mas elaborado para o ambiente da multimídia? Conforme Santaella (1996), na “cultura das mídias”, a mesma informação pode circular de uma mídia para outra sofrendo a adequação na aparência e/ou na linguagem. É possível equilibrar velocidade, estratificação da informação para as comunidades virtuais ou indivíduos participantes de determinado portal eletrônico (ou, ao contrário, estandardização, em se tratando dos temas do noticiário do dia) com qualidade de informação?

Na interação entre os meios e os sujeitos, o discurso das mídias sofre influência do inconsciente coletivo e vice-versa. O novo espectador, porém, ao exercer a função de mediador, recusa parte dos conteúdos e, em seguida, busca uma maneira de interferir no processo. “Os membros do intelectual coletivo co-produzem, administram, modificam continuamente o mundo virtual que exprime sua comunidade: o intelectual coletivo aprende e cria o tempo todo”. (LÉVY, 1998, p.134). Apesar desta ampliação de alcance do conteúdo, a mensagem é pouco durável porque há superexposição seguida pelo total esquecimento. A transcodificação está relacionada ao hibridismo, enquanto a hiperestimulação, à convergência.

Nos capítulos anteriores sobre o ato de comunicar e o hibridismo, vimos de que forma a ruptura da visão de mundo acontece a cada grande salto tecnológico. Primeiro, o conceito de unidade entre o homem, suas ações e o Cosmos é transformado e substituído pela visão de que somos frutos de uma evolução linear à moda cartesiana. O homem contemporâneo se organiza de um outro modo, o da sociedade organizada em grupos de interesse onde coexistem o coletivo e o individual. Trata-se de ordenar as identidades num contexto atemporal e sem fronteiras espaciais.

O termo ‘indivíduo’, já o disse, parece-me superado, ao menos no sentido estrito. Talvez se deva falar, quanto à pós-modernidade, em uma ‘*persona*’ que desempenha diversos papéis nas tribos às quais adere. A identidade fragiliza-se. As diferentes ‘identificações’, em contrapartida, multiplicam-se. (MAFFESOLI, 1998, p.12).

O que não mudou muito foi o modo de produzir a reportagem: o telejornal é o produto de uma equipe que busca informação em áudio, vídeo e texto, mas muitas vezes a equipe é formada por um indivíduo: o vídeo-repórter ou repórter-abelha. Este profissional faz todo o trabalho sozinho. (KETTLE, 2003). O modelo surgiu no Brasil no final de 1987 como suplício e facilidade oferecidos pela tecnologia digital.

Independentemente do tamanho do time que sai à rua, o noticiário deve conter os acontecimentos do dia e informações úteis ao cotidiano das pessoas. Enfim, uma variedade de

temas que são mais ou menos esperados todos os dias. Um dos aspectos mais importantes do telejornalismo é a qualidade visual e a quantidade de informação contida nas imagens. No noticiário, a imagem técnica é planejada, tem um objetivo restrito, não é arte, é comunicação. Na Internet, a diversidade de imaginários influencia a interpretação dessas imagens. O receptor não está condicionado a encarar aquelas matérias como informação pura e simplesmente. Na Internet, ele pode utilizar a matéria de telejornal como ponto de partida (e não necessariamente como ponto de chegada) para a informação.

No ciberespaço, as ações do sujeito se modificam, a disposição desse receptor é outra. Lèvy é otimista ao declarar que “no espaço do saber, o ser humano volta a se tornar nômade, pluraliza sua identidade, explora mundos heterogêneos, é ele próprio heterogêneo e múltiplo, em devir, pensante”. (1998, p.135). Essa heterogeneidade à qual o autor se refere pode causar uma superficialidade na leitura e na interpretação da mensagem, tudo em favor de uma relação paradoxal entre a mensagem e o receptor. O receptor regula a intensidade da perturbação que aquela matéria irá causar sobre ele ao escolher, por exemplo, a apresentação em tela cheia (similar à da TV) ou as dimensões reduzidas de um *player* multimídia.

Uma vez codificada, a imagem se divide em séries informativas conforme o uso que o emissor pretende fazer dela. Assim, a imagem pode conter uma informação visual (icônica), visual lingüística (caracteres) ou visual paralingüística (efeitos de sentido). Na Rede Mundial, todas as esferas estão presentes. Há espaço para ver e registrar, ver e sentir, sentir e reagir e provocar o usuário por meio de uma certa imagem ou composição de imagens.

Na dimensão da Internet, da hipermídia, do universo virtual, as operações conhecidas permanecem e a elas acrescentam-se fenômenos específicos para o ambiente de interação: a pluralidade de conteúdos, a hipermídia e a geração de efeitos de sentido. “O ciberespaço constitui um campo vasto, aberto, parcialmente indeterminado, que não se deve reduzir a um só de seus componentes. Ele tem vocação para interconectar-se e combinar-se com todos os dispositivos de criação, gravação, comunicação e simulação.” (LÉVY, 1998, p. 104/107).

Portanto, do mesmo modo que ocorreu a hibridação e a transposição de conteúdos entre as mídias jornal, rádio e televisão, no suporte da Internet deverá haver um período de ajuste entre a nova mídia e este homem-usuário. Pouco antes de assistirmos à convergência das mídias para o computador, é urgente refletir sobre a grandiosidade desse processo que, muito longe de tratar-se de tecnologia simplesmente, refere-se a comportamentos, cultura e mesmo relações humanas:

Essas novas máquinas estão indicando, em primeiro lugar, que proliferam através do reaproveitamento das tradicionais mídias de massa. Em segundo lugar, elas também parecem estar demonstrando que deverão provocar na cultura de massa

tanto ou mais efeitos de transformação do que esta produziu nas formas eruditas e populares de cultura. (SANTAELLA, 1996, p. 49)

A proposta inicial para o ambiente da Internet era a troca de informações constante trazendo uma dimensão pública para a comunicação. No entanto, sabe-se que a maior parte das organizações tradicionais e os grupos de mídia que estão conectados à Rede Mundial por meio de portais, dados e notícias, pertencem aos impérios econômicos das mídias tradicionais e muitos deles devem permanecer emitindo conteúdos no ambiente digital com o objetivo de repetir o domínio sobre a informação.

### ***3.1 Tele-Visão***

A Internet é, sem sombra de dúvida, uma poderosa máquina de informação. No entanto, se essa nova mídia herdou seus principais artifícios e linguagens de outras mídias, o que irá permanecer no final do processo de convergência? O principal elemento de identificação do público com a TV e seus subprodutos é a familiaridade com o veículo, e esse ainda é um desafio na nova mídia.

Em pesquisa sobre o comportamento do receptor enquanto sujeito na comunicação, Sousa (1995) afirma que a televisão permite que o público, enquanto receptor de seus conteúdos, possa imergir na “Rede imaginária” que é apresentada na telinha. Sob o ponto de vista do pesquisador a TV é uma fábrica de sonhos, do mesmo modo que o cinema, e além de projetar esse imaginário diante do telespectador, aplica sobre ele mecanismos que facilitam a identificação com as imagens que oferta, envolvendo as pessoas com aquele universo. O aspecto negativo é que o reforço constante do senso comum banaliza a mensagem e descarta questionamentos, estagnando o modo de operar as práticas da cultura.

Para desenvolver uma linguagem própria para a televisão, os produtores haviam deslocado elementos da comunicação radiofônica. Para compreender o motivo desta apropriação, vale lembrar que, se por um lado a TV podia mostrar os acontecimentos, o rádio era mais ágil no processamento da notícia (capta e veicula ao vivo a qualquer hora, de qualquer lugar) e o aparelho receptor é portátil. O desafio dos profissionais que estabeleceram a linguagem para a produção televisual e, por consequência, parâmetros para o telejornal, era unir essa espontaneidade ao potencial da telepresença. A equipe de produção aplicaria técnicas para reforçar os conteúdos ou ampliar as sensações geradas no indivíduo, atitude criticada por estudiosos que consideram a televisão fonte de entorpecimento e alienação:

O espetáculo visual torna-se tão importante como o próprio acontecimento que a TV transmite. Há um investimento nas cores, na cenografia. No movimento, nas curiosidades e na pirotecnia visual, que tornaram a TV, antes de qualquer coisa, um “aparelho onírico”, uma ponte ligada diretamente ao mundo dos sonhos. (MARCONDES FILHO, 2000, p. 42).

Além de registrar o que acontece em torno de si, a televisão impõe a dimensão do espetáculo e a transforma em uma referência cultural. A relação do telespectador com as imagens na televisão é muito similar à sua percepção de mundo – o que sedimenta parte dessa mensagem visual junto ao público. A linguagem televisual diz respeito a um processo e não a um objeto. Para compreendê-la, é preciso antes entender os elementos que a constituem. A organização de modos de produção e a emissão de conteúdos na TV surgiram do hibridismo de técnicas antes aplicadas ao jornalismo impresso, rádio e cinema, mas os produtores de televisão entenderam de que maneira poderiam utilizar os recursos lançados por uma plataforma bidimensional e recursos de áudio e vídeo. O meio de comunicação acrescentou práticas socioculturais ao mundo “real” para fortalecer o “telemundo”.

Para o semioticista Roland Barthes, é fundamental compreender que existe espaço para mediação. Tudo o que se abstrai de uma imagem, por exemplo, depende das condições de quem a interpreta. Por meio das palavras do autor, compreendemos que “toda a imagem é polissêmica e pressupõe, subjacente a seu significante, uma ‘cadeia flutuante’ de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros”. (BARTHES, 1990, p. 32).

A padronização cultural enquanto reflexo da presença dos meios de comunicação no cotidiano causaria mudanças de comportamento e, sem exagero, de ideologia. Um exemplo é a coincidência entre revoluções de cunho social que ocorreram simultaneamente em diferentes países onde os meios de comunicação haviam conquistado popularidade. Aqui se usa a ilustração de fatos ocorridos no Brasil e nos Estados Unidos entre as décadas de 60 e 80.

No Brasil, os estudantes foram às ruas e enfrentaram a polícia contra a ditadura, a violência e o exílio de lideranças políticas e artistas. Enquanto isso, os norte-americanos protestavam em defesa dos Direitos Civis e contra a Guerra do Vietnã. Era uma resposta contra as diversas formas de opressão inspirada, em parte, pelo debate promovido pelos meios de comunicação. O impacto da mudança seria ampliado também pela imprensa, transformando protestos isolados em catalisadores de uma revolução que viria a seguir.

A influência da televisão é um fator decisivo na escolha de Chefes de Estado, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. No momento de escolher os governantes, os eleitores preferiram aqueles que melhor se saíram nos debates (a “melhor imagem”), desconsiderando, por exemplo, a experiência política de cada um. O primeiro debate televisionado aconteceu em 26 de setembro de 1960, pela **CBS**, entre os candidatos à presidência dos Estados Unidos: Richard Nixon e John F. Kennedy, com vantagem para Kennedy.

Em 14 de dezembro de 1989, aconteceu o debate do segundo turno entre os candidatos à presidência, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Fernando Collor de Mello (PRN), que mudaria a história do telejornalismo brasileiro. O debate foi realizado com representantes de todas as emissoras e cada telejornal apresentou sua edição na programação do dia. A **Rede Globo** veiculou um compacto no jornal da tarde (*Jornal Hoje*) e outro no principal programa da emissora, o *Jornal Nacional* (Memória Globo, 2004, p. 208).

Contudo, as edições apresentadas foram diferentes. No material veiculado no horário nobre, Fernando Collor teria sido favorecido de duas formas: primeiro, foram mostradas apenas suas melhores respostas e, depois, na contagem de tempo, pois ele apareceu um minuto e meio a mais que o oponente. A polêmica sobre a manipulação das declarações dos candidatos foi ainda maior por se tratarem das primeiras eleições livres no Brasil depois de 29 anos, e, além disso, era a estréia da televisão na cobertura do pleito eleitoral:

Era a primeira vez que estava acontecendo uma eleição direta com a televisão sendo um veículo tão importante para esta nação. Nós estávamos orgulhosos do trabalho que a gente tinha feito. E, de um momento para o outro, por causa dessa diferença nas eleições, foi tudo por água abaixo, todo o trabalho feito durante a campanha foi esquecido e o fato que ficou foi a história da edição do debate, muito bem explorado politicamente. É frustrante. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 214)



**Ilustração 16** - Nixon x Kennedy (CBS, 1969)



**Ilustração 17** - Collor x Lula (Globo, 1989)

Nas duas situações – ainda que, no caso do Brasil, as declarações de cada candidato devam ser consideradas – a imagem de cada indivíduo na televisão influenciou a escolha do eleitor, tanto, ou mais, do que o conteúdo das propostas ou a experiência política. Ao final, venceram os mais jovens, mais altos, cuja imagem transmitia vigor e longevidade: ganhou a “melhor imagem televisual” e não, necessariamente, o político mais adequado ao cargo. McLuhan antecipara a interferência do debate televisionado nos Estados Unidos:

Todo aquele cuja aparência denuncia claramente seu papel e *status* de vida não combina com a TV. Todo aquele que parece capaz de ser um professor, um médico, um homem de negócios ou de uma dúzia de habilitações ao mesmo tempo, é um tipo indicado para a TV. Quando uma pessoa parece “classificável”, como o sr. Nixon, o telespectador não tem nada a preencher. Ele se sente incomodado com a imagem da TV. (McLUHAN, 1964, p. 371)

Assim, a televisão, enquanto suporte de comunicação, causou interferência ao acrescentar à mensagem (imagem e discurso dos candidatos) elementos específicos de sua produção (estética, tonalidade, contraste, equilíbrio). A linguagem do veículo interfere no modo de produção e no discurso de apresentação da notícia.

### ***3.2 História do Telejornal***

Por que o telejornal brasileiro tem esse modelo de discurso, de imagem e de organização? O que vai acontecer quando a transposição terminar e o telejornalismo na Internet for a nossa única opção? É cedo para responder a segunda pergunta. Temos experiências genuínas e reprodução de modelos de outros países, além de telejornais que são transpostos para a Internet sem alteração. O que podemos apontar, com certeza, é de onde vem a forma de fazer telejornalismo no Brasil.

O primeiro telejornal do Brasil, denominado *Imagens do Dia*, foi transmitido ao vivo de São Paulo, no dia 20 de setembro de 1950 (TV Tupi/ Canal 6). Para gravar as reportagens, era preciso transportar equipamentos nada funcionais e a captação de imagens dependia de filmes cinematográficos, que tinham de ser revelados antes de serem transmitidos. A agilidade na televisão era privilégio do texto e, por conta disso, o telejornal era basicamente uma seqüência de notas curtas lidas no estúdio – estrutura idêntica à do radiojornal (o tom da narrativa e a austeridade do apresentador conferiam credibilidade ao noticiário).

O telejornal precisou de algum tempo para ganhar agilidade, o que ocorreu com a tecnologia do videoteipe. Foi uma mudança e tanto em relação ao equipamento anterior, que exigia aparatos complicados de operar, equipes grandes de operadores de áudio e de vídeo

trabalhando separadamente e, ao mesmo tempo, em conjunto. Era necessário revelar a película, cortar manualmente as imagens, numa velocidade de edição que não atendia à necessidade da mídia televisão. O videoteipe permitia a gravação de áudio e vídeo simultaneamente e não precisava mais de revelação, tudo isso sem contar com a praticidade de operação do equipamento em relação ao anterior.

Finalmente, a fita bruta chegava da rua e não precisava mais passar pelo processo de revelação, podia ser editada imediatamente. Esta facilidade representou um avanço para o processo de constituição da linguagem televisual. Apesar da euforia com o aparato técnico, a principal responsável por determinar o que funcionaria bem em telejornalismo foi a equipe de produção do *Jornal de Vanguarda* (TV **Excelsior**/ 1962). Entre as inovações trazidas pelo grupo, Rezende (2000) destaca a entrada do jornalismo opinativo na TV (comentaristas) e do produtor (ou pauteiro) – profissional responsável pelo agendamento e pesquisa de uma matéria que fornece ao repórter informações precisas sobre o tema.

Em 1º de setembro de 1969, estreou o *Jornal Nacional*, o primeiro telejornal brasileiro transmitido via satélite. Na disputa por audiência, a televisão atacou em duas frentes: a primeira valorizando a internacionalização dos temas em debate e trazendo ao País imagens de todo o mundo. Por outro lado, a programação local conquistou espaço, facilitando a penetração social da TV enquanto veículo de comunicação de massa por conta do estreitamento das relações sociais. Na tentativa de estabelecer uma identidade própria, cada emissora buscou um caminho que pudesse garantir um lugar na preferência do telespectador.

Os noticiários também precisavam desenvolver a linguagem e a estética apropriada, por isso era preciso encontrar uma referência e a maior parte das emissoras – em especial a **Rede Globo** – seguiu padrões de grandes Redes norte-americanas: **CBS** e **CNN**. A distribuição das reportagens em editoriais e blocos, a formalidade do vestuário, as trilhas e vinhetas, o *marketing* em torno da equipe de apresentação e o surgimento da figura do âncora estão entre os conceitos incorporados no Brasil, referências que acrescentam identidade ao noticiário e estreitam a relação entre emissores e o telespectador.

Na década de 80, o cenário empresarial das emissoras de televisão foi re-configurado. Por razões financeiras a antiga **TV Tupi** teve a licença cassada pelo governo e foi dividida em dois grupos, o de Adolfo Bloch, a **Rede Manchete**, e o grupo de Sílvio Santos, o **SBT**. A primeira emissora era voltada para um público instruído e ativo nas mudanças sociais, enquanto que a segunda tinha produtos de forte apelo popular. A **Rede Globo**, por sua vez, investia em programas com níveis técnicos de excelência (estética, ritmo, linguagem), sem necessariamente se ater aos conteúdos. Assim, a emissora pôde atender a uma variedade

maior de público e a estratégia funcionou porque, ao menos em termos de números, a Globo tem mantido a liderança de audiência há décadas.

O aspecto negativo dessa supremacia é que o crescimento do mercado gerou a formação de Redes de comunicação e a maior parte da informação é emitida pelas mesmas empresas. A crítica entende que o sistema poderia ter acelerado a democratização, porém, ao invés disso, significou o fortalecimento de antigos grupos de poder. Caparelli e Lima (2004) chamam esse comportamento de “coronelismo eletrônico” e questionam o uso da programação local e regional enquanto ferramentas de manipulação:

Se, por um lado, a censura prévia dos conteúdos poderia configurar maior liberdade aos canais, por outro lado, esvaziou essa possibilidade trazendo consigo uma disciplina mais flexível, em que as programações local e regional passaram a se vincular estreitamente aos interesses eleitorais dos proprietários de concessão e licença de retransmissão televisiva.

Uma outra questão que cerca o telejornalismo é a maneira como se emite a opinião da emissora. Uma das experiências consideradas mais honestas neste sentido é a adoção do âncora. Diferente do editorial que é apenas narrado pelo apresentador do telejornal, na ancoragem o jornalista-editor tem liberdade para tecer comentários sobre os assuntos do dia. Ainda que esta opinião, em geral, seja uma re-afirmação dos interesses da emissora, estes profissionais assumem o discurso e o telespectador está ciente de que se trata de um ponto de vista muito específico. Assim, a presença do âncora minimiza este “coronelismo” acrescentando transparência ao telejornal e, por conseguinte, credibilidade.

Para Sebastião Squirra (1995) as primeiras experiências de ancoragem no Brasil aconteceram no rádio, mas na televisão o projeto do jornalista norte-americano Walter Cronkite (pioneiro na função; *CBS News/ 1960*) só se transformou em realidade com Boris Casoy (*TJ Brasil/1988*). A introdução do âncora no telejornal atendeu a duas necessidades do Grupo Sílvio Santos: a falta de estrutura de produção e a busca de credibilidade para o jornalismo da emissora. Ao tecer seus comentários, o apresentador reforçava os efeitos de matérias que muitas vezes pecavam pela qualidade ou nem haviam sido realizadas, porque o **SBT** não tinha equipes disponíveis em número suficiente.

Curiosamente o mesmo grupo que havia oferecido um noticiário pautado em matérias de alto nível e equilíbrio editorial foi responsável Pelo primeiro telejornal 100% sensacionalista do País: *Aqui e Agora* (**SBT/ 1991**). Enquanto a ancoragem trouxera credibilidade e seriedade ao telejornalismo da emissora, o novo produto era responsável pela

captação de audiência. O programa que trazia matérias da editoria de polícia oferecia uma cobertura grotesca do cotidiano. Não era preciso mais impor a opinião da emissora, bastava oferecer ao público entretenimento de baixo nível. Pouco a pouco o telejornal conquistou níveis surpreendentes de audiência, uma nova forma de entorpecimento estava consagrada.

O problema com este telejornal - que foi colocado no ar em 20.5.91 - é que seus dirigentes não perceberam ainda que, por ser exageradamente panfletário e sensacionalista, fugiu da missão primeira de qualquer projeto jornalístico: informar equilibradamente a população, sem partidarismos. O *Aqui e Agora* tomou, desde o início, o lado das forças militares repressoras, numa desesperada tentativa de mostrar os policiais atuando energicamente contra os 'fora da lei', mas se portando positivamente e com atitudes sensatas e polidas quando do patrulhamento normal. (SQUIRRA, 1995, ...)

Ainda segundo Squirra, as questões paralelas sobre ancoragem e sensacionalismo, não tiraram da emissora o mérito de ter introduzido importantes mudanças no cenário do telejornalismo nacional: “Esse programa representa, numa análise objetiva, a transposição do jornalismo popular de rádio para a televisão. Inclusive usa modelos e algumas das mais conhecidas vozes dos polêmicos programas radiofônicos” (1993, p.142-143).

Os seis anos de estrondoso sucesso do *Aqui e Agora* e o prestígio de Boris Casoy à frente do *TJ Brasil* forçaram os executivos da Globo a refletir sobre concessões na programação e esta reflexão incidiu, justamente, sobre o *Jornal Nacional*. Em 1996, a emissora abandona a conhecida imagem de Cid Moreira e Sérgio Chapelin na bancada do *Jornal Nacional* para substituí-los por jornalistas de “sangue novo” e, em 1º de abril daquele ano, o JN foi apresentado por William Bonner e Lilian Witte Fibe.

Em 15 de outubro de 1997, foi inaugurado o primeiro canal brasileiro de jornalismo 24 horas, a *Globonews*. O potencial desta cobertura jornalística foi reconhecido por Vera Íris Paternostro, autora de um dos mais populares manuais de telejornalismo do País: “Desde o final de 1997, nenhum acontecimento de grande repercussão deixou de ser transmitido ou de receber uma intensa cobertura jornalística. Todos os grandes fatos foram mostrados com destaque na programação, com imagens geradas pelas agências internacionais de notícias, Reuters, APTV (*Associated Press TV News*) e mesmo a CNN”. (PATERNOSTRO, 1999).

A entrada do jornalismo 24 horas no cotidiano abriu espaço para mudanças no comportamento dos sujeitos e, ainda que as notícias fossem as mesmas, porque a programação se repetia, existia um estado de atenção por parte do telespectador que tem necessidade de estar informado. A Internet é o mecanismo que responde de forma satisfatória a estas novas

necessidades. Todavia, antes dela, a personalização da prestação de serviços de mídia havia trazido um estreitamento na relação com o público. (NEGROPONTE, 1995).

### **3.3 Sob medida**

Os avanços na programação andavam lado a lado com os esforços para melhorar a tecnologia de captação, transmissão e recepção do sinal da TV. Oficialmente a TV por assinatura (*narrowcasting*) chegou ao Brasil na década de 90 e, em três anos, o número de assinantes cresceu em ritmo constante, estagnando antes do final da primeira década. E por qual motivo citamos essa forma de transmissão? Porque o telejornal na Internet e a disposição das matérias em vídeos por encomenda (*on demand*) se aproxima da TV por assinatura. Além disso, no Brasil a expansão desse sistema teve um desenvolvimento muito peculiar. Conforme pesquisas da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), o número de assinantes em 2002 era de 3,52 milhões e saltou para 3,77 milhões em 2004; para o primeiro semestre de 2005 as estimativas estavam em 3,9 milhões de assinantes.

A introdução de serviços exclusivos como, por exemplo, a TV pública de conteúdo fixo, abriu espaço para a mediação. A TV por assinatura apostou em canais com programação diferenciada e o número de opções aumentou conforme as possibilidades financeiras dos clientes. O sistema de difusão por cabo ou satélite abriu espaço para um telespectador mais independente. O controle remoto deu maior impulso ao sistema multicanais, porque criou novos hábitos entre os consumidores do serviço. Agora, o assinante pode percorrer dezenas de canais rapidamente tal como faria se estivesse olhando as manchetes de um jornal.

A semente da interação lançada pelo *efeito zapping* – passeio entre dezenas de canais via controle remoto, germinaria em pouco tempo. Algumas tecnologias se adiantavam (sistema de TV paga do satélite diretamente para o assinante no formato<sup>10</sup> que ele comprou), trabalhando com a distribuição de conteúdos por demanda (*video on demand*) e agendamento de programas e filmes com opções de áudio e legendas. Para conquistar o assinante, as emissoras investiram em alta qualidade visual e publicidade, um outro diferencial do sistema.

A chegada do computador pessoal (PC) e, com ele, das Redes de comunicação interativa interna (*Intranet*) e mundial (*Internet*), trouxe uma série de possibilidades. A promessa era a de que a máquina chegaria para facilitar o trabalho do escritório e acelerar as etapas que dependiam de tempo e espaço: correio, pesquisa e processos de logística. Este

---

<sup>10</sup> Por formato de assinatura entendemos o perfil da programação televisual que pode ter ênfase em cinema, esporte ou programação infantil – conforme o gosto e os recursos financeiros do assinante.

projeto inicial foi superado pela percepção das reais dimensões do computador. A plataforma multimídia oferecia recursos que interessavam a toda a família: música, vídeo, blocos de notas, sistema de arquivos, etc, além do recurso de emitir e capturar dados via Internet. Em apenas cinco anos, entre 2000 e 2005, o computador chegou a escolas, residências e deu origem a novos estabelecimentos comerciais, os *cibercafés* e as *lan houses*.<sup>11</sup> Nesses espaços as pessoas podem acessar a Rede Mundial para correio eletrônico, pesquisa, jogos e interação pessoal (*chats*, fóruns, etc).

O indivíduo passou a assumir as funções de usuário e mediador, sobretudo no ambiente da Internet é ele quem decide de que maneira irá reconfigurar a mensagem para que este conteúdo obedeça suas expectativas. Do mesmo modo o papel do sujeito no processo de comunicação se modifica conforme o contexto social e as plataformas onde esta se desenvolve. O telejornalismo, enquanto produto da mídia eletrônica, precisa reencontrar esses sujeitos da comunicação. Para tanto, está em processo de migração para a Internet.

### **3.4 Ciber-telejornalismo**

O noticiário com linguagem televisual disponível na Internet tem se desenvolvido em duas frentes distintas, conforme afirmamos no início desse capítulo. De um lado, a migração de conteúdos re-apresentando as matérias da TV no portal das emissoras e, do outro, um novo formato desenvolvido para Internet, no qual o telejornalismo se apropria de recursos adicionais do espaço virtual. Para especificar a qual produto se referem as considerações apresentadas, fica estabelecido que o conteúdo produzido para televisão e deslocado para a Internet será nomeado telejornal via Internet, enquanto o noticiário produzido especialmente para a nova mídia será identificado como ciber-telejornal.

A imprensa escrita foi pioneira na utilização da Rede Mundial enquanto plataforma de promoção de conteúdos porque a tecnologia necessária à publicação de textos foi mais ágil. Logo que os recursos de compactação de áudio e vídeo foram introduzidos, as pessoas puderam ter acesso a arquivos audiovisuais. No início, em meados de 90, o sistema era parecido a uma biblioteca onde os *internautas* podiam receber arquivos por encomenda. Assistir aos programas em tempo real, porém, era um desafio que precisava ser superado porque os problemas de transmissão eram quase impossíveis de se contornar. O áudio chegava com distorções e sempre antes da imagem, causando desconforto ao telespectador.

<sup>11</sup> *Cibercafé* é um estabelecimento comercial que funciona como bar ou lanchonete e oferece acesso à Rede mundial mediante pagamento de uma taxa conforme o tempo utilizado pelo usuário.

*Lan House* é um espaço similar ao antigo fliperama onde os clientes participam de jogos nos sistemas de *Intranet* (jogos da casa) ou *Internet* (jogos on-line).

Todas essas experiências foram consideradas quando o telejornal foi introduzido neste novo ambiente. No portal da maior emissora do País (Globo.com), por exemplo, o receptor/ usuário pode escolher se vai rever o noticiário da manhã, uma matéria em destaque ou para aqueles que utilizam os serviços de assinatura, o arquivo de determinado assunto. O que mudou desde então é que a evolução da tecnologia e a redução de custos para o envio de dados por ondas ou cabos de fibra ótica têm facilitado o acesso à Rede Mundial. O crescimento da audiência incentivou os investidores a buscar soluções que hoje permitem ao usuário assistir aos seus canais preferidos, com o mesmo conteúdo da TV, a partir de qualquer computador com tecnologia recente. A velocidade com que o sistema de comunicação via Internet tem se desenvolvido transpôs a barreira da mobilidade e está disponível para os telefones celulares.

A proposta de um telejornal na Internet é o último degrau de uma escala de aproximação entre o meio eletrônico (analógico) e o virtual. Ao contrário do que alardearam os pessimistas, a chegada do telejornal à Internet não prejudicou a mídia anterior em termos de audiência: ao contrário, aprimorou o diálogo entre emissores e público. Para identificar as transformações ocorridas no modo de produção dos telejornais da TV analógica (*Broadcasting/Narrowcasting*) para o ambiente multimídia da Internet (*Webcasting*), são observadas as relações entre a cultura que se desenvolve em torno da nova mídia e a forma de suas manifestações alimentarem a televisão com novos signos e vice-versa.

No período de transposição de conteúdos não há tempo para ajustes, mas para a busca de equilíbrio. Parte-se do hibridismo até que seja possível identificar/criar e sistematizar procedimentos geradores de uma linguagem própria para produtos televisuais na Internet. O aumento progressivo da popularidade da Internet e a profusão de informações disponíveis determinam a urgência no acompanhamento das transformações impostas à produção do noticiário. Uma vez transposto para o ambiente da Internet, a estratégia é de valorizar a participação de todos os envolvidos para acelerar o processo de compreensão da notícia. Uma das peculiaridades da convergência das mídias é a interdependência de conteúdos, todos os sujeitos seriam mediadores no processo de comunicação: quem emite e quem recebe a mensagem. Ou seja:

O fato é que, na contemporaneidade, a base material que constituiu a comunicação está mudando profundamente com o desenvolvimento das tecnologias da informação. O tradicional modelo de comunicação massiva baseado no envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea está dando lugar a um novo sistema capaz de abranger e integrar todas as formas de expressão, diversidade de interesses, valores e imaginações. Inclusive a expressão de conflitos sociais. É o que se denomina de convergência entre as telecomunicações, os meios

de comunicação de massa e a informática beneficiada pela digitalização dos mais diversos tipos de informação (voz, dados, som, texto e imagens), e identificada pelo seu alcance global, pela interatividade e integração de todos os meios em uma Rede. (DEL BIANCO, 2002)

A produção de estratégias comunicacionais adequadas exige conhecer “a quem servem” os noticiários na Internet e estabelecer o grau de democratização em que se encontra (ou a que se propõe) o ambiente virtual. Em termos gerais, publica-se muito e sobre qualquer coisa, o que também significa que nem todos os emissores estão comprometidos da mesma forma com aquilo que disponibilizam. O ideal seria buscar o consenso sem incorrer no senso comum, porque a diversidade de público e a agilidade da discussão podem refutar em minutos todo e qualquer material publicado. Essa fragilidade é uma das perdas impostas ao telejornal no processo de convergência para a nova mídia.

Para conseguir equilíbrio, é preciso considerar que o telejornal promove uma aproximação entre o público e o fato ocorrido, ordenando signos de fácil reconhecimento (imagens de fachadas, testemunhos, repórter no “local” do ocorrido, etc.) para resgatar o calor dos acontecimentos. As mudanças de ambiente do analógico para o virtual e, por conseguinte, do “quadro bidimensional” para uma “janela tridimensional” proporcionam aos olhos do telespectador novas dimensões no telejornal, no estúdio e nas reportagens, exigindo um novo arranjo para esses elementos. Os recursos de edição não-linear conferem maior liberdade ao repórter cinematográfico e na maioria das vezes a produção da imagem quer envolver o telespectador no contexto onde os fatos ocorreram, não se limitando, para isso, a sugerir o deslocamento do receptor para o local (tele-visão).

Assim, o desempenho de um telejornal na Internet está comprometido com uma série de fatores, além da qualidade das matérias e dos recursos visuais empregados. É preciso aplicar as técnicas já conhecidas e a experiência da nova mídia para otimizar a produção e encontrar a melhor forma de utilizar a presença do usuário no ambiente virtual e garantir que a notícia seja do interesse de quem está navegando.

Poderia ser considerada uma nova linguagem; se nos despirmos das traves tecnoculturais que os paradigmas das mídias eletrônicas têm nos colocado ao logo do século passado, poderíamos, sem deslumbramentos dizer que estamos sim, presenciando o surgimento de uma nova mídia visual hipermidiática, convergente, simbiótica, diferente, que irá conviver com as mídias eletrônicas convencionais como o rádio, o cinema e a televisão convivem até hoje. (AMARAL, 2004, p. 282)

O planejamento do noticiário, em qualquer mídia, é o primeiro passo para a captação de público e, melhor, para mantê-lo. O desafio dos editores é antecipar os temas de interesse de um grupo heterogêneo sem incorrer no risco de repetir a pauta de outras mídias, exclusivamente para não perder o direcionamento geral. Ainda que a conduta no sistema de produção da imagem na mídia tenha se modificado entre a televisão e o computador, a orientação se mantém. Na adaptação do discurso entre uma mídia e outra, os recursos técnicos são aprimorados para garantir um desvio mínimo no entendimento da mensagem.

A bi-dimensionalidade que havia se encaixado perfeitamente na imagem televisual foi superada pela tridimensionalidade do computador (a nova dimensão é a operacional). A ordem dos elementos (ou massas) de determinada cena passa a ser planejada para três dimensões e não apenas duas. Outros pontos em que é fácil perceber a interferência estética do ciberespaço são o cenário do estúdio e a identificação do local onde o repórter se posiciona quando aparece no vídeo.

O telespectador ganha mais informação com produtos jornalísticos sóbrios, adequados ao entendimento dos fatos, e não da “versão quase cinematográfica” que é adotada em alguns telejornais, sobretudo os que exploram as vítimas de casos de polícia, violência urbana ou dramas familiares. Em busca de um produto que atenda a essas expectativas e, ao mesmo tempo, valorize o conteúdo que elas disponibilizam na Internet, emissoras adotaram uma roupagem que remete ao produto *on-line*. As notícias são curtas e variadas, da mesma maneira que em uma série de boletins de última hora no rádio, o mesmo formato adotado pelas agências de comunicação na Internet.

Por outro lado, programas noticiosos, que tratam exclusivamente de jornalismo opinativo ou atendem ao segmento de notícias policiais, têm se ocupado de temas mais sombrios. Tal comportamento permite que o telespectador opte por telejornais de emissoras de baixa audiência, porém de credibilidade reconhecida, em busca do que é notícia, de assuntos que alteram seu dia-a-dia. A crítica à televisão é direcionada às suas operações, sua produção e promoção de conteúdos que, em geral, reforçam o senso comum. Entretanto, é preciso considerar o estado em que se encontra a sociedade cujas imagens são transformadas no discurso dessa mídia.

A forma de conceber a linguagem de TV (formatos e direcionamento) mostra uma orientação para difundir aquela cultura híbrida, dita popular, mas que nem sempre é ligada à tradição, e que expressa valores e costumes formados a partir de práticas culturais vigentes, muitas vezes vindas de outros povos. A televisão, segundo Lúcia Santaella, tem um caráter

“antropofágico”, porque é capaz de transmitir todo o conteúdo de outras mídias e formas de cultura. Entretanto, nesse processo de transmissão, a TV impõe uma dinâmica muito particular e características próprias: “(...) trata-se de um jogo de perdas e ganhos, em que o mais relevante é o fato de que a TV pode absorver qualquer outra mídia, impondo-lhe qualidades de organização, ritmo e aparência que lhe são próprias.” (SANTAELLA, 2003). Menos otimista que a pesquisadora, Jesús Martín-Barbero reconhece a validade da mediação do veículo em relação à promoção de seus conteúdos. Contudo, alerta para as distorções da realidade construída pela televisão:

(...) Pois, encante-nos ou nos dê asco, a televisão constitui hoje, simultaneamente, o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular. (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 26)

No telejornal, as emissoras procuram padronizar o discurso para que soe informal, mas com credibilidade e sem regionalismos. A expressão da notícia segue um vocabulário próprio cujas analogias não podem se distanciar daquelas que são familiares à audiência. Em uma semana, o telespectador mais atento irá notar algumas sentenças que se repetem nos telejornais do país: “é superior/ inferior ao mesmo período do ano passado”, “mas Fulano descarta a possibilidade de erro”, e assim por diante. O texto de televisão é previsível, de rápido entendimento e simples de ser redigido. As imagens têm o peso mais importante na narrativa e a presença do repórter, esperada pelo público, traz credibilidade ao que é contado no texto em *off*. “O meio, ele mesmo condiciona o resultado e os próprios homens que o usam, pensando controlá-lo e a seus semelhantes.” (McLUHAN, 1969, p. 20)

Na Internet, a profusão de portais de notícia e serviços de agentes inteligentes, que “pinçam” as notícias de interesse do usuário, tem reforçado a hipótese de que o ciberespaço irá oferecer um produto final muito além da re-configuração do real. No telejornal veiculado por meio da Rede Mundial, as dimensões são novas e tendem àquela universalidade característica da nova mídia. Em outras palavras, significa que ao ser transposto para a Internet, o telejornalismo e, de modo geral, a programação da TV, será pensado para produzir não uma, mas todas as realidades possíveis, de modo simultâneo. A nova ordem para a reformulação do contexto da notícia está em operação e pode trazer modificações ao modo de comunicar e, por extensão, às operações da cultura retratada no *ciber-telejornalismo*.

Da mesma maneira que nas mídias anteriores, existe uma relação de interesses públicos e privados no desenvolvimento da comunicação em Rede e são estas mesmas formas

de interação que serão espelhadas no *ciber-telejornalismo*. A Internet funciona de forma similar ao cérebro humano, tece relações e troca informação em todas as direções. Esta superação da linearidade dos outros meios de comunicação modifica a estrutura do processo de comunicação e representa, ao mesmo tempo, evolução e risco. A ambigüidade da tecnologia da Internet tem sido pouco considerada por estudiosos como Pierre Lévy, Nicholas Negroponte, Marshall McLuhan e seus seguidores, pesquisadores mais otimistas e mais voltados para a presença da tecnologia na sociedade do que propriamente no discurso que circula na Rede. No entanto, outros autores alertam sobre essa característica, sobretudo por causa dos mecanismos de controle e grupos de poder que atuam nos bastidores da nova mídia:

É difícil prever qual será o padrão dessa grande Rede. Ela será o resultado de uma série de acordos políticos que satisfaçam, basicamente, os interesses das indústrias envolvidas. A intervenção governamental no processo será sempre problemática, dada a inabilidade do processo político de acompanhar as mudanças na comunicação. (DIZARD, 1996, p. 122)

A adoção de técnicas de produção de telejornalismo em um produto equivalente na Internet aponta para uma coincidência de efeitos de sentido entre as duas mídias. O que se pretende na mídia eletrônica, conforme mencionamos nesta pesquisa, é promover a identificação do telespectador com o que ele vê na telinha. Desvendar de que maneira essa operação se transforma na *infovia* é um dos desafios propostos aqui.

### ***3.5 Operação: Convergência***

A televisão foi a plataforma de comunicação que regeu o mundo a partir da segunda metade do século XX. Ainda que a importância e a amplitude do rádio sejam inegáveis, o poder da imagem se impõe sobre a comunicação oral. A humanidade aprendeu a se reconhecer por meio da televisão, o que impulsionou o telejornalismo. Na tela da TV, o mundo inteiro assistiu à chegada do homem à Lua, guerras tiveram os rumos mudados depois que as atrocidades do campo de batalha se tornaram públicas aos olhos dos telespectadores.

Nos últimos 40 anos a televisão estabeleceu quais seriam os grandes acontecimentos da história recente, quando as imagens e o som de certos acontecimentos romperam as barreiras de espaço e tempo. O mundo estupefocado assistiu à explosão das bombas atômicas sobre Hiroshima e Nagasaki a partir de gravações feitas dos aviões, líderes mundiais foram assassinados diante das câmeras (o presidente John Kennedy, o ativista dos direitos dos afro-americanos, Martin Luther King), a passagem do cometa Halley também foi registrada tal e qual a queda do muro de Berlim, que dividia a Alemanha em duas, ou a construção do novo

muro de Jerusalém. Até mesmo a ciência se rendeu ao poder da televisão apresentando ao mundo via satélite suas conquistas. O bebê de proveta, o genoma humano, a primeira geração de animais clonados. As tragédias causadas pela passagem do tsunami sobre a Indonésia e a destruição que resultou dos furacões nos Estados Unidos estão em nossa memória recente.

Em um computador doméstico ligado a um sistema de transmissão de dados (telefone, ondas de rádio, fibra ótica) o usuário pode ter acesso a todos os recursos do rádio, da TV e do jornal impresso simultaneamente e em tempo real. A convergência deu ao receptor mais liberdade para interferir, interagir com os dados disponíveis (forma e conteúdo).

O principal “mecanismo de defesa” do telejornal está no processo de produção e na linguagem que é referência junto ao telespectador. A Internet contribuiu com serviços de armazenagem (sistema de arquivo de matérias em texto e vídeo), pré-seleção de conteúdos (*playlists*, vídeos *on demand*), espaço geográfico irrestrito e uma nova velocidade (*timing*) no processamento das notícias do dia. No telejornal *on-line*, a base é a experiência da televisão, mas, ao menos até o momento, os novos mecanismos não alteraram os processos de produção da cobertura jornalística televisual.

A entrada das novas tecnologias no dia-a-dia está em progresso, a maior parte das pessoas não está conectada ao universo virtual. No entanto, esse número aumenta rapidamente. O usuário *ideal*, aquele integrado às novas tecnologias, pode usufruir o computador como uma plataforma de comunicação completa com áudio, vídeo e texto. Este usuário interage com as ferramentas do sistema reorganizando os arquivos do telejornal conforme suas áreas de interesse, de acordo com a tecnologia de sua máquina e sua disponibilidade para assistir aos programas.

Apesar do número de internautas crescer a cada ano, o que acontece com maior frequência é que os usuários utilizam apenas o mínimo de recursos disponíveis. Por falta de informação, ou para se manter numa posição mais confortável, em geral o usuário faz a opção pelo portal do provedor que utiliza, e não raro reconhece esse portal como sendo a Internet. O usuário médio pode aproveitar parte do que a Rede oferece e já está mais adiantado que aquele recém-chegado que não faz muito além de reconhecer comandos simples e geralmente precisa de ajuda para operações mais complexas.

Nesta pesquisa, trabalhamos com os modelos de usuário ideal e usuário médio como referência de público mediador no processo de comunicação do telejornalismo veiculado na Rede. Além desses níveis de usuário existe o *analfabeto digital*, ou seja, o indivíduo que não teve nenhum contato com a máquina e/ou não possui qualquer informação sobre a maneira de operar o computador ou navegar na Internet.

O público é um dos elementos que diferencia o telejornalismo na Internet do modelo tradicional via televisão. Outro ponto fundamental está relacionado ao formato de apresentação da notícia. Do mesmo modo que os aparelhos de TV, os computadores têm modelos, recursos e formatos diferentes, oferecendo experiências sensoriais de intensidades variáveis conforme a estrutura disponível. Quando o telejornal é produzido para a Rede, ele segue as normas técnicas exigidas pelo sistema e na sua produção considera – além dos elementos da linguagem televisual – características exclusivas da comunicação em Rede. Neste ambiente, o ciberespaço, o receptor interfere nos conteúdos e, conforme o interesse de cada pessoa, ou seja, o mesmo telejornal pode ser visto de forma distinta entre os usuários.

O outro telejornal disponível *on-line* é aquele produzido no modo convencional, que é transposto para a Rede por meio de ferramentas de armazenamento de áudio e vídeo, ou transmitido ao vivo de forma simultânea ao programa da televisão. Os dois são difundidos no computador. Antes de prosseguir, é necessário apresentar os conceitos que diferenciam o sistema de veiculação desses telejornais, a plataforma sobre a qual eles são transmitidos e a configuração do telejornalismo no processo de hibridação e convergência das mídias.

Para diferenciar o telejornal produzido para televisão que é deslocado para o ambiente virtual daquele produzido exclusivamente para o ambiente multimídia, adotamos a nomenclatura sugerida por Amaral (2004): “A *WebTV* é a emissora de TV tradicional, independente do sistema (*broadcast* ou *narrowcast*) que disponibiliza o sinal também via Internet, ou seja, é a TV via *Web*. A *CiberWebTV*, ou simplesmente *CiberTV*, é aquela produzida e veiculada somente no espaço virtual.” Consideradas tais observações, partimos para a análise do *corpus* dessa pesquisa, em que demonstramos, por meio de analogias, quais efeitos de sentido ocorrem na transposição do telejornal da TV analógica para a Rede.

#### **4. Algumas verificações:**

**Análise dos modos de produção e efeitos de sentido**

## 4 Algumas verificações:

### Análise dos modos de produção e efeitos de sentido

Neste capítulo, partimos para a análise de conteúdo do *corpus* da pesquisa que é quando buscamos verificar os modos de produção e os efeitos de sentido criados com a transposição do telejornal do ambiente analógico da televisão para a Internet. Por modos de produção em telejornalismo compreendem-se as normas que regem a construção da reportagem (captação, seleção e apresentação). Por sentido entende-se o processo relacional que Peirce (1995) denomina interpretante e que a partir da relação de representação que o signo mantém com seu objeto, produz-se na mente interpretadora um outro signo, que traduz o significado do primeiro (é o interpretante do primeiro), podendo-se chegar a três (imediate, dinâmico e final). Os “efeitos de sentido” referem-se à atribuição de significado à mensagem por co-intencionalidade entre emissor e receptor. Em nossas verificações também consideramos a orientação do discurso jornalístico – independente da mídia – para a construção de um efeito de realidade. (PORTO, 2002, p. 27).

Ao referir-se à mídia Thompson (1995, p. 201) afirma que os indivíduos a ela expostos são meros receptores de mensagens simbólicas, todavia lhes atribuem significado. Portanto, para que o telejornal possa obter os efeitos desejados pelos produtores da notícia deve-se levar em conta que o indivíduo na outra ponta irá utilizar seus próprios referenciais e capacidade de entendimento para chegar à significação. Produzir sentido não apenas valoriza a mediação do sujeito como atribui a ele boa parte da responsabilidade sobre a compreensão da mensagem:

(...) com base no processo de co-intencionalidade estabelecido entre as instâncias de produção e de interpretação. Buscam-se enfatizar, na interação dos sujeitos, na relação dialética entre locutor / ouvinte, as marcas do processo comunicativo, nos seus circuitos externo (eixo do fazer) e interno (eixo do dizer). O eixo do fazer diz respeito à situação de comunicação, à realidade contratual entre sujeitos (dados manifestados por índices tirados do conjunto dos comportamentos sociais); o eixo do dizer diz respeito aos papéis desempenhados pelos sujeitos, conforme atribuição contratual. (CASTRO, 2000)

Para algumas verificações elegemos como categorias de análise os modos de produção e efeitos de sentido no telejornal quando transposto para outra mídia. A pesquisa abrange nove meses de reportagens televisuais da Editoria Política cujo assunto de maior destaque nesse período – entre maio e dezembro de 2005 – foram os desdobramentos de um flagrante de corrupção envolvendo um funcionário público federal na sede dos Correios e Telégrafos,

em Brasília. O recorte do material recolhido da cobertura televisual desses acontecimentos constitui o *corpus* da pesquisa, que aqui apresentamos em forma do documentário “**A Crise Política: O Mensalão**” .

O vídeo é uma compilação de matérias de telejornais, entrevistas e programas especiais dedicados à Crise Política no Brasil em 2005. Entre os principais acontecimentos que geraram repercussão, demissões e cassações de mandato estava um esquema de corrupção no alto escalão do governo que envolvia a compra de votos de parlamentares: o *Mensalão*. O caso movimentou a editoria política de todos os telejornais do País, aumentou a audiência de emissoras públicas e dos portais dos telejornais na Internet. Por conta das dimensões desse escândalo é sobre este material que esperamos demonstrar as alterações sofridas nos mecanismos de produção da notícia em telejornalismo (e, conseqüentemente, seus efeitos de sentido) com a transposição desses programas para o ambiente Internet.

As matérias selecionadas para o documentário foram “recortadas” do noticiário sobre o assunto entre maio e dezembro de 2005, e ainda, algumas do mês de janeiro de 2006. Além dos telejornais capturados via televisão e dos portais das emissoras, incluímos no *clipping* trechos do programa *Roda Viva* da **TV Cultura**, do *Espaço Aberto*, da **Globo News**, do *Programa do Jô*, **da Globo**, e do produto ciber-telejornal do portal **Terra**.

É fundamental enfatizar que diferente da televisão, a qualidade das matérias originais disponíveis na Rede Mundial é bastante inferior àquela a que estamos habituados e, por conseqüência, aqueles efeitos que dependem da qualidade de transmissão para incidir sobre o receptor, são perdidos. Por qual motivo isso acontece?

Basicamente porque o material digital não é disponibilizado para ser visto da mesma maneira que na TV, tampouco para a tela inteira do computador. Uma vez que a matéria é deslocada para o portal da emissora, esse material é preparado para as dimensões do *player* - aproximadamente 25% do tamanho do monitor do computador. Assim, quando transcodificamos essas matérias para um tamanho maior, a qualidade baixou significativamente. Este é um dos aspectos que debatemos neste capítulo: a perda de qualidade resultante do redimensionamento dos arquivos em vídeo quando exibidos em tela cheia.

O mesmo acontece com o áudio, sobretudo nas emissoras públicas de Brasília (**TV Senado** e **TV Câmara**). Uma razão para isso é que todo o áudio re-codificado apresenta alguma distorção e os problemas da captura inicial ficam mais evidentes. O equipamento das emissoras públicas não é modernizado à mesma razão das empresas privadas e o resultado é que ao baixar esse material via Internet algumas matérias chegam com fortes agudos, outras com efeitos de “estouro” de áudio (soam como campainhas). Os problemas que mencionamos

são causados pela captura (ou edição) em volume excessivamente alto e que, no dia a dia, passariam despercebidos, contudo, no deslocamento para a Internet, esse áudio incomoda os ouvidos do receptor. Dadas essas observações relativas à qualidade técnica da apresentação, voltamos à temática do documentário para explicar a crise política à qual nos referimos: seus antecedentes, acontecimentos e repercussão.

A Crise começou com uma denúncia de corrupção no alto escalão do governo federal que deu início à uma série de escândalos culminando em renúncias de mandato, cassações, perda de cargos políticos e investigações policiais sobre um suposto esquema de compra de votos e de outras operações financeiras ilícitas envolvendo membros do Partido dos Trabalhadores (PT), Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), do Partido Liberal (PL), do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e do Partido Progressista (PP), parlamentares, funcionários públicos e empresários. Entre os fatos revelados pela Imprensa e investigados em Brasília por Comissões Parlamentares, o Ministério Público e a Polícia Federal, estavam a denúncia do deputado Roberto Jefferson Monteiro Francisco (PTB/ RJ) sobre o pagamento regular de propina a parlamentares, para a aprovação de emendas de interesse do Poder Executivo e da base aliada. A esse esquema foi atribuído o apelido de *Mensalão*.

Em maio de 2005, a Imprensa divulgou um vídeo gravado na sede da administração dos Correios em Brasília. A fita flagra o diretor do Departamento de Contratação e Administração de Material dos Correios e Telégrafos, Maurício Marinho, em troca de favorecimento ilícito em contratos de compra e venda de equipamentos de informática. Na mesma gravação que o compromete e que - teria sido gravada sem o conhecimento do funcionário - Marinho cita o então presidente do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), deputado Roberto Jefferson, como um dos administradores do esquema.

Alguns dias depois o parlamentar se defende e acusa de corrupção uma extensa lista de dirigentes de partidos, políticos e funcionários públicos. A princípio Roberto Jefferson evita expor o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores/ PT), contudo, meses depois, alega que essas operações eram autorizadas por ele e o deputado federal, José Dirceu de Oliveira e Silva (PT/ SP), ministro-chefe da Casa Civil. A repercussão das notícias em todas as mídias levou os parlamentares a convocar o deputado ao Conselho de Ética, para confirmar as denúncias. Depois de analisarem as evidências e a lista de nomes, oferecida pelo parlamentar, os membros da mesa solicitaram a abertura de uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito<sup>12</sup> (CPMI) para investigar o caso.

---

<sup>12</sup> CPMI – Comissão Mista porque é formada por deputados e senadores

A base governista na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, supostamente, sob ordens do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, rapidamente se mobiliza para tentar dissuadir outros parlamentares ou, ao menos, colocar aliados entre os membros da comissão. O objetivo era desacreditar o deputado Roberto Jefferson e esgotar argumentos favoráveis à criação da CPMI. A Imprensa apelidou o lobby de “Operação Abafa”, todavia, a oposição tinha o apoio da opinião pública e obteve as assinaturas em número suficiente no prazo para a solicitação da abertura da CPMI, o que ocorre em 09 de junho de 2005.

Em princípio a Comissão Mista Parlamentar de Inquérito (composta por 16 senadores e 16 deputados titulares e o mesmo número de suplentes) teve como objetivo investigar as causas e conseqüências de denúncias sobre delitos praticados por funcionários públicos nos Correios. "Nós não queremos causar uma crise institucional com essa CPMI", afirmou o líder do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) na Câmara, Alberto Goldman (SP). "Ela é exclusivamente para investigar esse caso dos Correios"<sup>13</sup>.

Entretanto, nem mesmo os parlamentares poderiam dimensionar o que viria a seguir. Em 14 de junho, aniversário do deputado Roberto Jefferson, o parlamentar passa sete horas em depoimento na CPMI dos Correios. As revelações na mídia de que o vídeo mostrava apenas uma das faces de um esquema de corrupção muito maior chocou o Brasil. O ex-presidente do PTB acusa outros parlamentares de receber somas em dinheiro regularmente para aprovar projetos e emendas de interesse do Poder Executivo. O deputado denuncia ainda outros esquemas de movimentações financeiras irregulares no Brasil e no Exterior. Um dos fatores que contribuiu para o interesse do público no assunto foi a quantidade de políticos de Partidos da base aliada e, sobretudo, do Partido dos Trabalhadores, denunciados na CPMI.

Além disso, um outro personagem ficaria em destaque ao ser denunciado pelo deputado Roberto Jefferson: o publicitário Marcos Valério de Souza, que teria solicitado empréstimos e gerenciado recursos financeiros não declarados (Caixa 2) para o financiamento de campanhas eleitorais do PT em 2004. Em contrapartida, o empresário teria vantagens em licitações do Governo Federal, inclusive, segundo o Conselho de Controle de Atividades Financeiras do Governo Federal (COAF), com possíveis superfaturamentos.

O deputado Roberto Jefferson adotou o neologismo *Mensalão* ao se referir ao esquema e justificou que esta era a periodicidade média em que os envolvidos recebiam a “gratificação”. Menos de um mês após a revelação do vídeo dos Correios, na Imprensa, o

---

<sup>13</sup> Terra Notícias. Oposição registra CPMI: Governo tenta barrar. (18/05/2005) [Crise no Governo] Disponível em <http://noticias.terra.com.br/brasil/crisenogoverno/interna/0,,OI534748-EI5297,00.html>

“escândalo do Mensalão”<sup>14</sup> havia configurado a maior crise política sofrida pelo governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva até 2005. O neologismo - popularizado pelo parlamentar - é uma variante da palavra "mensalidade" usada para se referir à suposta "mesada" paga a deputados em troca de votos favoráveis aos interesses do Poder Executivo. Segundo o parlamentar, o termo era comum nos bastidores da política e, deste modo, foi também adotado pela mídia como referência ao escândalo. Ao repercutir o termo, a mídia ampliou o sentido do aumentativo para algo que o destinatário percebe como sendo “ímoral”.

Na fase de tomada de depoimentos da CPMI dos Correios outras revelações acontecem comprovando parte das denúncias do deputado Roberto Jefferson e acrescentando novas suspeitas. Em consequência disso, os parlamentares solicitam a abertura de uma nova CPMI Mista, desta vez para investigar, especificamente, o esquema do *Mensalão*. A comissão criada em 20 de junho é alvo de polêmica quando a lista de seus membros é divulgada contendo parlamentares da base aliada do Executivo. Essa particularidade provoca discussão na mídia (e nas ruas) com relação ao comprometimento do grupo com a punição dos envolvidos uma vez que, ao final dos trabalhos, poucos foram penalizados, de fato.

O “Escândalo do Mensalão” se transformou em motivo de escárnio da opinião pública quando o petista José Adalberto Vieira da Silva (assessor do irmão do presidente do Partido dos Trabalhadores, José Genoíno Guimarães Neto) foi preso no aeroporto. Naquela ocasião ele pretendia embarcar num avião com US\$ 100 mil escondidos, na roupa íntima, e R\$ 200 mil, também em dinheiro, distribuídos numa valise. O episódio dos “Dólares na Cueca” – outro efeito de sentido - repercutiu na Imprensa mundial, agravando a crise política interna. A despeito das negativas veementes de José Genoíno sobre o envolvimento dele no caso, o significado imediato dessas imagens na mídia é a de que sua imagem política fica prejudicada para sempre e essa desconfiança se estende a outros membros do Partido dos Trabalhadores, inclusive ao Presidente da República.

Em ano de véspera de eleições e diante da pressão da opinião pública, o político renuncia à presidência do PT em 11 de julho de 2005, uma semana após o início dos trabalhos da CPMI do Mensalão. Na saída do presidente do Partido dos Trabalhadores outros dois funcionários são afastados da diretoria executiva: Delúbio Soares de Castro, ex-tesoureiro do PT, e o secretário-geral, Sílvio Soares. Na época, a Imprensa denuncia essas ações como prestidigitação para evitar a superexposição do partido e o desgaste da imagem do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

---

<sup>14</sup> O Mensalão seria uma suposta mesada de R\$ 30 mil que, segundo denúncias do deputado Roberto Jefferson (PTB-RJ), teria sido paga por dirigentes do PT a deputados do PP e do PL, partidos aliados, para que votassem de acordo com a orientação do governo.

Entre as denúncias do deputado Roberto Jefferson também estariam outras irregularidades, que supostamente teriam sido cometidas com a anuência do ministro José Dirceu e com a participação de empresários e presidentes de partidos políticos. O parlamentar também admitiu que recebeu de forma irregular R\$ 4 milhões do Partido dos Trabalhadores (PT) como doação para o partido que presidia o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) . No sobe e desce da crise do mensalão 44 pessoas entre políticos e funcionários públicos perderam os cargos e empregos. Cada episódio da crise política só fazia aumentar pontos de audiência na televisão e a tiragem de revistas semanais e jornais de maior credibilidade na editoria de política nacional.

A CPMI do *Mensalão* se arrastou até dezembro de 2005 entre tomada de depoimentos, interferências de advogados, *habeas corpus* e queixas no Conselho de Ética da Câmara e do Senado. A comissão foi oficialmente encerrada em 17 de novembro de 2005 sob forte desconfiança popular e rumores de um “acordão”<sup>15</sup>, para evitar a punição de políticos envolvidos. "Houve recebimento de vantagens indevidas por parlamentares e dirigentes partidários com periodicidade variável, mas constante em 2002 e em 2003. Chame-se a isso “mensalão” quem quiser; chame-se a isso “quinzenão” quem quiser; ou “semanão” quem quiser". (Deputado Ibrahim Abi-Ackel [Partido Progressista/ MG], relator da CPMI).

No documentário **A Crise Política: O Mensalão**, o registro da cobertura midiática foi encerrado no final do mês de novembro de 2005, quando é anunciada a saída do ministro José Dirceu. Uma das maiores discussões em torno da crise foi o silêncio do presidente da República nos seis meses que se seguiram à denúncia do *Mensalão*. Não é preciso dizer que esse silêncio também gerou alguns efeitos de sentido. A mídia entendeu que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, prejudicado naqueles debates em 1989, aprendeu a calar, porém o silêncio do Presidente ao contrário de acalmar a população, deixou os meios de comunicação em estado de alerta, conforme podemos verificar nas enquetes realizadas, em outubro, pela **TV Cultura** e que inserimos no documentário.

Contudo, a cobertura do caso valeu à imprensa uma participação, que passará à História como um dos grandes momentos da cobertura da editoria Política desde o fim do governo militar no Brasil, ou ainda, como um caso de jornalismo não devidamente apurado. O tempo se encarregará de dar a significação final. A cobertura dos acontecimentos sobre o

---

<sup>15</sup> O “acordão” é utilizado quando os veículos de comunicação divulgam supostos acordos políticos governamentais (reformas ministeriais, onde determinados partidos ganhariam mais um ministério para indicar pessoas que deveriam ocupar o cargo de ministro e liberação facilitada de verbas, por exemplo) para abafar as denúncias. Especula-se que com tais atitudes ou as versões dos depoimentos poderiam ser alteradas, ou detalhes poderiam deixar de ser revelados.

*Mensalão* e, por conseguinte, a discussão pública sobre o assunto tornou visíveis os acordos que regem o funcionamento do Estado nos bastidores dos Poderes Legislativo e Executivo.

O documentário “**A Crise Política: o Mensalão**” foi alocado em um DVD cujo menu oferece duas formas de navegação: o programa completo e a divisão em três seções permitindo ao receptor assistir a cada uma delas de forma independente. A primeira seção traz um panorama geral da crise, com a apresentação dos fatos e pessoas que ofereceram a denúncia; um acompanhamento dos desdobramentos mês a mês; e, finalmente, uma seção extra com momentos especiais dos principais personagens envolvidos. Esperamos que nesta simulação tenhamos conseguido documentar um dos grandes momentos da cobertura televisual na Editoria de Política nacional e também preservar algumas das primeiras experiências em convergência de telejornalismo.

Assim sendo, o documentário é uma radioscopia das denúncias de corrupção desse período do governo do presidente da República e registra parte dos procedimentos necessários à visualização, armazenamento e edição de material televisual numa fase onde a tecnologia para o telejornalismo em Rede transita entre o hibridismo e a convergência. Aponta também evidências de similaridade editorial entre as mídias a partir da análise do discurso emitido pelos apresentadores ou âncoras e se propõe a identificar a existência de interferência externa ou a ampliação de efeitos de sentido gerada na transposição para o espaço multimídia. Analisando as matérias do *corpus* em relação aos conceitos apresentados esperamos determinar as possíveis alterações no modo de produção da reportagem, quando veiculada também na Internet, e apontar os efeitos de sentido gerados pela transposição de conteúdos de uma mídia à outra.

#### ***4.1 Descrição do Corpus da Pesquisa***

A abertura do documentário apresenta, de modo sucinto, os acontecimentos que levaram à abertura da CPMI do Mensalão. Partimos da divulgação do vídeo de Maurício Marinho na sede dos Correios, e seguimos até a abertura da CPMI propriamente dita antes de apresentar as matérias da crise política mês à mês e, finalmente, os Extras do documentário.

A primeira seqüência é em preto e branco e com legendas, conforme o original obtido da Rede Globo, que veicula a matéria, mostrando o funcionário dos Correios, Maurício Marinho, recebendo dinheiro em troca de vantagens aos empresários que gravaram o flagrante. A conversa também é registrada, aparentemente, sem efeitos de edição. O primeiro corte mostra o presidente do PTB, deputado Roberto Jefferson, em entrevista no gabinete -

imagem de arquivo – e em seguida, a página da revista semanal, que publicou a denúncia inicialmente. No retorno, Maurício Marinho, enfatiza a participação do deputado e o relaciona ao gerenciamento do esquema.

No vídeo fizemos uma interferência com um trecho do discurso do deputado Roberto Jefferson no final do ano, na época da cassação, onde o deputado se defende na tribuna da Câmara reiterando as denúncias e se dispondo a aceitar a decisão da maioria. Neste quadro utilizamos uma tarja sobreposta à imagem da TV Senado para contextualizar o efeito causado pela atuação do parlamentar durante os meses da crise. Esse é o modelo de interferência que usaremos em todo o curso do documentário (tarjas vermelhas e, ocasionalmente, sobreposição de texto em amarelo) para identificar a fonte da matéria, informar ou interferir no discurso do ator social em destaque: seja ele um político ou jornalista.

Também nessa primeira fase do documentário acrescentamos informações sobre o *Mensalinho*. Um escândalo em menor proporção, mas com igual repercussão e que envolvia o presidente da Câmara dos Deputados, Severino José Cavalcanti Ferreira (PP/ PE). O parlamentar foi acusado de favorecimento ilícito ao cobrar propina para renovar contratos dos restaurantes da Casa. O empresário Sebastião Augusto Buani, acusou e, mais tarde, comprovou em documentos, que o parlamentar exigia os pagamentos pela manutenção dos contratos. Disse ainda que o parlamentar fazia cobranças nas dependências da Câmara.

Do mesmo modo que fizemos com o deputado Roberto Jefferson, inserimos algumas linhas do discurso final do então presidente da Câmara, Severino Cavalcanti, quando este renunciou. O objetivo é manter o fluxo da narrativa da crise uma vez que o escândalo do *Mensalinho* contribuiu para aumentar a polêmica em torno das ações dos parlamentares.

O documentário segue com trechos de matérias a respeito do *Mensalão* enfatizando o deputado Roberto Jefferson e as declarações do publicitário Marcos Valério de Souza entre os principais sujeitos da enunciação. Combinamos nessa fase o texto de apoio com as declarações, para enfatizar as informações dos telejornais. Seleccionamos algumas frases de Paulo Markun sobre a crise para realçar o estado de ânimo do País, na época, e logo voltamos a informar sobre o *Valerioduto* – neologismo utilizado em referência a manobras financeiras de Marcos Valério. O gerenciamento de dinheiro de Caixa 2 para o *Mensalão* e para o financiamento de campanhas políticas garantiu ao empresário, e aos seus sócios, vantagem em concorrências públicas e contratos com o Governo.

Acrescentamos a essa primeira parte do documentário um trecho da entrevista do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao *Fantástico* (**Rede Globo**) e, na seqüência, comentários do jornalista Paulo Markun, além de uma enquete, promovida pela **TV Cultura**,

em outubro de 2005. Também buscamos trechos de matérias e chamadas, que dessem uma seqüência lógica à narrativa pontuando momentos cruciais na crise tais como a quebra de sigilos (bancário, fiscal e telefônico), envolvimento de outros partidos, o depoimento da ex-secretária de Marcos Valério de Souza, Fernanda Karina Somaggio, a expiação de Marcos Valério de Souza e outros envolvidos no escândalo; a divisão da CPMI dos Correios em duas, uma das quais dedicada apenas a investigar o *Mensalão*.

A unificação de provas e depoimentos também foi uma notícia registrada no vídeo. Outros episódios continuam até a seção “Personagens”, onde dispusemos em imagens os principais envolvidos no escândalo do *Mensalão*: Desde o deputado Roberto Jefferson, até publicitário José Eduardo Cavalcanti de Mendonça (Duda Mendonça), que foi responsável pela campanha presidencial que ajudou a eleger o Presidente da República. Por fim, os dois relatores das Comissões Parlamentares Mistas de Inquérito: deputado Osmar José Serraglio (PMDB/PR), que respondeu pela CPMI dos Correios, e senador Delcídio do Amaral Gómez (PT/MS) CPMI do *Mensalão*. Voltamos a ilustrar com trechos de matérias e chamadas os principais momentos da crise, inclusive adicionando um trecho editado com o publicitário Marcos Valério contradizendo em entrevista o depoimento de Delúbio Soares. Fechamos essa primeira mostra com um comentário do jornalista Boris Casoy, na época, âncora na TV Record, e partimos para o registro dos fatos mês a mês.

A segunda parte do documentário **A Crise Política: O Mensalão** apresenta informações mais detalhadas nos quadros de referência e em trechos de matérias utilizadas. Esse é o material sobre o qual trabalhamos para as verificações propostas na Dissertação, a exceção é o conteúdo relativo a maio o qual aparece no início do documentário e também será analisado. O objetivo foi assegurar que as principais notícias estivessem ali e, em ordem, para que simultaneamente pudessemos acompanhar os desdobramentos da crise política e verificar mudanças nos modos de produção das emissoras de telejornal tradicional, *web* ou ciber-telejornal, quando a Internet passou a oferecer material em formato televisual sobre a crise.

Abrimos essa segunda unidade com a contextualização dos primeiros dias de maio descritos em depoimentos do deputado Roberto Jefferson, no Conselho de Ética. No início daquele mês, o Presidente dizia não estar preocupado com a polêmica em torno das denúncias do deputado contra o PT e seus aliados, contudo, no dia 27, declara que a CPMI tem caráter político e antecipa a corrida eleitoral.

O discurso do presidente da República, em outubro, não é muito diferente daquele do início do ano, quando Luiz Inácio Lula da Silva ainda refuta as acusações contra o alto escalão do governo, feitas por outros políticos e empresários. Contudo, em face da forte

exposição à mídia da sucessão de escândalos, ele passa a admitir que se forem comprovadas as denúncias, os responsáveis devem ser punidos ainda que sejam membros ou colaboradores do Partido dos Trabalhadores.

É nesse primeiro depoimento do parlamentar que Roberto Jefferson cita José Genoíno, Delúbio Soares e José Dirceu. Ele havia citado os mesmos nomes em entrevista à revista **Veja** e no Conselho de Ética, com transmissão ao vivo pela televisão e via Internet, o deputado adverte o ministro da Casa Civil de que a crise poderia afetar a imagem do presidente. Tanta especulação aumenta o interesse por notícias relacionadas. A presença da Internet entre as mídias que cobriram o caso ampliou os efeitos de todas elas e conseguiu atrair milhares de espectadores para as emissoras e os portais. Visando entender melhor o fenômeno, acrescentamos no final de maio, uma entrevista da Dra. Lúcia Santaella da PUC/SP à **TV Câmara** onde a semiótica, que estuda fenômenos como convergência e transposição das mídias, discursa sobre a nova realidade, que ela convencionou chamar de *Cultura das Mídias*.

Em junho, a imagem do deputado Roberto Jefferson estava politicamente prejudicada. Em editorial para o ciber-telejornal do **Terra**, Paulo Markun fala sobre esse desgaste e anuncia que pouco mais de um mês após a divulgação do vídeo dos Correios, a crise está ganhando força. Em declaração à Imprensa, o ministro José Dirceu menciona Roberto Jefferson afirmando que o deputado tenta desviar a atenção da mídia, contudo, é apontado como “gerente do esquema” de corrupção nos Correios. O jornalista Gilberto Dimenstein alerta sobre a estratégia de assumir uma condição de vítima usada pelos políticos quando apanhados em escândalos e, ou, esquemas de corrupção:

A condição de vítima é apreciada pelos políticos brasileiros por render simpatias populares. Quando Jânio renunciou, acusou “forças poderosas” de se unirem para derrotá-lo. Collor também apreciava o roteiro do perseguido e, ao final dos comícios, esbravejava “Não me deixem só”. (...) os militares brasileiros viam comunistas escondidos por todos os cantos, justificando-se pelo fato de não-restabelecimento da democracia. Estabelecida a democracia ficou nítido que os comunistas eram um monstro de papel. (DIMENSTEIN, 1990, p. 75-77).

Os dois parlamentares se enfrentam nas Comissões Parlamentares de Inquérito e na mídia. A primeira batalha é vencida por Roberto Jefferson e o ministro José Dirceu pede o desligamento da Casa Civil para, segundo ele, poder “responder as acusações” do outro parlamentar. No depoimento colhido em maio, o ex-presidente do PTB disse que havia aconselhado o petista a fazer isso. Textualmente ele afirma: “Se você não sair daí logo (referindo-se ao Ministro José Dirceu) vai fazer réu um homem inocente”.

No final do mês (junho/ 2005), o deputado Roberto Jefferson volta desta vez para acusar o Presidente de ter conhecimento do funcionamento do *Mensalão* e afirma em um *talk show* (**Programa do Jô**/ Rede Globo) que muitos políticos apelam a estes esquemas para financiar campanhas eleitorais. No mesmo programa, o parlamentar sugere que não há isenção nas CPMIs porque muitos interesses estão envolvidos. Ele acusa deputados da comissão de integrarem o esquema.

O mês de julho é um dos mais tumultuados da crise que se estenderia ao longo do ano. Na primeira semana um *habeas corpus* protege o publicitário Marcos Valério de prisão durante depoimento na CPI, evidência de que o conteúdo desse depoimento poderia incomodar lideranças e revelar mais do que se previa, inclusive, com a participação do publicitário no pagamento de contas para o PT com dinheiro de Caixa 2.

Nesta mesma época a quebra de sigilo fiscal, bancário e telefônico do deputado Roberto Jefferson foi autorizada, bem como a do ex-ministro José Dirceu e dos petistas José Genoíno e Delúbio Soares. A cada dia novas denúncias eram confirmadas. Um dos momentos que registramos e que causou bastante repercussão foi o depoimento da ex-secretária de Marcos Valério, Fernanda Karina Somaggio, que confirmou declarações de Roberto Jefferson e acrescentou uma agenda como prova de encontros entre o ex-chefe e alguns dos envolvidos no escândalo do *Mensalão*. No depoimento ela só não soube dizer quem era o deputado e com quem eram feitos os contatos diretos, todavia Delúbio Soares foi citado nominalmente - bem como datas das viagens do publicitário e articulações políticas do empresário que caracterizariam a participação dele no esquema do *Mensalão*.

No dia 08 de julho ocorre um fato inusitado: um assessor do PT é preso no aeroporto de Guarulhos com dólares em uma mala e escondidos na roupa íntima. Ele prestava serviços ao irmão do presidente do Partido. Era o caso dos “Dólares na Cueca”, mais uma confusão envolvendo a direção do Partido dos Trabalhadores. Dois dias depois, o petista Tarso Genro (ex-ministro da Educação) assume a presidência no lugar de José Genoíno prometendo transparência nas contas. No dia 13 de julho, o diretor da Agência Brasileira de Inteligência (ABIN) foi demitido depois de ter ofendido os parlamentares com um comentário infeliz numa circular interna. Os deputados exigiram seu afastamento e conseguiram, desta forma, a CPI mostrava sua força.

Também no mês de julho, como mostra o documentário, surgiram mais provas confirmando a denúncia de Roberto Jefferson: a coincidência entre saques milionários no Banco Rural e visita de membros do Partido ao mesmo banco. Ainda assim, em entrevista, Marcos Valério nega a existência do *Mensalão* e afirma que os empréstimos que fez ao

Partido dos Trabalhadores era destinados a pessoas e não para outros afins. Delúbio Soares assume em depoimento da CPI que usou dinheiro de Caixa 2 – de empréstimos a terceiros, no caso, Marcos Valério - para pagar dívidas do Partido com despesas de campanhas confirmando a versão do publicitário.

O presidente da República admite a gravidade do assunto e comenta que a divulgação dessas práticas abala a credibilidade do partido. Marcos Valério compromete o deputado José Dirceu ao revelar que o ex-ministro sabia das movimentações financeiras e o coloca no centro da crise como previra o denunciante do esquema, deputado Roberto Jefferson. O documentário faz uma rápida retomada da carreira petista de José Dirceu para contextualizar fatos e a pessoa do deputado. É importante salientar quem é ele no Partido dos Trabalhadores e para o partido para que possamos compreender por qual motivo a mídia se refere a José Dirceu como o “homem-forte” do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Antes do final do mês de julho foram abertos três processos contra deputados envolvidos no esquema do *Mensalão*, todos considerando a cassação de mandato. O publicitário Marcos Valério e a esposa, Renilda Fernandes, comprometem o ex-ministro.

Agosto chega no mesmo ritmo do mês anterior. No dia primeiro, o presidente do Partido Liberal, Waldemar da Costa Neto é acusado por Simone Vasconcellos, sócia de Marcos Valério de Souza, de ser beneficiário do dinheiro emprestado ao PT. Ela, contudo, nega a existência do *Mensalão*. Uma lista dos sacadores autorizados é entregue pelo publicitário à Procuradoria Geral da República: são 31 nomes, todos com alguma relação com partidos políticos ou parlamentares.

Em 06 de agosto de 2005, Delúbio Soares, tesoureiro do PT, pede licença do cargo para, segundo ele, responder às acusações contra ele. O político alega não participar ou fazer parte de esquema algum e como argumento de defesa cita o reduzido patrimônio. Responsável pelo pagamento das contas da campanha do presidente, ele continua negando a existência do *Mensalão*. Delúbio Soares assume sozinho a responsabilidade pelo Caixa 2 e alega que a campanha foi paga com recursos contabilizados.

O novo personagem da crise é Duda Mendonça, publicitário baiano responsável pela campanha eleitoral que elegeu o presidente. Em depoimento à Comissão Parlamentar Mista de Inquérito o empresário afirma que, sob orientação do publicitário Marcos Valério, a empresa abriu uma conta bancária nas Bahamas<sup>16</sup>, por onde receberia o pagamento pelos serviços prestados. Os relatores apresentam uma contra-versão de Marcos Valério onde Duda

---

<sup>16</sup> Paraíso Fiscal: território cuja legislação garante sigilo em operações financeiras o que facilita movimentação ilícita de grandes somas, por exemplo, de lavagem de dinheiro

Mendonça é acusado de ter mentido na CPMI, pois, a idéia da conta no exterior teria sido dele e mais, esta conta existia mesmo antes do repasse do PT “via” Marcos Valério. Em resposta, o empresário e a sócia denunciam que, contrariando as versões de José Delúbio e do publicitário, ambos teriam recebido dinheiro de Caixa 2, desde 2003. Todavia, eles declaram que o Presidente da República desconhecia tais esquemas.

No dia 12 de agosto, Luiz Inácio Lula da Silva faz um pronunciamento à nação confirmando o que dissera Duda Mendonça: “Quero dizer, com toda a franqueza, que me sinto traído por práticas inaceitáveis das quais nunca tive conhecimento. Estou indignado com as revelações que aparecem a cada dia e chocam o País”.

No dia 17 do mesmo mês, o Partido dos Trabalhadores finalmente se manifesta. Em uma nota distribuída à Imprensa, o PT pede desculpas à nação. O ministro da Fazenda, Antonio Palocci Filho (PT/ SP), também será alvo de denúncias quando vêm à tona rumores de corrupção quando ainda era prefeito em Ribeirão Preto (2001-2004), no interior do Estado de São Paulo. Um ex-assessor o acusa de ter recebido suborno da ordem de 50 mil reais por mês das empresas coletoras de lixo da cidade, valores estes que seriam repassados integralmente ao Partido dos Trabalhadores. Antonio Palocci nega as acusações e declara estar disposto a colaborar com a investigação.

Nesse meio tempo José Dirceu, ex-ministro e ainda deputado pelo PT, tenta contornar a crise se defendendo no Conselho de Ética e nas CPMIs. Ele prepara uma defesa prévia para um possível processo de cassação onde contesta declarações e o que, segundo o deputado, seriam omissões na consideração de depoimentos favoráveis a ele. Enquanto isso, o debate público aumenta transformando a crise política no assunto mais comentado de 2005. O publicitário Marcos Valério é indiciado por crime de sonegação fiscal enquanto Valdemar Costa Neto (PL/ SP) declara não acreditar que o presidente desconhecesse as irregularidades.

Agosto é o pior mês para o presidente da Câmara dos Deputados, Severino Cavalcanti, que vinha sofrendo desgaste desde o escândalo do *Mensalinho*. Ele era criticado também como líder dos deputados uma vez que, segundo as investigações, votos de parlamentares eram trocados por dinheiro para a aprovação de emendas e decretos de interesse do Poder Executivo. Ao final das matérias relativas ao mês de agosto, isolamos o dia 02, data do embate entre Roberto Jefferson e José Dirceu no Conselho de Ética, para destacar o embate entre os dois políticos.

Em setembro, o deputado Severino Cavalcanti renuncia e as CPMIs pedem a cassação de 18 parlamentares, entre eles, Roberto Jefferson. A divulgação de relatórios preliminares confirma as denúncias feitas pelo ex-presidente do PTB entre abril e maio, resguardando

apenas o envolvimento (ou anuência) do Presidente da República, sobre o que não existem mais do que indícios. A aparente falta de ações contra os acusados incomoda a população e a mídia faz uma série de matérias para esclarecer as atribuições dos parlamentares e as do Ministério Público. É nesse período que o esquema do *Mensalinho* é comprovado pelo empresário Sebastião Buanni com cópias de documentos.

No discurso que antecedeu a votação pela cassação de mandato, Roberto Jefferson confirma denúncias anteriores e cita o presidente da República. “Este é governo mais corrupto que testemunhei nos meus vinte e três anos de mandato”. A estratégia para angariar mais alguns votos em prol da continuidade no cargo não funcionou bem o suficiente. Em 14 de setembro de 2005, Roberto Jefferson perde o mandato (313 x 156) e se torna inelegível por oito anos. Os advogados do parlamentar prometeram recorrer no Supremo Tribunal de Justiça (STJ). Mais sorte teve o ex-ministro José Dirceu, cujo processo de cassação foi retirado pelo STJ, bem como os pedidos contra mais seis parlamentares retirados na véspera.

No dia 21 de setembro, Severino Cavalcanti renuncia à presidência da Câmara dos Deputados e ao mandato de parlamentar. Uma semana depois, Aldo Rebelo, do Partido Comunista do Brasil (PC do B) é eleito novo presidente da Câmara dos Deputados.

Outubro será o mês da aprovação do relatório preliminar das duas comissões (Correios e Mensalão) e o começo da luta para livrar da cassação 16 deputados, entre eles, José Dirceu. Enquanto o ex-ministro revela na mídia planos para o futuro com ou sem a cassação, as comissões pedem abertura de processo por falta de decoro parlamentar contra 13 deputados. O pedido é encaminhado ao Conselho de Ética em treze processos diferentes, um para cada parlamentar. Os acusados ainda poderiam optar pela renúncia do cargo para evitar a cassação de mandato, dois acusados renunciaram.

Em 18 de outubro de 2005 é recomendada a cassação do mandato do deputado José Dirceu. O parlamentar – que é advogado - entrou com cinco recursos no STJ e tentou sensibilizar outros parlamentares reunindo evidências favoráveis a ele. No dia 21, depois de perder o último recurso no STJ, José Dirceu concede entrevista questionando o relatório que o condena e também a idoneidade do relator, Júlio César Delgado (PSB/MG). No dia seguinte é votada a expulsão de Delúbio Soares do Partido dos Trabalhadores, com 37 votos a favor da saída e 16 pela permanência dele no PT.

Em novembro de 2005, Marcos Valério volta a prestar depoimento na CPMI do *Mensalão*, para prestar contas a respeito de movimentações financeiras que não correspondem ao seu patrimônio, os valores cuja origem se discutia estavam em torno dos 10 milhões de reais. A Imprensa denuncia que o publicitário pode ter movimentado, em apenas cinco anos,

uma quantia estimada em 1 bilhão e 700 milhões de reais. A suspeita é que o empresário tenha atuado como lobista em diversos segmentos e esses valores podem ter sido utilizados em estratégias para lavagem de dinheiro.

No dia 11, os trabalhos da CPMI dos Correios são prorrogados por mais 120 dias, o que prolongaria a discussão e as investigações até 2006. A CPMI do *Mensalão* (oficialmente “da Compra de Votos”) é encerrada dia 17 de novembro sem que o relatório final fosse aprovado ou o esquema fosse provado.

Enquanto o deputado Sandro Mabel (PL/ GO) se livra da cassação do mandato provocando suspeitas de acordos entre parlamentares, o deputado (e ex-ministro) José Dirceu enfrenta o momento mais difícil do ano. Depois de perder a última chance de impedir o andamento do processo, tenta manter o mandato. Ele enfrenta até mesmo as bengaladas de um cidadão enfurecido em pleno Congresso Nacional. O tom do último discurso antes da cassação é bem diferente do teatro de Roberto Jefferson, comedido e abatido, o ex-ministro parece certo do resultado desfavorável, o que de fato acontece. O Conselho de Ética lançou a suspeita de que Dirceu seria o mentor do esquema de compra de votos de parlamentares e ele foi cassado com 36 votos além do mínimo necessário, 293 votos a favor e 192 contra.

Em consequência da crise política deflagrada pelas denúncias de Roberto Jefferson o ex-ministro perdeu o cargo na Casa Civil, o mandato de deputado, os direitos políticos por oito anos e ainda seria o primeiro deputado cassado do Partido dos Trabalhadores em 25 anos de história em 2005. No final da seção de novembro, em entrevista, o presidente Lula reitera que partido irá superar a crise e que as punições, se houverem, serão um incentivo às novas gerações para que participem do cenário político nacional.

A última seção do vídeo **A Crise Política: O Mensalão** apresenta momentos que destacam alguns dos personagens mais importantes da cobertura (Marcos Valério, Roberto Jefferson, José Dirceu e até mesmo o Presidente da República, que não teve seu envolvimento comprovado), contém trechos de programas e enquetes para registrar o debate sobre a crise política de 2005 e a reação da opinião pública.

## ***4.2 Análise de conteúdo***

Agora vejamos como a análise de conteúdo desse *corpus* pode responder à pergunta chave desta Dissertação: Como se dão os modos de produção e quais efeitos de sentido ocorrem na transposição do telejornal da TV aberta (*broadcasting*) para a Internet

(*webcasting*). O recorte compõe-se de 16 cenas sobre as quais incidirão algumas verificações das duas categorias de análise já apontadas. As matérias seguem a ordem em que foram exibidas e são identificadas por fonte e personagem conforme a tabela abaixo:

<b>Data do VT</b>	<b>Atores</b>	<b>Retranca</b>	<b>Fonte (s)</b>
Maio (seq. 2)	Maurício Marinho – Correios Dep. Roberto Jefferson (PTB)	Denúncia de corrupção/ Flagrante nos Correios	TV Globo
Junho	Dep. Roberto Jefferson (PTB)	Defesa / Conselho de Ética	TV Câmara / ao vivo
Junho	Dep. Roberto Jefferson (PTB)	Editorial sobre a Crise	CiberTJ Terra
Julho	Ministro (dep.) José Dirceu	Saída do Ministério	TV Câmara
Julho	Publicitário Marcos Valério de Souza	Depoimento CPMI	TV Globo
Julho	Parlamentares (diversos partidos) Membros da CPMI	Quebra de Sigilos	TV Record
Julho	Publicitário Marcos Valério de Souza	Entrevista sobre Corrupção	TV Globo
Agosto	Presidente Luiz Inácio da Silva	Entrevista sobre a Crise	TV Globo
Agosto	Delúbio Soares – tesoureiro do PT	CPMI do Mensalão	TV Câmara
Agosto	Interface Portal Terra	Ciber-telejornal TERRA	CiberTJ Terra
Agosto	Publicitário Duda Mendonça	Depoimento na CPMI	TV Senado
Agosto	Dep. Roberto Jefferson (PTB) Ministro (dep.) José Dirceu	Acareação entre os deputados/ Conselho de Ética da Câmara	Vivo Nacional/ Rede Globo
Setembro	Parlamentares da CPMI do Mensalão	Relatório CPMI	TV Câmara
Setembro	Dep. Roberto Jefferson (PTB)	Discurso/ Cassação	TV Câmara/ ao vivo
Setembro	Deputado Severino Cavalcanti	Mensalinho	Montagem
Novembro	Ministro (dep.) José Dirceu	Cassação de mandato	TV Câmara

Para as leituras a que nos propusemos selecionamos o material televisual onde é possível identificar alterações nos modos de produção do telejornal – direcionamentos ou ajustes de ordem tecnológica – ou nos efeitos de sentido que, supomos, são emitidos quando da veiculação do material televisual no ambiente original. Para estabelecer critérios buscamos conceitos relacionados à natureza (e uso) das mídias - televisão e Internet; os modos de produção do telejornal e, os efeitos de sentido decorrentes (ou alterados) na transposição.

O efeito de sentido para ser alcançado depende de **uma operação tradutória no sistema semiótico que traduz a natureza desse mesmo meio**. Quer dizer, implica em considerar a alteração: “os meios como extensões de nossos sentidos estabelecem **novos índices relacionais** não apenas entre nossos sentidos

particulares, como também na medida em que se inter-relacionam”. (MACHADO, McLuhan, 2004) **[grifo nosso]**

A estrutura narrativa do telejornalismo se baseia em texto (áudio) e imagem. Na apresentação de uma matéria as entrelinhas podem estar na angulação da câmera no momento em que o repórter cinematográfico captura a imagem do entrevistado, na escolha do local para uma entrevista ou no discurso do repórter - no vocabulário ou entonação. Na televisão estas nuances são fundamentais para a geração de efeitos de sentido uma vez que produzem diferentes dimensões de enunciação. Segundo Alfredo Vizeu, para esta estrutura funcionar ela depende de alguns elementos da produção da notícia tais como a intenção comunicativa, o repertório informativo, cultural e lingüístico da audiência e a flexibilidade das normas de redação de cada veículo. “É nesse processo que a recepção é construída, mediante um conjunto de regras e de instruções construídas pelo campo da produção (jornalista) para serem seguidas pelo campo da recepção (audiência)”. (VIZEU, 2003, p.114).

Considerando essas questões, apresentamos alguns motivos que - em nosso entendimento - podem causar essas deformidades. O primeiro está mesmo relacionado ao suporte. O computador não oferece o mesmo conforto que a televisão porque exige proximidade física e depende do usuário para operá-lo. Ainda que já existam controles-remoto para a seleção de canais de recepção de TV para o computador, em portais de notícias o equipamento é inútil porque a distribuição dos conteúdos está organizada em outra estrutura.

Outro é falta de opções para circulação de vídeo na Rede porque os arquivos codificados em hipermídia são “pesados” e quanto maior a dimensão mais difícil é garantir a qualidade. A tecnologia de acesso à Internet também é um desafio porque para uma boa recepção do material são necessárias conexões de alta velocidade (e custo alto), enquanto a grande maioria dos usuários dispõe de acesso discado que é mais barato, porém mais lento e suporta menos dados. É praticamente impossível com a tecnologia disponível assistir a um telejornal na Internet com a mesma qualidade de som e imagem que a televisão oferece:

Para ser transposto para a Web o vídeo precisa ser compactado, comprimido, reduzido a um menor tamanho possível para que sua recepção no computador do usuário se dê no menor espaço de tempo possível, em razão disso, a sua produção adequada á tecnologia e aos softwares existentes hoje, exige uma simplicidade que relembra os primeiros filmes da história do cinema, com a câmera estática e o menor número possível de elementos na composição. (...) inviabiliza, portanto, um elemento fundamental, não apenas na composição da linguagem televisual, mas principalmente na produção do trabalho jornalístico: o trabalho de câmera que consiste na articulação de planos fixos e, principalmente em movimento, que caracterizam a cobertura dos fatos e acontecimento do dia a dia do telejornalismo. (AMARAL, 2004, p. 281)

Ainda assim, é o telejornal tradicional - ou um produto similar ao original - que o usuário busca na Rede. Nesta fase entre transposição e convergência do telejornal para a Internet a forma do discurso ainda é a mesma da televisão. O que percebemos nas leituras realizadas é que naquelas emissoras onde a prática da transposição é mais comum começa a aparecer um certo cuidado com a captação de imagens reduzindo planos em movimento e a quantidade de elementos na composição da cena. A equipe de produção passa a considerar que nem todas as experiências da mídia anterior podem ser transpostas sem que haja prejuízo na qualidade do produto final. Enquanto produção e público experimentam as potencialidades da Rede em busca de um bom aproveitamento do telejornal, surgem as primeiras pistas para o que virá a seguir. O artigo de Ana Sílvia Médola (2006) sobre o *Globo Media Center* sugere para o receptor o papel de “enunciário internauta”. A pesquisadora considera os meios e procedimentos que o indivíduo realiza para afirmar que:

No estágio atual da convergência, notamos que, em relação ao nosso objeto de análise, a fruição dos produtos audiovisuais disponibilizados pelo *Globo Media Center* é feita por um enunciário internauta, que é ao mesmo tempo usuário do serviço e telespectador. Um enunciário que sincretiza, portanto, três papéis quando em contato com a proposta da televisão via Web. Internauta porque é preciso estabelecer conexão com a Rede, usuário porque vai se servir de um catálogo disponibilizado e telespectador porque esse acesso é motivado por modalidades provenientes da experiência vivida previamente como telespectador. Antes de ser internauta o sujeito que acessa o *Globo Media Center* é telespectador da TV (aberta ou via cabo), pois é em função do que já viu ou conhece que se sente modalizado a agir e acessar o sistema.

#### 4.2.1 Modos de produção

O noticiário é um enunciado que contém uma série de discursos organizados pelo repórter. O percurso é sempre o mesmo: buscar informações sobre o ocorrido (fato ou notícia), selecionar o que é de fato relevante e estruturar essas informações na linguagem da mídia para apresentar a matéria. O trabalho jornalístico se estabelece sobre funções enunciantes cujo saber-fazer implica em “produzir um efeito de real do qual estudaram-se sucessivamente os procedimentos de autenticação e as estratégias de descrição” (MOUILLAUD, 2002, p. 27)

A peculiaridade do telejornalismo é que, como já dissemos, o texto se refere a uma reportagem audiovisual cuja narração é estruturada para ser lida em voz alta. A simplicidade semântica do texto do repórter rende críticas negativas ao telejornalismo, contudo nessa

mídia, é a capacidade de entrelaçar imagem e texto que compõe o enunciado, analisar o texto separadamente é visualizar o produto pela metade. Ou, como assinala Dominique Wolton:

A relação entre a intenção do autor, a polissemia da imagem, o som e as condições de recepção são também condições constitutivas do jogo pouco racional do processo de comunicação. Sem dúvida, o essencial da mensagem é recebido, mas conforme demonstram os estudos, o que fica faltando, à margem, é, muitas vezes, determinante. (...) a significação parcialmente aleatória da mensagem resulta de uma interação silenciosa com um público inapreensível. (1996, p. 68)

Para compreender o que norteia a produção de um telejornal consideramos a polifonia do discurso televisual e as articulações necessárias à produção de sentidos. A classificação dos telejornais, proposta por Antônio Fausto Neto (2002, p. 503), identifica três modelos de acordo com a apresentação e orientação editorial:

- *teatralização* - programa que forja a aproximação com o público por emissão de opinião e estilo próprio (ancoragem);
- *descrição* - apresenta as notícias como testemunha dos fatos, o que aproxima a equipe do momento em que ocorre o fato e, ao mesmo tempo, permite o distanciamento em relação aos atores envolvidos porque “narra” a notícia;
- *didatismo-pedagógico* - o telejornal ideal tem discurso preciso e comentários restritos a especialistas e âncoras com objetivo de instigar o telespectador a tirar as próprias conclusões.

A matéria começa quando o acontecimento ou fato é selecionado pelo pauteiro. É este profissional que dá o primeiro direcionamento para a reportagem. Neste nível acontece a verificação de autenticidade e de relevância do assunto e, quando necessário, o produtor convoca o responsável pelo setor de arquivo ou videografismo (que substitui a antiga editoria de arte em televisão). A equipe de externa (repórter e repórter cinematográfico) é responsável pela captação das informações *in loco*, produção de imagens e entrevistas que, de fato serão veiculadas e, pela organização dos conteúdos de acordo com o direcionamento da pauta.

Finalmente, o material volta à redação onde um outro profissional, o editor, verifica o que foi produzido e compõe a reportagem conforme a orientação editorial do programa, os atores envolvidos, seus conhecimentos próprios e o posicionamento da emissora sobre o assunto. É o editor que – em busca a melhor apresentação da matéria – escolhe qual será o

formato do que vai ao ar uma vez que, mesmo uma reportagem completa pode ser transformada em uma nota para ser lida pelo apresentador, caso não esteja de acordo.

Na dinâmica da produção televisual uma simples pausa do entrevistado pode modificar todo o entendimento da matéria e é justamente nesse “poder” do editor que está o mérito (e o risco) da repercussão do VT: “Todo homem, pela imitação particular de vários pedaços da realidade, monta sua visão particular dessa mesma realidade. Então, a linguagem jornalística cai como uma Rede sobre a realidade amorfa, tentando aprisioná-la, dar-lhe forma.” (GUIRADO, 2005)

O produto final é resultado dessas orientações e do aproveitamento do material disponível em entrevistas, anotações do repórter e, principalmente, das imagens que deverão aparecer na matéria. O simulacro do telejornal pode ficar ainda mais evidente quando verificamos o que confere aos jornalistas o *status* de “formadores de opinião”:

O clichê constrói antecipadamente a notícia: jornalistas não partem para o mundo para conhecê-lo; ao contrário, eles têm seus próprios modelos na cabeça e saem pelo mundo para reconhecê-los (e reforçá-los). Assim, constroem os relatos com as pessoas-símbolo, “aqueles que de fato representam o assunto”, os bons contadores de histórias, ficando satisfeitos por encontrar de fato, no real, aquilo que eles já tinham em suas cabeças. (MARCONDES FILHO, 2000, p. 109)

Seja como for, a televisão está pelo menos 50 anos na dianteira da Internet enquanto veículo de comunicação, o que certamente lhe confere algumas vantagens. O telespectador brasileiro está acostumado a receber as notícias prontas dentro da dinâmica do cotidiano: pela manhã, na hora do almoço, no jantar ou antes de dormir. O telejornal é um hábito como tantos outros e, talvez por isso, as primeiras experiências para Internet tenham sido de transposição. É mais fácil se identificar com o produto do que aceitar uma nova linguagem.

A Internet oferece uma variedade de opções em telejornalismo com apresentações igualmente diversificadas. Pelo menos seis modelos foram identificados por Amaral (2004, p. 274) com base nos modos de produção e na linguagem da apresentação. A pesquisadora define como *transpositivos* os programas que apenas sofreram deslocamento, sem mudanças na estrutura original. Estes programas têm intervalos comerciais, vinhetas, entrevistas e matérias ao vivo, enfim, são telejornais completos que podem ser assistidos no computador. A subdivisão entre *transpositivo “em tempo real”* e *“on demand”* determina apenas que o primeiro modelo é ao vivo e o segundo fica arquivado para que o receptor tenha acesso às matérias quando quiser. Há também o telejornal que mescla as duas formas: o *modelo transpositivo “on demand” e em “tempo real”*.

A primeira ruptura na estrutura tradicional é o *modelo semi-transpositivo* onde as emissoras disponibilizam as matérias em vídeo em seus *websites* como em um jornal, o(s) assunto(s) principal(is) em destaque. A Internet produz seus próprios modelos, ainda que estejamos na fase de experimentação e muitos tendem a desaparecer. Neuza Maria Amaral identificou o modelo *convencional hipermidiático* – o telejornal que é produzido especialmente para a Internet e, portanto, utiliza conceitos de hipermídia na elaboração do discurso e na organização da matéria. O produto pode ser *original* – produzido pela mesma equipe do website; ou *hipermidiático terceirizado* que, como o próprio nome diz, utiliza material de agências de notícias. O último produto é possivelmente aquele que melhor aproveita as potencialidades das duas mídias porque se trata de um *telejornal hipermidiático convergente interativo* – além do material televisual, a emissora procura utilizar o máximo de recursos de hipermídia (e-mail, sala de bate-papo, entrevistas ao vivo e um banco de dados audiovisual).

No recorte, que estabelecemos, nos concentramos em telejornais transpostos para a Internet e ao telejornal do Portal **Terra**, cujo conteúdo é de acesso livre. Portanto, com base na classificação proposta, o documentário foi produzido com telejornais *transpositivos* “em tempo real” e “on demand” (**TV Câmara** e **TV Senado**), *semi-transpositivo* (Rede **Globo**) e *hipermidiático* (**Jornal do Terra**). Os programas **Roda Viva Especial/ TV Cultura** foram transpostos de **DVDs** e as reportagens de outras emissoras complementam o fluxo narrativo do documentário e foram transpostas para a Internet por simulação.

## 4.2.2 Efeitos de Sentido

A análise dos efeitos de sentido, neste capítulo, a que modestamente nos propomos, considera o telespectador como sujeito mediador e também o potencial de interação do usuário na Internet; pretende verificar quais recursos técnicos foram utilizados com a intenção de gerar efeitos e como eles se comportam no novo ambiente.

Não temos a pretensão de delinear a linguagem ideal para o tele-noticiário na Internet, não obstante, esperamos apontar onde caberiam ajustes nesta fase entre transposição convergência do telejornal da televisão para a Internet e, assim, contribuir para uma melhor percepção. Seleccionamos alguns momentos do documentário “**A Crise Política: O Mensalão**” para realizar estas leituras semióticas, o recorte do *corpus* tem por objetivo oferecer a maior variedade de informação possível. Diante dessa premissa foram selecionadas 16 cenas que contém exemplos práticos de como o meio afeta a recepção do conteúdo e mais, como previa McLuhan, se transforma na própria mensagem ao condicionar os efeitos à sua própria linguagem.

### 4.2.2.1 Cena 1- Anúncio da Crise Política: o flagrante nos Correios

**Descrição:** A matéria foi veiculada pelo **Globo Media Center**, espaço virtual da Rede Globo, em formato “transpositivo *on-demand*”. A reportagem foi editada com imagens originais do flagrante de corrupção na sede dos Correios, em Brasília, material de arquivo do deputado e presidente do PTB, deputado Roberto Jefferson, e a presença do repórter no vídeo.

Na abertura - junto com a narração do repórter em *off* - a equipe de edição acrescentou legendas para facilitar a compreensão do que o funcionário dos Correios flagrado pela câmera escondida, Maurício Marinho, dizia no momento em que aceitou dinheiro para fraudar uma licitação. O material apresentado pela emissora resume a história em duas partes: uma é o flagrante de corrupção quando o funcionário recebe dinheiro diante da câmera, e a outra, um segundo momento, já editado do vídeo original, quando Marinho cita o nome do parlamentar Roberto Jefferson como chefe de um possível esquema de corrupção no Legislativo.

Na edição a emissora supre a pergunta para qual a resposta foi “o partido que me dá cobertura é o PTB”. Esta omissão aumenta o impacto da afirmação de Marinho e emite um sentido de pré-julgamento. Observando com cuidado a maneira como a **TV Globo** editou o

VT vemos que no plano dos atores nenhum dos envolvidos foi ouvido, entretanto, essa percepção é decorrente de uma leitura mais profunda da matéria pois, de início, a construção da reportagem transmite a impressão de que todos os atores foram ouvidos.

A história foi contada bem ao estilo “tele-visão”, ou seja, a matéria transporta o telespectador para o momento do flagrante, depois “mostra” a revista que fez a denúncia, contudo, não lhe acrescenta informação alguma. No discurso da reportagem não identificamos quaisquer mecanismos de indução ou manipulação, sequer o tom do repórter se altera, portanto não foi no discurso que houve interferência, mas na edição.

O deputado Roberto Jefferson aparece rapidamente, em imagens de arquivo que mostram-no concedendo uma entrevista e nas páginas-espelho da revista **Época**. Marinho, por sua vez, é mencionado apenas no vídeo inicial. O uso do vídeo original, neste caso, o flagrante, é um mecanismo fundamental para valorizar o conteúdo da matéria. Caso não tivesse acesso à fita, a emissora poderia ter usado uma entre centenas de opções de apresentação dos fatos no telejornalismo, todavia ao mostrar as imagens “reais”, a **TV Globo** conquista credibilidade.

A análise do discurso da emissora mostra que o objetivo da edição foi valorizar a denúncia contra o presidente do PTB, Roberto Jefferson, em detrimento daquele flagrante nos Correios. De fato, o editor escolheu o enfoque que oferecia maior longevidade. Por que motivo? O caso de Marinho revelava evidências de que o esquema poderia ser muito maior e a matéria trazia apenas a primeira informação que, se confirmada, envolveria um deputado federal que também presidia um partido político de representatividade no País.

**Ocorrência:** Edição da reportagem com direcionamento privilegiando um dos atores envolvidos: o presidente do PTB, deputado Roberto Jefferson. A escolha das imagens - e do tom da narrativa - deslocam Maurício Marinho para o segundo plano. A emissora assume a probabilidade de que o parlamentar estaria mesmo envolvido ao utilizar a imagem dele no momento em que o funcionário dos Correios o denuncia, por outro lado, o uso de imagens de arquivo transmite a impressão de distanciamento.

**Efeitos de Sentido na Transposição:** O recurso de edição da imagem de arquivo em vídeo conferiu mobilidade ao ator político, Roberto Jefferson. No curso da matéria, a escolha de uma imagem onde o deputado aparece concedendo uma entrevista – ou seja, com o rosto bem próximo ao vídeo e falando, sugere que ele participa dos acontecimentos. A sutileza com que o domínio da técnica provoca o sentido de envolvimento do parlamentar no caso é carregada de sentido.

A interferência do suporte sobre a emissão de conteúdos causou ruído na mensagem original. Enquanto na televisão foi possível perceber as entrelinhas da matéria, na Internet isso não aconteceu. As dimensões reduzidas do espaço de apresentação do VT (player multimídia) e a quantidade de estímulos periféricos no portal causaram dispersão de atenção e, deste modo, o texto se sobrepôs à imagem.

Podemos dizer que nas condições de compreensão da reportagem na Internet a presença do deputado Roberto Jefferson é apenas *detectada* no vídeo, todavia mal registramos o fato de que a voz que acompanha esta imagem não é a do parlamentar, mas do repórter, que não aparece no vídeo. *Deduzimos* que o deputado se pronunciou, via um delegado da enunciação, no caso, o repórter, com isto alterando parte da significação do enunciado.

Outro reforço ao efeito de pré-julgamento é a inserção no VT da imagem de páginas-espelho da revista **Época** onde o parlamentar aparece em primeiro plano sob a imagem do flagrante de Maurício Marinho recebendo dinheiro. A composição fotográfica sugere que o deputado sustenta o funcionário público sobre os ombros. O efeito de sentido obtido pela revista é que Roberto Jefferson seria mesmo o gerente do esquema de corrupção; na televisão a imagem reforça o sentido de culpa descrito na composição do VT.

Novamente, o prejuízo da transposição está na perda de impacto dessas imagens. Por um lado, há menos possibilidade de enxergar o texto do repórter como declaração do deputado, contudo a imagem da revista perde parte de sua carga de informação quando reduzida na janela do *player*. Diferente da TV, na Internet a informação em vídeo não tem mais prioridade no entendimento da notícia, pois não oferece a mesma qualidade daquela do aparelho de televisão.

Podemos dizer que, neste caso, o telespectador/ internauta recebe com mais qualidade a informação sobre os fatos que está no texto do repórter, porém o direcionamento para Roberto Jefferson será perdido. Mesmo o indivíduo mais atento às marcas de edição pode deixar escapar estas “entrelinhas”. Por outro lado, para o receptor as imagens de Maurício Marinho e do deputado no VT são suficientes para transmitir a sensação de que ambos participaram da reportagem. Ao final, o efeito de sentido da matéria vista apenas na Internet é que *mais um* escândalo de corrupção assola o Planalto Central e que o Presidente de um partido político *pode* estar envolvido.

#### 4.2.2.2 Cena 2 - Discurso de Roberto Jefferson no Conselho de Ética

**Descrição:** Em 14 de junho de 2005 acontece o primeiro depoimento do presidente do PTB, deputado Roberto Jefferson, ao Conselho de Ética da Câmara dos Deputados. Para o registro desse primeiro grande momento da crise política escolhemos a transmissão ao vivo da **TV Câmara**, um telejornal *transpositivo em tempo real e on demand*. O registro do depoimento foi realizado com a câmera disposta em primeiro plano, um recurso que evita distorção de conteúdos ou a perda das expressões do enunciante. Em outras palavras, diferente da condução do VT anterior, neste vemos apenas o elemento central, do começo ao fim.

A experiência política do parlamentar, a formação em Direito e a teatralização aprendida nas aulas de canto lírico, conferem ao deputado o domínio necessário de sua imagem para criar os efeitos de sentido almejados a cada aparição sua na mídia. O que ele busca é manipular por intimidação. Para tanto, Roberto Jefferson utiliza recursos histriônicos para cativar a atenção do público e enfatizar momentos-chave do próprio discurso. Como alerta Gilberto Dimenstein, a encenação é parte do jogo de cena na política e garante a aproximação com o público/ eleitor.

O deputado consegue entreter a audiência e imprime ao depoimento ares de pronunciamento à nação, ou ainda, da exposição dos autos em júri popular. E Roberto Jefferson se apropria de frases de efeito, citações e promove analogias entre a situação política do Brasil e a mitologia grega<sup>17</sup>, numa verborragia hipnotizante. Ele conhece os mecanismos internos da produção jornalística televisual porque tem experiência na área. Roberto Jefferson se apropria desses conhecimentos e altera aos poucos o sentido de corrupção ligado à sua imagem política permanecendo na confortável posição de acusador. Utilizando conhecimentos de retórica e comunicação visual simultaneamente, o deputado se re-constrói diante da mídia: de acusado passa a acusador.

O resultado é que, mesmo com as eventuais perdas da transposição, o equilíbrio entre a imagem e o discurso favorece o deputado. Ainda que a redução das dimensões da imagem possa prejudicar a visualização do material em vídeo, o parlamentar pode contar com a entonação do discurso, os silêncios e a interpretação de suas declarações. O domínio de todas

---

<sup>17</sup> Jefferson se refere ao mito do *Pomo da Discórdia*. A história conta que para o casamento de Peleu e Tétis (mãe do herói Aquiles) todos os deuses foram convidados, menos a deusa Éris, a Discórdia. Ofendida, a deusa compareceu invisível e deixou à mesa um pomo de ouro com a inscrição “à mais bela”. As deusas Hera, Atena e Afrodite disputaram o pomo e o título de mais bela. Zeus então ordenou que o príncipe troiano Páris resolvesse a disputa. O jovem deu o pomo a Afrodite que lhe prometera o amor da mais bela mulher do mundo, Helena de Tróia. Neste caso, quem sabe o que deve prometer, conquista os aliados.

estas técnicas abre espaço para que ele possa modificar o discurso para manifestar sua revolta quanto às operações ilícitas que envolvem políticos e empresários nos bastidores dos poderes Executivo e Legislativo.

Ao mencionar as malas de dinheiro em circulação nos aeroportos o deputado se exalta profetizando uma guerra que, mais tarde, ele mesmo definira como fratricida entre os parlamentares. Ao final, ciente dos resultados, ele inverte toda a sua situação. Poucos telespectadores se recordavam que ele havia sido convocado para esclarecer seu envolvimento em esquemas de corrupção. Certamente o que a maioria tinha em mente era o espetáculo que revelou uma intrincada trama política nos bastidores do Planalto. Em artigo publicado no **AOL Notícias**<sup>18</sup>, o deputado é definido como personagem de uma ópera de Giuseppe Verdi:

Roberto Jefferson é o *Rigoletto* da nação. Como o personagem da ópera de Verdi, ele é capaz de jogar com a desonra para conquistar o avesso, a glória, e derrubar a reputação dos mais poderosos. Feito Rigoletto, ele se diz descrente da política e quer se perpetuar pela grande arte do bel canto. Nesse sentido, ele sintetiza os sentimentos da maioria dos brasileiros, hoje desiludidos com a política. As promessas de ética do PT caíram por terra e agora todo mundo quer virar artista e se esquecer de que um dia houve vida pública. O espetáculo da corrupção desenfreada não agrada mais a ninguém, mesmo que todos permaneçam com os olhos pregados na telinha, perplexos, esperando os próximos atos, a próxima ária virtuosística do barítono. (GIRON, 2005)

O presidente do PTB espetaculariza o discurso com intenção de despertar uma certa cumplicidade da audiência. As declarações e o comportamento do parlamentar sugerem que ele poderá ser lembrado como aquele que revelou os segredos do esquema de corrupção e expôs os envolvidos denunciando políticos, parlamentares e empresários nominalmente. Toda a estratégia é válida para garantir um lugar na história, como aquele que fez desmoronar a República do Partido dos Trabalhadores.

No documentário da cobertura do depoimento utilizamos mais de uma fonte e, por conseguinte, a segunda parte desse registro é retirada de um programa especial de final de ano na TV Senado cujo enunciado é construído sobre a retrospectiva dos fatos. A narração contextualiza muito brevemente os fatos que ocorreram após o depoimento. Entretanto, esta verificação é suficiente para registrar que o deputado conseguiu influenciar o discurso da mídia sobre seu envolvimento no esquema de corrupção denunciado em maio de 2005.

O ator político aproveita ao máximo as peculiaridades da linguagem televisual, que utiliza som e imagem, para entreter e informar. A ambigüidade desse espaço permite que os

mais experientes consigam inverter o peso da notícia para o aspecto que mais lhes interessa. Roberto Jefferson espetaculariza o discurso para despertar a simpatia da audiência com o objetivo de ser lembrado como aquele que revelou as tramas, expôs os culpados, e, deste modo, o deputado pretende atenuar o impacto de ter sido o primeiro da lista dos acusados.

A matéria seguinte no documentário é um trecho da retrospectiva do ano onde a narração contextualiza muito brevemente os fatos que ocorreram após o depoimento. A experiência com a mídia (o parlamentar teve um programa de TV), valeu ao deputado conhecimento para reforçar cada efeito pretendido: a revolta em ter sido mencionado (ou denunciado) por Marinho, a “surpresa” em ser questionado à respeito de suas denúncias e, a sugestão de ter sido atacado por revelar nomes e procedimentos relativos ao *Mensalão*.

Em todas as ocasiões em que foi a público, Roberto Jefferson valeu-se de estratégias, retórica e dramatização. A facilidade em manipular os efeitos de sentido sobre a audiência e até, sobre a própria mídia, levou o deputado à condição de pauteiro, pois ele planejava cada um de seus passos para conduzir a mídia a priorizar suas versões dos fatos.

**Ocorrência:** *O ator político no controle do enunciado e dos sentidos:* Os telejornais se deixam seduzir pelo interesse da audiência abrindo mais espaço para o “show” de Roberto Jefferson do que para a informação propriamente dita. O interesse do público causou um prolongamento da permanência do deputado no vídeo, a imagem e o discurso do parlamentar, invadem o telejornal ocupando o lugar dos questionamentos que deveriam ser imediatos. O comportamento fora de padrão e, bizarro em mais de uma ocasião, transforma o deputado em objeto de curiosidade para a população. Roberto Jefferson não nega o papel de bufão desde que isso possa lhe valer um controle indireto do enunciado sobre ele no telejornal.

**Efeitos de Sentido na Transposição:** Na transposição para a Internet o material é arquivado e, deste modo, o discurso proferido por Roberto Jefferson deixa de ser instantâneo. A partir do momento em que a temporalidade é transgredida, os recursos de interpretação e retórica usados pelo parlamentar se transformam em ferramentas de entretenimento. A primeira transmissão aconteceu ao vivo, mesmo na Internet, assim, as pessoas estavam propensas manter a atenção sobre a cobertura. Ao contrário, quando a reportagem é deslocada para um sistema de arquivos precisa ser re-estruturada para que não se transforme em um episódio de humorístico e sim, no registro de um momento de tensão política na Câmara dos Deputados.

O efeito de sentido gerado pela matéria na mídia original é de Roberto Jefferson como a “voz desafiadora” dos esquemas de corrupção em Brasília. Na televisão, o parlamentar se transformara em “personagem” e é bem-vindo no enunciado televisual porque entretém o telespectador e mantém a expectativa de que poderá revelar algo mais a qualquer momento. O

resultado de todas essas operações é que - apesar da gravidade das denúncias e das evidências de participação do parlamentar no esquema - ele consegue reduzir o efeito negativo sobre sua imagem. E ele consegue, no final do ano a mídia está convencida de que o parlamentar é o “homem-bomba” da Crise Política, o “grande denunciador”, e poucos veículos davam destaque ao fato de que o deputado foi denunciado como um dos gerentes do esquema.

Na transposição da mídia é que o domínio de Roberto Jefferson sobre a linguagem televisual é mais evidente. Ele consegue codificar essa re-construção de sua imagem nos três níveis de compreensão da matéria. A geração dos efeitos a partir dele acontece tanto na imagem quanto no texto e, deste modo, a audiência que não é cativada pela imagem, deverá ser pelo discurso. É importante verificar como o discurso do parlamentar remete à imagem conduzindo o olhar do telespectador para a janela do *player*. O deputado re-cria na Internet a aura de espetáculo sobre si mesmo e repete o efeito de “suavização de culpa” que havia conseguido na TV. Não estamos em nenhum momento sugerindo que há uma recepção passiva do discurso do deputado seja por parte da Imprensa ou da audiência, apenas buscamos apresentar evidências da variedade de discursos presentes no enunciado da notícia em telejornalismo e verificar como qualquer um dos sujeitos pode ser determinante para a construção do sentido da matéria, até mesmo uma das fontes.

#### 4.2.2.3 Cena 3 – Editorial do Ciber-telejornal Terra sobre a Crise

**Descrição:** O editorial do jornalista Paulo Markun no ciber-telejornal do portal **Terra** – um exemplo de telejornal que se aproxima do modelo convencional hipermediático - é uma imagem composta em plano fixo com a intenção de valorizar a figura do jornalista e seu discurso. No original, a transmissão é contínua e não possui distorções, na simulação (documentário) a legenda e a imagem de Roberto Jefferson foram inseridas na edição.

O depoimento do deputado é avaliado por Paulo Markun como de grande importância por conta das denúncias de como funcionam os esquemas internos do Mensalão. O jornalista é um dos poucos a associar o parlamentar aos outros envolvidos no escândalo, ainda que reconheça a fundamentação das denúncias de Jefferson. No caso desse editorial, produzido para o *ciber-telejornal Terra*, Markun utiliza recursos estilísticos tais como figuras de linguagem – que evitamos em telejornalismo – para enfatizar momentos do discurso. No campo de significação da imagem o jornalista transmite a mensagem do âncora: sensatez e equilíbrio, proximidade e confiança.

Para contornar a ausência de imagens que poderiam ilustrar o texto, o editorialista utiliza analogias para dimensionar os valores arrecadados pelo Partido dos Trabalhadores no ano anterior. Ao final, o Paulo Markun retoma o mérito das denúncias do deputado e deixa no ar um último questionamento sobre o posicionamento do Executivo em tentativas frustradas de tentar abafar a crise política. O discurso enfático, porém equilibrado, causa a perturbação necessária à reflexão sem induzir a outras conclusões salvo a de que membros do Partido dos Trabalhadores teriam agido forma irregular. O enunciado é, portanto, um exemplo de telejornalismo *didático-pedagógico* praticado, em geral, por emissoras públicas ou educativas.

**Ocorrência:** *Ausência de Teleprompter com inversão de sentido na transposição*

A responsabilidade de Markun sobre o texto opinativo foi enfatizada por uma movimentação bastante sutil: na ausência do *teleprompter* (TP) – equipamento para leitura do texto diante das câmeras - o jornalista se apóia no material impresso, a lauda. Agindo dessa maneira sugeriu fidelidade ao original e acrescentou valor de credibilidade ao discurso por ele emitido. Observando a forma como a notícia foi tratada no *ciber-telejornal* do portal **Terra**, podemos afirmar que mesmo que o vídeo fosse transposto para a TV o discurso produziria o mesmo efeito. A distorção estaria na imagem da consulta à lauda de papel, que - na mídia eletrônica - têm outra interpretação por parte da audiência.

**Efeitos de Sentido na Transposição:** A consulta do texto sobre papel em telejornalismo pode ser acidental quando o *teleprompter* - aparelho que mostra a um apresentador de televisão o texto que deve ser lido - não funciona, ou quando o apresentador não consegue lê-lo. No *ciber-telejornal* o TP está ausente, o que não significa – necessariamente - um problema técnico, entretanto, há referências anteriores a considerar.

Em geral, quando o jornalista precisa ler a lauda de papel com o telejornal no ar, a situação é desconfortável para o telespectador porque está habituado ao discurso “olho no olho” na televisão. O desvio do olhar em uma primeira leitura sugere erro, desorganização e, caso persista, o efeito é ampliado porque existe uma cultura televisual anterior que relaciona a ausência do TP com problemas de transmissão e interrupções no fluxo de emissão de informação. A audiência deduz que há problemas no estúdio e espera, ainda que inconscientemente, o bordão: “desculpem nossa falha”.

Contudo, quando se trata de um produto para a Internet, o efeito se inverte. Uma vez que a relação de temporalidade é diferente (não há mais aquela urgência da transmissão “ao vivo”), a sugestão de falha se dissipa. No *ciber-telejornal* a consulta ao original conferiu credibilidade a discurso do editorialista. Na verdade, o efeito é obtido por um conjunto de fatores que determinam a proximidade de Paulo Markun com a audiência. Podemos afirmar

que a imagem simplificada ao extremo (um homem sentado atrás de uma mesa sem cenários reais ou videográficos, sem efeitos de iluminação) causa o primeiro efeito de credibilidade sugerindo que a pessoa no vídeo está assumindo cada palavra do discurso; verificamos que em se tratando de um jornalista, o que ele diz ser fruto de investigação e está fundamentado, portanto, ao consultar os originais ele reforça seu comprometimento com a informação da matéria. Assim, a dedução final é de que o Markun é “digno” de confiança dado o cuidado com que manipula suas informações, ainda que o editorial seja um texto opinativo.

#### 4.2.2.4 Cena 4 –Ministro José Dirceu anuncia saída da Casa Civil

**Descrição:** Outro deputado que soube trabalhar a imagem na mídia durante os meses de crise política foi o ministro-chefe da Casa Civil, deputado José Dirceu. Entretanto, ele adotou uma postura inversa àquela do deputado Roberto Jefferson: manteve a aura de austeridade durante todo o decurso da crise. Em junho de 2005, quando ainda estava à frente da Casa Civil, o ministro limitava-se a desmentir as acusações do deputado até que no dia 16 de junho, anunciou sua saída do Ministério. Naquela data, no momento em que convocou a Imprensa, José Dirceu passa a exibir uma imagem de indignação que mantém até novembro, quando tem o mandato de deputado cassado.

**Ocorrência:** *Indução de efeitos de sentido pelo ator político.*

A atmosfera de austeridade e sacrifício se sobressai no anúncio-pronunciamento. É em tom consternado e de terno escuro – que conferem maior gravidade à sua imagem - que José Dirceu vem a público anunciar que deixa o Governo. Aqui é flagrante o propósito de afastar as duas figuras (a do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e do ex-ministro José Dirceu) diante da mídia e, dessa maneira proteger o presidente caso as denúncias fossem comprovadas.

Outro ponto que reforça essa impressão é que o deputado faz questão de ressaltar que o pedido de afastamento foi feito por correspondência e o presidente não teria sequer conversado com um ministro tão próximo a ele, limitando-se a redigir uma resposta que acatava a decisão de Dirceu.

**Efeitos de Sentido na Transposição:** Esse tipo de matéria, centralizada na imagem de um dos atores políticos, tal qual aquele quadro fechado de Roberto Jefferson, favorece o emitente do discurso. O plano fixo e mais fechado é indicado para evitar excesso de elementos na composição da imagem que possam causar desvios de atenção. O balanço entre os elementos da linguagem televisual aparece, por exemplo, naqueles momentos em que José Dirceu

explora o tom do discurso para enfatizar que a saída da Casa Civil aconteceu por correspondência interna.

A intenção embutida no discurso de despedida do ministro é aumentar o distanciamento entre José Dirceu e o presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Deste modo, o parlamentar transmite a mensagem de “solidão política” onde está embutida a idéia de que as denúncias não passariam de ardis de conspiradores contra ele. Ele emite o mesmo efeito de sentido do deputado Roberto Jefferson: martirização por meio de articulações políticas, todavia, com outra postura.

A primeira impressão da matéria sugere que o ministro estaria disposto a sacrificar o cargo para garantir o andamento das investigações; num segundo nível, podemos entender que o terno escuro, tom grave do discurso e a presença de outros políticos do partido no vídeo, foram elementos arranjados com a intenção de sugerir que todos os envolvidos serão investigados sem distinções, inclusive os políticos próximos ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Ao mencionar a troca de correspondências, o ministro sugere que ambos estariam comprometidos com a investigação deixando suas relações pessoais em segundo plano.

Neste tipo de cobertura, o evento transmitido “ao vivo” corre o risco de sofrer desvios de entendimento quando da retransmissão no telejornal, porque o material pode ser editado ou, simplesmente, sofrer com a alteração de contexto. Caso sejam apagadas as evidências da edição, o receptor pode entender que não houve interferência e aceitar o que assiste como simples registro. Na Internet, os efeitos de sentido seriam os mesmos porque o efeito do pronunciamento ao vivo do ministro José Dirceu acontece tanto sobre o discurso quanto por sua imagem.

#### **4.2.2.5 Cena 5 – Depoimento de Marcos Valério de Souza na CPMI dos Correios**

**Descrição:** Quando Marcos Valério depõe na CPMI dos Correios, no dia seis de julho, está protegido por um *habeas corpus* que impede a prisão do empresário nas dependências da Câmara dos Deputados. Valério adota uma posição retraída, o que não o impede de prosseguir com as denúncias.

**Ocorrência:** *Amplificação do discurso do ator da matéria pelo aproveitamento de conhecimentos do uso da linguagem corporal*

Marcos Valério de Souza se manteve encolhido atrás da mesa durante todo o depoimento. Deste modo, enfatizou valores e nomes que denunciou, reduzindo as atenções sobre ele. O publicitário tira proveito de seus conhecimentos de linguagem corporal e de mídia para

projetar a sensação de que, acuado, está pronto a revelar a “verdade”, ou seja, consegue acrescentar credibilidade ao seu discurso utilizando para isso, a projeção de efeitos de sentido sobre o receptor (simpatia, pena).

**Efeitos de Sentido na Transposição:** Na televisão e na Internet o efeito de sentido é o mesmo, o publicitário estaria disposto a revelar a verdade. É o tom do enunciado que determina em quais momentos da matéria o publicitário Marcos Valério assume a postura de delator. Por exemplo, quando diz “é mentira” o publicitário, naturalmente advertido por seus advogados, utiliza todo o potencial semântico dessa afirmação e, conseqüentemente, o poder de capturar a atenção do receptor. A entonação e a frequência de uso dessa expressão sugerem fundamentação e segurança por parte do emissor quando ele refuta as acusações: o efeito é de indignação, portanto, *inocência*.

Marcos Valério se mostra nos limites do autocontrole como se estivesse pronto a revelar tudo o que sabe e denunciar todos os envolvidos. Essa impressão é ampliada na posição que adota para o depoimento (tem o corpo inclinado e próximo à mesa como se estivesse na eminência de fugir ou quisesse se esconder). Ao adotar esta atitude Marcos Valério sugere que pode promover uma grande mudança nos acontecimentos.

Quando a matéria é transposta para a Internet, onde o discurso verbal se sobrepõe ao visual, entretanto, fica ainda mais claro que, neste caso, a imagem reforça as palavras, porque não há perda de significação. O discurso bem pronunciado deixa visível a intenção de Marcos Valério de Souza de enfatizar seu “compromisso com a verdade dos fatos”.

#### **4.2.2.6 Cena 6 – Quebra de sigilos gera polêmica na CPMI**

**Descrição:** No dia 07 de julho, a senadora Ideli Salvatti (PT) pediu a quebra de sigilo bancário, fiscal e telefônico do deputado Roberto Jefferson, proposta que havia sido desaconselhada mesmo pelo presidente da CPMI do Mensalão, senador Delcídio Amaral. As imagens da **TV Record** ilustram a narrativa com uma imagem da senadora se pronunciando seguida pela expressão de desagrado do colega.

No curso da reportagem ficam registradas as expressões dos membros da comissão até que um dos senadores da oposição pede que a medida se estenda aos políticos do Partido dos Trabalhadores que haviam sido nominados nos depoimentos do deputado Roberto Jefferson e do publicitário Marcos Valério de Souza (deputado José Dirceu; José Genoíno, ex-presidente do partido; Sílvio Pereira e Delúbio Soares, membros da executiva do PT). O deputado Jorge Bittar, também do Partido dos Trabalhadores, se exalta e a sessão se transforma em uma

acalorada discussão entre governistas e políticos de oposição. Somente com a intervenção do senador Siba Machado (PT) os parlamentares se recompõem e a sessão continua. O parlamentar havia solicitado a autorização de seus companheiros de partido para a quebra dos sigilos bancário, fiscal e telefônico, e revela o documento ainda durante a sessão.

Uma passagem (entrada do repórter no vídeo) divide a matéria em duas fases, esta primeira e a próxima, onde os parlamentares voltam a se exaltar contra uma nota do deputado Roberto Jefferson em ele se desculpa por ter insinuado que membros da comissão fariam parte do grupo envolvido no *Mensalão*. Apesar da aparente intenção conciliatória do comunicado, a senadora Ideli Salvatti entendeu o recurso como provocação direta. Entre gritos e manifestações de repúdio ao comportamento do parlamentar, todos os membros do Partido dos Trabalhadores presentes na sessão deixaram a sala.

Nesta matéria, produzida para a TV, deduzimos que a preocupação da edição foi manter um discurso claro e preciso sobre os fatos. A repórter Martha Correa, bastante experiente na cobertura política, evita armadilhas e se atém a contextualizar os fatos deixando que os atores políticos, no caso, os parlamentares, falem por si. A ordem proposta na narração do VT indica a continuidade do assunto e acrescenta dados da agenda do dia que previa, por exemplo, a tomada de depoimento de Fernanda Karina Somaggio, ex-secretária do publicitário Marcos Valério.

Uma das interpretações sugeridas pela reação exagerada do grupo petista na comissão parte de informações dadas na própria matéria. No discurso da repórter há elementos que levam a considerar que o telespectador está assistindo a outro momento de espetáculo no Congresso. As ações dos envolvidos não têm qualquer objetivo prático, contudo, servem para atrasar os trabalhos e, coincidência ou não, as exaltações foram apenas dos petistas.

**Ocorrência:** *O enunciado da reportagem alerta telespectador sobre encenação de atores políticos*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** Martha Correa apresenta a matéria em um telejornal que tem um o recurso do âncora (na época, o jornalista Boris Casoy exercia esta função na TV Record), o que ajuda a manter o discurso da reportagem mais próximo da isenção. Contudo, a reportagem foi produzida para capturar a encenação por parte dos atores políticos (no caso, membros do Partido dos trabalhadores) que, a todo custo, tentaram desviar a atenção da mídia da gravidade das acusações contra parlamentares e membros da diretoria do partido.

O sentido é amplificado pela presença da repórter no vídeo entre os dois momentos de encenação (a sugestão da quebra de sigilos e a leitura do comunicado de Roberto Jefferson) porque Martha Correa informa quais seriam os acontecimentos do dia e a importância de

continuidade daquela sessão interrompida pelos parlamentares. A partir da interferência da repórter a segunda parte do material é recebida com mais desconfiança porque, nas entrelinhas da passagem, Martha fornece ao telespectador subsídios para deduzir que nem tudo é o que parece quando se trata da editoria de Política.

Quando transposta para a Internet verificamos que existe a possibilidade dessa reportagem ser dividida em dois arquivos – a matéria é longa em relação ao padrão do telejornal e, nesta transferência, um editor poderia entender que a passagem da repórter é dispensável da primeira parte da matéria. Assim, aqueles que acompanhassem os dois vídeos pela Rede Mundial teriam algum prejuízo em termos de enunciado, com o risco de perda de parte da significação. O direcionamento crítico é um trunfo da presença da repórter entre os dois momentos da cobertura. É a presença da jornalista que re-ordena os conteúdos, que “prepara” a audiência para o volume de informação que vem em seguida. No ambiente Internet a pluralidade de informação circulando exige mais que provocar o público, para mantê-lo é preciso usar recursos que enfatizem a credibilidade do telejornal e a inserção, no momento da edição, da imagem do jornalista é o principal deles.

Neste caso, mesmo considerando as deficiências do vídeo na Internet, para chegarmos ao efeito pretendido nesta matéria é preciso manter a ordem dos conteúdos como está. No contexto, a deficiência de resolução da imagem não irá impedir o telespectador de deduzir o efeito pretendido porque, ainda que o “espetáculo” seja a imagem os parlamentares na sessão, a sutileza do direcionamento à crítica está no texto de Martha Correa.

#### **4.2.2.7 Cena 7 – Marcos Valério de Souza confirma denúncias**

**Descrição:** Em 15 de julho, o publicitário Marcos Valério de Souza concede entrevista à Rede **Globo** negando a existência do *Mensalão*, contudo, assume as operações financeiras em *Caixa 2* para o PT. Marcos Valério re-afirma que o dinheiro emprestado não teria relação com o esquema denunciado pelo deputado Roberto Jefferson e vemos que o publicitário está procurando a câmera com os olhos. Essa atitude, que pretendia reforçar as afirmações, mostra que o equipamento foi colocado estrategicamente na lateral do entrevistado. Em entrevistas exclusivas como esta, a câmera costuma ficar a frente da fonte para que a pessoa possa se comunicar “diretamente” com o público. Quando duas ou mais câmeras são usadas, a troca de planos dá movimento a matéria evitando a interferência no discurso.

**Ocorrência:** *Angulação da câmera interfere no sentido do discurso do ator político*

Na entrevista o telespectador é incomodado pelo desvio de olhar do publicitário, ele está procurando as lentes da câmera porque sabe que olhando diretamente para o equipamento, se estende aos olhos do telespectador. Essa atitude, que pretendia reforçar as afirmações, mostra que o equipamento foi colocado estrategicamente na lateral do entrevistado. Em entrevistas exclusivas como esta, a câmera costuma ficar a frente da fonte para que a pessoa possa se comunicar “diretamente” com o público. Quando duas ou mais câmeras são usadas, a troca de planos dá movimento a matéria evitando a interferência no discurso.

**Efeitos de Sentido na Transposição:** O publicitário Marcos Valério foi cinegrafado na diagonal o que transmite efeito de incerteza e intenção de fuga. Este recurso denota a opinião da emissora sobre o caso, independente das informações que Marcos Valério emita, e a imagem causa desconforto no telespectador. Deste modo, o ruído se sobrepõe ao discurso do publicitário. E é justamente quando Marcos Valério afirma que suas declarações têm base em informações que recebeu de terceiros, que ocorre o deslocamento do olhar. O efeito é de que nem mesmo o publicitário tem plena confiança sobre a veracidade de tais informações. Enquanto o empresário procura a lente, a sensação transmitida é a mesma de uma conversa entre duas pessoas, ou seja, geralmente ao desviar o olhar o interlocutor está mentindo.

Nesta leitura, utilizamos no nosso documentário um trecho curto da entrevista. Todavia, a captura desse breve momento é suficiente porque em televisão a determinação do ângulo em que se captura uma imagem (salvo no “corre-corre” das entrevistas coletivas) nunca é estabelecido ao acaso. Para sugerir isenção no processo de edição da entrevista a emissora teve o cuidado de manter visíveis os cortes da entrevista, caso contrário, o disfarce da edição e a angulação desfavorável da câmera denotariam manipulação direta.

Na transposição para a Internet, considerando o que já dissemos sobre a baixa qualidade de resolução da imagem, parte desse efeito sobre Marcos Valério se perde, a força geradora de sentido que se percebe no momento de hesitação do publicitário é reduzida. Especificamente no caso do portal da emissora (**Globo Media Center**), além das dimensões do *player* e da baixa resolução da imagem do vídeo *streaming* - que em geral perde a sincronia entre áudio e vídeo - o internauta precisa “filtrar” a informação entre uma profusão de elementos na página. Ou seja, a audiência tem que estar de fato comprometida com a reportagem para perceber esse efeito num espaço de 9,4 x 6 cm. O efeito de fuga da imagem em diagonal é preservado. Contudo, o momento de maior significância, aquele a que nos referimos quando o empresário desloca o olhar para procurar as lentes, se dissipa.

#### 4.2.2.8 Cena 8 – Presidente Lula declara que seu Partido deve superar a crise

**Descrição:** Analisamos os efeitos do enquadramento do presidente da República em entrevista ao repórter Pedro Bial, para o *Fantástico*. Um fragmento dessa matéria foi deslocado para completar a entrevista de Marcos Valério. Luiz Inácio Lula da Silva declara que mesmo com os danos sofridos com a crise política de 2005, o Partido dos Trabalhadores tem chances de recuperar a credibilidade.

**Efeitos da Transposição:** A proposta da entrevista do presidente é mantê-lo em destaque. O enquadramento sugere a simulação de conversa “olho no olho”. Por outro lado, no centro da imagem, todo e qualquer deslize no discurso ou na linguagem corporal, pode ser amplificados ao extremo. É importante salientar que o material, captado diretamente do portal virtual da emissora, tem problemas de fluxo, ou seja, distorções na sincronia de áudio e vídeo, o que acontece com frequência em material *streaming*, e, para atenuar as diferenças na recepção do material via Internet, trans-codificamos as imagens em tom sépia. Assim, esperamos que seja mais fácil perceber as nuances da entrevista.

O efeito de confiança no futuro é amplificado na transposição da matéria para a Internet porque, ao valorizar o áudio, a impressão é de que o presidente da República está certo do que diz, não há como notar as sutilezas das expressões faciais de Luiz Inácio Lula da Silva, este é um privilégio do telespectador. Na TV ainda é possível perceber, no olhar do Presidente, um traço emotivo que pode criar alguma dúvida sobre essa expectativa no futuro – uma vantagem da entrevista onde a fonte permanece todo o tempo no vídeo. Considerando os efeitos desta cena e da anterior, podemos afirmar que o produto televisual em circulação na Internet hoje, perde parte da significação por deficiências técnicas que comprometem a qualidade da imagem.

#### 4.2.2.9 Cena 9 – Depoimento de Delúbio Soares à CPMI

**Descrição:** Em agosto de 2005, Delúbio Soares deixa o cargo de tesoureiro do Partido dos Trabalhadores. Na cobertura do caso, a TV Globo enfatizou o abatimento do petista, desde a abertura da matéria por William Wack e, principalmente, no discurso do repórter. A primeira imagem mostra o ex-tesoureiro deixando o prédio sem falar com a Imprensa. A narração segue um ritmo lúgubre apresentando o documento oficial onde o petista solicita o afastamento e prossegue no mesmo tom contando parte da trajetória política dele.

A reportagem enfatiza que a acusação do deputado Roberto Jefferson contra Delúbio Soares era de que o tesoureiro realizava os pagamentos em nome do partido e não tinha outras vantagens senão administrar esses valores. Neste caso, a construção da matéria pode indicar que para a emissora, a saída de Delúbio Soares da executiva nacional foi outro artifício para desviar a atenção da imprensa sobre outros envolvidos no caso.

No documentário fizemos uma “emenda” entre este trecho do VT da Rede **Globo** e outro da **TV Senado**. A segunda matéria foi produzida no mesmo dia, contudo, traz outra abordagem e destaca as informações de Delúbio Soares nos depoimentos das CPIMs. É interessante que a segunda emissora, pública, procura compor o telejornal com o mínimo de desvio possível, o que até pouco tempo tínhamos mencionado como *isenção*. Contudo, especificamente nessa matéria, as imagens de cobertura de *off* sugerem muito mais que o texto do repórter ou as declarações da fonte.

**Ocorrência:** *Edição causa ruído na matéria gerando efeito de sentido isolado*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** No documentário vemos claramente o momento em que o ex-tesoureiro do Partido dos Trabalhadores, Delúbio Soares, procurando se acomodar na cadeira enquanto depõe. Contudo, ao incluir esta imagem no contexto da matéria, a interpretação é outra. Enquanto é questionado pelos membros da CPMI esse movimento sugere ao receptor que o petista não tem o menor interesse no que está acontecendo em torno dele e ainda, que não está comprometido com quaisquer declarações à comissão. A impressão é de desconforto para quem assiste a matéria.

Isso acontece porque o telespectador recebe a imagem junto com o texto de *off* que se refere, justamente, à falta de explicação de Delúbio Soares sobre os vultosos empréstimos obtidos em bancos sem garantias. Ao mexer o corpo, o ex-tesoureiro parece dar de ombros, um movimento que, se fosse intencional, seria manifestação de descaso. Ainda que na edição a escolha dessa cena possa ter sido acidental, os efeitos de sentido gerados são óbvios e afetam a credibilidade das declarações de Delúbio Soares. Diante de um cenário de denúncias de corrupção envolvendo os principais partidos políticos do País e operações escusas de Caixa 2, mexer os ombros poderia ter abalado a imagem política do ex-tesoureiro de forma irremediável, caso esse fragmento tivesse sido transmitido, por exemplo, na Rede **Globo**.

Na transposição para o computador o efeito dessas cenas pode até passar despercebido porque no ambiente Internet não temos a mesma disponibilidade no momento em que assistimos à reportagem. Em razão, mais uma vez, da baixa definição da imagem, restaria somente o incômodo da falta de esclarecimentos sobre as operações financeiras do Partido dos Trabalhadores. Assim, caso aquelas imagens tenham sido dispostas na matéria de forma

intencional com o objetivo de emitir o sentido de que, para Delúbio Soares, nada daquilo era de seu interesse, então, haveria perda de significação.

#### 4.2.2.10 Cena 10 – Interface do Ciber-telejornal Terra

**Descrição:** O *ciber-telejornal Terra* surpreende ao adotar os mais diversos elementos na produção do noticiário. No geral, o estilo segue a ordenação dos telejornais tradicionais com apresentadores, comentaristas e equipe de reportagem externa. Todavia, as notícias são apresentadas num formato híbrido entre o radiojornalismo e a matéria de TV. A emissora adota selos em videografismo como forma de ilustração para os VTs e este formato acaba suprimindo do ciber-telejornal parte da informação. A matéria do ciber-telejornal **Terra**, que utilizamos no documentário, foi propositalmente colocada como abertura para o VT da TV Câmara para enfatizar essas observações.

**Ocorrência:** *Inversão de pesos de áudio e vídeo da linguagem televisual no modo de produção para a Internet.*

**Efeitos de Sentido da Transposição** - A imagem, signo principal em circulação na mídia televisão, é um dos elementos em ajuste no processo de transposição para a Internet. O registro televisual não precisa ser substituído por recursos dessa natureza, pode ser modificado: os cinegrafistas podem receber novas orientações para reduzir os elementos em composição, priorizar este ou aquele enquadramento e conseguir um melhor aproveitamento da narrativa televisual. No momento em que experimentamos recursos tecnológicos para a adequação da linguagem televisual a imagem ainda se mantém em primeiro plano. Ainda que as limitações técnicas estejam causando algumas perdas, no momento, é necessário encontrar um meio-termo. Um ciber-telejornal sem imagens da matéria perde parte da informação porque deixa de aproveitar os recursos dos equipamentos multimídia.

Para tanto é bom lembrar que se o telejornal é plural no sentido de *mobilizar, permitir e fazer falar* várias vozes no interior de seu enquadramento, é, ao mesmo tempo, um dispositivo singular porque unifica estas polifonias a um lugar de articulação que faz com que o sentido não derive e assim, se constitua segundo o regime no qual o próprio telejornal se instaura. (FAUSTO NETO, 2002, p. 503).

É verdade que no telejornal tradicional o peso do enunciado recai principalmente, sobre os elementos visuais. No documentário que encerra o *corpus* da pesquisa registramos alguns exemplos tais como as lágrimas dos depoentes na CPMI, os gestos exacerbados dos deputados Severino Cavalcanti e Roberto Jefferson, a expressão entediada do publicitário

Duda Mendonça e a sua sócia, Zilmar Fernandes da Silveira ou a irritação dos parlamentares em meios a manobras jurídicas e contradições nos depoimentos. O registro desses momentos é um dos méritos do telejornalismo e, em nosso entendimento, suprimir tais imagens é uma regressão tecnológica. Da maneira como se apresenta hoje, o ciber-telejornal do Portal **Terra** é um híbrido com ênfase na informação sonora, que coloca a imagem em segundo plano e, por conseguinte, descaracteriza o discurso televisual.

#### **4.2.2.11 Cena 11 – Depoimento à CPMI de Duda Mendonça e Zilmar da Silveira**

**Descrição:** O publicitário Duda Mendonça e a sócia, Zilmar Fernandes da Silveira, depõem na CPMI do Mensalão. Durante os questionamentos dos parlamentares o publicitário usou a emotividade como recurso para enfatizar a irritação e o nervosismo do momento. Juntamente com a sócia respondeu aos questionamentos dos parlamentares justificando as manobras financeiras, mas irritou-se quando questionado sobre a possível participação em esquemas de corrupção no Governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O tom de voz do empresário também reflete seu estado de ânimo. Nas imagens seguintes no depoimento, Duda e a sócia aparecem sustentando a cabeça com as mãos durante a sessão.

A atitude deles poderia apenas significar exaustão, contudo, trata-se de dois profissionais da mídia e essa atitude merece uma leitura mais precisa. Aparentando cansaço, os dois garantiam não produzir qualquer gesto que pudesse ser interpretado como ofensivo e, ao mesmo tempo, sugerir que se preocupavam apenas como fim do depoimento. O que acontece se essa imagem for transposta?

No mínimo, chamaria a atenção da audiência. Um quadro simples, com dois elementos (Duda e a sócia), muda de intensidade quando apresenta um gesto coincidente. Por que, considerando que na Internet a imagem perde qualidade e importância em relação ao áudio, seria diferente agora? Pelo simples motivo de que esta imagem é uma composição e, sendo assim comunica rápida e efetivamente que Duda Mendonça não reconhece as acusações e, portanto, mostra-se tranquilo.

**Ocorrência:** *Efeitos de sentido emitidos pelo comportamento dos sujeitos é suavizado pela imagem técnica na construção da matéria*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** O depoimento teve momentos em que o publicitário, disposto no vídeo, vociferava palavras duras contra seus acusadores. Mesmo no trecho coberto por *off*, é notória a irritação de Mendonça. Notamos que a equipe deveria estar manipulando apenas, uma, no máximo duas câmeras no local. Isso dificulta a cobertura dos

*offs* com material extra. Na tentativa de atenuar o problema, o cinegrafista e o editor abusaram de recursos de corte, movimento de câmera e de imagem, causando incômodo na audiência e criando ruído sobre o conteúdo da matéria.

O publicitário e a sócia aparecem no vídeo em primeiro plano; outras vezes dispostos entre a mesa e os parlamentares que os questionam causando o efeito de distanciamento. Podemos observar que no momento de produzir a reportagem, o cinegrafista tinha movimentação restrita. Para simular esse “movimento” as imagens foram produzidas em planos fixos entrecortados com movimentos de imagem (*zoom in* e *zoom out*) e a orientação da emissora foi usar esse material mesmo prevendo seus efeitos. A principal consequência desse vai-e-vem foi reduzir o impacto da função emotiva no discurso de Mendonça uma vez que, na televisão, a audiência acaba se distraindo com as imagens.

Na Internet é visível o resultado desastroso do registro em movimento quando o vídeo é apresentado em *streaming* ou, à maneira do arquivo da TV Câmara: gravado em baixa resolução. Este deslocamento aparece no início da matéria e causou tamanha distorção na imagem que é difícil identificar os elementos no plano. A impressão é de instabilidade na construção da matéria e essa falta de ordem pode levar o receptor a buscar outra fonte. Caso o receptor se concentre no discurso sonoro haverá perdas de significação porque sem visualizar os dois publicitários com a cabeça apoiada sobre a mão, este receptor não poderá abstrair a idéia de que eles estavam exaustos e desinteressados.

O mais importante na leitura do documentário é que percebemos que, a partir desse VT, a composição da imagem das TV Senado e TV Câmara – cuja audiência na Internet aumentou significativamente no período estudado – foi simplificada possivelmente por conta do *feedback* negativo dessa cobertura. Deste então, as emissoras reduziram os movimentos de câmera enfatizando o discurso sonoro de fontes e repórteres para evitar perdas de elementos de significação que antes estavam dispostos apenas nas imagens.

#### **4.2.2.12 Cena 12 – Acareação entre deputados é espetacularizada na mídia**

**Descrição:** Um dos grandes momentos do mês de agosto, senão o ponto alto da cobertura da Crise Política, foi o encontro de Roberto Jefferson e José Dirceu na acareação promovida pelas CPMIs. Frente a frente os deputados, politicamente rivais, desmentiram um ao outro. Na época o País parou, todos queriam acompanhar a sessão. Na edição, o texto da repórter voltou ao plano padrão da linguagem televisual e deixou o clima da sessão a cargo das imagens e do discurso dos atores envolvidos.

O telespectador que esperava um debate de ânimos exaltados, assistiu a uma morna disputa de forças entre os oponentes. Roberto Jefferson utilizou a teatralização que o caracterizou durante todo o processo; Dirceu, preferiu a austeridade. Este foi um contraste excelente para capturar a atenção do público. O gestual e outros recursos de retórica por diversas vezes foram usados como estratégia dos parlamentares para entreter a comissão e a audiência suavizando o impacto dos depoimentos.

O tom desafiador de Roberto Jefferson e novas acusações desconcertaram José Dirceu. Contudo, o ex-ministro teve que enfrentar um outro tipo de provocação: a movimentação de Jefferson na primeira fila da sala como ilustram imagens da **TV Câmara**. A repórter narra a matéria estruturando essa alteração de ânimo no decurso da sessão e delegando aos depoentes o tom do discurso. Na edição, percebemos a orientação para equilibrar a presença dos deputados no vídeo: os pontos de vista de um e de outro se intercalam todo o tempo.

A **TV Record** valoriza a presença do repórter no local utilizando o *picture in picture* - as “janelinhas” pelas quais vemos o apresentador ou âncora conversando com a equipe de externa. A passagem em boletim destaca as informações e evita a superexposição dos deputados na mesma edição do telejornal. Na segunda parte da matéria, o discurso dos atores se sobressai e a importância da figura do repórter no processo de mediação fica evidente.

**Ocorrência:** *Enunciado baseado no discurso sonoro dos atores políticos*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** A forma como os deputados Roberto Jefferson e José Dirceu conduziram o depoimento transformou a acareação transmitida ao vivo na simulação de tribunal com júri popular tamanha a encenação dos dois lados. Os parlamentares acusados de envolvimento em esquemas de corrupção se acusaram mutuamente.

José Dirceu se defende rebatendo o deputado e incitando-o a comprovar as denúncias. A troca de acusações é enfatizada pela sucessão de imagens de Dirceu depondo enquanto Roberto Jefferson está na audiência conversando com seus advogados. No ponto de vista inverso, o ex-ministro aparece sisudo e atento ao depoimento do oponente. As imagens complementam o texto que informa quais dados estão sendo anunciados. Neste tipo de edição é possível captar parte do movimento dos deputados durante a sessão e essa seqüência de imagens descreve o “clima”. Na transposição para a Internet os discursos se amplificam e, desta vez, também as imagens. Dada a repercussão dessa matéria a maior parte da audiência estará atenta às imagens dos deputados e, mesmo que a qualidade seja baixa, o conjunto dos gestos, mais a interpretação e o tom do discurso, informam a intenção dos atores políticos. Além disso, a informação fundamental está nos discursos e a imagem apenas as enfatiza. No caso do texto do repórter, a forma como foi construído, mantém o equilíbrio entre este

elemento e as imagens, portanto, em relação aos efeitos na transposição, a reportagem deve conseguir um resultado próximo àquele obtido na TV.

Neste tipo de edição é possível captar parte do movimento dos deputados durante a sessão e essa seqüência de imagens descreve o “clima”. Na transposição para a Internet os discursos se amplificam e, *contrariando o que foi regra até aqui*, também as imagens. A repercussão do assunto foi o que ampliou o nível de atenção da audiência e, mesmo que a qualidade da imagem esteja abaixo do padrão televisual, o usuário aceita essa imagem.

A acareação ganhou uma aura de espetáculo, graças ao empenho do deputado Roberto Jefferson em desviar a atenção dos elementos de seu discurso com o já mencionado “domínio de cena”, que marcou suas aparições públicas, nos nove meses de cobertura da Crise Política, que analisamos. Entretanto, os dois parlamentares utilizam os recursos somados, ou seja, a informação fundamental está nos discursos e a imagem apenas a enfatiza.

Por conta da retórica dos atores políticos e sua familiaridade com a linguagem da mídia e, considerando o grau de atenção do público sobre o tema à época dos acontecimentos, podemos deduzir que, na transposição para a Internet não haveria perdas no entendimento da matéria. Ainda que o vídeo fosse acessado por um usuário sem o apelo da mídia para o assunto, ainda assim, a cobertura da acareação conseguiria projetar os mesmos efeitos de indignação e questionamento diante da encenação de Roberto Jefferson e de José Dirceu.

#### **4.2.2.13 Cena 13 - Relatório Preliminar /CPMI *Mensalão***

**Descrição:** A matéria que relata a divulgação do relatório preliminar da CPMI do *Mensalão* foi produzida por um texto quase didático em que a repórter explica os pontos principais do documento: a confirmação da existência do *Mensalão* e uma lista de dezoito parlamentares envolvidos no esquema possivelmente operado por Marcos Valério. Entre os deputados citados está Roberto Jefferson, autor da primeira denúncia. As imagens da cobertura de *off* enfatizam a movimentação na sala, telefonemas, documentos circulando e a imprensa. Entretanto, a novidade aqui é o uso de recursos tecnológicos como enunciado. No caso, na narrativa, a lista é transformada em um videográfico. Um a um, os nomes citados são dispostos e identificados com foto e legenda partidária. O videografismo “mostra” os parlamentares citados no relatório preliminar da CPMI.

**Ocorrência:** *Uso de videografismo como gerador de efeito de sentido*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** Na matéria pela televisão o ritmo e discurso do repórter estão lentos. O registro dos parlamentares indiciados pela Comissão Mista Parlamentar de

Inquérito foi produzido com videográficos, para enfatizar a informação, e, se o ritmo da pronúncia de nomes deixa escapar parte da atenção do público, as imagens recuperam essa atenção equilibrando a matéria. Recorrer ao iconismo dos videográficos como essência da informação da reportagem, na verdade para realçar o seu componente indicial, o que sem dúvida Peirce chamaria de *sinsignos icônicos*. A arte em questão mostra a imagem do ator político, filiação partidária e ao mesmo tempo indica ao público a dimensão do esquema de corrupção em torno do *Mensalão*.

Na forma como a matéria foi elaborada há um sério risco de perder sua significação quando transposta para Internet. Na televisão, o VT permite o reconhecimento de cada um dos parlamentares aproximando esta informação do público. Naquelas dimensões do *player* é impossível conseguir a mesma compreensão dos elementos do videografismo. A imagem que está carregada de sentido, simplesmente não irá funcionar.

O que resta aos internautas é, sem dúvida, o texto do repórter. A velocidade com que os nomes são pronunciados funciona porque está sob o videográfico; no momento em que passa a ser a informação dominante, torna-se *dolorosamente* enfadonha. Em resumo, caso o receptor não consiga visualizar o videografismo da matéria de forma satisfatória, a tendência é que ele busque outra fonte de informação.

#### **4.2.2.14 Cena 14 – Cassação de mandato do Deputado Roberto Jefferson**

**Descrição:** O discurso do deputado Roberto Jefferson antes da votação pela cassação de seu mandato repercute como o último “show” do deputado no Congresso Nacional. Na tribuna, o parlamentar abusa de todos os recursos de que dispõe, da retórica ao teatro, para mais uma vez repetir cada uma das acusações que havia feito na Imprensa, no Conselho de Ética e na CPMI. Ele critica o tratamento recebido pela base aliada do Governo e volta a afirmar que havia prevenido o Presidente da República e outros políticos do alto escalão que o *Mensalão* traria conseqüências graves à imagem do governo.

Enquanto discursa, Roberto Jefferson acompanha com o olhar a reação dos presentes. Ao final do discurso, o parlamentar é ovacionado pelos mesmos deputados que cassariam seu mandato. Que estratégia ele tinha em mente? Jefferson acreditaria que era possível conquistar simpatizantes num inflamado discurso de última hora?

A mensagem nas entrelinhas do discurso é de um desabafo contra práticas e pessoas com as quais o deputado está em desacordo. Ao final, Roberto Jefferson usa a mesma analogia do primeiro depoimento sobre a crise e, depois de criticar, abertamente, o presidente

Luiz Inácio Lula da Silva, termina sua exposição deixando no telespectador a impressão de que se considera traído pela base aliada.

**Ocorrência:** *Eloquência do ator político direciona a estrutura da narrativa da notícia*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** Jefferson utiliza termos e expressões como “presidente preguiçoso”, “governo corrupto”, “ouvidos pios” e “guerra fratricida” para enfatizar que, de certa forma, ele já sabia o resultado. O discurso inflamado, com citações de todos os povos e tempos, ganha o apoio da imagem de um tribuno nato: gestos, tom, e interpretação. Jefferson consegue impor esse discurso na história da mídia como o registro de um político que soube como poucos entreter e informar a audiência como lhe convinha.

Surpreendente, no documentário, é perceber que a cobertura do discurso de Roberto Jefferson se assemelha ao registro de uma peça de entretenimento. O que o olhar da câmera oferece ao telespectador não é a imagem na forma a que estamos habituados. Existe tão pouca fragmentação que o público é colocado como repórter (testemunha) do acontecimento. O efeito é de deslocamento para o local, sem qualquer posicionamento crítico na superfície.

A maior carga discursiva da mídia, nesse dia, está com o ator político. Ao referir-se ao Governo, por exemplo, o deputado expressa opiniões, que em dado momento é a mesma da audiência, estranhamento contra o silêncio do Presidente. Outras vezes ironiza outros parlamentares e provoca, instiga e...diverte. Em parte, em uma reportagem tradicional é difícil para o repórter conseguir tantos efeitos sem um adotar um posicionamento então, deduzimos que, ao menos em parte, a emissora concorda com o que o deputado está dizendo. O traço irônico está no registro do aplauso a um parlamentar cujo destino político deveria estar traçado mesmo antes dele subir à tribuna.

O que acontece quando esta matéria é transposta para a Internet é que os efeitos de sentido são os mesmos, contudo existe perda nos detalhes que só a imagem confere ao enunciado. Neste registro, fica ainda mais visível que, ao produzir uma matéria de telejornal com intenção de distribuir a reportagem na Internet, o editor será tão mais eficiente, quanto puder equilibrar os elementos que levam à significação entre áudio e vídeo.

#### **4.2.2.15 Cena 15 – Renúncia do Presidente da Câmara, Severino Cavalcanti**

**Descrição:** No dia 21 de setembro, o deputado Severino Cavalcanti não resiste às pressões do escândalo do *Mensalinho* e renuncia à presidência da Câmara e ao mandato como deputado federal. A matéria em retrospectiva conta em ritmo de videoclipe os principais momentos da crise pessoal de Cavalcanti, destacando-se a revelação pública do cheque do empresário

Sebastião Buanni, que se tornou prova irrefutável da prática de corrupção. Depois de três meses de crise política desde a denúncia dos Correios, o *Mensalinho* derruba Severino.

**Ocorrência:** *Alteração de ritmo da emissão da notícia com recursos de edição*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** No discurso da renúncia do deputado Severino Cavalcanti, a vida política do parlamentar é apresentada por uma seqüência de matérias curtas em retrospectiva, uma mudança de ritmo que lembra o videoclipe. A novidade modifica princípios da linguagem televisual porque mesmo dando destaque para imagens, tem baixa resolução enfatizando o discurso e os efeitos sonoros. O arquivo desta matéria veio diretamente do *website* da emissora e notamos que quando transposto para a Internet esse trecho do telejornal perdeu uma parte significativa da informação.

A baixa resolução das imagens do empresário Sebastião Buanni, do cheque à Severino Cavalcanti e dos parlamentares entrevistados, causa uma distorção que compromete – em parte – o efeito que se pretende gerar. O cheque, prova irrefutável perante a lei de que o deputado estaria recendo comissões, na telinha do *player* não passa de um retângulo branco e perde todo o significado. O receptor será induzido a acreditar que aquele pedaço de papel é o cheque porque está sendo informado pelo repórter.

Na transposição, verificamos que a edição em formato de videoclipe não é um recurso adequado porque a Rede Mundial não oferece – por enquanto – tecnologia que reproduza no computador a qualidade da imagem de televisão. Contudo, entendemos que no ambiente audiovisual a alteração de ritmo foi uma estratégia para embutir dinâmica à cobertura e conferir ao telejornal o sentido de ubiquidade que tanto valoriza a mídia eletrônica.

#### **4.2.2.16 Cena 16 - Cassação do mandato de deputado do ex-ministro José Dirceu**

**Descrição:** A cassação do mandato de deputado do ex-ministro da Casa Civil, José Dirceu, foi narrada no documentário por material de mais de uma fonte, inclusive, a transmissão da contagem de votos ao vivo pela TV. Contudo, para analisar o momento da cassação nos baseamos na matéria da **TV Câmara** cujo enfoque foram os pedidos de liminar e o estado de ânimo do deputado. O telejornal menciona monções de apoio recebidas pelo parlamentar, no entanto, abre o telejornal com o registro do ataque a bengaladas desferido contra o deputado por um cidadão em pleno Congresso Nacional. No discurso, o tom lamurioso de antes da votação transmite a impressão de Dirceu estar receoso em falar e, agindo dessa maneira, profetiza sua derrota. O anúncio do resultado em favor da cassação não mostra a reação do

deputado porque ele estava acompanhando a votação em área reservada (longe dos “olhos” da mídia), estratégia para manter o ar de serenidade adotado desde o início da Crise Política.

**Ocorrência:** *Entrelaçamento de sentidos entre texto e imagem*

**Efeitos de Sentido na Transposição:** Na Internet, os recursos sonoros poderiam conseguir os mesmos efeitos do telejornal convencional, bastaria que fossem previstos na edição. O sobe som de José Dirceu dizendo que não quer “piedade” e sim “justiça” é um dos trechos que seria valorizado na Internet porque aponta diretamente para o emissor e facilita a compreensão das entrelinhas das matérias. É pela escolha do tom do discurso que o deputado consegue se impor na matéria: duas ou mais frases, sempre claras e carregadas de pesar, são suficientes para amplificar ao máximo seus efeitos na TV na Internet. Ao final, essas frases recebem um efeito de ironia porque José Dirceu perde o mandato, o que significaria que a prevalência da justiça que ele havia clamado antes seria sua condenação.

Outra questão relevante diz respeito à escolha da seqüência, na Câmara dos Deputados, o VT valoriza o discurso do deputado José Dirceu, a votação em si e, ao final, a contagem de votos. Contudo, a imagem do deputado saindo de trás de uma cortina sob uma chuva de *flashes* fotográficos é o momento de maior significância de toda a matéria. A queda do homem forte do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva evidencia a existência de corrupção e muitos segredos ainda não revelados sobre como funcionam os bastidores da política no País.

### ***4.3 Verificações Adicionais***

A análise de conteúdo do recorte que fizemos da cobertura televisual da Crise Política revela que a transposição do telejornal para a Internet exige ajustes técnicos no modo de produzir a notícia para que haja um melhor aproveitamento do conteúdo como, por exemplo, enunciados que se manifestem tanto na dimensão das imagens, quanto dos recursos sonoros.

Ao produzir um telejornal para ser transposto para a Rede Mundial ou, uma matéria de *ciber-telejornal*, a equipe precisa considerar a linguagem e o ambiente da outra mídia. Entre os aspectos mais relevantes estão a baixa resolução da imagem, as dimensões reduzidas do *player* e a dificuldade de transmissão de vídeos *streaming*. Além disso, deve considerar o ambiente em que está o receptor, o tempo disponível e habilidade de navegação do indivíduo. Perdas em vídeo, como demonstramos neste capítulo, sacrificam sutilezas da edição que

fazem parte da narrativa e, por conseguinte, interferem não só na transmissão como no próprio conteúdo da notícia.

Pessoalmente, verificamos essas dificuldades ainda na fase de captura dos vídeos que integram o documentário. Por se tratar do *corpus* da pesquisa era necessário utilizar as imagens da forma como elas estão dispostas na Rede, ou seja, atrasos de carregamento de vídeo, problemas de sincronia, definição de imagens, entre outros. Podemos afirmar que 99% do material dos portais, quando expandidos para o tamanho do monitor perderam qualidade de vídeo e mais de 90% apresenta distorções de áudio. Contudo, foi necessário registrar os telejornais dessa maneira porque a deficiência técnica também faz parte do momento atual e constitui fonte documental para este estudo.

Analisando estas matérias podemos afirmar que, na Internet, tudo é ponto de partida. Portanto, na transposição, todo o cuidado deve ser tomado para que as informações sejam emitidas de forma organizada. É necessário que além de todos os conceitos de telejornalismo, os editores considerem os efeitos do desgaste provocado pela navegação. O estado mental do usuário de Internet assistindo ao telejornal pelo portal da emissora é muito diferente daquele do telespectador da TV. O deslocamento de conteúdos não é suficiente e nem mesmo o *ciber-telejornal* no modo como está hoje pode ser considerado um modelo.

O tom do discurso do telejornal de TV por assinatura (segmentada) nos pareceu mais adequado à Internet porque tem um ritmo narrativo sem sobressaltos, bem como a presença física do repórter – mesmo com vídeos de baixa resolução – serve para conferir mais credibilidade ao material. A composição da imagem do telejornal deverá ser simplificada até que a tecnologia seja satisfatória, porque este é o único modo de reduzir a dispersão e, por conseguinte, transmitir o enunciado completo. Verificamos que em cada matéria existem distorções de alguma natureza e quando os efeitos são confirmados, na maioria das vezes, ocorreram de modo inesperado ou porque são baseados em recursos sonoros. Será preciso refletir (e avaliar) como se comporta o conjunto das experiências de comunicação em hipermídia antes de formular uma proposta que seja eficiente neste ambiente e se aproxime da narrativa televisual.

## **5. APONTAMENTOS FINAIS**

## 5. APONTAMENTOS FINAIS

No período dedicado a pesquisar, arquivar e analisar as matérias que, posteriormente, fariam parte do documentário **A Crise Política: O Mensalão** detectamos que estamos em um daqueles momentos singulares da história da mídia, quando é possível visualizar em detalhes os processos de transposição do telejornal da TV para o computador e, ao mesmo tempo, o nascimento de uma linguagem específica de um produto similar (e sob medida) para a Internet. O registro das etapas da migração de conteúdos e da adoção de novas linguagens pode ser uma pista para o que deve acontecer com o telejornalismo daqui por diante.

É preciso analisar os primeiros resultados do *ciber-telejornalismo* para sabermos se o caminho está correto. E por que tanto alarde? Ora, o número de internautas cresce ano a ano no Brasil e, em consequência disso, o Governo Federal seguiu uma tendência mundial e instalou um órgão específico para acompanhar o processo, o *Comitê Gestor da Internet*. Aos pesquisadores e estatísticos cabe registrar números e comportamentos dos usuários da Rede e fornecer instruções para aumentar a segurança dos sistemas uma vez que os “ciber-crimes” aumentam na mesma proporção. A Internet é uma nova dimensão onde milhares de espelhos refletem as diferentes faces da realidade que pensamos, do lado de cá, conhecer tão bem.

O avanço das ferramentas de interação é muito mais rápido que o processo de adaptação das linguagens e este é um importante fator a se considerar. Por exemplo, no documentário **A Crise Política: o Mensalão**, a maior parte das matérias do *ciber-telejornal da TV Terra* utiliza-se do videografismo e não das imagens tradicionais gravadas no cenário da notícia. O produto híbrido acaba se aproximando do rádio, não da TV, porque é ilustrado por uma imagem inerte e supervaloriza o texto dos repórteres. Quando o elemento da narrativa é a voz e o espaço da emissão um telejornal, acontece uma inversão de pesos entre áudio e vídeo que pode descaracterizar o produto final. O que é isso? Um radiojornal com imagens de representação? Um telejornal ao modo dos primeiros anos quando os selos e ilustrações eram dispostos sobre a narração por falta de imagens?

Nesta pesquisa pretendíamos responder se houve alguma mudança no modo de produção da notícia em telejornalismo na Internet. De fato, ocorreram ajustes em conceitos tradicionais e a adoção de alternativas para a apresentação da notícia para compensar as variações de qualidade de recepção. Entretanto, o mais importante é perceber que o foco do

telejornal se modificou. Na *Web*, o telejornal deixou de ser o produto fechado a ser entregue ao telespectador a que estamos habituados na televisão para se transformar em mais uma alternativa de apresentação da notícia no sistema multimídia.

O receptor, quando se torna internauta, parte em busca das informações, faz a mediação e interfere. O telejornal ainda é ágil, de fácil compreensão e um território conhecido na vastidão do ciberespaço. Ainda nos reconhecemos nele, contudo precisa atingir um nível de adaptação e de desenvolvimento suficientemente atrativos, também na Rede, sem se converter em (por excessos) produto de entretenimento.

A conquista de popularidade do telejornalismo é resultado de um trabalho de mais de cinquenta anos voltado ao aprimoramento da linguagem no espaço analógico. Ainda assim, mesmo a TV por assinatura (*narrowcasting*) precisou de um período de adaptação para os primeiros canais de notícias 24 horas: era outro ritmo de narração, lembrando o radiofônico, então, outros discursos foram criados. A presença de elementos televisuais na Rede depende em grande parte da capacidade de adaptação dos profissionais e da tecnologia disponível para a recepção, mas sobretudo da estruturação de uma linguagem adequada ao novo meio. De modo geral ainda é cedo para se falar em linguagem de telejornalismo para a Internet, temos referências, algumas pistas tais como aquelas que discutimos no capítulo anterior, contudo, a própria Internet está em fase de experimentação e, além disso, não se trata de repetir as etapas do hibridismo, pois a orientação para convergência leva a outros caminhos.

Por outro lado, toda essa velocidade e tecnologia podem encobrir a real intenção do noticiário na Internet que é ampliar o universo do telejornal, prolongá-lo. Esse é o grande desafio do processo de transposição e na criação da linguagem do tele-noticiário da Internet. A comunicação televisual no ciberespaço depende ainda da equalização dos recursos tecnológicos e a qualidade da recepção permanecerá comprometida enquanto tivermos conexões discadas, *delays* e arquivos em formatos pesados que demoram horas para carregar em processadores lentos. O maior dos desafios é conseguir re-ordenar tudo ao mesmo tempo: como planejar, produzir e de que maneira apresentar a notícia.

Para direcionar os esforços das equipes podemos afirmar que as emissoras precisam tomar ao menos uma decisão imediata: determinar o foco de seus trabalhos. É urgente saber se a Internet terá telejornalismo com transmissão ininterrupta igual aos canais de notícias por assinatura, exibição simultânea com a TV (prevendo re-apresentações em horários alternativos) ou conteúdos em tempo real (logo que forem editados). Independente do

formato, o que tem funcionado bem - e, por isso mesmo, deve permanecer - é o arquivamento de notícias, este sim, característico do telejornalismo na Internet, que é capaz de suprir algumas das deficiências na qualidade de recepção porque apresenta vídeos gravados e disponíveis para *download*, apresentando menos distorção.

A interatividade do receptor, por enquanto, está restrita às operações de seleção de conteúdos e processamento superficial (arquivá-los ou enviá-los a outras pessoas), entretanto já admite a re-edição e a publicação em mídias alternativas (tal acontece no nosso documentário em DVD) ou em páginas de terceiros em arquivo. Em um futuro próximo espera-se de fato que uma intervenção acontecerá em tempo real, ainda que seja uma tarefa difícil dizer qual será a forma de interação de milhões de internautas no mesmo tempo e espaço. As mensagens de texto seriam opções iniciais, dispostas num espaço pré-determinado da tela de TV ou do computador (faixa de notícias, quadro ou *link* paralelo). Essa tecnologia que está em uso em programas de entretenimento e no telejornalismo foi adotada por canais de notícias para transmitir informação minuto a minuto em faixas paralelas que ocupam o espaço do crédito do apresentador.

Acreditamos que uma das dificuldades para otimizar a interação é regular a entrada de internautas no espaço do telejornal (neste caso, a tela do *player*) ou no ambiente de discussão do portal. Por enquanto, não existem meios para evitar o congestionamento de usuários enviando simultaneamente mensagens de texto e por esse motivo quando são abertos debates entre a equipe do programa e o público, um mediador determina quais questões serão respondidas e por quem. O terceiro elemento - o mediador - poderá dispensado muito provavelmente em alguns anos, graças ao desenvolvimento de uma tecnologia chamada **agentes inteligentes** (programas de inteligência artificial), que farão a filtragem com base nas preferências e no perfil do usuário.

No momento o ponto de equilíbrio entre o debate aberto e o envio de e-mails é o *chat* em tempo real onde os usuários comentam entre si o que está sendo transmitido. Para facilitar o diálogo entre os participantes existe sempre um limite de internautas em interação, eles são distribuídos nas salas conforme a faixa etária, nível de instrução, etc. A **Rede Globo**, por exemplo, utiliza essa ferramenta com frequência para abrir o debate entre a equipe de produção (ou convidados de uma matéria especial) e a audiência, uma aproximação que não havia sido prevista há algumas décadas. Analisando as práticas recentes podemos concluir que a tecnologia disponível confirma a idéia de que as alterações nos efeitos de sentido no

processo de transposição decorrem da co-intencionalidade entre as duas instâncias discursivas, isto é, da produção e da recepção.

Em conseqüência disso, é possível avaliar a recepção na Internet de forma similar à que fazemos na televisão, ao menos em parte, porque a dimensão dos efeitos no ambiente da Rede é ampliado e o comportamento da audiência mais participativo. “Nosso cérebro hoje abrange o mundo e nele se integra pelos meios eletrônicos existentes. A mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, rapidez ou modelo que introduz nos assuntos humanos”. (FIORE, McLUHAN, 1969, p.18)

É fato que existem mais internautas circulando na página do que aqueles que de fato interagem com os outros ou se manifestam sobre os conteúdos apresentados. Há justificativas para esse comportamento: a falta de familiaridade com a hipermídia, a timidez do usuário em expor suas idéias. O modo de agir é um reflexo de hábitos anteriores, quando mediar era o limite entre a emissão e a recepção da mensagem. O telejornal via Internet progride em termos de interação conforme a audiência experimenta, ousa. Caso o público mantenha essa postura de ver, ouvir e mediar sem interferir, o telejornal continuará sofrendo apenas ajustes na Rede, não haverá mudanças profundas nele. De acordo com as experiências em outras mídias, a fase de ajuste será superada naturalmente e o telejornal transposto para a Internet será substituído por um modelo “ideal” de *ciber-telejornal*.

O que leva as pessoas a se manterem na condição de mediadores? O primeiro motivo é o hábito que, como discutimos em capítulos anteriores, tem seu próprio tempo para ser modificado. Outra justificativa é o nível cognitivo exigido para a interação. No caso da Internet, não existe tanta diferença na navegação dos usuários em relação ao desenvolvimento cognitivo, mas na variedade de conteúdos que eles procuram. É mais uma questão de habilidade porque todos temos a competência necessária para navegar na Rede, contudo, se o processo é cansativo ou excessivamente desafiador, muitos o abandonam.

No caso dos telejornais *on-line*, a audiência tem que assistir às matérias e “deixar pegadas” para que o portal possa apresentar resultados ao departamento comercial, sem essa resposta o investimento diminui. Esses passos são registrados por contadores de acesso, pelo envio de *e-mails*, por meio da participação de usuários nos *chats* promovidos pela Rede de TV ou sobre a programação, e em última instância, nos *blogs* (diários virtuais) que mencionam o telejornal e aparecem como referência em ferramentas de busca.

A Internet é um espaço que desafia as estruturas conhecidas, portanto, gera curiosidade sobre seus conteúdos e ironicamente, como mencionamos nos capítulos anteriores, reforça a audiência das emissoras de televisão. Isso acontece porque uma mídia leva à outra. Do mesmo jeito que a programação e os artistas do rádio ganharam maior reconhecimento quando citados em programas de TV, o telejornal está na Rede ou, de modo inverso, a emissora convida os telespectadores para um bate-papo virtual.

O desafio é capturar a atenção do usuário, conquistá-lo. Agora não se trata mais de espetacularizar a notícia para que esta se encaixe naquele modelo de realidade da televisão. O telejornalismo na Internet depende da apropriação de experiências de tudo o que já foi feito até então mas com a orientação para a convergência, a somatória, não o hibridismo, a subtração de elementos tais que combinados geram a linguagem ideal do meio.

E se na TV o efeito *zapping* foi uma ameaça, na Internet a variedade de opções e as rotas de fuga são visíveis. Em se tratando de navegação no ciberespaço, quando o público toma uma direção não quer mais interferência. Os comerciais não interrompem a programação, sequer existe o horário nobre. Nessa nova dimensão, nem tudo o que fizemos antes nos fornece informação suficiente para manter bons níveis de audiência. No documentário, vimos mais de perto o resultado do trabalho de apuração, produção e edição das equipes da **TV Cultura** e do **Portal Terra**, ambas têm o mérito da resistência. Os programas especiais do *Roda Viva (TV Cultura)* e o trabalho de organização das entrevistas com especialistas, comentários e editorial do portal **Terra** conseguiram se distanciar da disputa por audiência - e da salvaguarda do poder do Estado - questionando e fornecendo ao público alvo informação para compreender os fatos e, se preciso fosse, demonstrar indignação sobre argumentos verdadeiros.

A discussão sobre convergência, a apresentação de conteúdos na Internet e os temas que delas derivam ainda buscam a mesma coisa que Marshall McLuhan queria descobrir em sua época: seriam os meios de comunicação, extensões do homem? Nisso ele acertou, pois as ferramentas potencializam as nossas capacidades. O canadense também estava certo ao dizer que os meios são os *massa-gens*. Contudo, antes de conseguirmos formar a aldeia global será preciso reagir, caso contrário, a Rede será apenas outro espaço onde iremos reproduzir os erros anteriores fortalecendo, as oligarquias, permitindo a censura (e autocensura) da Imprensa e outros emissores, deixando que os grupos de poder imponham regras à livre circulação da informação conforme seus interesses. Ao que parece o telejornalismo na

Internet tende a acumular a função de fonte de pesquisa e de reflexão sobre notícias e fatos de interesse público.

Todavia, para tornar o telejornal fonte confiável e dinâmica de notícias e informação - como ele se propõe a ser - a verdade como objetivo é imprescindível. Nos anos 90, a Imprensa foi elevada ao *status* de *Quarto Poder* o que gerou medidas de forte repercussão tais como demissões em massa e perseguição de profissionais. Aliás, dois problemas com os quais os jornalistas convivem desde que o primeiro jornal foi impresso. O sábio Heródoto (Grécia, 484–425 a.C.) nos antecipava ao afirmar que “de todos os infortúnios que afligem a humanidade, o mais amargo é que temos de ter consciência de muito e controle de nada”. Ele se referia ao domínio do mais forte que nem sempre era a inteligência, porém, da força das armas e do poder político.

Em poucos anos a entrada da Internet no cenário da comunicação acaba por dismantelar a força da Imprensa, uma vez que não pertencia mais ao Jornalismo o “supremo direito” sobre a informação. O *Quarto Poder* se dilui e perde espaço para a Rede Mundial (que os mais otimistas chamam de *Quinto Poder*), onde a informação, ao menos teoricamente, circula de forma livre e democrática.

Nos telejornais, que analisamos no decorrer desta Dissertação de Mestrado, pudemos observar que a padronização do noticiário é apenas uma, entre as desvantagens dessa nova economia. Na Internet, da mesma forma que na televisão (rádio ou jornal), o que acontece é que as matérias são basicamente relatórios sobre os fatos que podem ser notícia, e esse é o aspecto negativo da eterna busca por neutralidade: ausência de personalidade e de envolvimento na produção do noticiário.

A Imprensa da *Era da Informação* se desvirtua, ao se tornar empresa, submetida aos modos de produção da economia capitalista. O jornalista passa a ser um funcionário com a atribuição de produzir um noticiário dentro dos limites da empresa, melhor dizendo, conforme o interesse dos investidores. Por conseguinte, a notícia enquanto produto corre o risco de perder sua característica essencial: a de ser um bem social.

O que esta pesquisa revela é que a transmissão do telejornal via Internet não provoca mudança, não altera o estado confortável do receptor sem que haja um motivo muito forte para isso. O telejornal atém-se a apresentar os fragmentos das manchetes do dia entre matérias de entretenimento ou notícias internacionais. Há quem diga que o telejornal mudou o

discurso, nesta pesquisa pudemos confirmar isso, ao invés de *perturbar* a audiência, os apresentadores e repórteres apenas *sussurram* em seus ouvidos.

Concluimos que a transposição do telejornal para a Internet não é suficiente, tampouco será desenvolver para o novo meio o *ciber-telejornal*, se não houver uma pausa para reflexão antes disso. É urgente verificar que as forças que interferem na mídia estão tão (ou mais) atuantes como sempre, a superficialidade dos textos, a velocidade das imagens, a mudança que esses elementos do telejornal sofreram pode parecer ter sido causada pela presença da Internet, contudo, a aceleração tem seus riscos. Não esperamos que os jornalistas criem um movimento de resistência aos grupos de poder, e sim que sejam tão ágeis quanto as transformações que os cercam. Aqueles que produzem a notícia nessa fase de transposição e criação devem delimitar espaços, conteúdos e, se necessário, rever a maneira de abordar as notícias, o ritmo de trabalho e o produto final.

Na análise dos modos de produção e dos efeitos de sentido a que nos propusemos, no **Capítulo 4**, concluimos que a transposição do telejornal para a Internet interfere na própria percepção do código e, por conseguinte, altera em parte os modos de produção do noticiário exigindo a consideração de novos tempos, espaços e, sobretudo, de um novo modo de receber a notícia. O telejornal, planejado para o tempo e espaço da televisão, projeta sobre o telespectador sensações de proximidade e participação em relação à notícia. A Internet rompe as estruturas de espacialidade e temporalidade promovendo o surgimento de um novo plano de expressão, o ciberespaço, onde o receptor se impõe como sujeito em interação ultrapassando os limites do sujeito-mediador.

O telejornal na Internet precisa aguardar o desenvolvimento de um melhor potencial técnico de transmissão de vídeos para então acrescentar ao sistema de produção o dinamismo característico dessa mídia. Percebemos que alguns ajustes foram realizados pelas emissoras adiantando o processo. Todavia, essas medidas emergenciais podem perder a razão de existir em breve. Logo que a imagem técnica tiver a mesma qualidade de recepção no ciberespaço, que atingiu em outras mídias, volta ao seu peso de origem no tele-noticiário. O ciber-telejornal como se configura no portal **Terra** tem o mérito do pioneirismo e com esta vantagem também sofre a crítica de ter subestimado a imagem na apresentação das matérias.

Enquanto o processo de transposição e convergência estiver em operação estaremos em busca dos procedimentos ideais para a produção de material televisual e para o sucesso dos efeitos de sentido gerados pelas reportagens. Uma questão a ser considerada é que a

diversidade de informação que circula na Internet não pode ser ignorada e é preciso encontrar meios de utilizar essa característica a favor do telejornal.

O telejornal não se dissipa no ar, circula na Rede e parte da organização escapa ao controle da emissora. É o público que escolhe quais matérias quer ver, de que modo, quando e em que ordem. Estamos experimentando uma mobilidade ainda maior para o noticiário com a transmissão da TV Digital nos aparelhos de telefone celular e cada vez haverá menos limitações para que o usuário receba a informação.

Procuramos observar o estado atual do telejornal no processo de transposição das mídias. A análise de conteúdo dos telejornais pesquisados mostra alguns dos primeiros passos para a adequação desse produto ao novo ambiente, porém os recursos tecnológicos, hoje disponíveis, são limitados e essa mídia ainda não encontrou a sua linguagem específica. Qual será o conteúdo mais indicado para o telejornal *on-line*, quais técnicas serão dispensadas no processo de convergência ou como serão construídas as co-intencionalidades?

Finalmente, no que tange ao próprio conteúdo, como ficou evidenciado na análise do nosso recorte, o receptor enquanto mediador do processo de comunicação poderá encontrar no telejornal em circulação na Rede Mundial as interferências por parte do emissor a que está habituado na televisão. Os conhecimentos de retórica dos deputados Roberto Jefferson e José Dirceu, atores políticos citados no recorte, não teriam sido suficientes, para evidenciar seus pontos de vista nas reportagens caso não houvesse interesse das emissoras a respeito.

Por outro lado, no caso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, existe uma forte carga de informação sobre a forma como são capturadas as imagens. Nas matérias que selecionamos no recorte - duas entrevistas de gabinete - o chefe do Executivo está em destaque e sua imagem ampliada na tela da televisão sugere proximidade. Entretanto, manter o ator político em primeiro plano não significa, necessariamente, que a orientação das emissoras seja favorável a ele. Como mencionamos nas verificações, ao evidenciar a imagem do Presidente Lula, os editores analisam desvios do olhar, interrupções no discurso e outros elementos considerados parte da imagem televisual. Obviamente, não se trata de ignorar a capacidade do receptor em discernir se existe manipulação nos discursos, mas especificamente, apontar a existência dessa interferência e como ela ocorre na televisão.

Da mesma maneira, ao enfatizar – também na edição – determinadas passagens dos discursos em *sobe som* dos publicitários Marcos Valério e Duda Mendonça ou do ex-tesoureiro do Partido dos Trabalhadores, Delúbio Soares, os editores podem atenuar ou amplificar essas vozes naqueles trechos que julgam mais convenientes, confrontar texto e

imagem para que a audiência, de posse desses dois elementos, possa perceber as entrelinhas da matéria é outra maneira de estruturar a reportagem. Na entrevista de Marcos Valério à Rede Globo (a do plano e diagonal), o que foi dito e como é visto gera um certo desconforto no receptor. No caso da tela da televisão - onde é possível visualizar o empresário desviando os olhos, a imagem reduz o impacto e o grau de credibilidade do que ele diz. Ou seja, a interferência nos discursos pode ser sutil, mas sempre existe.

No entanto, ao transpor o telejornal para o ciberespaço, parte desse trabalho se perde, uma vez que o receptor tem novos elementos a considerar. Existem algumas diferenças a serem consideradas no modo de produção da notícia. Em primeiro lugar, o ambiente é novo e ainda não tem uma linguagem própria a partir da qual se possa “traduzir os conteúdos”. Vimos que, ao enfatizar um dos elementos (texto ou imagem) da matéria, o editor pode causar interferência na compreensão da reportagem televisual. Contudo, na Internet, só irá conseguir o mesmo efeito de sentido se houver uma distribuição de pesos da informação em partes iguais. Uma outra opção é enfatizar o áudio, mas neste caso, corre-se o risco de repetir o formato do ciber-telejornal **Terra** e afastando-se do ideal. No ciberespaço – enquanto dependermos de *players* de dimensões reduzidas - o áudio deve ter uma carga de significação igual ou maior do que aquela atribuída às imagens, enquanto que no meio audiovisual essa relação pode ser desprezada ou até invertida sem acarretar prejuízos para o receptor.

Finalmente, os efeitos de sentido gerados no telejornalismo *on-line* também dependem de quando e como o receptor irá acessar a matéria, se ele dispõe de tecnologia para visualizar o material com uma qualidade de vídeo razoável e, ainda de, qual é o grau de atenção que dispensará a esse telejornal. Uma vez considerados estes pontos, podemos afirmar que na Internet deverão se repetir os efeitos de sentido da televisão, quando forem considerados na produção da notícia os ajustes necessários à equivalência dos enunciados do telejornal nas duas mídias.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Neuza Maria. **Televisão e Telejornalismo: do Analógico ao Virtual**. 2004. (Doutorado em Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. [Tese]

AZEVEDO, Raquel. **A Era da imagem-máquina: o simulacro**. *Revista do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Municipal*. Ano I, v.1 São Caetano do Sul, 2000.

BALAN, Williams C. **A iluminação em programas de TV: arte e técnica em harmonia**. (Dissertação) Bauru: UNESP, 1998. [Mestrado em Comunicação]

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979.

BARTHES, Roland. **Crítica e Verdade**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

\_\_\_\_\_. **O Óbvio e o Obtuso: ensaios críticos III**. Tradução Lea Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BELTRÃO, Luiz. QUIRINO, Newton de Oliveira. **Subsídios para uma teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus, 1986.

BERGER, John. **Modos de Ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BERLO, David K. **O Processo da Comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

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

BULIK, Linda. TORQUATO, Ricardo C. **Jornalismo Digital: a forma in-forma o conteúdo da notícia**. *Comunicação Veredas – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unimar*. Ano 4, no. 4. Marília, 2005.

CANCLINI, Nestor G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 3ª. São Paulo: EDUSP, 2003.

CAPPARELLI, Sérgio & LIMA, Venício Arthur de. **Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.

CASHMORE, Ellis. **...E a televisão se fez!** São Paulo: Summus, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede. [vol 1]. 7ª**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CASTRO, Maria Lília Dias de. **Mídia impressa: jogos que envolvem os efeitos de humor**. In: V CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO ALAIC, 2000 **Anais...** Santiago, 2000.

CHEVALIER, Jean et alii. **Dicionário de Símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1990.

CLOUTIER, Jean - **A era de EMEREC ou a comunicação audio-scripto-visual na hora dos self-media**. Lisboa: Ministério da Educação - Instituto de Tecnologia Educativa, 1975.

DEFLEUR, Melvin & BAAL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DEL BIANCO, Nélia. **Elementos para pensar tecnologias da informação na era da globalização**. São Paulo. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. Vol. XXIV, no 2, jul./dez. 2001.

DIMENSTEIN, Gilberto. **As armadilhas do poder: bastidores da Imprensa**. São Paulo: Summus, 1990.

DIZARD, Wilson (Jr.) **A Nova Mídia: Comunicação de Massa na Era da Informação**. 2ª. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

DOMINGUES, Diana (org.) **A Arte no Século XXI: A Humanização das tecnologias**. São Paulo, Unesp, 1997.

ECO, Humberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

\_\_\_\_\_. **A Estrutura Ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1969.

\_\_\_\_\_. **Obra Aberta**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

FAUSTO NETO, Antônio. **Comunicação e Mídia Impressa: estudo sobre a AIDS**. São Paulo: Hacker, 1999.

\_\_\_\_\_. Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994. In: PORTO, S. D. **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Universidade de Brasília, 2002 [Coleção Comunicação 2]

FERNANDEZ, Amyris. **Convergência de Mídia: transformação e Futuro. Thesis** - Revista Acadêmica dos alunos de Pós-Graduação em Comunicação e Mercado da Faculdade Cásper Líbero. Ano V, nº 8. São Paulo: 2004

FINKELSTEIN, Sidney. **McLuhan: a filosofia da Insensatez**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.

FIORE, Quentin. McLUHAN, Marshall. **O Meio são as Massa-gens**. Rio de Janeiro: Record, 1967.

FOLHA DE S. PAULO. **Novo Manual de Redação e Estilo**. 4. ed. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 2003.

GUMBRECHT, Hans. **A Modernização dos Sentidos**. São Paulo: Ed 34, 1998.

HOHLFELDT, Antonio. (org) **Teorias da Comunicação**. Petrópolis, Rio De Janeiro: Vozes, 2001.

HOINEFF, Nelson. **A Nova Televisão: desmassificação e o impasse das grandes Redes**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

IANNI, Octavio. **A Sociedade Global**. [2ª] Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

LAKATOS, Eva M. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. [4ª] São Paulo: Atlas, 2001.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro, Zahar, 1992.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do Ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.

\_\_\_\_\_. **A Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: 34, 1998.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. 2ª. São Paulo: Ed 34, 2000.

LIMA, Luis Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.

MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo**. São Paulo: Brasiliense: 1988.

\_\_\_\_\_. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2001.

\_\_\_\_\_. **Máquina e Imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: EDUSP, 1996.

\_\_\_\_\_. *Repensando Flusser e as imagens técnicas*. IN: **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001

MACHADO, Irene. **Mídias como expansão dos códigos culturais: a história da cultura segundo McLuhan**. *CONTRACAMPO* Especial: Dossiê 40 anos de *Understanding Media*. Niterói: 2004.

MAFFESSOLI, Michel. **Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social**. *Famecos*, Porto Alegre, n. 8, p. 101-106, jul. 1998.

MOILLEAUD, Maurice. Funções enunciadoras. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.) **O Jornal: da forma ao sentido**. 2.ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2002. [Coleção Comunicação 2]

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: A Saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesus & GREY, Gérman. **Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: SENAC, 2001.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca**. São Paulo: Ática, 1996.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: a história das idéias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1984. [Col. Horizontes da Globalização]

MATTELART, Armand e Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2002.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira: uma visão política, social e econômica**. 2ª. Petrópolis: Vozes, 2002.

MASI, Domenico. (org.) **A Sociedade Pós-Industrial**. 3ª. São Paulo: SENAC, 2000.

McLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutenberg**. São Paulo: Cultrix, 1972.

\_\_\_\_\_. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. 4ª. São Paulo: Cultrix, 1964.

\_\_\_\_\_. **Teoria da Imagem**. Rio de Janeiro: Salvat, 1979.

MÉDOLA, Ana Sílvia L.D. **Globo Media Center: Televisão e Internet num processo de convergência midiática**. In: XV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Bauru: Unesp, 2006.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro : Jorge Zahar, 2004.

MILLER, Jonathan. **As idéias de McLuhan**. São Paulo: Cultrix, 1982.

MORIN, Edgard. **Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo: Neurose**. [4ª] Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1997 (vol 1).

MORIN, Edgard. **Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo: Necrose.** [4ª] Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1997 (vol 2).

MOTTA, Luiz G. (2004) **Notícias do Fantástico: jogos de linguagem e efeitos de sentido na comunicação jornalística.** *Verso e Reverso*, UNISINOS, Ano XX, nº. 42.

\_\_\_\_\_. **Jogos semânticos, efeitos de sentido e ação cognitiva nas notícias.** In: XV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Bauru: Unesp, 2006.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NÖTH, Winfried. SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e Semiótica.** São Paulo: Hacker, 2004.

NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica: de Platão à Peirce.** 3ed. São Paulo: Annablume, 2003. (Coleção E- 3)

PATERNOSTRO, Vera Í. **O texto na TV: Manual de Telejornalismo.** Rio de Janeiro: Campus, 1999

PEIRCE, C.S. **Semiótica.** 2ª. São Paulo, Perspectiva, 1995.

PIGNATARI, Décio. **Contracomunicação.** 2ª. São Paulo: Perspectiva, 1973.

\_\_\_\_\_. **Informação, Linguagem, Comunicação.** 4ª. São Paulo: Cultrix, 1983.

PORTO, Sérgio Dayrell (org.) **O jornal: da forma ao sentido.** 2ª ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2002 [Coleção Comunicação, vol. 2]

RAMOS, Roberto. **Âncora: o xamã da tecnologia.** *Famecos*, Porto Alegre, n. 8. Jul. 1998.

REZENDE, Guilherme J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.** São Paulo, Summus, 2000.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Delimitação, natureza e funções do discurso midiático.* In: **O jornal, da forma ao sentido**, Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2002.

PLAZA, Julio. **Uma poética pós-fotográfica**. IN: Íris Foto, nº 462. São Paulo: 1993.

PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2ª ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2002 [Coleção Comunicação, vol. 2] Cap. 11.

SCHAAN, Denise. **A Linguagem Iconográfica da Cerâmica Marajoara**. Um Estudo da Arte Pré-histórica na Ilha de Marajó, Brasil. Porto Alegre: Ed. PUC/RS, 1997 [Coleção Arqueologia n. 3]

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

\_\_\_\_\_. **Cultura e Artes do Pós-humano: da cultura das mídias à cibicultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983. [Primeiros Passos, v.103]

SARTORI, Giovanni. **Homo Videns: televisão e pós-pensamento**. Bauru: Edusc, 2000.

SANT'ANNA, Afonso. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 2000.

SOUZA, Mauro Wilton. (org.). **Recepção e Comunicação: a busca do sujeito**. IN: **Sujeito, o lado oculto do receptor: questões interdisciplinares no estudo da recepção de comunicação social**. São Paulo, Editora Brasiliense, 2002.

SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1993.

\_\_\_\_\_. **O telejornalismo brasileiro num cenário de competitividade**. IN: *Revista Brasileira de Comunicação*, v.18, n.01. jan./jun., 1995. (versão *on-line* na *homepage* do autor na Universidade Estadual de São Paulo) [<http://www.eca.usp.br/nucleos/njc/cv-ok.htm>]

TEIXEIRA, Anísio. **O pensamento precursor de McLuhan**. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*. Brasília, v.54, n.119, jul./set. 1970. p. 242-248.

TEIXEIRA COELHO, J. **Semiótica, Informação, Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade; uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TREMBLAY, Gaëtan. **De Marshall McLuhan a Harold Innis ou da Aldeia Global ao Império Mundial**. *Famecos*, Porto Alegre, n. 22, p. 107-115, dezembro 2003.

VIANNA, Ruth. **História comparada do telejornalismo: Brasil/ Espanha**. In: 1º ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO / Mídia Brasileira: 2 Séculos de História, I, 2003 *Anais...* Rio de Janeiro: UERJ, 2003.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital. Coleção Comunicação Contemporânea**. São Paulo: Loyola, 2003.

VIZEU, Alfredo. **A produção de sentidos no jornalismo: da teoria à enunciação jornalística**. *Famecos*, Porto Alegre, n. 22, p. 107-115, dezembro 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4 ed. Lisboa (PT): Presença, 1994.

## DOCUMENTOS ELETRÔNICOS

ESPERANÇA, Eduardo Jorge. **O *medium* e sua performance**. Disponível em: [http://bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.ph3?html2=esperanca-edurado-medium-performance.html#\\_ftn1](http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.ph3?html2=esperanca-edurado-medium-performance.html#_ftn1) (Acesso em 01/05/2005).

GUIRADO, M.C. **Busca e transcrição no processo de reportagem**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

KETTLE, Loriza. **Mil e uma utilidades**. Canal da Imprensa. Ano II - 23.<sup>a</sup> edição - 13 de novembro de 2003. *Revista Eletrônica Abrajor* - Agência Brasileira de Jornalismo. Centro Universitário Adventista.  
<http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/midia/vint3/midia4.htm> [Acesso em 03 nov 2005]

KERCKHOVE, Derrick. **The Internet Enters Television, A Trojan Horse in The Public Mind**. <http://mcluhan.utoronto.ca/> [Acesso em 01/04/2005]

LIMA, Karina Medeiros de. **Determinismo Tecnológico**. 24º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Campo Grande/ MS. *Anais...*[CD-ROM]. SP: Intercom, 2001.

NEVES, Manoella. PARZIANELLO, Geder. (2004) **Pedagogia da análise dos efeitos de sentido**. IN: RECENSIO – *Revista de Recensões de Comunicação e Cultura*. (Edição Online) [<http://bocc.ubi.pt/pag/neves-manoella-parzianello-geder-pedagogia-da-analise.pdf> ]

## OUTRAS FONTES

MARKUN, Paulo. **Roda Viva Especial: O Brasil Passa por aqui. Crise Política e Corrupção**. Outubro/ 2005. São Paulo: TV Cultura, 2005 [DVD-R]

\_\_\_\_\_. **Programa 1000º Luiz Inácio Lula da Silva**. Novembro/ 2005. São Paulo: TV Cultura, 2005 [DVD-R]

\_\_\_\_\_. **José Dirceu (outubro/ 2005)**. Outubro/ 2005. São Paulo: TV Cultura, 2005 [DVD-R]

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)