



**UNIVERSIDADE
ESTADUAL de LONDRINA**

THAISA SALLUM BACCO

**TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA ONLINE:
A EXPERIÊNCIA DA TV UERJ, A PRIMEIRA DO BRASIL**

Livros Grátis

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

Milhares de livros grátis para download.

THAISA SALLUM BACCO

**TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA ONLINE:
A EXPERIÊNCIA DA TV UERJ, A PRIMEIRA DO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Dr^a Dirce Vasconcellos Lopes

**Catálogo elaborado pela Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central da
Universidade Estadual de Londrina.**

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

B117t Bacco, Thaisa Sallum.
Televisão universitária online : a experiência da TV UERJ, a primeira do Brasil / Thaisa Sallum Bacco. – Londrina, 2010.
134 f. : il.

Orientador: Dirce Vasconcellos Lopes.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação, Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2010.
Inclui bibliografia.

1. Estações de televisão universitária – Teses. 2. Telejornalismo universitário – Teses. 3. Jornalismo eletrônico – Teses. 4. Televisão no desenvolvimento da comunidade – Teses. I. Lopes, Dirce Vasconcellos. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação, Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. III. Título.

CDU 070.19

THAISA SALLUM BACCO

**TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA ONLINE: A EXPERIÊNCIA DA TV
UERJ, A PRIMEIRA DO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em
Comunicação da Universidade Estadual de Londrina,
como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

COMISSÃO ORGANIZADORA



Profa. Dra. Dirce Vasconcellos Lopes (Orientadora)
Universidade Estadual de Londrina



Prof. Dr. Antonio Cláudio Brasil Gonçalves
Universidade Estadual do Rio de Janeiro



Profa. Dra. Florentina das Neves Souza
Universidade Estadual de Londrina

Londrina, 19 de maio de 2010.

Ao Théo e Thúlio, razões de tudo.

AGRADECIMENTOS

A quem pode justificar e explicar minha vida: Deus;

À minha família: o marido-companheiro, Thiago, insubstituível; os filhos-amados, Théo e Thúlio, metáfora de felicidade perpétua; mãe-presente, Tânia, por me substituir junto aos meus filhos nas minhas ausências; também ao meu pai, Walter, já não mais aqui, que deixou como herança seu exemplo de esforço e honestidade; irmãos (Léo, Thalita e Tharsila), sobrinho (Bento) e sobrinhas (Thainá, Thaila e Tânia Maria), o alicerce para espantar a solidão sempre que necessário;

À orientadora Dirce Vasconcellos Lopes, pela confiança, dedicação e otimismo;

Ao coordenador do Mestrado em Comunicação da UEL, Paulo Boni, e aos professores que me ajudaram a ampliar horizontes: Beto Klein, Isaac Camargo, Rozinaldo Miani (UEL) e Cláudia Lima e Mônica Furkotter (Unesp);

Ao professor Antonio Brasil, pela confiança e apoio irrestritos;

Aos ex-funcionários da *TV UERJ*, Fabio Penna e Manoel Magalhães, e atuais integrantes da equipe da emissora, pela atenção e ajuda no levantamento de dados;

Aos amigos Roberto e Carol Mancuzo, pelo companheirismo e força;

Aos colegas de sala, pelas trocas de experiências e divertidas tardes que passamos juntos.

“Televisão na internet pode passar a fazer o que as televisões tradicionais se recusam a fazer: mostrar a realidade de forma mais criativa, sem padrões estabelecidos e artificiais, onde há muita maquiagem e pouca verdade.”

Antonio Brasil, 2006

BACCO, Thaisa Sallum. **Televisão universitária online:** a experiência da *TV UERJ*, a primeira do Brasil. 2010. 134f. Londrina, Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina.

RESUMO

Esta pesquisa tem como temática central as TVs universitárias no contexto do ciberespaço. O objeto de estudo é a *TV UERJ Online*, a pioneira do Brasil, que está no ar desde 2001. O procedimento de investigação foca as experiências e as contribuições da emissora reconhecida nacional e internacionalmente, pelo seu caráter experimental e inovador ao vivenciar o *webjornalismo* audiovisual. Inserida no âmbito acadêmico, a TV da Universidade do Estado do Rio de Janeiro é um projeto pedagógico que objetiva contribuir para a reinvenção do jornalismo multimídia. Dessa forma, a reflexão sobre a trajetória da emissora carioca culmina no pensar sobre o uso das novas tecnologias de informação e comunicação no ensino do telejornalismo na era pós-moderna. Os resultados sinalizam que a experiência da *TV UERJ* é uma tentativa de fazer jornalismo de TV mais crítico, que busca a contextualização e é marcado pela diversidade.

Palavras-chave: TV Universitária Online; *Webjornalismo* Audiovisual; *TV UERJ Online*.

BACCO, Thaisa Sallum. **University Television online**: the experience of UERJ TV, the first in Brazil. 2010. 134f. Londrina, Dissertation (Master in Communication) - Universidade Estadual de Londrina.

ABSTRACT

This research is the central theme of the university context TV's cyberspace. The object of the study is the UERJ Online TV, a pioneer in Brazil, which has been online since 2001. The procedure focuses on the research experiences and contributions of the station that is nationally and internationally recognised for its experimental and innovative way in the webjournalism experience. Inserted in the academic life, the TV in University of Rio De Janeiro State is an educational project that aims to contribute with the reinvention of broadcast journalism. So, the reflection of the trajectory of the station Rio culminates in thinking of the use of new technologies in the information and communication of teaching television journalism in the post-modern age. The results indicate that the UERJ TV's experience is an attempt to make TV journalism more critical, which seeks to contextualize and it is marked by diversity.

Keywords: Online University TV; Webjournalism Audiovisual; *UERJ Online TV*.

LISTA DE SIGLAS

Abepec	- Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais
Aberje	- Associação Brasileira de Comunicação Empresarial
ABI	- Associação Brasileira de Imprensa
Abraji	- Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
ABTU	- Associação Brasileira de Televisão Universitária
Anatel	- Agência Nacional de Telecomunicações
BBC	- <i>British Broadcasting Corporation</i>
CNN	- <i>Cable News Network</i>
CNT	- Central Nacional de Televisão
EBC	- Empresa Brasil de Comunicação
EIAA	- <i>European Interactive Advertising Association</i>
Expocom	- Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação
FEMA	- Fundação Educacional do Município de Assis
GJOL	- Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line da Universidade Federal da Bahia
HTML	- <i>Hypertext Markup Language</i>
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICQ	- <i>I seek you</i> (Procurando Você)
IETV	- Instituto de Estudos de Televisão
Intercom	- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação
IPTV	- <i>Internet Protocol Television</i>
ITV	- <i>Interactive Television Group</i>
KBps	- Kilobytes por segundos
LTV	- Laboratório de Vídeo
MDN	- Mosaico Digital de Notícias
MTV	- <i>Music Television</i>
NBC	- <i>National Broadcasting Company</i>
OI	- Observatório da Imprensa
PNAD	- Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios
RITU	- Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária
SBT	- Sistema Brasileiro de Televisão
S-VHS	- <i>Super Video Home System</i>
TICs	- Tecnologias de Informação e Comunicação
UERJ	- Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UFBA	- Universidade Federal da Bahia
UFRJ	- Universidade Federal do Rio de Janeiro

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	- Gravação do <i>Caderno U</i> , veiculado pelo <i>Canal Universitário</i> (RJ).....	57
Figura 2	- Design destaca parceria com <i>Painel Brasil</i> (2005); <i>TV UERJ</i> na 3ª fase.....	62
Figura 3	- Primeiro <i>layout</i> do <i>TJ UERJ</i> , em 2001.....	69
Figura 4	- Dez dias após o lançamento, site do <i>TJ UERJ</i> tem novo <i>layout</i>	70
Figura 5	- Terceira <i>homepage</i> , julho de 2001.....	71
Figura 6	- Novo <i>layout</i> amplia espaço para “ao vivo” e parceria com a <i>CNN</i>	72
Figura 7	- 25/04/2002, <i>layout</i> diferenciado prioriza <i>Boletim Diário</i>	73
Figura 8	- Novo desenho da página com manchete dos programas (2002).....	74
Figura 9	- Em 2003, mudanças na arquitetura do site chamam a atenção.....	75
Figura 10	- Página interna da <i>TV UERJ</i> com vídeo e texto da reportagem.....	76
Figura 11	- Ferramentas interativas são evidenciadas em 2003.....	76
Figura 12	- Página do programa <i>Penúltimas Notícias</i> (2004).....	77
Figura 13	- Página do programa <i>Aqui na UERJ</i> (2004).....	78
Figura 14	- Notícias ganham mais espaço em página interna (2004).....	79
Figura 15	- <i>Homepage</i> mantém mesmo <i>layout</i> em 2005.....	80
Figura 16	- Penúltima reformulação do site, ao final de 2008.....	81
Figura 17	- <i>Layout</i> atual da <i>TV UERJ</i> ; no menu lateral, as logomarcas dos programas..	82
Figura 18	- Portal <i>Globo.com</i>	127
Figura 19	- <i>G1</i> , site de notícias da <i>Globo</i>	127
Figura 20	- Portal <i>Cultura</i>	128
Figura 21	- <i>IPTV Cultura</i>	128
Figura 22	- Portal da <i>Rede TV!</i>	129
Figura 23	- Portal do <i>SBT</i>	129
Figura 24	- Portal <i>eBand</i> , da <i>Rede Bandeirantes</i>	130
Figura 25	- Portal <i>R7</i> , da <i>Rede Record</i>	130
Figura 26	- Portal <i>CNT</i>	131
Figura 27	- Portal <i>UOL</i>	132
Figura 28	- Site da <i>TV UOL</i>	132
Figura 29	- Portal <i>Terra</i>	133
Figura 30	- Site do <i>Terra TV</i>	133
Figura 31	- Site da <i>allTV</i>	134

LISTA DE TABELAS

TABELA 1	- Categorias de TVs na internet.....	25
TABELA 2	- Números <i>TV UERJ</i> 2001 a 2004.....	63
TABELA 3	- TVs universitárias com sinal aberto e/ou fechado afiliadas à ABTU.....	122
TABELA 4	- TVs universitárias online afiliadas à ABTU.....	123
TABELA 5	- <i>WebTVs</i> universitárias afiliadas à ABTU.....	124

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	19
2 WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL.....	23
2.1 CONCEITUAÇÃO.....	23
2.2 PANORAMA HISTÓRICO.....	26
2.3 REDES DE TV NACIONAIS NA WEB.....	28
2.4 FASES DO MOSAICO DIGITAL DA NOTÍCIA.....	33
2.5 DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS.....	35
2.6 PRODUÇÃO DA NOTÍCIA WEBTELEVISUAL.....	40
3 TV UNIVERSITÁRIA NO BRASIL.....	44
3.1 ASPECTOS CONTEXTUAIS.....	44
3.2 CARACTERÍSTICAS E DIFICULDADES.....	47
3.3 DIFERENTES DIMENSÕES.....	49
3.4 CENÁRIO ATUAL.....	52
4 TV UERJ ONLINE.....	55
4.1 PRINCIPAIS MOMENTOS DE 2001 A 2009.....	55
4.2 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO SITE.....	66
5 ENSINO DO WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL NA ERA PÓS-MODERNA....	84
5.1 PÓS-MODERNISMO.....	84
5.2 COMPUTADOR NA EDUCAÇÃO.....	87
5.3 EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA E NOVAS COMPETÊNCIAS.....	90
5.4 USO DAS TICs NA GRADUAÇÃO EM JORNALISMO.....	92
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96
REFERÊNCIAS	100
BIBLIOGRAFIA.....	107
GLOSSÁRIO.....	108
APÊNDICES.....	114
ANEXOS.....	125

1 INTRODUÇÃO

As pesquisas sobre o impacto das novas tecnologias da informação da prática do jornalismo ganharam força no início desta década. No entanto, em entrevista à jornalista e professora universitária Sonia Virgínia Moreira, o diretor do *Center for New Media*¹, John Pavlik (2000), lembrou que, ao final dos anos 90, as faculdades norte-americanas já discutiam as novas ferramentas para a captação, redação e distribuição de informação na plataforma digital.

O jornal impresso foi o primeiro a migrar para a internet, em meados de 1970. A bem da verdade, foi o pioneiro em transpor o seu conteúdo para a rede, já que na primeira fase do jornalismo online não havia qualquer aplicação de recurso hipermídia. Na metade da década de 1990, informações jornalísticas audiovisuais migraram para o ciberespaço. Aos poucos, os produtos jornalísticos passam a utilizar recursos multimídias e também a oferecer ferramentas interativas. E, na atualidade, os produtos jornalísticos audiovisuais são realidade nos sites das emissoras televisivas convencionais, em outras TVs criadas especificamente para o meio virtual e também nos portais de notícias, com canais de conteúdo em áudio e vídeo, que se alastram pelo país. Ao público, resta o deleite das formas não-lineares. (NOGUEIRA, 2005)

A convergência dos meios afeta, sobremaneira, a prática profissional jornalística e, assim, o ensino de jornalismo nos cursos de graduação. A ausência de uma linguagem *webtelevisual* e a possibilidade de fazer da internet um meio para reinventar o ensino-aprendizagem do jornalismo na era da pós-modernidade, instigou o professor Antonio Cláudio Brasil Gonçalves² a criar o projeto do primeiro telejornal universitário online do país,

¹ O Centro para as Novas Mídias foi criado em 1994 pelo curso de pós-graduação em Jornalismo da Universidade de Columbia, em Nova York. Desde então se destaca no cenário mundial pelas pesquisas que desenvolve, inclusive sobre a migração dos telejornais para a internet.

² Antonio Cláudio Brasil Gonçalves é professor adjunto da UERJ, professor titular das Faculdades CCAA no Rio de Janeiro, professor visitante da *Rutgers, The State University of New Jersey*, nos EUA. Mestre em Antropologia Social pela *London School of Economics*, em Londres, Inglaterra. Doutor em Ciência da Informação pela UFRJ, com pós-doutorado em Novas Tecnologias pela *Rutgers University* e pós-doutorado em Antropologia, também pela UFRJ. Trabalhou como jornalista na TV Globo no Rio de Janeiro, tendo participado do programa piloto do *Fantástico* e do *Globo Repórter*. Foi correspondente internacional da emissora em Londres. No Brasil, também foi correspondente da agência internacional de notícias da *Worldwide TV News* (WTN) e para inúmeras redes de TV como a *ABC News*, *CBS*, *CTV*, *RAI*, entre outras. Atualmente pesquisa novas tecnologias e a migração da TV e dos telejornais para a internet. Foi crítico de TV do portal *Comunique-se* e autor dos livros *Telejornalismo On-line em Debate* (2002), *Telejornalismo, Internet e Guerrilha Tecnológica* (2002), *A Revolução das Imagens: uma nova proposta para o telejornalismo na era digital* (2005) e o *Antimanual de Jornalismo e Comunicação: ensaios críticos sobre o jornalismo, televisão e novas tecnologias* (2007).

em 2001, o *TJ UERJ Online*, com o objetivo de reinventar um jornalismo multimídia.

A iniciativa foi considerada inovadora pela academia, chamou a atenção de pesquisadores e até da própria imprensa e foi sendo aprimorada ano a ano, a partir da prática do jornalismo de guerrilha, que, em um ambiente tecnológico, luta para sobreviver por causa das dificuldades financeiras e também a ausência de referências na área.

A migração para o suporte virtual pressiona a transformação da linguagem televisual, o que motiva a reflexão realizada neste estudo. Não se pretende assumir a existência de uma nova linguagem para atender ao *webjornalismo* audiovisual. Nem tampouco se tem a pretensão de defini-la. A ideia é trazer a público a experiência de uma linguagem em construção vivenciada pela *TV UERJ Online*, a primeira televisão universitária virtual do Brasil, que nasceu com o propósito de testar novas formas de narrativa.

Desde 2001, a emissora televisiva da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), produzida pela Faculdade de Comunicação Social, está na internet. Durante esse período, passou por três fases, que neste estudo, foram assim divididas:

- 1ª fase (2001 a 2002): *implantação*. Caracteriza-se pelo surgimento do *TJ UERJ*, a experiência do ao vivo, preocupação em conversar com o internauta e ampliar o projeto, para deixar de ser apenas um telejornal e se transformar em uma emissora virtual.
- 2ª fase (2002 a 2005): *reconhecimento e parcerias*. Etapa marcada pelos prêmios conquistados, pela projeção nas mídias nacional e internacional, bem como as parcerias firmadas com uma TV norte-americana, o *Observatório da Imprensa* e o portal *Painel Brasil*, novo provedor de acesso. O professor coordenador divulga o projeto em diferentes países.
- 3ª fase (a partir de 2005 até atualidade): *sobrevivência e experimentação*. Mudanças na grade de programação e nos *layouts* reafirmam a necessidade de novas formas de narrativa, nos aspectos visual e de conteúdo. Canal da emissora no *YouTube* abriga as produções e faz a divulgação do projeto no cenário mundial. Transmissões ao vivo são cada vez mais frequentes. Dificuldades financeiras e de infraestrutura impedem maior crescimento do projeto, que luta para sobreviver.

Importante ressaltar que a passagem de uma fase a outra não se deu de forma brusca; a transição foi gradual e, em alguns momentos, verificam-se marcas fortes de uma das fases na seguinte, como por exemplo, as diferentes experiências para a construção de uma linguagem própria que surgiram na primeira fase e que ainda estão sendo desenvolvidas no

momento atual.

Esta dissertação parte do seguinte questionamento: como se deu a evolução da *TV UERJ* enquanto emissora universitária online? E os três principais critérios que resultaram na delimitação do objeto de estudo (*TV UERJ*) se sustentam nos princípios estabelecidos por um dos principais centros de estudo do país sobre a práxis jornalística no âmbito do ciberespaço, inclusive reconhecido internacionalmente, o Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL), vinculado à Universidade Federal da Bahia (UFBA). São eles: originalidade, representatividade e diversidade.

É fato que a TV da Universidade do Estado do Rio de Janeiro já foi tema de outros estudos científicos, como os mais recentes realizados por Nogueira (2005) e Becker (2007, 2008 e 2009). Entretanto, a análise da emissora até então tem sido feita com o objetivo de compará-la a outras *webTVs*. Nenhum estudo de caso, como a proposta dessa pesquisa, foi realizado até agora, o que garante a originalidade da pesquisa, conforme sugerem os pesquisadores do GJOL.

No Brasil, o pioneirismo da *TV UERJ* não se restringe a uma história inovadora e que tem moldado diversas outras experiências da prática do telejornalismo no âmbito universitário. A representatividade do veículo está hospedada em sua missão: a possibilidade do desenvolvimento de uma linguagem multimidiática experimental.

Ademais, é a diversidade dos momentos pelos quais a *TV UERJ* passou que fazem com que a leitura dessa trajetória seja interessante. Não pela evolução em si do meio televisivo em questão, mas justamente pela exploração de uma experiência que caminha para um horizonte em constante abertura, com a finalidade de questionar o telejornalismo e vivenciar novas práticas. Portanto, parte do princípio que o jornalismo televisivo pode servir como instrumento de transformação social, com base nos valores morais e éticos da profissão, fazendo uso reflexivo da tecnologia disponível neste século.

A internet pode ser uma aliada no processo de ensino, pesquisa e extensão dos cursos de graduação em Jornalismo. Graças à facilidade de implantação de uma TV virtual no âmbito acadêmico, com custo infinitivamente menor que uma emissora convencional, seja em sinal aberto ou fechado, é possível vivenciar a prática diária do telejornalismo. Refletir sobre esta práxis por meio de pesquisas é fundamental, já que no mercado de trabalho nem sempre há espaço para projetos inovadores. E enquanto projeto de extensão, a televisão na internet pode ser um canal que atenda uma comunidade específica, fortalecendo o jornalismo comunitário com uma abrangência global.

Além disso, o estudo sobre emissoras televisivas virtuais desenvolvidas em

universidades se insere no contexto de preparar efetivamente o discente para o mercado de trabalho. Conforme é discutido no corte teórico desta pesquisa, a convergência entre computador e televisão está se solidificando e é interessante para o jornalista estar preparado para atuar neste ambiente virtual fazendo uso das ferramentas de áudio e vídeo que estão disponíveis.

A proposta contributiva desta dissertação é analisar a *TV UERJ Online*, a primeira televisão universitária online do país, cuja experiência em oito anos de vida lança perspectivas para a apropriação de novas tecnologias para reunir textos, imagens e sons no ciberespaço.

Já enquanto objetivos específicos podem ser elencados:

- Traçar um panorama das emissoras que são geridas por universidades e afiliadas à Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU);
- Refletir sobre o *webjornalismo* audiovisual, a partir das pesquisas científicas realizadas nos últimos anos por Amaral (2004), Becker (2007, 2008, 2009), Brasil (2002, 2006, 2007, 2009) e Nogueira (2005);
- Verificar a presença/ausência das principais emissoras televisivas em rede aberta nacional na internet;
- Resgatar a história da televisão da UERJ, revelando os principais momentos das suas fases de evolução, a partir de uma análise comparativa dos *layouts* da emissora, de 2001 a 2009;
- Investigar as contribuições da emissora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro enquanto ferramenta pedagógica para o ensino do telejornalismo;
- Discutir a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação no ensino do telejornalismo para a internet na era pós-moderna.

A metodologia escolhida para ser empregada nesta dissertação que tem como objeto a *TV UERJ Online* é o estudo de caso. Sousa (2006, p.322) define esse tipo de pesquisa:

Os estudos de caso são, normalmente, pesquisas descritivas em que vários métodos e técnicas são combinados (desde a observação participante, às entrevistas, inquéritos, etc.) para investigar aprofundada e sistematicamente uma pessoa, um grupo, uma organização ou uma determinada ocorrência no seu contexto, dentro de um período determinado de tempo (normalmente dilatado).

Para Yin (2001, p.32), “[...] o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira

entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas.”

Dessa forma, o estudo de caso é adequado para esta pesquisa porque a realidade a ser investigada é um marco na história do telejornalismo brasileiro, e o objeto de estudo se destaca na atualidade em virtude de suas ações em busca de uma linguagem narrativa diferenciada daquela proposta pelas grandes empresas de Comunicação, que monopolizam o setor no país. A *TV UERJ* aqui é entendida como um projeto de ensino de telejornalismo que merece análise profunda, uma emissora singular que pode evidenciar muitos processos; o objetivo é conhecê-los.

Ao retratar a realidade de forma completa e profunda, o pesquisador destaca a multiplicidade de dimensões presentes em uma determinada situação, enfatizando a sua complexidade natural e revelando as possíveis inter-relações de seus componentes. Nos estudos de caso, os detalhes de um objeto o tornam único, pois suas imperfeições, na verdade, traduzem sua história. Cada fenômeno analisado é, portanto, fruto de uma história que o torna exclusivo. O que poderia significar uma perfeição no estudo de caso é o que leva à diferenciação. (DUARTE, M., 2006, p.233)

Para que o estudo de caso tenha validade, Yin (2001) orienta a utilização de várias fontes de evidências, o encadeamento das informações obtidas junto a essas fontes e pedir aos informantes-chave que revisem o rascunho do relatório do material reunido. E foi justamente isso o que mais necessitou de atenção da pesquisadora: para resgatar a história da *TV UERJ* houve o cruzamento dos dados coletados e a confirmação dos mesmos com quem viveu a história relatada.

Outros procedimentos para coleta de dados utilizados no *corpus* deste estudo, foram: observação indireta, pesquisa de campo, análise documental e entrevistas em profundidade.

Para falar sobre *webjornalismo* audiovisual, a primeira providência adotada pela pesquisadora foi visitar os sites de emissoras online que divulgam conteúdo jornalístico. Durante este olhar sistematizado percebeu-se que todas as TVs abertas em rede nacional tinham *homepages* atualizadas, cada uma com sua particularidade, conforme será descrito no próximo capítulo. Por meio da observação indireta, também foi possível analisar as quatro tevês universitárias online cadastradas na ABTU e ainda o trabalho de algumas outras que não são cadastradas, como, por exemplo, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), a segunda experiência brasileira de telejornalismo na internet.

A pesquisa de campo³ foi a segunda etapa. Após a decisão sobre o objeto de estudo, a pesquisadora fez uma visita ao Laboratório de TV da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em março de 2009. O primeiro contato foi importante não só pelos dados colhidos *in loco* do que viria a ser a temática da presente pesquisa, mas, principalmente, por conhecer pessoalmente as fontes que colaboraram fornecendo informações que estavam arquivadas nos computadores e na memória de quem participou do projeto.

Para garantir mais fidelidade ao processo de coleta de dados, a pesquisadora elaborou um roteiro de questionamentos direcionados ao coordenador da *TV UERJ*, Antonio Brasil. A entrevista se deu com base no conceito proposto por Jorge Duarte (2006, p.64): “A entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido.”

As questões tratavam sobre a *TV UERJ* em si, sobre a relação entre televisão e internet e sobre o telejornalismo na rede. O professor respondeu a todas elas (Apêndice 1) e ainda forneceu à pesquisadora um material documental valioso, que reunia um relato inédito sobre o surgimento da emissora escrito pelo ex-funcionário Fábio Penna, em 2005. Tal documento foi o ponto de partida para buscar novas informações. A análise dessas conversas foi entendida como suporte para validação dos dados coletados na observação, articulando tais resultados com o conhecimento teórico aqui apresentado.

Com todo este material em mãos, deu-se início à terceira etapa, a análise documental, assim definida por Moreira (2006, p.271): “[...] compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim.” Um cuidado com essa etapa seguiu conselho da mesma autora (MOREIRA, 2006, p.275): “Além da pesquisa do objeto específico faz-se necessária a apuração paralela e simultânea de informações que complementem os dados coletados. A contextualização é imperativa para o pesquisador que pretenda concretizar um projeto de análise documental.” E foi exatamente o que ocorreu nesta pesquisa. À medida que os documentos eram analisados, foram também confrontados com outras fontes de informação e, concomitantemente, confirmados com quem fez parte dessa história, como os funcionários Manoel Magalhães (2009b) e Fábio Penna (2009).

Durante o processo de coleta de documentos a pesquisadora teve acesso às diferentes *homepages* da *TV UERJ* ao longo de sua história. No total, foram coletadas mais de

³ De acordo com Lakatos e Marconi (2005, p.188), “Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.”

20 figuras, fornecidas pelo professor Dr. Antonio Brasil, pelos ex-funcionários do Laboratório de TV e também retiradas da pesquisa científica elaborada por Nogueira (2005). A grande vantagem desse material é que as informações sobre o objeto de estudo se sustentaram ao longo do tempo e indicaram novos caminhos de investigação.

Foram selecionados e avaliados 15 diferentes *layouts* adotados pela emissora de 2001 a 2009 com o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre a TV e verificar suas transformações ao longo dos anos. Para analisá-los, adotou-se a metodologia aplicada pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line (GJOL) da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

A proposta do GJOL sugere que o percurso do pesquisador seja realizado em três etapas: revisão preliminar da bibliografia com análise inicial do objeto, delimitação do objeto de estudo (que já foram relatadas acima) e elaboração de categorias de análise. Nesta última etapa, Machado e Palácios (2008) destacam a importância da definição conceitual do pesquisador com o objetivo de contribuir para uma discussão teórica daquilo ou sobre aquilo que vai ser analisado. “Nossa metodologia permite que o pesquisador, por um lado, revise a bibliografia corrente sobre o objeto e, por outro, possibilita que esta produção conceitual seja testada em estudos de casos específicos.” (MACHADO; PALÁCIOS, 2008, p.201)

1.1 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

O professor doutor Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, que assina suas produções acadêmicas como Antonio Brasil, é o principal pesquisador brasileiro a tratar da migração da TV e dos telejornais para a internet.

Assim como a TV enfrentou o rádio hegemônico nos anos 50, parece que a verdadeira luta vai se travar na rede nos próximos anos. E pensar que tem gente que acredita em gastar bilhões de dólares em TV digital para produzir pouquíssimos canais, beneficiar os mesmíssimos donos e dizer a mesma coisa. É meio parecido com o que aconteceu com as TVs por assinatura. Pura decepção e enorme prejuízo. Mudamos para continuar na mesma. Tudo aquilo que a TV por assinatura prometeu e jamais alcançou - segmentação total - começa a ser oferecido pelas emissoras alternativas da internet. Com uma tecnologia acessível a quase todos, custos mínimos de produção e muita criatividade as novas emissoras virtuais estão se preparando para enfrentar o grande império da televisão aberta. (BRASIL, 2006a)

Durante seu pós-doutoramento, realizado na Universidade de *Rutgers*, em New Jersey, nos EUA, de 2003 a 2005, Brasil apresenta os resultados sobre o desenvolvimento de novas linguagens narrativas e ferramentas de ensino para a prática do telejornalismo. E defende, no artigo “A migração da TV e dos telejornais para a internet: tendências e desafios”, mais pesquisas sobre o assunto:

Novos recursos tecnológicos, como o crescimento da potência dos computadores, desenvolvimento de instrumentos de memória cada vez mais poderosos e com custos cada vez menores, digitalização de imagens e compressão algorítmica de conteúdos para transferência via redes digitais, tornam a TV e os telejornais na Internet uma realidade economicamente e tecnologicamente viável. Nesse momento, surge um ambiente informacional totalmente novo interligado em redes mundiais que, no entanto, ainda falam muitas línguas, que necessitam narrativas específicas e tradução eficiente que exigem mais pesquisas empíricas. (BRASIL, 2009a, p.14)

Os resultados da última pesquisa empírica referente à *TV UERJ*, realizada por Brasil, foram apresentados em 2006, durante o *Journalism Brazil Conference*, que reuniu pesquisadores de 12 países⁴. No evento, o coordenador da *TV UERJ* destacou o desafio em desenvolver um modelo de TV online que se transformou em referência para diversas outras emissoras universitárias do país, passando a ser reconhecida até internacionalmente⁵.

E foi justamente a experiência de *webTV* coordenada por Brasil que motivou o início das pesquisas sobre *webjornalismo* audiovisual no cenário brasileiro. Portanto, os estudos são recentes, focam questões conceituais e direcionam os olhares para algumas experiências universitárias e comerciais. Este panorama, traçado por Amaral (2004), Nogueira (2005), Brasil (2002, 2006, 2007, 2009), Becker (2007, 2008, 2009), é o conteúdo do capítulo 2 desta dissertação.

Na seqüência, a pesquisa abarca o contexto das emissoras universitárias no país, de 1968, quando surgiu a primeira no Brasil, a *TV Universitária Recife*, aos dias atuais,

⁴ O *Journalism Brazil Conference*, realizado de 3 a 5 de novembro de 2006, foi promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Grupo de Jornalismo da *International Communication Association* (ICA) e pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). O tema do evento foi “Thinking Journalism Across National Boundaries: New Challenges e Emergent Perspectives” ou “Pensando o Jornalismo através das fronteiras nacionais: novos desafios e perspectivas emergentes”.

⁵ “There was not previous model in online television to be replicated. The solutions had always to be on the cheap and extremely creative. But despite all difficulties, the project persevered and prevailed. It became an academic reference in many other universities in Brazil, was granted a national award and received international recognition in academic and professional international events.” (BRASIL, 2006b, p.14) “Não existe um modelo de televisão online para ser reproduzido. As soluções sempre tiveram que ser baratas e extremamente criativas. Mas apesar de todas as dificuldades, o projeto perseverou e prevaleceu. Ele se tornou uma referência acadêmica em muitas outras universidades no Brasil. Foi-lhe concedido um prêmio nacional e recebeu reconhecimento internacional em eventos acadêmicos e profissionais.” (Todas as traduções realizadas para esta pesquisa são de total responsabilidade da autora e serão referenciadas pela notação T.A. – Tradução da Autora).

tomando como referência os dados coletados pela Associação Brasileira de TVs Universitárias, a ABTU. Para discutir o conceito, os objetivos, a linguagem, o conteúdo e a legislação das tevês das universidades brasileiras foram tomados como base as publicações de Priolli (2004, 2007), Magalhães (2002, 2008), Ramalho (2005), Porcello (2002) e Pena (2002).

No Brasil, existem hoje quatro emissoras televisivas universitárias online afiliadas à ABTU, a *TV Pitágoras* (da Faculdade Pitágoras, em Divinópolis-MG), *TV PUC São Paulo* (da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), *TV Universitária da UEFS* (da Universidade Estadual de Feira de Santana-BA) e *TV Facopp Online* (da Universidade do Oeste Paulista, em Presidente Prudente-SP), no entanto, sabe-se que este número é maior⁶. Alguns dos coordenadores das 50 emissoras cadastradas na entidade que representa a categoria são também pesquisadores, mas ainda não foi realizado no país um estudo de caso sobre a pioneira no telejornalismo universitário na internet, a *TV UERJ*. É por isso que sua história estava fragmentada em documentos científicos e também em reportagens de periódicos jornalísticos. Para dar unidade aos principais momentos da história da emissora, o coordenador geral, Antonio Brasil, forneceu documentos de seus arquivos pessoais, contribuindo sobremaneira com o resgate histórico, apresentado no capítulo 4.

E para analisar o desenvolvimento da *TV UERJ* a partir de suas diferentes *homepages*, pesquisadores do GJOL são tomados como referência (MACHADO, 2008; PALACIOS, 2002, 2008; NOGUEIRA, 2005; MOHERDAUI, 2002; MIELNICZUK, 2003). Neste item, a ideia é descrever as mudanças a cada fase de desenvolvimento, ano a ano, realizando comparações entre elas e ilustrando com figuras os *layouts* analisados.

Já que o objeto de estudo desta investigação versa sobre uma experiência no âmbito universitário, o último capítulo propõe discutir algumas questões educacionais sobre o ensino do *webjornalismo* audiovisual na era da pós-modernidade. Nesse momento, coloca-se em evidência a formação do jornalista no contexto do ciberespaço a partir da utilização das tecnologias de informação e comunicação (TICs). Autores que refletiram sobre a presença do computador na educação (VALENTE, 1993, 1999, 2002; ROSADO, 1998; BELLONI, 2001,

⁶ De agosto de 2008 a novembro de 2009, a professora Alzimar Ramalho coordenou uma pesquisa na Fundação Educacional do Município de Assis (Fema) para levantar um mapa das TVs universitárias no Brasil. O levantamento foi financiado pela ABTU e detectou que no país existem 151 emissoras em universidades, apenas 15 produzindo conteúdo para a internet. Os dados preliminares foram apresentados no Trabalho de Conclusão de Curso *WebTV: a universidade cai na rede*, da formanda em Jornalismo Suely da Silva Lima, defendido em dezembro de 2009. O perfil dessas emissoras será descrito na Tese de Doutorado de Ramalho que ainda está em fase de análise dos dados e tem como título provisório *Entre universidade e sociedade há espaço para a televisão* (RAMALHO, 2010).

2002; GRINSPUN, 1999) são a referência para verificar se a utilização das TICs no projeto da *TV UERJ* favorecem a aprendizagem.

Esta leitura, interrelacionando os campos da Comunicação e Educação, se assegura, conforme sugere Melo (2009), na necessidade de rever a formação do profissional que trabalha com a notícia em um ambiente virtual, experimentável, multimidiático; um espaço para o qual a academia deve projetar olhares. Um ambiente onde a universidade deve e já está inserida para se projetar, a partir de novas formas narrativas que futuramente podem delinear o *webjornalismo* audiovisual, conteúdo do próximo capítulo.

2 WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL

2.1 CONCEITUAÇÃO

Telejornalismo online, telejornalismo digital, *webtelejornalismo*, *cibertelejornalismo* ou *webjornalismo* audiovisual? São as terminologias adotadas pelos pesquisadores que se aventuram nessa área atualmente no Brasil.

A partir de 2002, o termo telejornalismo online passou a ser popularizado por meio dos estudos de Brasil (2002, 2006, 2007). Em 2004, Amaral propõe diferenciar *webtelejornalismo* de *cibertelejornalismo*, seguindo as categorias de TVs na internet que a autora apresenta. Em 2005, uma importante pesquisa desenvolvida por Nogueira⁷ sugere a adoção do termo *webjornalismo* audiovisual para tratar da presença da notícia televisiva da *web*.

Eis os argumentos dos pesquisadores quanto à terminologia adotada. Para Brasil (2009b) (Apêndice 1), a escolha pela terminologia mais adequada ao se referir à produção de conteúdo jornalístico para a rede teve interesse mercadológico e promocional. De acordo com o professor, a opção por telejornalismo online foi para explicitar a migração da TV para internet e assim popularizar o conceito.

Tal migração recebe o nome de *webtelejornalismo* na visão de Amaral (2004). É quando a TV tradicional passa a disponibilizar seu sinal na rede, a televisão via *web*. Mas quando o conteúdo noticioso é produzido e veiculado somente no espaço virtual, a prática passa a ser conceituada pela autora como *cibertelejornalismo*.

Em busca de uma conceituação mais adequada, refletiu Nogueira (2005), em sua dissertação de mestrado. Para a autora (2005, p.13), a adoção do conceito *webjornalismo* audiovisual foi “[...] para identificar a atividade que utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som enquanto elementos constitutivos do produto disponibilizado nos bancos de dados da *web*. O conceito envolve ainda a atividade jornalística que é veiculada apenas através deste suporte.”

⁷ *O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online* é a dissertação de mestrado de Leila Nogueira, defendida em 2005, na Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal da Bahia. O trabalho foi premiado durante o 4º Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, em 2006.

Conforme Nogueira (2005), que parte da terminologia proposta por Mielniczuk⁸ (2003), telejornalismo online pode fazer alusão às TVs conectadas a linhas telefônicas, já telejornalismo digital pode remeter às notícias veiculadas à TV digital. Dessa forma, *webjornalismo* audiovisual é, neste estudo, o termo mais adequado para ser empregado, ainda que seja considerada a terminologia telejornalismo online com muito mais capacidade de ser popularizada, como defende Brasil (2009b), e também condizente com a realidade em questão: prática do telejornalismo no meio virtual.

Outra questão conceitual pertinente trata da categorização das emissoras televisivas na internet. Existem algumas divergências entre as duas principais pesquisadoras que embasam teoricamente este capítulo.

Amaral (2004) sugere a divisão em três categorias: *ciberTV* ou *ciberwebTV*, *webTV* e *siteTV* ou *portalTV*. Na primeira categoria estão enquadradas as TVs produzidas e veiculadas somente no espaço virtual. São *webTVs* aquelas que disponibilizam o sinal de uma televisão convencional na rede, também denominadas de *TVs online*. Por fim, o *siteTV* ou *portalTV* representa a página eletrônica que tem como conteúdo apenas a descrição da emissora, podendo servir como divulgação do veículo e de sua grade de programação.

Nogueira (2005) propõe outra divisão e conseqüentemente diferentes categorias para as TVs que estão na rede: TV aberta em presença online, *webTV* e canal de conteúdo em vídeo.

As TVs abertas em presença online são os sites de emissoras convencionais. Geralmente apresentam os arquivos dos programas anteriores e podem até mesmo transmitir ao vivo. A preocupação maior é divulgar a TV deixando o conteúdo expandido. As emissoras que nasceram na *web*, mas continuam produzindo e transmitindo – ao vivo ou *on demand* – a partir das práticas da televisão convencional são as *webTVs*. Já o canal de conteúdo em vídeo tem uma seção específica para notícia produzida para a *web*. O telespectador só tem acesso àquela programação via internet, seja também no momento em que o fato ocorre ou a partir dos arquivos disponibilizados *on demand*.

⁸ Luciana Mielniczuk integra o Grupo de Pesquisa de Jornalismo On-line (GJOL) da Universidade Federal da Bahia. As terminologias com o intuito de diferenciar os conceitos são apresentadas e discutidas em sua tese de doutorado *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*, defendida em 2003. Quando a autora fala de *webjornalismo* se refere à utilização de uma parte específica da internet, que é a *web*. Também chamada de WWW, ela disponibiliza interfaces gráficas de forma amigável.

TABELA 1 - Categorias de TV na internet

	Amaral (2004)	Nogueira (2005)
TV convencional disponibiliza sinal na rede	<i>webTV</i> ou <i>TV online</i>	TV aberta em presença online
TV nasceu para divulgar conteúdo na <i>web</i>	<i>ciberTV</i> ou <i>ciberwebTV</i>	<i>webTV</i>
Site que divulga TV convencional	<i>siteTV</i> ou <i>portalTV</i>	-
Notícia produzida e veiculada especificamente para a <i>web</i>	-	Canal de conteúdo em vídeo

Ao analisar a tabela acima, é possível verificar que, embora apresentem denominações diferentes, as duas pesquisadoras diferenciam as emissoras quanto a seu objetivo e a seu conteúdo. Em todas as categorias há presença do vídeo, por vezes sendo reproduzido da TV convencional ou produzido especificamente para a internet, seja ao vivo ou *on demand*.

Na proposta de Nogueira (2005) os canais de conteúdo em vídeo são o espaço mais adequado para criar uma linguagem própria para o *webjornalismo* audiovisual, já que:

[...] oferecem dispositivos capazes de fazer a informação em vídeo circular pelo espaço navegável. Em outras palavras, permitem que o material produzido transite pelo ciberespaço seja através de emails que os próprios usuários trocam entre si ou nos boletins periódicos que o veículo envia aos usuários cadastrados. Esta prática transforma a notícia audiovisual em um produto dinâmico que vai até o usuário. Enquanto que na TV aberta em presença on-line e na webTV, a notícia fica estática no banco de dados e o usuário é que precisa ir até lá para acessá-la. (NOGUEIRA, 2005, p.91-92)

A nova possibilidade de circulação de notícias aponta para a necessidade de refletir sobre um novo conceito de sistema de teledifusão: o *webcast*, que surgiu a partir de 1992, quando se revela a parte multimídia na internet com a *www*. (AMARAL, 2004).

Segundo Amaral (2004), que discute os dois principais sistemas de teledifusão em um dos capítulos de sua tese de doutorado⁹, o sistema *broadcast* é abrangente, massivo e aberto e compreende as emissoras que exibem seu conteúdo em sinal aberto. Já o *narrowcast*, é restrito, individual e fechado, e abarca as emissoras de TV por assinatura e a cabo. Amaral (2004, p.88) lembra que o “[...] broadcasting sempre foi um modelo imperativo

⁹ A tese *Televisão e telejornalismo: do analógico ao virtual* foi defendida, em 2004, por Neusa Maria Amaral, que concluiu Doutorado em Ciências da Comunicação na área de Jornalismo, Mercado e Tecnologia, na Universidade de São Paulo (USP). Neste estudo as questões relativas à TV *one way* e *two way* são muito bem exploradas.

e absoluto” e que o *narrowcasting* seria uma alternativa, porque oferece as possibilidades de escolha e de interação. Seria.

[...] Mesmo com a possibilidade de poder acessar um número ilimitado de canais, alguns no idioma original, a grande promessa de acesso e interatividade não vingou, além das questões de controle, custo e interesse, o Sistema Narrowcast enfrentou um outro grande limitador, a tecnologia existente até então. O que o modelo Narrowcast permitiu, algo que até hoje o modelo Broadcast restringe, é o fato de proporcionar a uma emissora pequena, isolada e restrita, colocar o seu sinal em um satélite e ser oferecida para todo o país nos line ups das operadoras de cabo, inaugurando a TV globalizada, sem fronteiras, mundializada que chega a todos os cantos do planeta. (AMARAL, 2004, p.52)

No entanto, o usuário do modelo *narrowcast* também está submetido a um conteúdo pré-estabelecido ainda que tenha liberdade de escolher, por meio do *pay per view*, o que assistir. Mas são muitas as limitações, entre elas, o horário de exibição já determinado pela operadora do canal pago e o caminho, entendido aqui como o canal, que o telespectador deve percorrer para ter acesso ao conteúdo.

No modelo *webcasting*, que envolve a exibição de programas de TV na internet, altera-se o suporte de transmissão e também o conteúdo, agora multimidiático para circulação no ciberespaço. Outra mudança no *webcast* é que o internauta tem a liberdade de escolher o conteúdo que quer, na hora em que desejar, percorrendo o caminho que achar mais conveniente. E durante esse processo, o *webespectador* pode opinar sobre o que vê e o que ouve, agindo como co-produtor do meio. Portanto, o sistema *webcast* caracteriza-se pelo seu potencial alcance mundial, abrangência aberta infinita¹⁰, mas que preconiza a ação individual.

2.2 PANORAMA HISTÓRICO

A TV interativa é uma das saídas apontadas pelo Dr. Antonio Brasil (2007, p.206) para o exercício de um novo jornalismo.

De acordo com Amaral (2004), a *CNN (Cable News Network)* foi uma das pioneiras a investir em formatos multimídia, já a partir de 1977, com o *videoselect*, para transmitir informação em voz, vídeo e texto.

¹⁰ Porém, essa característica da internet de não ter fronteiras pode esbarrar em aspectos econômicos, porque a banda larga é pré-requisito para assistir a vídeos na rede. No modelo de internet discada, os audiovisuais também rodam, mas o tempo para *download*, na atualidade, é insuportável.

A ideia de TV interativa¹¹ nasceu no mesmo ano:

Em termos tecnológicos, a primeira tentativa de levar a interatividade para os lares americanos aconteceu em 1977 quando a Warner Communications desenvolveu o sistema Qube e o implantou em Columbus Ohio. O sistema era revolucionário e introduziu um set-top Box (caixa conversora) com um chip de computador e alguma memória. (AMARAL, 2004, p.91)

Mas o sistema faliu e durante anos as pesquisas no setor ficaram estagnadas. A retomada significativa ocorreu no início da década de 1990 com o projeto de TV interativa da Microsoft, a *ITV (Interactive Television Group)*. O objetivo era:

[...] oferecer milhares de canais, nenhuma restrição de largura de banda e um servidor de vídeo em cada garagem. O projeto inicial foi concebido como um projeto Microsoft/DIRECTV com o objetivo de veicular conteúdo broadcast via satélite, mais tarde a Microsoft passou a focalizar também as operações de teledifusão e de televisão por cabo, o problema era que parte dos sistemas em operação (as televisões) ainda não tinha condições de receber e emitir sinais digitais em razão disso teriam que receber os dados adicionais através de VBI. (AMARAL, 2004, p.93-94)

Outro projeto desenvolvido pela Microsoft, só que em parceria com a *NBC (National Broadcasting Company)*, em 1998, foi a *MSNBC*, a TV interativa da *web*.

Antes dessa parceria com a empresa de Bill Gates, a *NBC* já havia migrado para a internet, em 1995, no mesmo ano em que surgiu a tecnologia de mídia *streaming*¹², inicialmente para transmitir áudio, depois o vídeo.

O primeiro programa de TV a ser veiculado na internet foi o *Computer Chronicles* (1983-2002), em 1995, segundo Gosciola (2003, p.73). Dizard Jr. (2000, p.71) diz que os vídeos começaram a circular na internet um ano depois: “Começou em 1996, quando a *MTV [Music Television]*, a rede de música popular, lançou um canal 24 horas de TV a cabo que poderia ser visto simultaneamente nos PCs e nas páginas Web contendo informações suplementares”.

Uma das principais redes de TV do mundo, a *BBC (British Broadcasting Corporation)* de Londres, demorou a lançar sua TV interativa. Foi em 2001, dois anos depois de passar a divulgar conteúdo na rede.

¹¹ Interessante relembrar que o primeiro programa de TV interativo, foi o *Winky Dink and You* (1953-1957; 1969-1973). *Winky Dink* era um personagem de história em quadrinhos já conhecido das crianças norte-americanas. Na TV, as crianças podiam interagir com a tela da televisão durante desafios propostos pelo canal.

¹² De acordo com Avila (2008, p.137), o *streaming* é uma “[...] forma de transmitir áudio e/ou vídeo através de uma rede de computadores sem a necessidade de downloads de arquivos, pois a máquina recebe as informações ao mesmo tempo em que as disponibiliza para seus usuários.”

E em 2006, as famosas séries televisivas norte-americanas passaram a ser disponibilizadas pela internet por meio do portal de notícias da *ABC*, o *ABCnews.com*.

2.3 REDES DE TV NACIONAIS NA WEB

Atualmente todas as redes nacionais com sinal aberto têm conteúdo em vídeo em seus sites¹³. A *Rede Globo* saiu na frente: “[...] em 1996 colocou na Web o site do Fantástico. Em primeiro de junho de 1997 o Fantástico foi ao ar ao vivo pela Internet com o objetivo principal de atingir aos brasileiros radicados no estrangeiro e, por isso não tinham condições de assistir ao programa [...]” (AMARAL, 2004, p.189)

Em 26 de março de 2000, é lançado o portal *Globo.com* que na estreia fez sucesso, relembra Amaral (2004, p.135): “O site estava preparado para ter cinco mil acessos simultâneos por segundo, teve sete mil e oitocentos, 56% além do previsto, o que acabou provocando pane no sistema”.

O *G1*, site de notícias da *Globo*, foi incorporado à *Globo.com* em 2006. A partir de então a quantidade de vídeos e acesso ao site vem aumentando, graças à divulgação massiva feita pela *Rede Globo de Televisão*, que disponibiliza na rede boa parte de seus vídeos produzidos para a TV convencional.

Dois mil e nove foi um ano em que as emissoras em rede brasileiras investiram na internet, seja para reformular o site que já tinham ou para inovar.

Ao completar quatro décadas de existência, a *TV Cultura* lançou seu portal de notícias e dentro dele, desde 15 de janeiro de 2009, está no ar a *IPTV Cultura*, que disponibiliza arquivos de vídeos da programação da emissora e faz transmissões ao vivo de eventos.

A mais recente emissora de TV em rede nacional aberta, a *Rede TV!* – fundada em novembro de 1999 – lançou em 30 de junho de 2009 o seu novo portal com vídeos *on demand* e transmissões ao vivo.

¹³ No Anexo A desta dissertação é possível visualizar as páginas principais de todos os sites citados neste tópico. As figuras 18 a 31 estão devidamente referendadas.

O *Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)* também inovou em 2009. Implantou um novo site de notícias no mês de agosto, no entanto, o foco principal ainda é divulgar a grade de programação da emissora, hospedando os vídeos já exibidos pela TV convencional.

Também em 2009, duas importantes redes de comunicação no país lançam projetos audaciosos reunindo a convergência entre TV e internet. O grupo *Bandeirantes* reformulou seu site e implantou o *eBand*, em 13 de julho. Já a *Rede Record*, desde 27 de setembro, administra o portal *R7*. As duas experiências reúnem material de suas empresas de jornais, rádios e emissoras de TV.

A *Central Nacional de Televisão (CNT)*, única rede nacional de TV do país fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo, com cabeça de rede em Curitiba (PR), também está na internet, mas apenas transmitindo os arquivos em vídeo da TV convencional. Vale ressaltar que a capa do site é fixa, diferentemente dos demais, que sempre são atualizados.

Mas os produtos audiovisuais noticiosos na internet não são exclusividades dos donos de emissoras de TV no Brasil. Aliás, o precursor foi o *Portal UOL*, inaugurado em 1996¹⁴. Um ano depois, em 04/06/1997, é lançada a *TV UOL*. Em julho de 2000, a emissora é incorporada à seção de notícias do Portal, conforme relata Amaral (2004, p.154):

As primeiras imagens da *TV UOL* apareciam na tela do computador como um retângulo de aproximadamente 5,6 cm de largura por 3,8 cm de altura (160 pixels por 120 pixels), atualmente a janela dobrou de tamanho (é de 320 por 240 pixels). No início foi utilizada a tecnologia *VDonet*, que permite a transmissão de áudio e vídeo pela Internet, a mesma tecnologia usada pelo *American Film Institute* para transmitir via Internet o Filme de Chaplin, *The Rink*, naquela que foi chamada a primeira sessão mundial virtual do cinema. Ao lançar o canal, o então diretor geral do *Universo Online* Caio Túlio Costa justificou que, mesmo com a tecnologia ainda incipiente, o maior site em língua portuguesa não poderia ficar de fora desta inovação tecnológica. Para a implantação do projeto, a *TV UOL* contou com o patrocínio de empresas privadas, como a Volkswagen.

Após 13 anos de existência, a *TV UOL* tem mais de 100 mil vídeos. Sua última reformulação foi em outubro de 2008: “[...] com programação ampliada, nova tecnologia de exibição – trocou o Windows Media pelo Flash – abraçando a participação do público, que agora pode escrever comentários sobre os vídeos assistidos, dar notas, salvar favoritos, além de publicar seus próprios vídeos”. (TV UOL..., 2009)

¹⁴ De acordo com Caixeta (2006), o *Portal Uol* transmitiu pela primeira vez uma cobertura online, durante a premiação do troféu “Noite Ilustrada”, da *Folha de S. Paulo*. Imagens capturadas por *webcams* eram enviadas para uma sala de bate-papo, em que repórteres escreviam o texto ao vivo.

O conteúdo da emissora é produzido pela própria equipe de jornalismo e também por meio de parceiros que estão na TV, como os canais *Cartoon Network*, *Discovery*, *Fox*, *FX*, *National Geographic*, *TNT*, *Tooncast*, *TV Cultura*, *Adult Swim*, *Band News*, *Band Sport*, *Fashion TV*, *WooHoo*.

O *TerraTV*, segunda *webTV* brasileira, foi inserida no *Portal Terra* em setembro de 2000. Um mês depois de seu lançamento, surge o primeiro *webjornal* audiovisual brasileiro (*Jornal da Lílian*), ancorado pela jornalista Lílian Wite Fibe, que ficou no ar até agosto de 2002 e chegou a ter cinco edições diárias. O jornalista Paulo Henrique Amorim assumiu posteriormente o comando do canal. A migração dos dois jornalistas de destaque na TV convencional para a internet incomodou o professor Dr. Squirra (2002, p.52):

Por representar verdadeiras “grifes”, com respeitável credibilidade, estes jornalistas podem estar atuando somente como reforço de marketing para os portais, não representando inovação expressiva na arte da difusão da informação. Além disso, e limitados pelo meio, como inovar o “estado da arte” de informar, se o receptor midiático é ainda limitado e a forma ainda é a tradicional, perdendo feio se comparado com os telejornais veiculados pelas emissoras?

Em 7 de janeiro de 2009, o *Portal Terra* fez uma grande reformulação em seu *layout*, incorporando o vídeo no conteúdo e inovando principalmente nas publicidades, que têm formatos exclusivos, com audiovisuais interativos.

Em abril de 2009, mais uma inovação do *TerraTV*, que, ainda hoje:

[...] integra navegação simples a um layout inovador, oferecendo aos internautas, pela primeira vez na América Latina, a visualização de seus conteúdos em widescreen, com uma área de vídeo na proporção 16:9, em 640 x 360 pixels. A nova versão conta ainda com a ferramenta que permite ao usuário viver uma experiência de cinema no computador. Ao clicar no ícone "apagar a luz", a tela negra cobrirá o conteúdo do Terra TV, destacando apenas o vídeo escolhido pelo internauta. (TERRA LANÇA VERSÃO..., 2009)

Outro marco histórico do *webjornalismo* audiovisual no mundo é o surgimento da *allTV* (lançada oficialmente em abril de 2002), considerada a primeira emissora da internet no mundo a transmitir programação durante as 24 horas do dia ao vivo, tendo os “[...] direitos autorais assegurados por registro na Biblioteca Nacional do Ministério da Cultura”. (LUCHETTI, 2008a, p.34)

O autor da ideia foi o jornalista Alberto Luchetti Neto, que antes desse projeto teve passagens pelos maiores meios de comunicação do país¹⁵. A proposta, de acordo com Luchetti (2008a), era reunir o conteúdo do jornal, o imediatismo e a agilidade do rádio, a plástica em imagem da TV e a interatividade da internet. Para tanto, foi preciso formar uma nova geração de apresentadores, que inovaram não só na maneira de se vestir, mas, principalmente, na transmissão da notícia, de um jeito mais coloquial, investindo na conversa ao vivo com o internauta, muito próximo de um bate-papo. Profissionais que, assim, desenvolveram muito o improviso. Segundo Luchetti (2008b), mais de 90 ex-apresentadores da *allTV* hoje trabalham em grandes veículos. E desde quando a emissora foi criada, dois dos mais de 60 programas da grade de programação, permanecem: o *Fala Sério* e o *Jornal Interativo*¹⁶.

No livro *allTV: a primeira TV interativa da Internet 24 horas ao vivo*, Luchetti (2008a, p.23) relembra as primeiras instalações do projeto:

A emissora começou a ser instalada em novembro de 2001 num casarão no bairro do Paraíso, cidade de São Paulo. Foram construídos três estúdios e dois sets (cozinha e redação). Mas além dessas cinco áreas, todas as dependências do casarão são monitoradas por câmeras de última geração, com controle remoto e interligadas aos estúdios por um sistema de comunicação único, permitindo assim, transmissões, simultâneas e ao vivo, de qualquer local da emissora.

Em 2003, na contramão do mercado, o conteúdo da *allTV* passa a ser exibido na *TVA* de São Paulo; foi a precursora na história a migrar da internet para um canal fechado.

¹⁵ Em entrevista à Denise Delfim, em outubro de 2008, Luchetti faz um resgate minucioso de sua trajetória profissional: “Eu comecei no Estadão em 1972, como repórter policial. Fiquei lá até 2002. E nos últimos 15 anos, dos 30 que lá passei, fazia reportagem de política. Paralelamente ao jornal, sempre tive outra atividade e trabalhei muitos anos na Rádio Jovem Pan, até fundar a primeira televisão de UHF, em 1990, chamada TV Jovem Pan. Mas, houve um desentendimento entre os sócios, que decidiram encerrar o projeto. Aí, fui convidado para dirigir a Rádio Bandeirantes. No Grupo Bandeirantes, lancei a segunda televisão de UHF: o Canal 21. No final da década de 90, precisamente em 97, me transferi para a Rede Globo, a fim de dirigir programas de variedades. Costumo dizer que ninguém é perfeito na vida e acabei indo dirigir o programa do Fausto Silva. Depois, coloquei o Serginho Groisman no ar, que estava há um ano parado na emissora. Fiz também um pouco de “Brava Gente” e “Linha Direta”. Mas, em 2001, ainda na Globo, tive a idéia de montar a terceira televisão, no caso uma televisão na internet, a *allTV*. Em 2002, não renovei contrato com a Globo, me aposentei também do Estadão e botei no ar em maio daquele ano, em caráter definitivo, a primeira televisão 24 horas ao vivo da internet”. (LUCHETTI, 2008b) Hoje, Luchetti é também o presidente da AbraceTV, a Associação Brasileira das Emissoras de IPTV, fundada em 2005.

¹⁶ O *Fala Sério* é um programa de entrevistas apresentado atualmente por Patrício Bentes, que vai ao ar todas às terças e quartas-feiras, das 17h às 18h. Já o *Jornal Interativo*, apresentado por Lílian Coelho, é exibido de segunda a sexta-feira, das 18h às 20h.

Outro projeto audacioso de Luchetti lançado em 2005: a primeira *webnovela* interativa do país, a *Umas e Outras*¹⁷. Os capítulos eram semanais, com elenco inscrito pela internet. O público participava influenciando o destino dos personagens.

Nós juntamos jovens escritores e diretores talentosos, todos universitários de 20 e poucos anos, com profissionais consagrados. Chamei o Roberto Linharte, diretor de teatro e cinema que já fez séries e novelas na Globo e em outras emissoras, para dirigir o núcleo de novela na allTV. Fizemos um CD com as músicas da novela, reunimos atores por meio de concurso na internet e mesclamos com monstros sagrados da extinta TV Tupi, quando a novela era feita ao vivo. Essa mescla, entre juventude e experiência, resultou numa novela super interessante. Ela se passava num escritório de advocacia, cujo dono morreu no primeiro capítulo e o casal de filhos brigava pela herança. Mas me perguntava: como fazer interatividade com isso? Decidimos então, como num escritório de advocacia que tem casos para resolver, que o internauta escrevia uma história, e a gente adaptava o texto para a dramaturgia e apresentava com os atores, diretores e internautas. Cada capítulo era escrito e sugerido pelo público. (LUCHETTI, 2008b)

Dois anos depois, Luchetti implanta a *Rede allTV de Televisão* (21/11/2007), que chegou a ter nove afiliadas, transmitindo conteúdo a 18 estados brasileiros a um público de 130 milhões de internautas.

[...] O destaque da programação da **Rede allTV** é o noticiário regional e a valorização da cultura, dos costumes e do folclore de cada estado do país. As emissoras que compõem a **Rede allTV** exibem programas jornalísticos, de entretenimento e de serviços de seus estados, e participam da programação nacional, ao vivo, durante a exibição dos telejornais e de talk shows especiais. (LUCHETTI, 2008a, p.26)

A última reformulação da *allTV* ocorreu em 2008. *Layout*, softwares, equipamentos e até os cinco estúdios foram atualizados para a nova grade de programação.

Ao longo de sua história, a emissora conquistou dois importantes prêmios. Em 2002, foi considerada a mídia do ano pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, a Aberje. E em 2005, a emissora recebeu o Prêmio Esso, um dos mais importantes do país, como maior contribuição ao jornalismo brasileiro.

¹⁷ A segunda *webnovela* da allTV foi a *Alô, Alô, Mulheres*.

2.4 FASES DO MOSAICO DIGITAL DA NOTÍCIA

Produzir notícias em áudio e vídeo, divulgá-las e acessá-las pela internet já são práticas comuns no contexto mundial. Negroponte (1995, p.164), em seu livro *Vida Digital*, anunciou a transformação da TV:

[...] A mídia de amanhã terá tanto ou mais a ver com o ato de “puxar”: você e eu acessaremos a rede e conferiremos o que há nela, da mesma forma como hoje fazemos numa biblioteca ou videolocadora. Isso poderá ser feito de forma explícita, ou seja, por nós mesmos, ou implícita, isto é, um agente o fará por nós.

Mas antes da chegada dos vídeos noticiosos no ciberespaço, o *webjornalismo* percorreu outras duas fases, conforme relatam os pesquisadores do GJOL (PALACIOS, 2002; MIELNICZUK, 2003): a transposição e a metáfora.

O primeiro momento do jornalismo online foi o de *transposição* do conteúdo. Os jornais impressos passaram a colocar na rede suas edições¹⁸, com o propósito de apenas mudar de suporte sem fazer uso de qualquer recurso hipermídia. Na segunda fase, chamada de *metáfora*, os jornalistas têm mais autonomia para produzir conteúdo, passam a utilizar os hiperlinks para enriquecer o material e as ferramentas interativas na tentativa de conquistar o internauta. As atualizações são constantes, com divulgação de notícias de última hora.

Os produtos audiovisuais e a utilização de uma nova narrativa, em busca de uma melhor contextualização dos fatos, marcam a terceira fase da notícia na rede: o *webjornalismo* audiovisual.

A principal característica desse novo formato destacado por Nogueira (2005) é o “espelho despedaçado”. O espelho de um telejornal é o documento onde está a sequência dos elementos estruturais daquela edição. Tudo o que vai ser exibido é organizado e dividido em blocos pelo editor-chefe. Portanto, essa paginação é pré-determinada pelo jornalista responsável pelo telejornal, sem qualquer participação do telespectador. Ou o público assiste daquela forma, ou muda de canal. O que pode ser muito diferente na internet,

¹⁸ “[...] o primeiro grande jornal que ofereceu serviços on-line foi *The New York Times* (<http://www.nytimes.com>), em meados dos anos 1970, com seu New York Times Information Bank. O jornal passou a disponibilizar resumos e textos completos de artigos atuais e artigos de suas edições diárias passadas a assinantes que possuíam pequenos computadores.” (MOHERDAUI, 2002, p.21, grifo da autora). Já na América Latina, o primeiro jornal em tempo real foi o *Brasil Online*, do Portal UOL: “[...] Além de textos, fotos, gráficos e animações, o jornal oferecia vídeo e áudio sobre material jornalístico para complementar as matérias na Web. Recentemente, o nome do jornal passou a ser *Folha Online* (<http://www.uol.com.br/fo1>)”. (MOHERDAUI, 2002, p.24-25).

onde o telespectador tem liberdade de escolha diante do Mosaico Digital de Notícias (MDN), que “[...] corresponde ao desenho fragmentado das páginas iniciais de uma emissora de TV online ou de um produto jornalístico audiovisual na web”. (NOGUEIRA, 2005, p.33)

Além disso, o MDN “[...] introduz o usuário na experiência narrativa multilinear oferecida pelo ciberespaço, em contraposição ao espelho que roteiriza a exibição do TJ convencional de forma rígida e linear, mas é invisível para o telespectador comum”. (NOGUEIRA, 2005, p.119) Os mosaicos podem conter vídeos, textos de chamadas, fotos e links que remetam às notícias. A organização dessa interface está diretamente relacionada ao grau de interatividade com a narrativa jornalística.

Os diferentes MDNs adotados no Brasil remetem às três fases que caracterizam o *webjornalismo* audiovisual (NOGUEIRA, 2005). Na primeira etapa – chamada de *contemplativa* – ocorre uma repetição de conteúdo e linguagem da TV convencional em sinal aberto. Os recursos multimidiáticos não são explorados, não há qualquer produção – textual ou imagética – específica para a *web*. Já na fase *participativa*, o envolvimento do usuário é maior e grande parte do conteúdo é produzida especificamente para o suporte virtual. As ferramentas interativas possibilitam o envio de opinião, participação em enquetes, fóruns, *chats*, fazer buscas no banco de dados e, ainda, assistir ao vivo à programação. O internauta também tem a possibilidade de enviar suas produções e vê-las divulgadas na TV na *web*. A última etapa, que não descarta as características das duas anteriores, prevê uma participação do *webespectador* mais ativa para montar seu próprio noticiário, personalizando-o. É a fase intitulada de *construtiva*.

Da mesma forma que a televisão, no seu surgimento, se apropriou da linguagem radiofônica, hoje, a TV na internet, tenta de apropriar das linguagens sacralizadas.

O webjornalismo audiovisual ainda experimenta os primeiros passos em direção a uma gramática própria, que tende a ser consolidado, através da produção de conteúdos jornalísticos audiovisuais especialmente produzidos para a *web*, da elaboração de novas formas de narrativa com recursos multimídia e de interatividade, que possam permitir o internauta entrar, navegar e percorrer um relato noticioso mais do que simplesmente acompanhá-lo de modo linear, e do desenvolvimento de ferramentas capazes de promover um relacionamento maior com os usuários, investindo, por exemplo, nos sistemas de programação *on demand*. (BECKER; TEIXEIRA, 2008a, p.29)

2.5 DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Em dezembro de 2007, a Associação Européia de Publicidade Interativa (EIAA, *European Interactive Advertising Association*) divulgou uma importante pesquisa que, pela primeira vez, revelou a preferência dos europeus pela internet em vez da televisão. O estudo, realizado em 10 países europeus com mais de sete mil pessoas, aponta que os jovens entre 14 e 16 anos passam 10% a mais do seu tempo conectados à internet que assistindo TV.

O levantamento ainda mostrou que 96% dos entrevistados disseram ter reduzido a utilização de outros meios de comunicação por causa da internet. A televisão foi a mais prejudicada: 40% dos europeus assistem menos à televisão e 28% lêem menos jornais. Outros 21% afirmaram que chegam a dormir menos porque estão conectados à internet. Ao mesmo tempo, o estudo indica que a televisão online está se tornando mais popular. Atualmente, 30% dos usuários de internet assistem a algum tipo de vídeo pela rede. (BIZZOTTO, 2007)

De acordo com a pesquisa da EIAA, 57% dos europeus consultados, 169 milhões de pessoas, estão online, 6% a mais que o levantamento feito em 2006. Outro dado importante é que os sites mais visitados, por 65% dos europeus que participaram do estudo, são os de notícias. Entre os pesquisados, a média de horas navegando na internet por semana é de 12 horas. No entanto, vale destacar que $\frac{1}{3}$ dos entrevistados afirmou passar 16 horas por semana à frente do computador. (SHIFTING TRADITIONS..., 2009)

Nos Estados Unidos, a tendência é a mesma, informa Brasil (2007, p.122):

Segundo pesquisas encomendadas por empresas americanas com grande interesse nas tendências dos meios de comunicação – entre elas, a Yahoo –, os jovens americanos entre 13 e 24 anos já passam mais tempo utilizando o computador do que assistindo à tevê. Os números impressionam. Os jovens americanos ficam, em média, cerca de 16,7 horas semanais conectados à internet. A televisão, por sua vez, caiu para um perigoso segundo lugar, com média semanal de 13,6 horas.

O Brasil é o primeiro da América Latina e o quinto maior mercado de comercialização de computadores do mundo (VALERI, 2008), perdendo para os Estados Unidos (64 milhões), China (36 milhões), Japão (13 milhões) e Reino Unido (11,2 milhões). Em 2007, 10 milhões de novas máquinas foram vendidas no país, que pode chegar a ter 100 milhões de internautas em 2012. (BASE DE INTERNAUTAS..., 2009)

Um dos mais recentes *rankings* da internet no Brasil, realizado pelo *Ibope Nielsen Online*, projeta que existam quase 65 milhões brasileiros acima de 16 anos com

acesso à internet, mais de $\frac{1}{3}$ da população total. (RANKING DA INTERNET..., 2009) E a quantidade de acesso e de internautas vem crescendo mês a mês:

Em agosto de 2009, 37,3 milhões de pessoas usaram a internet no trabalho ou em residências, crescimento de 2,3% sobre os 36,5 milhões registrados no mês de julho. A quantidade de pessoas com acesso no trabalho ou em residências, que era de 44,5 milhões, cresceu 5% e chegou a 46,7 milhões. (RANKING DA INTERNET..., 2009)

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de casas com computadores no Brasil também continua a crescer. Saltou de 12,6% em 2001 para 31,2% em 2008. Um aumento de quase 150%. (BAIO, 2009; PNAD, 2007¹⁹). São aproximadamente 18 milhões de residências brasileiras com computador, três domicílios em cada 10 pesquisados. Obviamente, nem todas com acesso à rede. Do total de casas com computador, 23,8% têm acesso à internet, 3,6% a mais que em 2007 (20,2%) e 15,2% a mais que 2001 (8,6%), quando esse item passou a fazer parte da pesquisa.

Com o objetivo de ampliar o acesso à banda larga no país, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) regulamentou em 2009 os sistemas de banda larga pela rede elétrica.

O documento estabelece os critérios e parâmetros técnicos que permitem a utilização dessa tecnologia de forma harmônica com as aplicações de radiocomunicação que usam radiofrequência na faixa entre 1.705 kHz e 50MHz. Com essas regras, a Anatel permite que novas tecnologias sejam utilizadas em benefício da sociedade, por meio do uso compartilhado do espectro eletromagnético, uma vez que as redes de distribuição de energia elétrica disponíveis apresentam grande capilaridade no território brasileiro. (ANATEL, 2009)

Por meio desses sistemas, em poucos anos, praticamente toda a população terá acesso – a um custo muito menor do que o de hoje – à banda larga, podendo assistir a vídeos online com facilidade.

Paralelo à popularização do computador e ao avanço da tecnologia, o jornalismo passa por uma crise, segundo Brasil (2007, p.63):

¹⁹ Em 2007, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios realizada pelo IBGE investigou cerca de 400 mil pessoas em quase 148 mil domicílios por todo o país a respeito de sete temas: dados gerais da população, migração, educação, trabalho, família, domicílios e rendimento. (PNAD, 2007) Em 2008, a pesquisa também foi realizada, mas até a conclusão deste estudo os dados não estavam disponíveis no site do Instituto.

O jornalismo está em dificuldades e enfrenta a crise da meia idade. Está se tornando mais complexo, diversificado e personalizado. Estamos nos afastando de uma cultura baseada na palavra impressa para uma cultura multimídia. Os jornalistas experimentam novas formas de mediação para garantir a própria sobrevivência. E o jornalismo único e poderoso, baseado somente na escrita tradicional e no próprio prestígio, pode estar com os dias contados.

Uma crise que coloca em discussão os próprios valores inerentes à profissão de jornalista, que pode distanciar-se do seu compromisso com o interesse público, alertam Becker, Viana e Lima (2007). O avanço da notícia na rede em todo o mundo, a partir do uso cada vez mais freqüente de recursos multimídias e ferramentas de interatividade, ameaça o modelo tradicional de se fazer televisão.

Os últimos dados comprovam que, cada vez mais, os americanos abandonam as fontes tradicionais e os horários inflexíveis dos telejornais em troca das alternativas oferecidas na rede. Quem mais sofre com essa mudança são, obviamente, os noticiários da tevê. Para quem está ligado na internet durante o trabalho – um público específico com alto poder aquisitivo –, os telejornais se tornaram demasiado rígidos, supérfluos e redundantes. (BRASIL, 2007, p.67)

O fato é que os telejornais estão envelhecendo, afirma Brasil (2009). O formato já se tornou cansativo, é pouco criativo e passou a competir com as novas tecnologias, que permitem uma recepção participativa, até então impossível com o modelo de TV convencional. No entanto, a linguagem do telejornalismo – seja na *web* ou até mesmo em um circuito interno de televisão – permanece poderosa. E se o público elege o que deseja assistir, o espaço da emissora na internet precisa favorecer essa escolha. Daí a necessidade de experimentar uma nova linguagem e contribuir para construção de uma forma diferente de divulgar notícias televisivas na rede.

Para Bittencourt (2001), o telejornal na internet pode ser uma ferramenta de emancipação social, já que qualquer comunidade pode ter um, fazendo dele um instrumento para o exercício da cidadania.

Becker, Viana e Lima (2007, p.14) comungam do mesmo pensamento: “O telejornalismo na *web* pode investir mais na compreensão do que na quantidade de informações, construindo narrativas mais analíticas, reflexivas e menos fragmentadas através de associações mais inventivas entre texto-imagem.” Seria uma forma de superar o estigma da superficialidade do telejornalismo? Eis o grande desafio para os jornalistas que enfrentam as mudanças provocadas pelos efeitos das novas tecnologias, especialmente no tratamento da informação audiovisual.

O maior desafio do webjornalismo audiovisual é a possibilidade de completar todas as informações em um sistema comum, de modo criativo, processando-as em velocidade e capacidade cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido, promovendo novas abordagens dos fatos sociais, durante o processo de transformação dos mesmos em notícias ou acontecimentos, e ampliando a participação e o interesse dos usuários neste processo. (BECKER; TEIXEIRA, 2008b, p.89)

Pena (2004, p.15-16) tem uma visão muito crítica sobre a participação do internauta no telejornalismo online na atualidade:

As interfaces usadas até hoje são limitadas e reproduzem um modelo obsoleto de comunicação. Na verdade, continuamos como simples receptores. Apenas temos a ilusão de que podemos nos tornar emissores e intervir nos conteúdos das mensagens. Mas é esta ilusão que move a indústria da interatividade. Os emissores criam ícones e percursos de leitura e o usuário acredita que decide por onde navegar. O que poderia até ser viável, se não levássemos em conta que os links são pré-estabelecidos e podem nos levar a “caminhar” em círculos, sempre no interesse do produtor da mensagem. Além disso, a abundância quase infinita de informações na rede obriga o usuário a usar filtros de busca e outras ferramentas também controladas pela indústria da informação.

Becker e Lima (2007, p.12) chamam a atenção para uma sentença da contemporaneidade: “Ame ou deixe o ciberespaço. Não há escolha”. E defendem uma consciência crítica em relação aos efeitos das novas tecnologias no processo de produção da notícia. Alguns aspectos negativos das inovações tecnológicas precisam ser considerados, segundo as autoras. O primeiro deles é em relação à conectividade, uma característica do mundo cibernético que possibilita o fluxo contínuo de uma avalanche de informações, mas não garante a qualidade do processo de comunicação.

Outro questionamento deve ser feito sobre a convergência midiática. Becker e Lima (2007) alertam para as conseqüências negativas nos casos de integrar formas diferentes de cultura, sem respeitar suas limitações e impossibilidades de hibridações.

Já quanto à interatividade, o contraponto refere-se à sua amplitude de contatos em tempo real, que não sustentam uma sociedade mais democrática: “[...] as novas tecnologias não garantem, necessariamente, a valorização do conhecimento e a partilha do saber. Mas, podem ser ferramentas importantes para um comprometimento maior com o conteúdo e as formas diferenciadas de produzir e veicular notícias.” (BECKER; LIMA, 2007, p.14).

Ribeiro et al. (2007) questionam outra característica do jornalismo na *web*: a instantaneidade, já presente na TV convencional e no rádio. A preocupação dos autores é com a busca desenfreada pelo furo, já que não existem limites de tempo e espaço para divulgar notícias na rede. Os fatos podem ser atualizados a cada segundo. Da mesma forma que, diante

de uma apuração mal feita, as notícias podem ser corrigidas imediatamente. Mas esse reparo, ainda que seja imediato, elimina o erro?

Por isso, vale uma ressalva sobre a questão do espaço ilimitado na rede tanto para texto quanto para vídeo. Cabe tudo, mas a fadiga visual é bem maior diante do monitor do computador do que quando se assiste à televisão²⁰.

Uma crítica à exigência de rapidez e instantaneidade ao divulgar os fatos, é que os produtores de conteúdo multimídia trabalham com vários horários de fechamento²¹ e muitas vezes justificam a repetição de conteúdo e formatos, “[...] produzindo telas-padrão e formas fechadas de atualização e publicação de notícias.” (BECKER; TEIXEIRA, 2008b, p.82). Além disso, uma outra questão que se coloca é quanto ao exercício da ética no telejornalismo que deve ser uma preocupação em evidência. O processo de produção da notícia online pode se dar em poucos minutos. Fundamental é garantir o tempo necessário para refletir sobre os limites éticos que podem vir a interferir nas ações do jornalista.

Enfim, “A segmentação e as novas tecnologias em si não asseguram notícias mais contextualizadas, tampouco a criatividade estética e a pluralidade de interpretações.” (BECKER; TEIXEIRA, 2008a, p.4). É necessário delinear alguns pontos que garantam um telejornalismo de qualidade. São parâmetros estabelecidos por Becker e Teixeira (2008c) com o objetivo de melhorar a relação entre produtor e consumidor da notícia, inclusive, no ciberespaço:

- Nova pedagogia da informação: voltada ao interesse público, reforçando o fazer jornalístico comprometido com a responsabilidade social;
- Pluralidade de conteúdos, diversidade de fontes e representações de grupos sociais: repensar a hierarquia de valores na apuração e construção das notícias, fazendo o cruzamento de dados locais, com nacionais e globais para promover um debate amplo em favor da cidadania;
- Criatividade do uso da linguagem audiovisual: buscar enquadramentos e pontos de vista diferentes para novas construções de sentido;
- Interatividade: efetivar a participação do público no processo produtivo.

²⁰ Sobre este assunto ler *Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line*, de J.B. Pinho (2003).

²¹ Paul Virilio (*Velocidade e Política*, 1996), e Sylvia Moretzshon (*Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade*, 2002) desenvolveram excelentes trabalhos sobre a questão da velocidade e da pressão do fechamento. Questionamentos atuais que precisam ser refletidos no âmbito do *webjornalismo*.

Parâmetros descritos em poucas linhas, que se adequam ao telejornalismo convencional e ao *webjornalismo* audiovisual e trazem consigo uma infinidade de implicações que mereciam um novo estudo só sobre essa temática.

2.6 PRODUÇÃO DA NOTÍCIA WEBTELEVISUAL

Este tópico pretende discutir a evolução na práxis jornalística nas emissoras virtuais que produzem especificamente para a rede e que estão em busca de uma linguagem própria para o desenvolvimento do *webjornalismo* audiovisual.

Primeiro admite-se o impacto das novas tecnologias da informação na prática do jornalismo. Pavlik (2000) diz que são quatro áreas que estão em transformação:

- 1) Como os jornalistas fazem o seu trabalho
- 2) O conteúdo das notícias
- 3) A estrutura da redação e a produção industrial da notícia
- 4) Relações entre as empresas de comunicação e os seus públicos

O jornalista responsável por notícias online precisa ter habilidades múltiplas: saber apurar, reportar, editar e organizar as informações de uma forma não-linear. “A formação dos futuros profissionais, a capacidade de saber pensar e fazer a notícia, de elaborar e cruzar conteúdos diversos, de saber construir e selecionar a informação, talvez, nunca tenha sido tão essencial.” (BECKER; TEIXEIRA, 2008a, p.30). Sousa e Aroso (2003, p.64) também alertam para as novas competências do jornalista multimídia: um profissional que saiba pesquisar informações, entenda de programação básica de *html* e tenha facilidade e conhecimento para lidar com produtos digitais em áudio e vídeo.

A produção de notícias audiovisuais na rede percorre o mesmo caminho das informações divulgadas pela televisão convencional. Apuração, produção (reportagem e cinegrafia), circulação e consumo. São as mesmas etapas, no entanto, a mudança se dá na rotina de trabalho e as potencialidades e competências inquiridas do *webjornalista* audiovisual que se diferem do telejornalista em alguns pontos.

A verdade é que a televisão convencional, um meio historicamente passivo, que sempre ofereceu conforto e familiaridade, com a chegada e popularização da internet, foi levada a um novo confronto de envolvimento por espectadores mais jovens e pela mudança tecnológica. Os consumidores estão cercados por opções de *downloads*, *streams* (transmissões em tempo real) e gravações digitais – o que significa que a nova audiência de massa é na realidade uma série de nichos. (LUCHETTI, 2008a, p.67)

E dentro destes nichos, os internautas podem passar a ser co-gestores do conteúdo porque a eles é oferecido um espaço para opinar e também enviar suas produções. É a possibilidade de mudança da TV *one way* (de um para muitos), conforme anunciam Brasil e Arnt (2002) e Amaral (2004), para o modelo *two way*, de mão dupla, com possibilidade de diálogo instantâneo.

Neste cenário, os jornalistas ganham novas atribuições porque a internet é, concomitantemente, uma fonte de informação e um veículo de comunicação. E enquanto meio de divulgação de notícias, altera a forma de produção e recepção. Dos jornalistas, são exigidas maior autonomia e capacidade de produzir conteúdo multimídia.

Mesmo para fazer valer a multimídia, a tecnologia permite a descentralização total do espaço, não sendo mais imprescindível a redação jornalística. As tarefas do *webjornalista*, que precisa estar o tempo todo conectado, buscando e trocando informações com as fontes e com o internauta, podem ser desenvolvidas individualmente, de qualquer lugar.

Os produtos frutos do *webjornalismo* audiovisual não são mais apenas consumidos pelos olhos e ouvidos do receptor. O clique e o *scroll* são ferramentas de consumo (VIZUETA et al., 2000, p.70 *apud* SOUSA; AROSO, 2003, p.183). Ao escolher por meio de um clique o que quer, quando quer e onde vai navegar, o *webespectador* abandona a passividade que prevalece na TV convencional.

Na reportagem audiovisual online, um basta ao previsível. Vê-se experiências de tentar recuperar o texto de conversa com o “telenauta”, conforme orienta Brasil (2007, p.26), ao mesmo passo em que o assunto é contextualizado a partir da utilização de hiperlinks.

A hipermediação é fundamental para o desenvolvimento de uma nova linguagem que atenda aos novos formatos e às novas formas de narrativa.

O usuário precisa ter consciência não apenas do meio, mas também das ferramentas e potencialidades que este meio lhe oferece. A partir de então será possível combinar o uso de vários dispositivos para possibilitar a consolidação da nova linguagem que começa a se delinear. (NOGUEIRA, 2005, p.27)

O jornalista responsável por essa possível contextualização passa a ser um narrador em hipermídia. “Nesta função, o jornalista pode construir uma narrativa – desde o roteiro da reportagem até o MDN – a partir das potencialidades oferecidas no ambiente da hipermídia.” (NOGUEIRA, 2005, p.45). Alguém capaz de selecionar as informações de tal forma que não sejam apenas despejadas no ciberespaço, mas que sirvam para contextualizar os fatos narrados. A este profissional foi confiada uma responsabilidade imensurável: ser o guardião da memória coletiva.

Na narrativa audiovisual, o texto escrito é tratado também como componente gráfico. O caminho percorrido pelo usuário em busca de um sentido e conhecimento vai formar uma “teia discursiva”. (NOGUEIRA, 2005, p.63)

Não faz parte do objeto de estudo desta dissertação discutir o valor notícia na era da pós-modernidade. Mas é preciso considerar, neste momento, que na sociedade do hiperespetáculo²² tudo passa a ser notícia a partir do momento em que foi registrado por meio de imagens, sejam elas estáticas ou em movimento. Tudo e todos podem ser capa de um jornal ou personagem principal de um vídeo do *YouTube*, basta agir na frente de uma câmera qualquer. Antes da internet e da popularização da produção de vídeos amadores, apenas era notícia na TV aquilo que fosse registrado por meio das lentes das câmeras da emissora.

Os mesmos telejornais que migraram do rádio para a TV tendem a buscar novas soluções e desafios na Internet. Procura-se por um novo formato, um novo conceito de participação do público na produção dos programas telejornalísticos. O público da Internet não é considerado simples índices de audiência ou opinião manipulável, mas estabelece novos parâmetros de interatividade. (BRASIL, 2002, p.176)

Como destacou Brasil, é preciso haver troca: não basta espaço aberto, gratuito e livre para sugerir. É preciso trabalhar as sugestões do público.

A exibição de vídeos produzidos por internautas também contribui para uma mudança de estética audiovisual. Na internet, as imagens aparecem pixelizadas e chapadas, sem profundidade de campo, com cores desbotadas. Assim, o valor da imagem migra do nível

²² “Sociedade do Espetáculo” foi o termo cunhado por Guy Debord no final dos anos de 1960, no livro *A sociedade do espetáculo*, lançado no Brasil somente em 1997. Em sua tese número 4, Debord diz que “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. (DEBORD, 1997, p.14) Nesta concepção, o mundo midiático é apropriado e absorvido pela vida do cidadão comum, que já não mais se contenta em observar, mas também quer estar dentro dele. É também a busca do homem comum nos meios de comunicação de massa por aquilo que lhe falta na vida real: mensagens de publicidade, celebridades, heróis, gurus etc. Tudo isso mediado pela sociedade de consumo. A partir da tese de Debord, Juremir Machado Silva escreveu *Depois do Espetáculo* (2007) em que afirma que a sociedade do hiperespetáculo é aquela onde as pessoas fazem a contemplação de si mesmo no outro. Quando os indivíduos não apenas têm e consomem imagens, mas se projetam no universo imagético. Para Silva (2007), o espetáculo acabou e a ideia de visibilidade passa a ser um valor.

estético – extremamente valorizado pelas emissoras convencionais comerciais – para o informativo. Muitas vezes, vídeos com baixa qualidade – imagética e sonora – são destaques na internet, mas não teriam espaço nas emissoras convencionais, porque mostram algo inusitado, que dificilmente ocorreria diante de uma câmera de TV.

São muitas as adaptações em pouco tempo. Pelo menos as mudanças na rotina jornalística estão sendo graduais. O que não pode ocorrer é um vislumbamento cego diante das infinitas possibilidades que a tecnologia proporciona. Retomando Pavlik (2000, p.147), “[...] podemos atuar de modo efetivo e responsável com as novas ferramentas colocadas à disposição dos jornalistas, colaborando para um novo tipo de jornalismo, quem sabe com mais conteúdo.”

Conteúdo que só é possível se a notícia for bem apurada, melhor produzida, tenha uma boa circulação e um consumo, ao invés de industrial, analítico. Isso quer dizer que as premissas básicas do bom jornalismo devem ser colocadas à prova. Bem como o compromisso do jornalista perante a sociedade.

Antes de mais nada, os jornalistas terão que aumentar os seus padrões, ser melhores do que são agora, para que as pessoas tenham interesse naquilo que produzem. As funções do jornalismo são mais importantes do que nunca, porque vivemos em um oceano de informações, estamos soterrados por informações. Precisamos de alguém que colabore para a construção do sentido das coisas (*sense maker*) [...] o que exige muito mais inteligência. (PAVLIK, 2000, p.149)

No entanto, para que o jornalista desenvolva as competências necessárias para saber fazer uso da tecnologia ao produzir audiovisuais noticiosos para a internet, é necessária uma boa formação. As TVs universitárias podem ser o espaço para contribuir com essas questões, na prática. E esse é o tema do capítulo seguinte.

3 TV UNIVERSITÁRIA NO BRASIL

3.1 ASPECTOS CONTEXTUAIS

Várias são as categorias que distinguem as emissoras de televisão na atualidade²³. Uma TV pode ser comercial, pública, estatal, educativa, comunitária ou universitária. Em um primeiro momento, se diferenciam por seus objetivos: a comercial visa o lucro; a pública tem como princípio o bem-estar social; a estatal está a serviço do governo; a educativa tem compromisso pedagógico; a comunitária pressupõe a participação da comunidade e, por fim, a universitária se caracteriza pelo seu aspecto formativo.

Em busca de um conceito para cada uma dessas categorias, pode-se dizer que as emissoras *comerciais* são aquelas que se utilizam do suporte televisivo para obter lucros, ainda que realizem suas atividades com base em compromissos sociais. Diferentemente das TVs *públicas*, que têm como compromisso dar voz e ouvir a comunidade por meio de recursos audiovisuais. Visam promover, prioritariamente, a cidadania. Diferentemente das *comunitárias*, onde a própria comunidade experiencia os processos de planejamento, produção e veiculação dos programas televisivos. Uma emissora que se caracteriza como sendo *estatal* é aquela gerida e mantida pelo governo, com o propósito de divulgar suas ações, sendo um instrumento de comunicação governamental. E as TVs *educativas* utilizam o meio televisivo como ferramenta de ensino e aprendizagem, com o objetivo de colaborar com a educação dos telespectadores. Por fim, as *universitárias*, reúnem características das emissoras públicas e educativas, conforme será relatado a seguir, mas têm a particularidade de envolver, obrigatoriamente, a universidade.

Em todas as categorias descritas acima, as emissoras televisivas podem ser transmitidas por meio de sinais abertos, via satélite, via cabo, pela internet e até mesmo em circuitos fechados. Com exceção do suporte online, todos os demais necessitam de concessão do governo para funcionar e se mantêm por meio de regulamentações em legislações

²³ O artigo 223 da Constituição Federal estabelece três categorias de TV: estatal, pública e privada, entretanto, não as define, já que não foi regulamentado. Em dezembro de 2009, durante a I Conferência Nacional de Comunicação, realizada em Brasília, foi aprovada a proposta que prevê a definição formal dos conceitos de “estatal, público e privado”. O documento que contém o pedido foi encaminhado a diferentes instâncias do Poder Executivo e ao Congresso Nacional. (CONFERÊNCIA..., 2010) Assim, nestas poucas linhas, é apresentada uma definição conceitual particular da pesquisadora quanto às categorias de TV, visto que trata-se de uma questão periférica deste estudo. Os conceitos foram construídos após a reunião de ideias de diferentes autores que estudam a televisão, dessa forma, não sintetizam um pensamento único. No entanto, na sequência, faz-se necessário aprofundar o conceito de TV universitária, que está diretamente relacionado ao objeto de estudo.

específicas²⁴. O sistema de transmissão dos sinais pode ser analógico ou digital.

O que se percebe é a possibilidade de hibridismo das categorias no âmbito brasileiro. A *TV Brasil*, que integra a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), mantida pelo governo federal é emissora pública ou estatal? Na época de seu lançamento (2/12/2007), surgiu um amplo debate em torno desta questão, já que o Ministério das Comunicações ameaçou incluir na grade de programação conteúdo de divulgação das atividades do governo²⁵.

Outra interessante discussão diz respeito ao caráter público das TVs universitárias e educativas. Priolli (2007) afirma que as TVs educativas estão “abandonando os seus compromissos com a educação formal e extinguindo os tele cursos de sua grade de programação, para converter-se em televisão cultural, educativa em sentido muito amplo, apenas para complementar à escolarização.” Ou seja, passam a recusar sua identidade de educativa para assumir uma posição de emissora pública.

As TVs públicas surgiram na Europa, após a Segunda Guerra Mundial, quando artistas e intelectuais visualizaram o veículo como uma ferramenta que poderia ajudar a reconstituir a identidade nacional. Mas quase em toda a América Latina, as emissoras televisivas nasceram estatais, com o Estado sempre interferindo. Diferentemente do Brasil, onde a televisão nasceu (e se mantém) comercial, com a iniciativa de Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, o Chatô²⁶.

Vê-se que, até então, a preocupação sobre a categorização das emissoras televisivas é inexistente. No entanto, necessária, especialmente ao traçar o panorama histórico da TV universitária no país, instituída com a Lei de TV a Cabo, nº 8977, de 6/01/95. Em seu artigo 23, a legislação obriga as operadoras de TV a cabo disponibilizarem um canal gratuito para uso compartilhado de universidades do município(s) da área de prestação do serviço. Tramita no Senado Federal Projeto de Lei 108/2001, de autoria do então deputado federal

²⁴ Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei nº 4117, 27/08/1962, complementado e modificado pelo Decreto-Lei nº 236, de 28/02/1967; Lei nº 5.785, 23/06/1972, que prorroga o prazo das concessões e permissões do serviço de radiodifusão; Lei Federal da Cabodifusão nº 8977, 06/01/1995, regulamentada pelo Decreto-Lei nº 2206, 14/04/1997, além dos Artigos 221, 222 e 223 da Constituição Federal, que tratam da propriedade, produção e programação das empresas de rádio e TV no Brasil. Tramita no Congresso Nacional a Lei de Comunicação Eletrônica de Massa. E a Lei da TV Digital também não foi promulgada no país.

²⁵ Interessantes e bons artigos sobre o assunto podem ser lidos no site do *Comunique-se* e no *Observatório da Imprensa*.

²⁶ Chatô lançou a TV no Brasil em 18/09/1950, com o programa de variedades *TV na Tabacaria*. Trouxe não só equipamentos norte-americanos, como técnicos dos EUA, que já vislumbravam a experiência comercial positiva do novo meio de comunicação.

Aldo Rebelo, para que o benefício se estenda a todas as instituições do ensino superior e não apenas para universidades²⁷.

A primeira TV universitária brasileira foi também a pioneira educativa: a *TV Universitária Recife*, que surgiu em 22/11/1968 e até hoje está em funcionamento²⁸. De acordo com Porcello (2002, p.41), “Na verdade, ela era universitária apenas no nome pois sempre teve compromissos com a rede pública de TVs educativas.”

As emissoras televisivas universitárias podem ser definidas como sendo um canal entre a instituição de ensino superior e a sociedade. Por um lado, divulgam o saber erudito e, de outro, apreendem o saber popular. É a possibilidade que a universidade tem de conversar com a comunidade.

Priolli (2004) conceitua TV universitária:

Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc.

O conceito também faz parte do estatuto da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU): “[...] uma televisão universitária é aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo, internet etc.), voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania.” (MAGALHÃES, 2002, p.15)

Os objetivos da TV universitária devem ser os mesmos das emissoras públicas. Retomando a categorização das emissoras universitárias, vale o alerta feito por Magalhães (2008):

²⁷ Para ter acesso ao Projeto de Lei e sua tramitação, basta acessar http://www.senado.gov.br/sf/atividade/Materia/Detalhes.asp?p_cod_mate=48630. A Comissão de Educação do Senado já deu parecer favorável à nova redação.

²⁸ Pode ser visitada no site <http://www.tvu.ufpe.br/>

Uma coisa é ser sustentado com dinheiro público. Outra, que pode ser coincidente ou completamente diferente, é ter o interesse público como missão: sem fins lucrativos, que tenha mecanismos de participação e fiscalização social, volte-se para a promoção da educação, cultura e cidadania, para a melhoria da qualidade de vida da sua comunidade, para a democratização da informação e do conhecimento, que encare a necessidade da grande parcela da população - assim como as carências de apenas um - como se fosse de todos. Tendo isso, é público. Se você quiser gerir com dinheiro de impostos ou de empresas privadas, não muda o seu aspecto. Fazendo isso, qualquer emissora de televisão será pública, independente de ser gerida por uma instituição de ensino superior, uma fundação filantrópica ou até mesmo o Estado.

Partindo do conceito que toda TV universitária tem um viés público, Priolli (2007) defende que são legítimas as aplicações destas emissoras ao capacitar estudantes para atuar no veículo e enquanto ferramenta de divulgação institucional para uso das reitorias. Mas o grande valor das universitárias está na sua condição de ser plural e veicular um jornalismo diferenciado²⁹.

3.2 CARACTERÍSTICAS E DIFICULDADES

Para Priolli (2007), a TV universitária vive um momento de encruzilhada: “[...] terá de escolher se avança para o profissionalismo e a consolidação, ou se permanece na identificação de rumos, assistindo ao progressivo estreitamento de seus espaços e definindo aos poucos.” Falta apoio das universidades, o que dificulta o profissionalismo e a consolidação desses veículos como “empreendimento sério de comunicação educacional”. E para vencer esse desafio é preciso valorização da própria universidade.

O problema institucional já é evidente logo no início da montagem da estrutura da TV universitária, que pode funcionar no Laboratório de TV da faculdade de comunicação, pode estar vinculada à Assessoria de Comunicação ou ainda ser um núcleo autônomo, subordinado à direção universitária.

Outra questão problemática é a financeira. Tanto para a manutenção da emissora, seja com produção própria ou terceirizada, quanto do ponto de vista do quadro funcional. Para que um canal de televisão opere, independentemente de seu suporte, é necessário contratar técnicos específicos. Enfim, “[...] pressiona enormemente a área administrativa, financeira e jurídica das IES, impondo a elas alterações por vezes drásticas de

²⁹ O jornalismo diferenciado se fundamenta nos princípios do jornalismo público. Sobre esse conceito, ler *Jornalismo Público: o social como valor notícia*, de Luiz Martins da Silva.

procedimento.” (PRIOLLI, 2004)

Uma das saídas seria buscar apoios culturais. Em 1996, o Ministério das Comunicações normatizou a forma de financiamento das emissoras a cabo, o que engloba as universitárias. A venda de publicidade é proibida. É permitido apenas fazer menção ao patrocínio de programas. “Como não há qualquer outro instrumento legislando sobre quem, como ou quanto pode patrocinar, fica a critério das IES buscarem os parceiros que julgarem convenientes, para auxiliá-las no esforço de prover ao público uma grade de programação de qualidade.”, explica Priolli (2004).

Mas, para Brasil (2002, p.195), os problemas das emissoras universitárias não podem ser justificados pela dificuldade financeira. “Falta de recursos não pode ser, eternamente, a justificativa comum para uma televisão tão conservadora, repetidora de modelos estabelecidos, não experimental e tão pouco criativa.”

E qual é o público da TV universitária? Sem conhecê-lo, não é possível montar a grade de programação. Porcello (2002, p.87) defende que:

A programação de uma TV universitária deve ser voltada para a construção da cidadania. As pautas e critérios editoriais de seus programas precisam contemplar as histórias de construção e não de destruição. É buscar um olhar positivo para as ações humanas, sem é claro, perder o aspecto crítico e reflexivo que caracteriza a universidade.

Magalhães (2002) sistematiza os tipos de programas das emissoras televisivas universitárias: institucional (para divulgação das IES), comunitário (para atender demanda social da comunidade onde a TV está inserida), acadêmico (para divulgar os trabalhos audiovisuais produzidos nos laboratórios de comunicação), educativo (voltados à formação em complemento à educação formal ou a distância), científico (para divulgar os projetos de pesquisa da instituição), cultural, entretenimento e documental, cujos nomes já se explicam.

O subjetivismo dos produtores, que fazem julgamentos do que é importante e do que o público gostaria de ver, pode ser uma das causas do insucesso das emissoras televisivas desenvolvidas pelas universidades. Priolli (2004) analisa:

Há um predomínio total dos gêneros argumentativos, baseados na palavra – entrevistas, palestras, debates – e uma presença limitada dos gêneros contemplativos, centrados na imagem – documentários, reportagens, revistas jornalísticas. Quanto àqueles gêneros mais voltados às artes e à expressão do corpo, como a teledramaturgia, os musicais e o esporte, são absolutamente marginais na grade da maioria dos canais universitários – salvo aqueles que, nas cidades menores, onde a programação de TV vem toda de fora e não há espaço para os conteúdos locais, eles ocupam esse espaço e dialogam melhor com a comunidade, oferecendo a ela, na escala possível e na roupagem regional, os gêneros a que está habituada, pela programação das grandes redes.

Pena (2002) alerta para o risco da linguagem da TV universitária refletir o conservadorismo de alguns pesquisadores. É preciso cuidado para não dividir o que é alta e baixa cultura, daí a importância da pluralidade.

Para discutir os mais variados e pesados assuntos, sem perder o seu público, é preciso reduzir a esfera da banalidade e trabalhar com a superfície no âmbito da profundidade, conduzindo o espectador à simbiose entre a seriedade e a jocosidade, o prazer e a obrigação, o apolíneo e o dionisíaco (para ser um pouco nostálgico). (PENA, 2002, p.7)

É por isso que “[...] as tevês universitárias são o lugar ideal para a experimentação. O lugar ideal para uma rediscussão ética e estética do veículo, que, em última análise, possibilite uma participação democrática da sociedade e promova a cidade.” (PENA, 2002, p.7)

Para Magalhães (2002), a prioridade na TV universitária é a integração, compartilhando conhecimentos com a sociedade. Conceito que está muito relacionado à pluralidade e diversidade, princípios da cidadania defendida por Pena (2002, p.11): “A TV Universitária talvez seja um excelente ringue para que a comunidade (universitária ou não) brigue por suas próprias lacunas, aí incluída a lacuna entre a cultura de elite e a cultura de massas. Um ringue para o próprio exercício da cidadania.”

3.3 DIFERENTES DIMENSÕES

Como foi visto, as TVs mantidas por instituições do ensino superior podem atender objetivos em diferentes esferas. Castro (2003 *apud* RAMALHO 2005, 2008) apresenta as três dimensões da TV universitária: acadêmica, publicitária e política.

Na dimensão *acadêmica*, a emissora de uma universidade tem compromissos nas áreas de ensino, pesquisa e extensão, conforme preconiza a mais recente

Carta de Diretrizes das TVs Universitárias Brasileiras (2009) elaborada pela ABTU, durante o XI Fórum Brasileiro de TVs universitárias, realizado em Brasília em 2009. Funciona como um laboratório de ensino, envolvendo especialmente alunos de Jornalismo e Publicidade, contribuindo para a formação acadêmica. Importante relatar que, muitas vezes, atuando apenas como laboratório para os futuros jornalistas, as emissoras universitárias tendem a trabalhar com situações simuladas, que nem sempre remetem à realidade. Não trabalham com notícias de fato e assim acabam ignorando o mundo. O ideal é a universidade não apenas divulgar as notícias ao seu entorno, como também debatê-las. A crítica é de Antonio Brasil (2002, p.200):

Assim como tantas outras TVs públicas e comunitárias, as televisões universitárias continuam sendo “promessas”. Principalmente pela falta de uma visão estratégica dos seus verdadeiros objetivos. Não são laboratórios, projetos experimentais ou de pesquisa, e imitam mal o modelo vigente. Certamente não possuem uma proposta educacional voltada para as atividades de professores e alunos em sala de aula ou em pesquisa. Não são críticas de nada porque não têm identidade ou estratégia política comum. Até enquanto proposta institucional das reitorias e dos seus núcleos independentes de produção (apoiados muitas vezes por equipamentos caros e sofisticados e por profissionais contratados a peso de ouro no mercado profissional), continuam sendo mais um recurso de “marketing educacional” ou “mera aventura televisiva”.

Como *pesquisa*, a TV da universidade é de fundamental importância para experimentar novos formatos e linguagens diferenciadas da TV comercial. No entanto, o que se verifica é a busca exagerada por padrões de modelos de sucesso. Logicamente, que a emissora universitária deve atender à demanda estética audiovisual, mas nada a impede de inovar. É preciso ter coragem para ousar, abandonar velhos padrões, defende Brasil (2002, p.198):

Numa época de *zapping* frenético e de linguagens cinematográficas digitais que transitam entre dogmas, MTV e Internet, as televisões universitárias parecem preferir uma “volta bem comportada ao passado”. Uma arqueologia saudosista do próprio meio, onde o verdadeiro objetivo é falar para si próprio. Não importa que ninguém esteja assistindo ou entendendo. O importante é fazer televisão! Uma televisão que nega suas próprias características. Tudo parece ser tão ensaiado e previsível. Tudo é pré-gravado, nada jamais pode ser improvisado ou “ao vivo”.

No âmbito da *extensão*, a televisão universitária contribui com a divulgação da teoria produzida na academia para toda a sociedade. Outro aspecto é incentivar a produção de audiovisuais, fornecendo espaço para a divulgação. Pessoas que compreendem a produção de material em áudio e vídeo são mais críticas, capacitadas para enxergar além daquilo que a imagem e o som mostram.

Não há como negar também a dimensão *publicitária*, já que as emissoras televisivas universitárias projetam a instituição no meio em que são veiculadas. No entanto, essa não deve ser a missão de uma TV desta natureza. Nada contra as universitárias divulgarem as atividades das IES, desde que aquelas informações sejam verdadeiras e importantes para a sociedade. Trata-se de uma consequência da própria essência da universidade, que por si só, é um centro de informações.

Por fim, a dimensão *política* de uma TV universitária está relacionada à democratização da produção acadêmica, compartilhando o conhecimento teórico com a comunidade. Além disso, deve priorizar a prestação de serviços e conteúdo voltado para o desenvolvimento regional.

Para atuar nessas três dimensões de forma responsável e ética, as emissoras televisivas universitárias devem se pautar e primar por alguns valores: autonomia, liberdade de expressão, produção de conteúdo inovador a partir da experimentação de novas linguagens, formatos e narrativas, compromisso com conteúdos voltados à educação, cultura, desenvolvimento regional, prestação de serviços e contribuição para formação de um novo profissional de comunicação. Separados apenas por vírgulas, tais valores não podem ser dimensionados. No entanto, são eles que sustentam e garantem o profissionalismo das emissoras universitárias conforme Priolli (2007) orienta.

Quando as TVs universitárias fazem uso de seu direito de um canal a cabo e compartilham o espaço com outras IES, elas devem firmar um acordo entre si, obedecendo a legislação em vigor³⁰. No entanto, todas as universitárias devem ter preocupação com suas normas legais. A primeira delas é o regimento interno, onde devem ser apresentados a missão, os objetivos, a forma de gestão e a escolha dos gestores (dos departamentos administrativo-financeiro, programação, jornalismo, publicidade e marketing e ética), seleção e exclusão de funcionários e estagiários, previsão orçamentária (gastos com a manutenção da infraestrutura, pessoal e despesas eventuais) e código de ética. (RAMALHO, 2005)

³⁰ Um exemplo de como deve ser esse acordo está disponível na dissertação *A interdisciplinaridade na TV Universitária: um estudo de caso*, de Alzimar Rodrigues Ramalho. O site para acessar o texto é <http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/88ef5cadd0a0dcc80abdb5c6e253e67.pdf>

3.4 CENÁRIO ATUAL

O Brasil conta hoje com aproximadamente 150 TVs mantidas por universidades³¹, com transmissão em sinal aberto, via satélite, cabo, circuito fechado e na internet³².

A entidade representativa das emissoras é a Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU), fundada oficialmente em 30 de outubro de 2000³³. Em outubro de 2009, a entidade contava com 50 afiliadas³⁴: 28 são transmitidas apenas em sinal aberto ou fechado, 18 são TVs online porque retransmitem o conteúdo na internet e apenas quatro são exclusivamente virtuais, *webTVs*. As emissoras se concentram mais na região Sudeste (24 TVs universitárias, sendo 14 só no Estado de São Paulo, 8 em Minas Gerais e 2 no Rio de Janeiro), depois no Sul (13 no total; 8 no Rio Grande do Sul, 4 em Santa Catarina e 1 no Paraná), Nordeste (7 no total; 4 na Bahia, 1 no Maranhão, 1 no Ceará e 1 na Paraíba), Centro-Oeste (4 ao todo; 2 no Mato Grosso do Sul, 1 no Distrito Federal e 1 em Goiás) e Norte (2 emissoras: 1 no Pará e outra no Amazonas).

A ABTU mantém, desde 3 de junho de 2008, a Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária (RITU), reunindo em uma central vídeos enviados de toda a parte do país que poderão compor grades de programação locais das emissoras afiliadas. De acordo com o coordenador da RITU, professor Adriano Adoryan (2009), a Rede ainda não tem um fluxo contínuo, está se estruturando e compartilha atualmente, em média, três títulos por semana. “A grade nacional não está em operação por falta de massa crítica na rede. Ainda são poucos pontos oferecendo conteúdos e menos ainda exibindo o que ainda não viabiliza a grade nacional. Por hora operamos apenas como um banco de programação.” (ADORYAN, 2009).

³¹ Rever nota de rodapé 6.

³² Segundo Priolli (2004), “A Universidade Vale do Rio dos Sinos, de São Leopoldo, foi a primeira IES a transmitir a sua programação pela rede, usando tecnologia de ‘streaming’, antes mesmo de iniciar atividades na radiodifusão ou na cabodifusão.”

³³ De acordo com o atual presidente da ABTU, Cláudio Magalhães (2009), a Associação foi criada em 1997, durante o 1º Fórum Nacional de Televisão Universitária, em Caxias do Sul (RS). No 2º Fórum, em 1998, tentou-se uma aproximação com a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), o que não foi possível. No ano seguinte, na 3ª edição do evento no Rio de Janeiro, houve a tentativa de oficializar a Associação, o que só ocorreu em 2000, na capital Paulista, durante o 4º Fórum de emissoras universitárias.

³⁴ Os nomes das emissoras universitárias, as universidades que elas representam, os Estados e cidades em que estão instaladas e os sites em que podem ser acessadas encontram-se no Apêndice 2. São três tabelas que foram produzidas com base nos dados fornecidos pela ABTU.

Recentemente, a ABTU lançou uma campanha pelo Canal Digital de 6 Mhz, ou seja, quer que as TVs universitárias conquistem um lugar, em sinal aberto, na divisão de espaço da TV Digital.

A interatividade e a convergência de mídias apontam para o surgimento de novas verdades e novos parâmetros – acreditamos que para a construção da cidadania e do fortalecimento da educação libertadora. Por isso vamos demandar regulação, para que não nos falem reconhecimento jurídico, compromissos democráticos e responsabilidades. (ACHILIS et al., 2009)

A proposta foi discutida durante o II Fórum Nacional de TVs Públicas realizado de 26 a 28 de maio de 2009, em Brasília, e oficializada em uma carta redigida ao final do evento³⁵:

- que o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), incorpore os canais comunitários e universitários como players devidamente identificados no texto da Lei, disciplinando sua operação nos mesmos moldes previstos na Lei do Cabo;
- que se garanta o acesso das TVs Comunitárias e das TVs Universitárias ao espectro da TV Digital Aberta Terrestre, com possibilidade de utilização de todas as funcionalidades da tecnologia: interatividade, multiprogramação, mobilidade e multiserviço. (CARTA DE DIRETRIZES..., 2009)

Por enquanto, as TVs universitárias online ainda não tem qualquer restrição legal:

Conforme a estrutura de informática disponível, a transmissão da programação pode estar ligada diretamente ao provedor de acesso à Internet da IES. Este tipo de veiculação pode ser feito basicamente de duas formas: a primeira se assemelha muito a uma emissão normal de televisão (*broadcast*), onde o espectador conecta-se ao provedor e assiste à programação que está sendo transmitida; a segunda (*vídeo on demand*), permite que o usuário escolha a programação que deseja assistir, possibilitando, inclusive, que monte a sua própria grade (*narrowcast*). No entanto, pela quantidade de informações geradas por um vídeo, os hardwares e os softwares, assim como as capacidades de acessos simultâneas da forma de conexão dos computadores (largura de banda), são primordiais para a definição da qualidade de transmissão. (MAGALHÃES, 2002, p.31)

Mas a qualidade não pode ser só na dimensão estética, há necessidade de pensar no conteúdo. Hoje, no Brasil, muitas emissoras de universidades não dão conta de produzir a quantidade de tempo necessária para preencher o espaço que têm disponível, nos canais a cabo, por exemplo. Daí entra a reprise, tão criticada pela audiência.

³⁵ Em dezembro de 2008, o ministro da Educação Fernando Haddad anunciou um canal universitário, dentro do Canal da Educação da TV Digital brasileira. Durante o II Fórum de TVs públicas, realizado em maio de 2009, a ABTU foi convidada e aceitou participar do gerenciamento do canal.

Transmitindo via internet, e com a programação *on demand*, não há necessidade mais de repetir os programas para preencher o tempo que lhe foi determinado. Além disso, é possível considerar nos telejornais universitários online a atualidade como um dos valores mais importantes da notícia.

O telejornalismo online passa ser reconhecido como tema a ser discutido no âmbito acadêmico. Estamos diante de instrumento poderoso para o ensino de Jornalismo e para a democratização dos meios de comunicação no Brasil, principalmente em relação a seu segmento mais monopolizado, o telejornalismo. (BRASIL, 2002, p.56-57)

Diante desse cenário de incorporar e reivindicar novas tecnologias para as emissoras televisivas universitárias, verifica-se que ainda hoje os desafios das TVs acadêmicas são amplos: editoriais, administrativos, financeiros, técnicos e políticos. Como já identificou Porcello, em 2002 (p.91-92):

O desafio da TV universitária é aproximar Universidade e televisão, contribuindo para elevar o nível sócio-econômico, educativo e cultural da população. A iniciativa não tem precedentes no mundo e é nesse contexto que a televisão universitária deverá cumprir o seu papel.

Foi exatamente esse o desafio que motivou o surgimento da *TV UERJ Online*, a primeira televisão universitária online do Brasil. Desde 2001, a emissora divulga conteúdo jornalístico na *web* e experimenta novas narrativas que marcam a passagem da TV para a internet no nosso país. Para Brasil (2006b, p.12), “It is a local television with a potentially global viewing audience”³⁶.

A *TV UERJ* é fruto da vontade pessoal de absorver, registrar, buscar, revisar, documentar e passar adiante o conteúdo sistematizado dos resultados alcançados. (BRASIL, 2006b, p.9). Trata-se da vivência de um jornalismo de guerrilha, como será relatado no próximo capítulo.

³⁶ “É uma televisão local com a potencialidade de uma audiência global.” [T.A.]

4 TV UERJ

4.1 PRINCIPAIS MOMENTOS DE 2001 A 2009

Segunda-feira, 14 de maio de 2001, sete horas da noite. Está no ar o *TJ UERJ Online*, o primeiro *webjornal* audiovisual universitário do mundo³⁷. Para a estreia, muito imprevisto, entusiasmo e boa vontade. O Laboratório de Vídeo (LTV) da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), inaugurado em 1994, estava em reformas³⁸ e a edição número um do telejornal que iria para a internet foi produzida, editada e exibida no Laboratório de Áudio. No local, de 4m x 20m, foi alocada, provisoriamente, toda a infraestrutura da emissora virtual, que começou com duas ilhas de edição não-lineares, um computador e quatro câmeras filmadoras S-VHS.

O primeiro problema a ser enfrentado era o tecnológico. Como produzir conteúdo e onde colocar as produções se a Universidade não oferecia espaço? A solução foi hospedar o *TJ UERJ Online* no site www.tjuerj.hpg.com.br, que não existe mais. O sistema de hospedagem era gratuito, não tinha exigências em relação ao formato de vídeo e o mais interessante: foi o primeiro provedor que não fazia restrição sobre o uso do espaço.

À frente do projeto, o professor Antonio Brasil³⁹, o jornalista e funcionário do Laboratório de TV na época, Fabio Penna, e os estagiários do LTV, que já tinham experiência na produção de telejornais para exibição em circuito fechado. Penna (2005)⁴⁰ relembra como foi o lançamento: “A primeira edição do Telejornal UERJ Online não teve apresentador. Essa era uma idéia que só se concretizou mais tarde, com a criação dos boletins diários. A primeira versão do jornal trazia apenas matérias, povo-fala e entrevistas.”

O reconhecimento das demais mídias veio imediatamente. Gilberto Dimenstein foi o primeiro jornalista a citar o projeto na versão online da *Folha de S. Paulo* em 2001. O site *WebNews* destacou o projeto no cenário internacional. (BRASIL, 2009b)

³⁷ Atualmente, o telejornal, assim como toda a programação da *TV UERJ*, está disponível no endereço eletrônico: <http://www.tvuerj.uerj.br>

³⁸ O estúdio do Laboratório de TV da UERJ ficou pronto e foi inaugurado em 12 de dezembro de 2001, quando recebeu o nome de Estúdio Alberto Dines.

³⁹ Nota de rodapé 2 traz, resumidamente, o currículo do professor idealizador da *TV UERJ*.

⁴⁰ Fabio Penna, em 2005, quando estava deixando o Laboratório de TV da UERJ, redigiu um relato da experiência vivida pela equipe desde o surgimento da emissora. O texto, ainda não publicado, foi arquivado pelo professor Antonio Brasil e cedido, na íntegra, à pesquisadora.

Em entrevista ao site *Jornalistas da Web*, o professor coordenador do projeto, Antonio Brasil, descreveu o início das atividades:

Foi uma decisão no grito. Um dia eu cheguei no laboratório de Comunicação da UERJ e estava uma crise no telejornal porque o formato estava chato, ninguém mais queria fazer. Então eu disse: gente, vamos fazer um telejornal na internet. Aí saímos pesquisando na própria internet e chamamos pessoas que entendiam do assunto para saber se era um projeto viável. Acabamos descobrindo que não precisávamos gastar uma fortuna. Na internet todas as ferramentas estão disponíveis. Para você ter uma idéia eu pensava que o projeto ia começar em dezembro deste ano [refere-se a 2001]. De repente, em uma semana ele já estava no ar. (BRASIL *apud* ROCHA, 2001)

Na mesma entrevista, publicada em 3 de julho de 2001, Brasil (*apud* ROCHA, 2001) justifica a escolha da internet como suporte para o telejornal da UERJ.

Se você for comparar em termos de inovação da linguagem o telejornalismo com os programas de auditório você vai perceber que o telejornalismo é o mesmo há 20 anos. E se você for à China ou nos EUA, o telejornal é uma pessoa sentada em plano americano com um símbolo do lado esquerdo, onde vão aparecer notícias de vez em quando. É formal, é pouquíssimo criativo, é conservador. Por isso a gente está tentando usar a internet para mexer um pouquinho na linguagem, apesar da falta de recursos. Essa é a essência do nosso telejornal: nós temos a possibilidade de errar. É lógico que algumas coisas vão ser ruins, outras vão ser péssimas e pouquíssimas vão ser boas. Mas é assim que se experimenta. O que não se pode achar é que telejornalismo não é experimentável.

A ideia do professor de inovar o telejornalismo a partir de experiências no âmbito acadêmico começou na Universidade Estácio de Sá, onde ele era coordenador da TV universitária⁴¹. Ainda em 1999, Brasil coordenou o inovador programa jornalístico *Caderno U*, uma revista semanal produzida por alunos e professores de cursos de Jornalismo de instituições públicas e particulares da capital carioca.

⁴¹ Na Estácio de Sá (RJ), Antonio Brasil criou, implantou e coordenou por seis meses o telejornal *Estácio no Ar*, que chegou a ser exibido diariamente ao vivo, e que foi premiado como o melhor telejornal universitário do país, em 1999, pela Expocom (Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação), o mais importante prêmio brasileiro concedido a estudantes dos cursos de Comunicação Social. Antes disso, o projeto embrião foi a TV do poste. O conteúdo produzido pelos alunos de jornalismo era exibido em um circuito “improvisado”.



Figura 1 – Gravação do *Caderno U*, veiculado pelo *Canal Universitário* (RJ)⁴².
Disponível em: http://www.rodrigorodrigues.com.br/telinha_txt.html
Acesso em 3 nov. 2009

Um ano depois, o programa, veiculado pelo Canal Universitário do Rio de Janeiro (UTV), deixou de existir, conforme relata Brasil (*apud* ROCHA, 2001):

O problema é que no programa de televisão a cabo, como todo programa de televisão, você tem um monitoramento institucional. Para quem faz mudanças de linguagem para quem quer fazer o que a gente chama guerrilha no vídeo, usando videojornalismo e tudo mais que possa ser proibido, é difícil.

No início, a *TV UERJ* tinha uma equipe formada por 20 alunos. Todos responsáveis pelas constantes alterações na *homepage* (o que será descrito no próximo tópico) e pelo conteúdo. O investimento na produção de boletins ampliou as pautas da emissora, além de servir como uma importante atividade de experimentação.

Resolvemos arriscar. Os boletins foram apresentados de diversas formas: um apresentador, em dupla, sentado, de pé, com fundo chapado, com fundo de redação, com fundo bagunçado, enfim, um treinamento árduo e constante. Os alunos eram submetidos a apresentações diárias e com isso aprenderam a falar. (PENNA, 2005)

E para não colocar limites na experimentação, o professor coordenador abriu espaço para qualquer aluno de todos os períodos dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas da UERJ. Segundo Brasil (*apud* ROCHA, 2001), quanto menos conhecimento sobre televisão e telejornalismo, mais chance há de inovar em formato e linguagem. Até hoje para integrar a equipe, o aluno entra como voluntário e, se realmente estiver envolvido com o projeto, é promovido a estagiário e passa a receber uma bolsa-auxílio, atualmente, no valor de R\$ 250,00.

A primeira fase do *TJ UERJ* teve seu ápice com a experiência de exibição do telejornal ao vivo, a partir de 2002. A primeira editora-chefe do jornalístico foi Elisa

⁴² Da esquerda para a direita: Antonio Brasil, Rodrigo Rodrigues (atual apresentador do programa *Vitrine*, da *TV Cultura*) e Ana Paula Campos (atual apresentadora da *Globo News*) entrevistam Domingos Meirelles (repórter especial da *Rede Globo*).

Antoun, que manteve a regularidade do programa em 200 edições. Penna (2009) relembra a primeira transmissão em tempo real:

Depois de alguns testes técnicos, resolvemos fazer a primeira transmissão ao vivo. A primeira pessoa que apareceu foi Thaissa Lemos. Ela nunca tinha feito nada parecido na vida e resolvemos colocá-la para fazer mesmo assim. Foi uma grata surpresa para nós e para ela mesma.

A transmissão ao vivo do telejornal projetou o nome da emissora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. No dia 5 de setembro de 2002, o projeto *TJ UERJ* recebeu o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação na categoria “Grupo Inovador”. O concurso, promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom), é um dos mais importantes do país.

Além disso, no mesmo ano, a *TV UERJ* firmou parceria com o projeto *Student News*, da rede americana de notícias *CNN*, para a produção e envio de reportagens sobre o Brasil.

O projeto *Student News* foi fundamental para treinarmos estudantes para produzir matérias dentro do padrão *CNN*. Nosso Laboratório foi avaliado pelos responsáveis e aprovado para ser uma espécie de Bureau da *CNN* no Brasil. Fomos a única instituição de ensino credenciada pela *CNN*. Nossos alunos/as ofereciam pautas que eram aprovadas e produzidas sob orientação dos jornalistas em Atlanta na Geórgia, sede da *CNN*. Pelo telefone eles checavam até mesmo a leitura dos offs em inglês. As matérias foram incluídas na programação da *CNN National* e *International*. Muitos alunos/as passaram a se interessar pelo jornalismo internacional após participarem do projeto. Creio que despertamos novas carreiras nessa área. (BRASIL, 2009b)

O reconhecimento da *TV UERJ* no cenário internacional refletia diretamente no comprometimento da equipe, sempre em busca de uma linguagem nova, usando a criatividade já que, na época, não existiam referências. É o que descreve Penna em seu relato escrito em 2005:

A intuição tem limite e a autocrítica nessas horas já foi rendida pela falsa segurança que pequenas produções proporcionam. Eles querem seguir por conta própria e isso tem um preço: os clichês das TVs universitárias. É gritante a semelhança das produções de estudantes de diferentes lugares do Brasil. Temas óbvios, enquadramentos padrão, edições sem ousadia e uma gama de erros do que chamo de leitura psicológica do vídeo. Em outras palavras: fica chato! Isso acontece porque a única preocupação é “fazer”. O “pensar” fica de lado, pois seguem apenas a uma série de poucas regras pré-estabelecidas. Não criam o próprio estilo, não se garantem numa estética inovadora, enfim, não fazem da Universidade um ambiente de criação e descoberta, mas sim uma oficina de produção pobre.

Foi também nos dois primeiros anos da emissora que o coordenador do

projeto organizou e realizou os dois únicos eventos específicos sobre jornalismo televisivo na rede no país. Em 2001, durante o *1º Seminário de Telejornalismo Online*⁴³ foram temas de discussão a geração digital, o espaço de experimentação e as ferramentas de controle da internet, a videorreportagem e o projeto *telejornalismo.com*, idealizado por Luís Carlos Bittencourt, que propunha a criação de um site para discutir o telejornalismo. O evento resultou em um livro (*Telejornalismo on-line em debate*), com todas as conferências disponíveis em um CD-ROM.

O *2º Seminário de Telejornalismo Online*, realizado em 14/05/2002, contou com a participação de John Pavlik, professor norte-americano da Universidade de Columbia, Gabriel Priolli, Marcelo Tas (ambos, na época, trabalhavam no programa *Vitrine*, da *TV Cultura*), Sebastião Squirra (professor da Universidade Metodista de São Paulo), Nilson Lage (professor da Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC), Leonardo Moura (editor dos sites do *GNT*) e André Tácito (especialista da *Apple* em programas para edição não-linear). O moderador foi o professor Antonio Brasil.

Durante o seminário, surgiu a ideia de ampliar a grade de programação da emissora virtual da UERJ. Dois novos programas surgiram: o *TJ na Copa* (que foi exibido durante todo o período da Copa do Mundo de 2002) e o *Penúltimas Notícias* (no ar até 2003, com 120 edições, depois retomado em 2004).

O *TJ na Copa* era um trocadilho interessante, porque os apresentadores discutiam os fatos da disputa almoçando “na copa”. Depois desse programa, removíamos os pratos do estúdio e entrava no ar o PN [Penúltimas Notícias], com notícias irreverentes e muita conversa. Os dois programas eram transmitidos ao vivo e assistidos por pessoas de vários estados, que participavam via ICQ, debatendo com os apresentadores. (PENNA, 2005)

A grade de programação ampliada fez com que o nome do projeto fosse reformulado passando de *TJ UERJ* para *TV UERJ*⁴⁴.

De acordo com os relatos de Penna (2005), os novos produtos jornalísticos na grade de programação da emissora contribuíram no desenvolvimento das técnicas jornalísticas dos estagiários, para uma melhor organização da equipe e principalmente para o despertar sobre uma nova linguagem *webtelevisual*. O cumprimento dessas metas marcou o

⁴³ O 1º Seminário de Telejornalismo Online foi realizado no dia 15/05/2001 com a participação de Pedro Paulo Carneiro, Pedro Dória, Cora Rónai, Luís Nachbin e Luís Carlos Bittencourt.

⁴⁴ De acordo com Antonio Brasil (2009b), desde o início do projeto houve resistência por parte da Universidade sobre a escolha do nome da emissora. Segundo o coordenador, o entendimento que se tinha era que o projeto não poderia receber o nome de TV UERJ porque não representava a instituição como um todo, era uma experiência da Faculdade de Comunicação Social. Alguns tensionamentos surgiram até que o nome fosse escolhido.

início e o desenvolvimento da segunda fase da emissora pioneira no fazer TV para a internet no ambiente universitário.

Fabio Penna era diretor do programa *Penúltimas Notícias*, respondendo pela principal ferramenta interativa da emissora: a conversa com o *webespectador*.

Usamos programas de comunicação instantânea para divulgar o que estávamos fazendo e nos relacionar com as pessoas. Sim, conversar mesmo. O programa tinha um roteiro que era impedido constantemente por alguém que representava os internautas. Esse alguém era eu. Os dois apresentadores me chamavam de diretor e eu participava lendo as opiniões que as pessoas mandavam. Nem precisa dizer como era divertido. (PENNA, 2005)

Divertido e formativo. Para Brasil (2006c), as TVs universitárias têm um “[...] lado vitrine, quando expõe o aluno; o educacional, pois ensina a ele; e o comunitário, que tira o estigma de ter que se pertencer à família Marinho para ter um canal de televisão.”

De acordo com Penna (2005), a participação dos internautas nas edições dos telejornais, ajudou a treinar o improviso dos apresentadores, já que os TJs, naquela época, tinham duração de oito a dez minutos. Estagiários ficavam em outro computador, primeiramente, via ICQ⁴⁵; depois, via MSN (*Windows Live Messenger*, o mais conhecido programa de mensagens instantâneas no país) e passavam as perguntas aos apresentadores por meio de um ponto eletrônico.

Um episódio interessante que trata da interatividade é descrito por Brasil em um texto publicado na Associação Brasileira de Imprensa (ABI), em 21 de julho de 2006.

Em mídia fragmentada, o interessante é saber quem assiste. Soubemos, certa vez, de uma menina de Tel-Aviv que viu uma transmissão ao vivo do “TJ UERJ” e, mesmo sem entender nada do idioma, se emocionou. A equipe ficou de queixo caído: um projeto experimental estava sendo visto do outro lado mundo. (BRASIL, 2006c)

A utilização dos softwares que possibilitam a troca de mensagens instantaneamente resultou em uma constatação para a equipe: a importância da personalização do público. Penna (2005) revela essa descoberta ao mencionar que não adiantava mandar a mesma mensagem a todos os cadastrados nos programas de conversas instantâneas. Para conquistar o público, era preciso dar um tratamento individual.

No dia 4 de julho de 2002, a equipe do *Penúltimas* vivenciou uma experiência interessante ao contar com a participação de brasileiros que moravam fora do

⁴⁵ ICQ (*I seek you*, Procurando Você): Programa pioneiro de mensagens instantâneas desenvolvido pela *Mirabilis*, que permite “encontrar amigos ou pessoas conectadas em tempo real e manter conversas ou sessões de chat. Para isso, é necessário que a outra pessoa também tenha o programa instalado em seu computador e esteja registrada na rede ICQ.” (LEIRIA; PORTELLA, 1998, p.104)

país. Eles participaram, ao vivo, via ICQ, falando da preocupação sobre novos ataques terroristas nos Estados Unidos.

Desde quando a *TV UERJ* foi criada, cerca de 300 alunos de Jornalismo ou Relações Públicas participaram do projeto. Ao se integrar na equipe, os novatos recebem treinamento dos estagiários que estão há mais tempo no projeto. O treinamento inclui as questões técnicas e operacionais para lidar com os equipamentos, mas, sobretudo, evidencia a preocupação com o jornalismo ali praticado. Um sinal de que para sobreviver é preciso agir de forma responsável. Quando a grade de programação da emissora foi ampliada⁴⁶, Penna (2005) escreveu:

O telejornalismo universitário tem um problema: onde exibir o que se produz. Esse é um dos motivos pelos quais poucos alunos se mantêm interessados nos projetos de TV. Mostrar em casa já viraria uma rotina cansativa e não teria nada de útil. Algo que aprendi como aluno produtor de um jornal universitário é que ele deve servir para alguma coisa. O que fiz como responsável na época foi criar pautas que interessassem àqueles que conviviam conosco. Funcionários, alunos, professores ou seja lá quem fosse que andasse pelos andares do prédio onde estavam instalados os televisores. Na hora do jornal, as pessoas paravam para ver. Por vezes nem mesmo por um motivo de informação, mas só mesmo para se ver, pois ela havia sido entrevistada na produção do dia. Daí criávamos diversas pautas como “Pergunte ao diretor”. Um aluno fazia uma pergunta e íamos até o diretor para que ele a respondesse. De nada adiantaria tentar dar as notícias que um jornal de rede ou local pudesse dar, porque seríamos infinitamente inferiores. A idéia é criar um estilo, não copiar. (PENNA, 2005)

E criar depende de liberdade, conceito bastante presente na primeira TV universitária do Brasil e, inclusive, alguns momentos interpretados de uma forma diferente. Penna (2005) conta que chegou a presenciar a criação de alguns programas que ficaram pouco tempo no ar e não foram levados adiante porque não contribuía com a pesquisa, priorizavam a comicidade e o amadorismo. Para Brasil (2009b), independência, autonomia, criatividade e ousadia são incentivados. Entretanto, o aluno deve reconhecer a importância da responsabilidade na produção do conteúdo.

Outro fato pioneiro e com o objetivo de experimentar a convergência midiática foi a parceria com o *Observatório da Imprensa* (OI)⁴⁷, coordenado pelo jornalista

⁴⁶ Além do *TJ UERJ*, *Penúltimas Notícias* e o *TJ na Copa*, também integraram a grade de programação da *TV UERJ*, só que de forma passageira, os seguintes programas: *Clube do Bolão*, *Documentários UERJ*, *Galeria Cultural* (que depois se transformou no *ETC!*), *Bola Murcha*, *Aqui na UERJ*, *UERJ Rural*, *Distorção* (com música ao vivo) e *UERJ Futebol Clube*.

⁴⁷ O *Observatório da Imprensa* é uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo. Em 1998, tornou-se o primeiro site brasileiro a ter uma versão televisiva e, em 2005, migrou para o rádio. Na atualidade é um fórum permanente, onde a sociedade pode se manifestar e participar discutindo diferentes questões relacionadas à imprensa. (BECKER; TEIXEIRA, 2008c)

Alberto Dines. Em 2002, os estagiários da UERJ puderam participar de várias edições do programa televisivo, na época transmitido em rede nacional pela *TVE* do Rio de Janeiro e *Rede Brasil de TV* (hoje o programa é veiculado na *TV Cultura* e *TV Brasil*), com perguntas ao vivo feitas no estúdio da Faculdade⁴⁸. Atualmente, a parceria com o OI resulta na concessão de bolsa para o estagiário⁴⁹ trabalhar na produção do programa.

Mais um apoio importante ao projeto da *TV UERJ* foi do portal *Painel Brasil*, que edita diariamente o *Clipping Notícias*. Em 2004, o portal passou a abrigar o conteúdo da emissora, que mudou para o endereço eletrônico www.painelbrasil.tv/tvuerj, usufruindo do provedor de acesso gratuito.

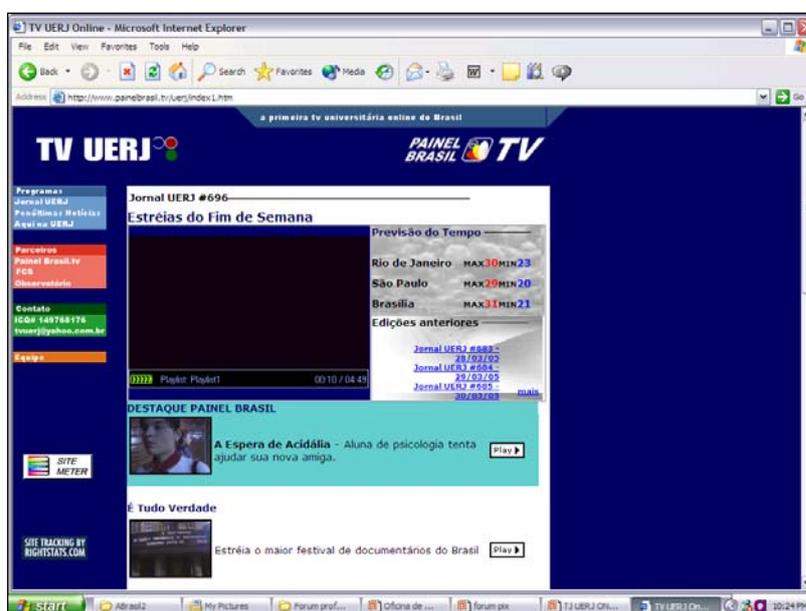


Figura 2 – Design destaca parceria com *Painel Brasil* (2005); *TV UERJ* na 3ª fase

A parceria com o *Painel Brasil* durou até 2006, quando o site migrou para o endereço www.tvuerj.uerj.br, onde permanece até hoje, utilizando o domínio fornecido pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

A terceira fase de desenvolvimento da emissora se caracteriza pelos diversos desafios que surgiram e o esforço para a sobrevivência do projeto em busca de uma diferente linguagem a partir das características do *webjornalismo* audiovisual.

Em 2005, a *TV UERJ* sai na frente novamente ao fazer a primeira

⁴⁸ A mesma parceria foi realizada com Alberto Luchetti. Estagiários da *TV UERJ*, durante um período, participaram ao vivo de programas jornalísticos da grade de programação da *allTV*.

⁴⁹ A primeira estagiária a ser beneficiada com a bolsa de estudo fruto da parceria com o *Observatório da Imprensa* foi Andréa Cozzolino. A experiência no currículo ajudou a jornalista na cobertura das Olimpíadas da China, em 2008. Na oportunidade, a ex-estagiária fez vídeos divulgados pela *TV UERJ*.

transmissão ao vivo do maior congresso de comunicação brasileiro. A emissora transmitiu em rede nacional a abertura da XXVIII Intercom, realizado no Rio de Janeiro, no dia 6 de setembro. Participaram de uma mesa redonda mediada pelo professor João Pedro Dias Vieira, os jornalistas da *Rede Globo* Ali Kamel, Fátima Bernardes, William Bonner e Zileide Silva, que falaram sobre a produção do *Jornal Nacional*. Dois meses depois, em novembro de 2005, outra cobertura em tempo real feita pela *TV UERJ*: um evento promovido pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji). O V Seminário Eso-IETV de Jornalismo, realizado em junho de 2008, também teve transmissão ao vivo pela internet, graças aos estagiários do LTV da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Além das parcerias com diversas entidades e a participação em diferentes projetos, o que ajudou a emissora a se solidificar enquanto projeto de TV universitária modelo foi a divulgação feita por Antonio Brasil enquanto realizava a pesquisa de pós-doutorado na *Rutgers*, em New Jersey, nos EUA. O professor participou de diversos eventos internacionais, ministrou palestras sobre o assunto e produziu artigos contando a experiência brasileira.

No texto *Investigating the impact of Internet TV on multimedia journalism and journalism education: a Brazilian study case*, Brasil (2006b) relata o resultado de sua pesquisa sobre os quatro primeiros anos de funcionamento da emissora, que passou a transmitir conteúdo diariamente na internet dois meses após seu lançamento. Em 2005, 75% da participação do público era via ICQ, 20% por email e 5% por outros meios (pessoalmente ou por telefone) (BRASIL, 2006b). A média de acesso diária, a quantidade de vídeos disponíveis *on demand* e o tempo de transmissão ao vivo foram crescendo ano a ano, conforme demonstra a tabela a seguir.

TABELA 2 - Números da *TV UERJ* 2001 a 2004

Ano	Acessos Diários	Vídeos para <i>download</i>	Programação ao vivo
2001	100	40	5 min./dia
2002	150	600	3h10min./dia
2003	350	500	4 horas/dia
2004	730	700	6,5 horas/dia

Fonte: BRASIL (2006b)

Nos primeiros quatro anos, a média de acessos diária aumentou 630%, a quantidade de vídeos disponível para *download* foi crescendo, chegando a 700 arquivos em 2004, e o tempo de exposição ao vivo também, somando mais de seis horas de exposição diária. O principal motivo do aumento das exibições em tempo real foi a ideia da *Casa dos*

Jornalistas. Uma câmera exibia imagens da redação da *TV UERJ* durante um período do dia revelando desde as reuniões de pauta até o fechamento das edições. Depois desta pesquisa não foram mais sistematizadas e publicadas informações que atualizem esses dados.

Segundo o coordenador da emissora (BRASIL, 2009b), a quantidade de acessos varia muito na atualidade.

Quantidade ou índice de audiência é referência dos meios tradicionais como a TV ou o rádio. Estamos interessados em qualidade de audiência. Estamos desenvolvendo um projeto experimental de jornalismo e de ensino de jornalismo em conjunto com o nosso público. Eles não são audiência. São parceiros.

Até 2006, a *TV UERJ* comemorou seis milhões de acessos⁵⁰. A partir de então, os estagiários passaram a disponibilizar os vídeos no *YouTube*. Um ano depois (24/06/2007) eles mesmos criaram um canal específico⁵¹ para reunir e organizar todo o material produzido pela emissora. Para ser ter uma ideia quantitativa desta produção, um *post* do estagiário Marcos Nascimento, no *Blog* da *TV UERJ*, relata que o 500º vídeo postado no *YouTube* entrou no ar no dia 7 de novembro de 2008.

Que esses 500 vídeos, que não são nem de longe o número real de conteúdo produzido pela *TV UERJ*, possam ficar registrados para a posteridade como um trabalho árduo, louco, ousado, inovador, difícil, mas incrivelmente divertido. E que venham mais 500 e eu possa escrever sobre os 1000 vídeos no Youtube, lembrando como era bom o meu tempo de LV. (NASCIMENTO, 2008)

O prêmio mais recente conquistado pela *TV UERJ* foi em 2007: menção honrosa do *Top Comm Award* na categoria IPTV (*Internet Protocol Television*). O concurso, organizado por 22 entidades na área de Comunicação com apoio do governo federal, tem o objetivo de estimular projetos com a experiência de convergência digital.

O reconhecimento continuou a fortalecer a equipe. Em 2008, a *TV UERJ* se destaca na cobertura da invasão da reitoria da Universidade, que ocorreu no dia 10 de setembro e durou vinte dias. A emissora foi a única a conseguir as imagens, cedidas depois para TVs convencionais.

Atualmente, são quatro os programas da emissora carioca:

1) *TJ UERJ Online*: exibido diariamente, às 17h30, ao vivo. Aborda as principais notícias da UERJ e da cidade do Rio de Janeiro;

⁵⁰ Neste mesmo ano, surge a parceria com o Instituto de Estudos de Televisão (IETV), do qual Antonio Brasil é coordenador acadêmico. A primeira ideia era produzir em conjunto um telejornal sobre Meio Ambiente.

⁵¹ O canal pode ser acessado em www.youtube.com.br/tvuerj. Antes da criação deste canal, os vídeos eram postados nas contas pessoais dos estagiários.

2) *TV UERJ Esportes*: às segundas e quintas-feiras ao vivo no site, às 16h30. Trata do universo esportivo, destacando as rodadas dos campeonatos de futebol do país;

3) *Penúltimas*: programa temático de debates sobre assuntos gerais com a presença de um convidado ao vivo. Veiculado todas as quartas-feiras, às 16h30;

4) *ETC!:* exibido às sextas-feiras, é um programa de cultura e variedades, com dicas de lazer para o final de semana.

Como foi visto até aqui, a primeira fase da *TV UERJ*, 2001-2002, foi marcada pelo improviso, experimentação e o reconhecimento do projeto no âmbito nacional e internacional. De acordo com o professor coordenador do projeto, Antonio Brasil (2009b), o objetivo inicial do *TJ UERJ* era ser a base de uma nova metodologia de ensino para combater a inércia de ensinar jornalismo sem televisão:

A nossa única opção para produzir telejornais foi a utilização da Internet. No passado, já havíamos desenvolvido telejornais para circuito interno de TVs em universidades, as “TVs do poste”. Uma forma rudimentar de fazer TV com uma câmera ligada a monitores espalhados pelo campus da universidade. Produzíamos programas ao vivo, telejornais inclusive e programas de variedade. A nossa TV começa de forma rudimentar. Dessa forma, desenvolvemos o conceito de Guerrilha Tecnológica. Não esperamos as condições ideais. Fazemos com o que temos. O projeto da TV UERJ, a primeira TV universitária na Internet com programação regular e ao vivo é resultado desse conceito.

Ainda de acordo com Brasil (2009b), a *TV UERJ* deve ser compreendida como um projeto de comunicação multimídia, que tem a proposta de desenvolver uma plataforma de comunicação experimental e educacional. Uma preocupação que surgiu na segunda fase (2002-2005), marcada pela transformação do *TJ UERJ* em *TV UERJ Online* com grade de programação ampliada, exibição de 700 edições de telejornais, e vivência de experiências inovadoras para uma nova linguagem. O reconhecimento do projeto e as parcerias realizadas contribuíram para essa evolução.

A terceira fase da TV online da UERJ, que se iniciou em 2005, assume como meta a sobrevivência em busca de uma linguagem própria, inovando a partir da utilização dos recursos que a rede oferece. Brasil (2009b) faz projeções para o futuro do projeto:

Antes de tudo, sobreviver. Mas também gostaríamos de ter condições para experimentar e ousar mais em termos de linguagem e conteúdo para TV. Somos um laboratório e temos que investir em inovações que poderão ser úteis para o futuro da comunicação na rede. Precisamos criar novos programas para a nossa TV. Outro projeto é desenvolver um espaço para acolhimento de vídeos como YouTube para vídeos universitários – produzidos por alunos, funcionários e professores de universidades. Mas o mais importante seria implantar uma idéia antiga: a Casa do Jornalista. Queríamos mostrar os bastidores da produção de um telejornal e de uma TV ao vivo com transmissões 24 horas ao vivo pela Internet. Um reality show universitário na rede que mostre a formação de nossos alunos/as, a formação de jornalistas do futuro!

E os sonhos do coordenador vão além: “Quem sabe, um dia, conseguimos pensar em uma rede mundial de TVs universitárias pela Internet?” (BRASIL, 2009b). Por que não?

4.2 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO SITE

Oito anos se passaram e a *TV UERJ Online* sobrevive como um projeto experimental. Ao longo desse período, a primeira emissora televisiva universitária do país passou por três fases. Em cada um desses momentos, procurou adequar a forma de apresentação do site ao seu conteúdo. Não foi possível precisar, neste estudo, quantos *layouts* diferentes a emissora desenvolveu ao longo de sua história. A maioria do material apresentado e analisado aqui até então estava arquivado na memória dos computadores e com os ex-funcionários da emissora.

A metodologia empregada neste tópico é uma análise descritiva do site da *TV UERJ* a partir da proposta do Grupo de Jornalismo On-line da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, o GJOL. O objetivo é recompor a trajetória histórico-evolutiva da primeira TV universitária online do país, que se apropria das novas tecnologias para combinar texto, imagem e som no contexto do ciberespaço.

A estratégia metodológica do GJOL foi implantada em 1995 e sugere uma análise híbrida, a partir de procedimentos qualitativo e quantitativo. Para tanto, o pesquisador deve percorrer três etapas.

A primeira fase consiste na revisão preliminar da bibliografia por meio de uma pesquisa exploratória para ter maior familiaridade com a temática abordada. Neste estudo, o resultado desta etapa foi apresentado nos capítulos dois e três, que compõem o corte teórico, e que contribuirão para um olhar inicial sobre o objeto.

Em seguida, é preciso fazer a delimitação do objeto de estudo. Os critérios utilizados devem ser, de acordo com Machado e Palácios (2008, p.204):

1) originalidade; 2) representatividade e 3) diversidade. Estes critérios existem para facilitar o trabalho de seleção. Ao longo do tempo verificamos que quanto mais original for a organização, mais adequada será para os propósitos do pesquisador; quanto mais representativa de uma tendência mais chances terá de ser incluída e quanto mais distante das tendências dominantes levantadas melhor porque serve como contraprova.

Desta forma, foi feita a opção por um estudo de caso da *TV UERJ Online*, que é *original* por ser a pioneira enquanto emissora televisiva universitária online, *representa* um modelo a ser seguido e destaca-se por ter assumido a *diversidade*, a partir da experimentação como linha mestre para sua evolução.

Esta não é a primeira vez que a emissora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro é objeto de estudo científico. Nogueira (2005) e Becker (2007, 2008 e 2009), utilizando a metodologia do GJOL, analisaram a *TV UERJ* comparando-a com outras emissoras televisivas na rede, durante períodos de tempo determinados. A proposta deste estudo inova no sentido de que tem o objetivo de fazer comparações, a partir de categorias pré-estabelecidas, mas ao longo da história do mesmo veículo, de 2001 a 2009.

Para esta análise, a pesquisadora utilizou os mesmos instrumentos de coleta de dados que as pesquisas anteriores: a observação das atividades do grupo e entrevista com integrantes da equipe. Mas, além disso, por ter que trabalhar com arquivos antigos e não somente com os que estão à disposição na *web*, foi feita a análise documental dos *layouts* do site desde 2001. Isso porque antes de ser uma emissora televisiva, a *TV UERJ* é um site, cujo *layout* é o primeiro contato do internauta com o conteúdo jornalístico produzido pelos estagiários. Ex-funcionários do Laboratório de TV da UERJ, Manoel Magalhães (2009b) e Fabio Penna (2009), foram fundamentais nesse processo ao buscar em seus arquivos pessoais os exemplos aqui analisados como também esclarecer algumas dúvidas referentes aos dados apresentados.

A definição das categorias de análise, segundo Machado e Palácios (2008, p.207), faz parte da terceira e última fase da metodologia proposta pelo GJOL. “Os conceitos e as categorias de análise são formulações abstratas, elaboradas com a finalidade de definir e descrever realidades ou objetos”.

Nesta dissertação, serão analisadas de forma descritiva as seguintes categorias: arquitetura do site, hipertextualidade, editorialização, interatividade e memória.

- a) Arquitetura do site – são as diferentes maneiras que as informações são disponibilizadas no site.
- b) Hipertextualidade – é o percurso de leitura diverso a cada acesso, fazendo uso de múltiplas fontes e conteúdos adicionais por meio de diferentes tipos de links. Com a hipertextualidade, a mesma infraestrutura do site oferece serviços que antes precisavam mais de um suporte para serem transmitidos. O hipertexto rompe com a linearidade e descentraliza a relação entre emissor e receptor.
- c) Editorialização – remete ao conteúdo e à forma, são os tipos de informações transmitidas e suas atualizações. Identifica como e quais conteúdos são hierarquizados e a atualidade das notícias apresentadas.
- d) Interatividade – Não é o que caracteriza o site, mas está dentro dele. É o espaço de manifestação do internauta, seja simplesmente para se posicionar – como, por exemplo, mandando emails –, para responder a um estímulo – votando em uma enquete –, ou até mesmo produzindo conteúdo. O objetivo das ferramentas interativas é fidelizar o público.
- e) Memória – acúmulo de informações, como é feito o arquivamento para que o material fique à disposição e possa ser localizado pelos sistemas de busca. O *webjornalismo* audiovisual assume a função de memória coletiva, afastando o estigma artificial que a TV carrega ao longo de décadas.

Como foi visto no tópico anterior, em 2001, existia apenas o *TJ UERJ Online* na grade de programação da emissora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Durante seu primeiro ano de funcionamento, o *layout* do site que hospedava o telejornal foi alterado quatro vezes, conforme pode ser verificado nas figuras 3, 4, 5 e 6.

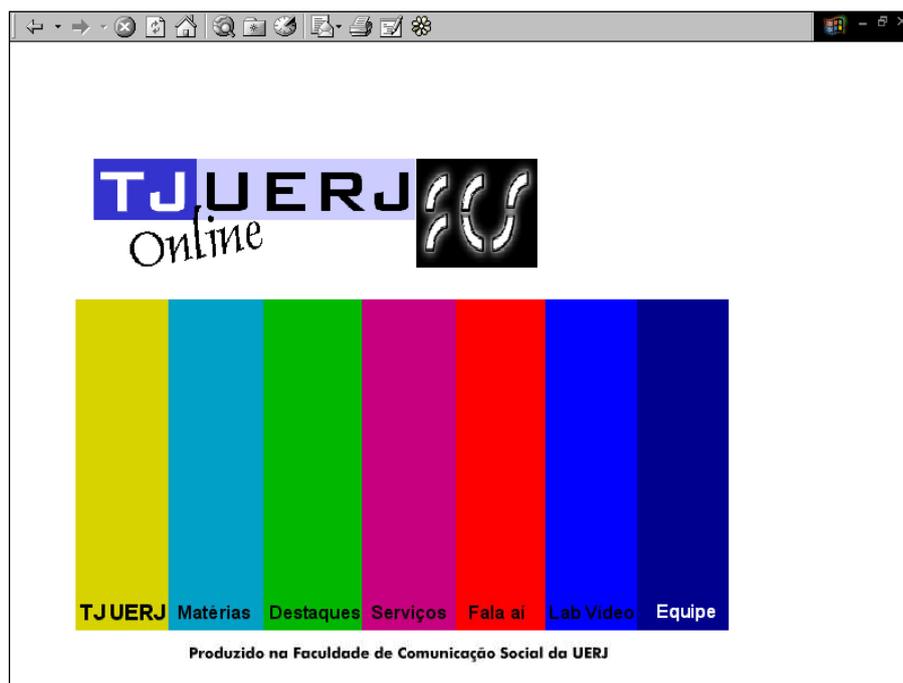


Figura 3 - Primeiro *layout* do *TJ UERJ*, em 2001

As mudanças foram muito significativas quanto à arquitetura do site e à editorialização. No lançamento, a página de abertura do telejornal, remete ao sinal de teste usado para avaliação simples da imagem: a *color bar*. Cada cor representava uma seção do site. Para ter acesso ao conteúdo, o internauta tinha que clicar nos textos que funcionavam como hiperlinks. Quando clicados, os hiperlinks remetiam diretamente ao vídeo, o que significa a utilização da hipertextualidade desde o primeiro momento.

Já quanto à editorialização, nota-se que as seções foram colocadas em ordem de importância da esquerda para a direita. Além disso, o primeiro link, “TJ UERJ”, está grafado em caixa alta, para chamar ainda mais a atenção do internauta.

Quanto à memória do site, o primeiro *design* tinha espaço intitulado “Matérias” para arquivar as reportagens veiculadas no telejornal.

Também nesse momento vê-se a preocupação com a interatividade, com o lançamento da seção “Fala aí”, em que o internauta poderia dar sua opinião, sugestões ou críticas sobre a emissora, por meio de vídeos. Poucos dias depois do lançamento, a página foi remodelada e o novo *layout* (figura 4) passou a ser específico para o *TJ UERJ*. Mais uma ferramenta de interatividade é criada: o “Email”.



Figura 4 – Dez dias após o lançamento, site do *TJ UERJ* tem novo layout

Além de nova ferramenta interativa, outras seções foram incorporadas à página inicial, que entrou no ar dez dias após o lançamento da emissora: “Entrevista”, “Livros”, “Agenda”, “Cultural”, “Internet” e “Informações”. Em vista das novidades, a arquitetura do site mudou completamente. No topo da página, as seções e, logo abaixo, a reportagem é posicionada e ganha destaque por ser a principal daquele dia.

Inovação também na hipertextualidade. Aqui uma fotografia⁵² funciona apenas como hiperlink para a reportagem sobre os “bastidores de um telejornal diário”.

Quando a *TV UERJ* lançou seu segundo *design* para o site, os vídeos carregavam automaticamente sem a necessidade de o internauta clicar. Mas a equipe, nessa época formada por quase 20 alunos entre estagiários e voluntários, não estava satisfeita e continuava a experimentar: o espaço do vídeo na página foi modificado diversas vezes (ora à esquerda; ora à direita). E antes mesmo de completar dois meses, a arquitetura do site do *TJ UERJ* foi remodelada completamente (figura 5), inclusive destacando a nova logomarca do produto jornalístico.

⁵² A fotografia demorou um pouco para ganhar destaque na internet. Em 2001, o uso da fotografia na rede era limitado por causa da baixa velocidade de conexão. Paulo Munhoz, no artigo *Estágios de desenvolvimento do fotojornalismo na internet*, fala sobre a presença da imagem fotográfica nos produtos jornalísticos durante as três de evolução da *web* (transposição, metáfora e webjornalismo), já citadas anteriormente.



Figura 5 – Terceira homepage, julho de 2001

A disponibilidade das informações no site ganha nova paginação, já que várias chamadas passam a compor a página principal da emissora, agora com fundo colorido, substituindo o branco. As seções principais presentes no *layout* anterior são remodeladas. Permanecem: “Entrevista”, “Cultura”, “Esportes”, “Dicas”, “Vídeo Jornalismo” (primeira iniciativa de videoreportagem no site) e a ousada experiência: “TJ Rádio” (boletins noticiosos sonoros).

Dessa maneira, evidencia-se a preocupação com a hipertextualidade. No mesmo suporte estão disponíveis áudios, vídeos, textos e fotos. Os hiperlinks ganham destaque com a caixa de texto indicando “Vídeo”. Inclusive um deles remete a um boletim exibido anteriormente sobre o assunto principal daquela edição: a greve na Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Um resgate da história recente.

E não só os grandes veículos de comunicação que fizeram uma cobertura especial do fatídico 11 de setembro de 2001⁵³. A figura 6 é um exemplo de como a *TV UERJ* divulgou esse fato.

⁵³ Nesta data, é registrado o maior atentado terrorista da história. Aviões com civis sequestrados destruíram as torres gêmeas do *World Trade Center*, em Nova York, e o Pentágono, em Washington. Centenas de pessoas morreram. Osama Bin Laden, líder da organização islâmica radical *Al Qaeda*, foi responsabilizado pelo atentado.



Figura 6 – Novo layout amplia espaço para o “ao vivo” e parceria com a CNN

Em um primeiro momento, ao analisar o site do *TJ UERJ* em setembro de 2001, é o *design* diferenciado que chama a atenção. À esquerda e no centro, fotos e textos; à direita, um espaço avantajado para o vídeo e, no pé da página, seções com chamadas para textos e vídeos produzidos pelos estagiários. A quantidade de informações durante a semana do atentado aos Estados Unidos exigiu nova arquitetura do site. Desta vez, aumenta a quantidade de texto, e os hiperlinks assumem a função de contextualizar o fato, a partir de diferentes pontos de vista.

Vale destacar aqui a categoria memória. Não só na chamada principal aparece a palavra “Arquivo”, em virtude da grandeza do evento que até hoje permanece vivo na história, quanto à direita na seção que dá acesso aos vídeos anteriores.

Embora neste dia específico o site seja temático, a hierarquização dos fatos é evidente: no topo da página o desdobramento do atentado aos EUA, ou seja, a repercussão da notícia é priorizada.

Uma nova ferramenta dentro da categoria interatividade surge a partir de então, o “Suporte”, com o objetivo de atender o internauta que tivesse dúvidas quanto ao acesso ao site e à navegação nele.

Novidade também com a seção “@English”, que disponibilizava todo o conteúdo em inglês e continua na *homepage* seguinte (figura 7), no ar em abril de 2002.



Figura 7 – 25/04/2002, *layout* diferenciado prioriza *Boletim Diário*

Fidelizar o público era uma prerrogativa pouco antes de a emissora completar um ano. No novo *design* do site, aparece a pergunta e a instrução caso o internauta não estivesse conseguindo acessar aos vídeos. A previsão do tempo passa a ser uma seção privilegiada, com direito à chamada no topo e no pé da página.

Nessa época, como foi relatado no início deste capítulo, os boletins tinham espaço privilegiado na grade de programação que começava a ser montada. Em destaque, a chamada para o “Boletim Diário”, remodela a nova arquitetura do site, que mais uma vez é atualizada.

A logomarca passa por uma atualização, incluindo a palavra “Telejornal”, marcando sua identidade.

Em termos de hipertextualidade, a partir deste *layout*, começam a aparecer desenhos que remetem às seções específicas do site. Algo que alcançou grandes proporções no próximo exemplo de *layout* (figura 8).



Figura 8 – Novo desenho da página com manchete dos programas (2002)

Em 2002, com grade de programação ampliada, três programas no ar (*TJ na Copa*, *Penúltimas Notícias* e *Telejornal UERJ*), foi preciso repensar a organização das informações, já que agora o projeto deixa de ser apenas um telejornal e passa a ser conhecido como *TV UERJ Online*. Mais uma tentativa de experimentação foi reservar espaço para o vídeo mais atual à esquerda do site. E duas colunas escancarando a programação.

Já começa a surgir a preocupação mais explícita com os menus principal e secundário. No principal, ferramentas interativas à disposição do internauta, que poderia optar pela versão em inglês da página, mandar um email, percorrer o site e, a novidade: fazer buscas. Esta última opção também pode se encaixar na categoria memória de um site, que é um dos diferenciais do *webjornalismo* audiovisual em relação ao telejornalismo convencional, onde não é possível ter acesso às edições anteriores, nem pesquisar sobre temáticas. Tais arquivos são de propriedade das emissoras e com muito custo se tornam públicos.

Não só o visual ganha um ar mais jovial (atente-se para a nova logomarca e fundo da página), como a forma de chamar a atenção para o conteúdo, com os textos: “Não Perca” e “Leia Sempre”. Detalhe para as cores símbolo do país, na palavra “Brasil”, que ganha destaque.

Logo após a conquista do prêmio “Projeto Inovador” da Intercom, a *TV UERJ*, ainda em 2002, realiza uma transformação no seu site que atinge todas as categorias de análise propostas neste estudo, como mostra a figura 9.



Figura 9 – Em 2003, mudanças na arquitetura do site chamam a atenção

Em relação à arquitetura do site, a forma como as informações são disponibilizadas na página é inovadora. O vídeo principal no centro divide a editoria de atualidades (do lado direito) das demais matérias, como esporte e cultura (do lado esquerdo). Tal mudança afeta a editorialização. As novidades são destacadas nas chamadas de capa. Além disso, um *box* é criado no pé da página no canto direito, para destacar as notícias do dia.

O menu principal, que até então ficava no topo da página, desce, e ganha novas seções como o hiperlink do *Observatório da Imprensa* e as novas parcerias.

A interatividade se destaca. Além das ferramentas para mandar um email, a partir de então, o *webespectador* pode interagir durante a execução do programa ao vivo por meio do programa de mensagens instantâneas, o ICQ.

O acervo da emissora continuou à disposição do público, com um hiperlink específico. Quando acessado, o internauta poderia assistir ao vídeo, ler o relatório de reportagem (devidamente dividido nos elementos estruturais utilizados, como *off*, passagem e sonoras) e ainda comentar a matéria, mandando uma mensagem de texto na caixa criada para isso, ligando (o telefone fica evidenciado), ou até por email. Veja na figura 10, como era a estrutura desta página interna do site.

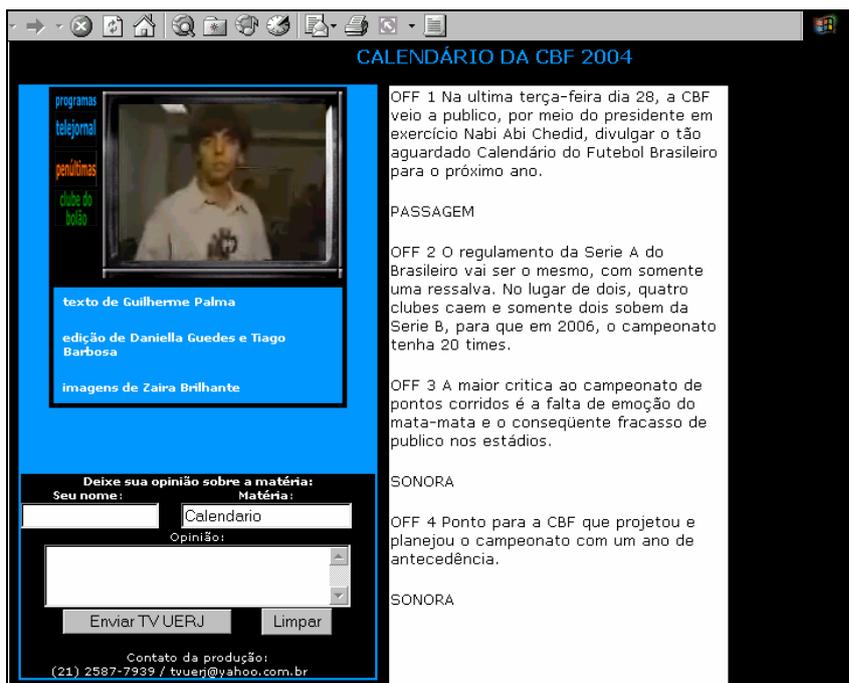


Figura 10 – Página interna da TV UERJ com vídeo e texto da reportagem

A ideia de deixar o vídeo de destaque no centro da página permanece no próximo *layout* analisado (figura 11), só que a disposição das editorias é refeita, já que a grade de programação da emissora é alterada. Ferramentas interativas ganham destaque:

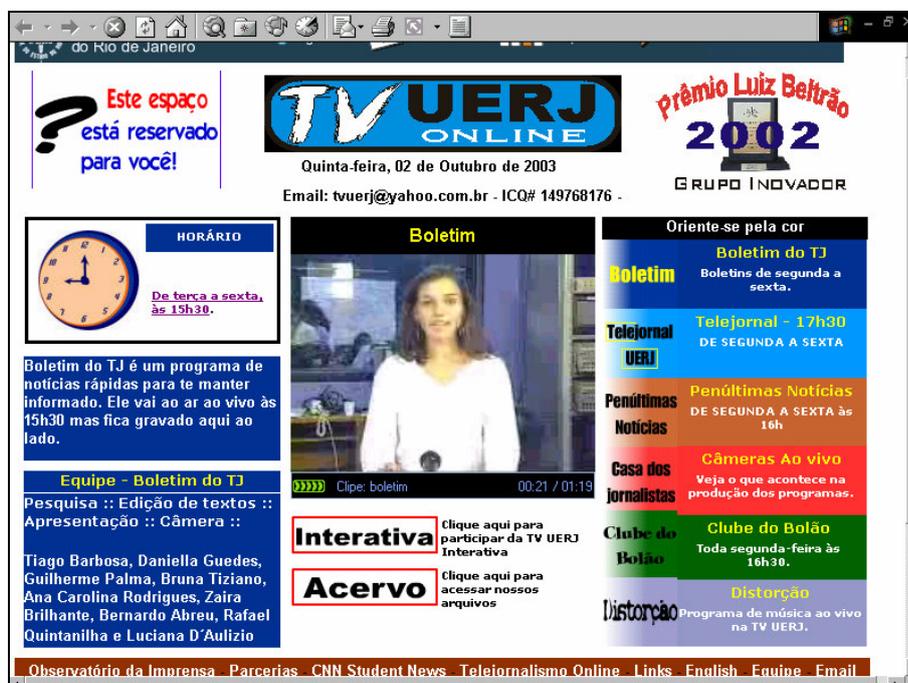


Figura 11 – Ferramentas interativas são evidenciadas em 2003

O layout está mais simples, porém mais colorido. Vê-se a página interna do programa *Penúltimas Notícias*, que saiu do ar em 2003 e foi retomado em 2004. Na arquitetura do site, apenas espaço para foto e texto explicativo. A mesma coisa na página (figura 13) do então recém-criado programa *Aqui na UERJ*.

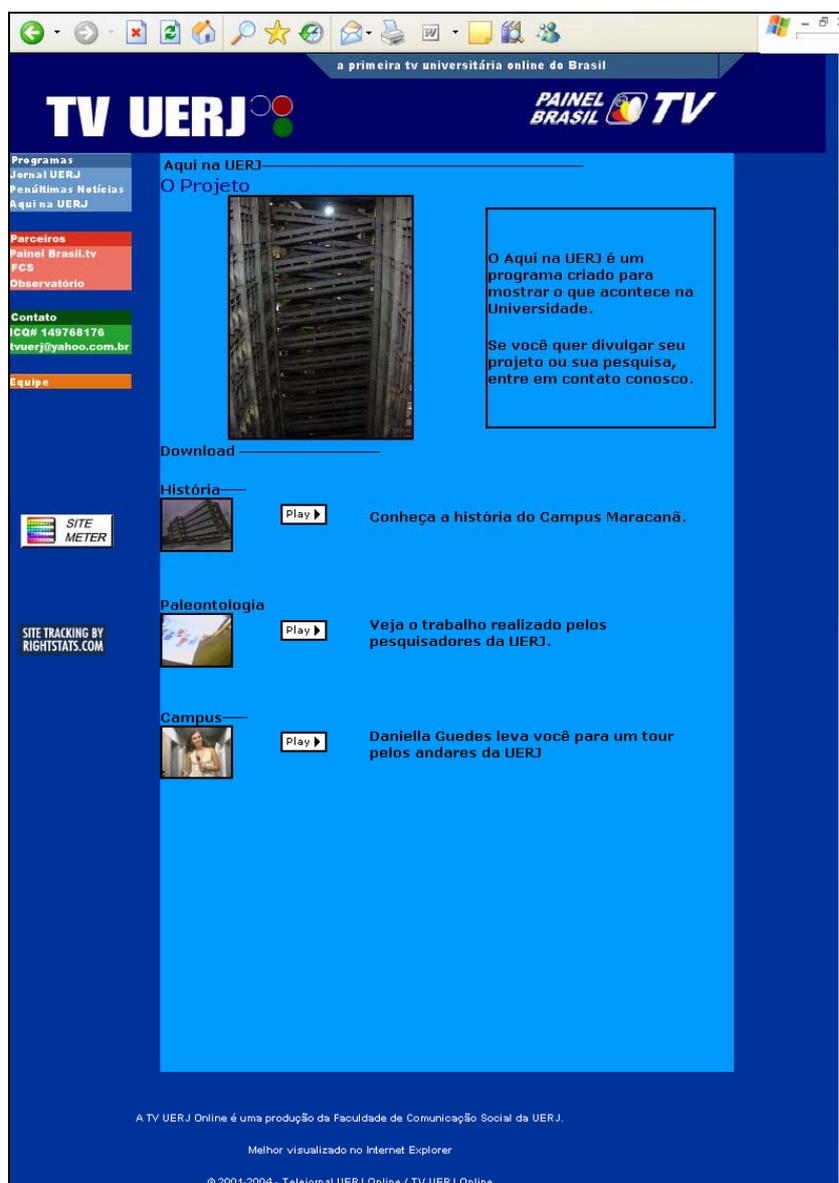


Figura 13 – Página do programa *Aqui na UERJ* (2004)

As ferramentas interativas permanecem as mesmas. Os internautas poderiam conversar com a *TV UERJ* por meio de email ou via ICQ. Os vídeos anteriores, por causa da mudança de servidor, já não estavam mais disponíveis no site. Em termos de hipertextualidade, não houve avanço. Textos e fotos continuavam a remeter aos vídeos. Ganhavam destaque os vídeos mais recentes, sempre no topo da página.

A novidade veio logo depois com a inserção de uma página interna (figura 14) com notícias curtas, divulgadas por meio de fotos e textos.

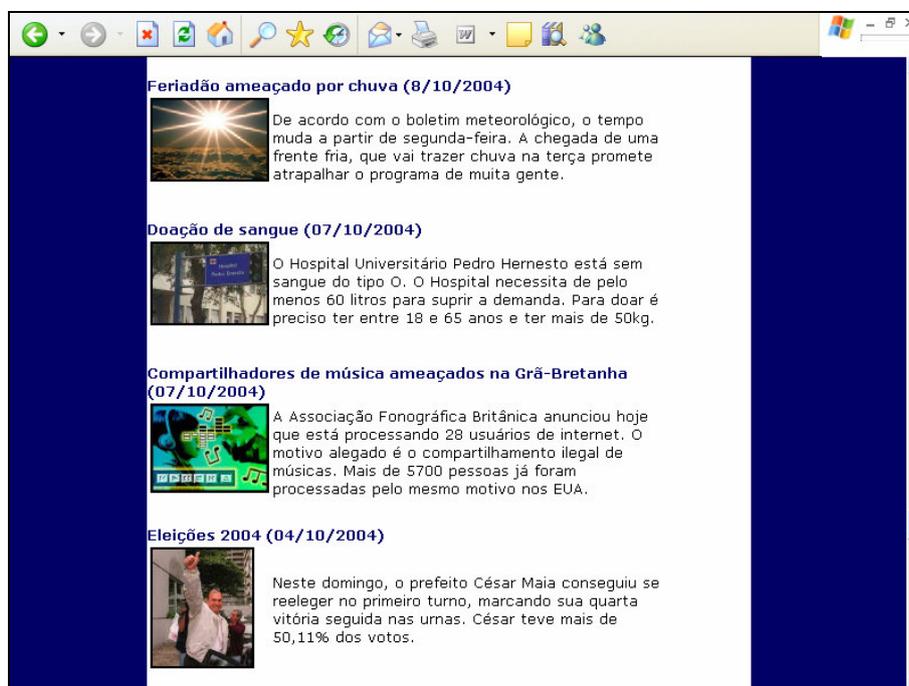


Figura 14 – Notícias ganham mais destaque em página interna (2004)

Nesta página, a arquitetura do site e a editorialização favorecem a divulgação dos assuntos mais atuais, dando mais destaque nas notícias no topo da página. Quanto à hipertextualidade, verifica-se a combinação entre foto e texto, que mais parece uma coluna uniforme de jornal. Não há hiperlinks para levar os internautas para outros lugares. No entanto, é interessante destacar que a categoria memória está evidenciada, já que por meio deste *layout*, era possível acessar notícias da semana, utilizando a barra de rolagem. Nenhuma ferramenta interativa está presente.

Mas a iniciativa não foi adiante e a ideia de privilegiar o vídeo foi retomada e permaneceu até 2005 (figura 15).



Figura 15 – Homepage mantém mesmo layout em 2005

Neste layout, é possível verificar mais verticalidade, com chamadas dos programas para baixo da barra de rolagem. A previsão do tempo volta a ter destaque no topo da página, no lado direito e, logo abaixo, à disposição do público, os arquivos dos telejornais (na figura 15, a equipe comemora a 600ª edição do *TJ UERJ*).

Nesta época, uma maior velocidade de conexão a internet começou a se popularizar no Brasil e o internauta já poderia optar por assistir aos vídeos da *TV UERJ* em 56 kbps ou 128 kbps.

Em 2008, o branco volta na penúltima reformulação do site da *TV UERJ*, com destaque para chamada dos programas usando fotos na capa do site, agora com um novo domínio, no servidor da própria Universidade (<http://www.tvuerj.uerj.br>). É o que mostra a figura 16.

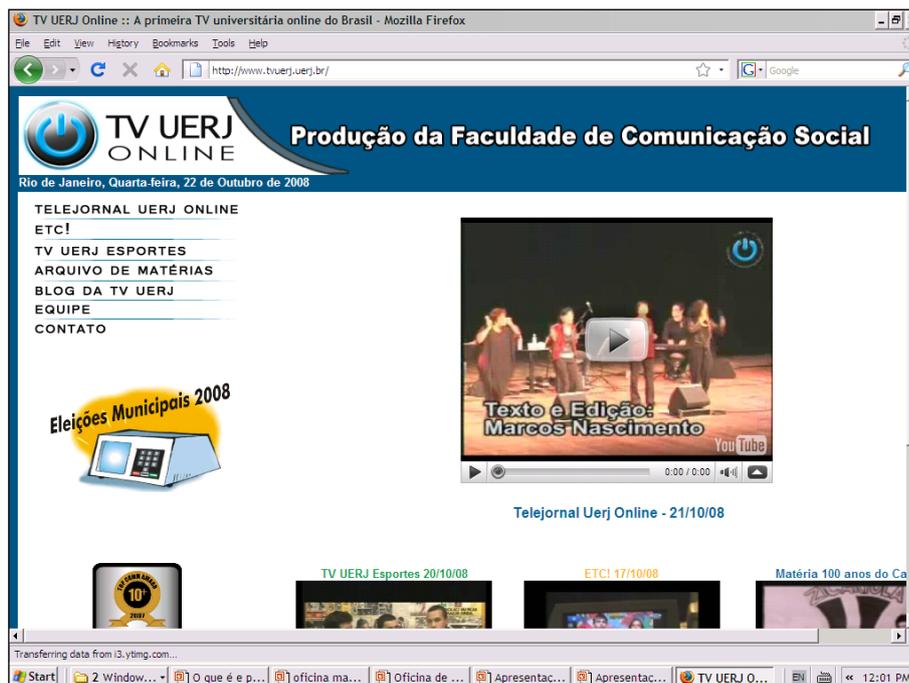


Figura 16 – Penúltima reformulação do site, ao final de 2008

Nessa remodelação do site, a arquitetura da informação é bem didática. À esquerda, no mesmo menu, a grade de programação (*TJ UERJ*, *ETC!* e *TV UERJ Esportes*), as ferramentas interativas (“Blog”, “Contato”), e o arquivo da emissora, que está disponível no canal específico criado no *YouTube*, o que colabora para aumentar o público.

Os textos das chamadas desaparecem e as relações com os vídeos são a partir da imagem dele próprio, que é organizado com um título e data de veiculação. Uma nova logomarca é criada e a seção “Eleições 2008” ganha destaque. Ao clicar na urna eletrônica, o internauta tinha acesso à página que tratava dos temas relativos à eleição, com histórico dos candidatos e entrevistas em vídeo.

A partir deste modelo, o internauta já tem liberdade para comandar os arquivos disponíveis, usando as ferramentas de *play*, *pause*, *stop*, avançar e retroceder, bem como assim ao material em tela cheia e fazer a regulagem do volume.

Enquanto ferramenta de interatividade, o MSN (*Windows Live Messenger*) passa a ser a principal, podendo ser utilizado inclusive nas transmissões ao vivo, como se fazia com o ICQ.

Já no site atual da emissora (figura 17), um menu no canto direito da página destaca os programas.



Figura 17 – Layout atual da TV UERJ; no menu lateral, as logomarcas dos programas

A ideia da logomarca dos programas na capa do site é retomada em 2009, no menu colocado à direita do site. O vídeo principal, o mais recente, é destacado à esquerda, com as mesmas ferramentas de controle, já que ele permanece *on demand*.

O pé da página é utilizado para divulgação institucional da emissora, com hiperlink para o “Blog”, uma seleção de arquivos “Especiais” (não estão disponíveis todos os vídeos disponíveis. Eles estão à disposição no canal da emissora no *YouTube*), “Galeria de Fotos” e os principais prêmios já conquistados (“Luiz Beltrão”, em 2002; e “Top Comm Awards”, em 2007). Destaque também para os ícones que remetem à “Galeria de Fotos” e às redes sociais “Orkut”, “Twitter” e “YouTube”.

Analisando as 15 páginas da *TV UERJ Online*, de 2001 a 2009, fica evidente o verdadeiro propósito da emissora: experimentar. Quanto à arquitetura do site, diferentes maneiras de disponibilizar a notícia foram testadas. O vídeo apareceu à direita, ao centro e, mais recentemente, está à esquerda da página. Em seu relato, Penna (2005) justifica algumas questões:

O design do site evoluía sempre. A instrução era mudar. A cada período tínhamos uma novidade. Segundo o professor Antonio Brasil, isso ajudava a manter o interesse das pessoas e a angariar novos voluntários. Mas não só isso. Mudar o design de um site é recomendado, pois estão sempre modernizando os padrões, as tendências. É como moda, a cada estação tem algo diferente para se comprar. Se não vendermos algo diferente, vão parar de consumir. Essa é a regra.

Quanto às chamadas, os recursos utilizados foram fotos, logomarcas e textos, que apareceram também em diferentes zonas de visualização ao longo deste período. O excesso de cores foi resolvido gradualmente, de tal forma, que o branco, na atualidade, tem mais espaço.

Já quanto à hipertextualidade, verifica-se que sempre foi uma preocupação da emissora. Fotos, imagens, áudios, textos, logomarcas e caixas com textos, serviram de hiperlink para remeter aos vídeos. No entanto, raras vezes o site encaminhou para outros endereços eletrônicos, a não ser nos casos de parceiros e “Blog” da emissora, o único a usar o recurso das *tags* (palavras-chave que auxiliam a encontrar informações na rede).

A editoria teve grande avanço na questão de deixar mais explícito o que é considerado principal e secundário no site. A prioridade sempre foi manter os vídeos mais recentes em evidência. No início, as *homepages* eram mais carregadas de elementos, aos poucos, estes foram diminuindo e ficando mais longe um do outro, dando mais leveza às páginas.

As ferramentas de interatividade também sempre estiveram presentes, para receber a resposta, a opinião ou divulgar a produção do internauta. Conforme foi visto no tópico anterior, o ICQ foi um marco para a equipe da emissora, ao possibilitar a participação do *webespectador* ao vivo. Em destaque, a ideia de exibir, além do vídeo das reportagens, o texto estruturado pelo repórter em seu relatório. Vale ressaltar que, para estreitar ainda mais o relacionamento com o público, no momento em que o programa está no ar, ainda na atualidade, os apresentadores sempre divulgam as formas de contato com o público.

A preocupação com a memória, em evidência nas duas primeiras fases da emissora, já não é mais explícita. Para consultar os vídeos produzidos, que passam de 800, o internauta deve buscá-los no canal do *YouTube*, hoje, o guardião de toda a produção acadêmica da primeira emissora televisiva universitária do país.

Mas além da experimentação de novas formas narrativas para o *webjornalismo* audiovisual, a *TV UERJ* se configura como um projeto inovador para o ensino do telejornalismo utilizando as novas tecnologias de informação e comunicação na era da pós-modernidade. Temática que será discutida no capítulo seguinte.

5 ENSINO DO WEBJORNALISMO AUDIOVISUAL NA ERA PÓS-MODERNA

O início do século XXI está marcado pela presença das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) no cotidiano das pessoas. No entanto, as escolas – do ensino infantil ao superior – ainda têm dificuldades quanto ao uso das TICs enquanto ferramenta de ensino e aprendizagem.

Neste contexto, se situam as mídias, que despejam cada vez mais informação, e diante dos incessantes avanços tecnológicos, em intervalos de tempo cada vez menores. Os conteúdos são produzidos e recebidos por sujeitos que vivem na era da pós-modernidade.

A questão que se levanta é como deve ser a formação de um jornalista pós-moderno para sua atuação no âmbito do ciberespaço? Como as TICs podem facilitar a práxis jornalística online ainda no espaço acadêmico?

Partindo do pressuposto que os recursos tecnológicos só facilitarão o aprendizado se forem corretamente utilizados – não apenas como fim, mas como meio –, e que o professor é peça-chave para mediar esse processo de “aprender a aprender” (VALENTE, 1999), admite-se como hipótese que a utilização das TICs pode estimular a cooperação entre a equipe, um importante caminho para a aprendizagem significativa, conforme defendem Belloni e Gomes (2008).

Considera-se ainda que a análise da prática pedagógica envolvendo estagiários e professores que fazem parte de uma emissora universitária deve ser a partir do conceito de Educação Tecnológica proposto por Grinspun (1999).

Dessa forma, como a *TV UERJ* é uma experiência que se dá no contexto escolar, este capítulo propõe discutir questões educacionais acerca do ensino do *webjornalismo* audiovisual na era da pós-modernidade.

5.1 PÓS-MODERNISMO

A pós-modernidade caracteriza as sociedades pós-industriais baseadas na informação, que não privilegiam mais bens materiais, e sim os serviços, como as mensagens entre as pessoas. As novas tecnologias possibilitam que tais serviços sejam realizados de

forma eficiente e rápida.

O meio midiático é, na maioria das vezes, o ambiente onde se dão esses inúmeros processos e transformações de ordem cultural, social e cognitiva. Ideológicas, as mídias não são meros suportes para transmissão de informações, mas extensões cada vez mais necessárias ao homem pós-moderno.

As ideias sobre o impacto da tecnologia sobre a sociedade partem do olhar de Marshall McLuhan (1974, p.21) que, muito antes do advento da internet, defendia a importância de se conhecer os meios:

[...] o meio é a mensagem. Isto apenas significa que as conseqüências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos.

Para McLuhan (1974), os meios são extensões do homem e a sociedade alimenta a necessidade de expansão do corpo. Uma necessidade atendida hoje pelas mídias eletrônicas, que podem nos levar ao abraço global. Ou seja, os meios, situados no ciberespaço, agora são também ambientes de vida. Por meio da internet, as pessoas podem executar seus vínculos afetivos, lúdicos e profissionais.

Outra dimensão importante a ser considerada na sociedade pós-moderna é a valorização da imagem, que cerca o ser humano de tal maneira que já não há mais caminhos para fugir dela. A dependência das pessoas pelos meios de comunicação, que hospedam os mais diferentes elementos visuais, é tamanha que também já não é mais possível projetar olhares não midiáticos sobre o mundo.

Levando em conta que o homem sempre quis ver aquilo que não pode ver, especialmente aquilo que não pode estar *diante de*, a cultura de massa deslocou o espetáculo da esfera do mito e da religião para parte integrante da vida do indivíduo. Com o cinema, a TV e a internet, o espectador não precisa mais vivenciar o espetáculo presencialmente. Vivencia-se o espetáculo por meio do olhar.

Para Debord (1997), a proliferação das imagens resulta na sociedade do espetáculo. O espetáculo é um meio de vida, relação social entre as pessoas mediada por imagens. A constituição do espetáculo se dá quando há a apropriação das situações imagéticas para se inserir na sociedade. “[...] a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente.” (DEBORD, 1997, p.15)

Analisando Debord, Juremir Machado da Silva (2007) em “Depois do Espectáculo” reforça o valor da visibilidade na sociedade atual. O homem precisa cada vez

mais ser para os outros, de preferência dentro de um suporte midiático. Trata-se do hiperespetáculo, uma época em que a moral é substituída pela aparição. O controle agora é difuso, exercido por todos. Não temos mais o “Grande Irmão”, de Orwell⁵⁴.

[...] somos cadastrados de tantas maneiras que, se unirmos todas essas informações, elas revelariam mais sobre nossos atos do que somos capazes de assimilar, mostrando-nos o quão controlada pode estar a nova sociedade, que, em minutos, pode encontrar e identificar qualquer um de nós, invadindo a privacidade dos indivíduos, controlando dados pessoais, hábitos, e fazendo com que, cada vez mais, o espaço público seja sinônimo de vigilância e investigação. (CARNEIRO, 2002, p.33)

Quanto maior a busca por visibilidade, mais imagens e assim maior a necessidade de se tornar visível. A corrida desenfreada pela visibilidade, o excesso de visibilidade nos leva à invisibilidade. “O hiperespetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma imagem única, sob a aparência da diversidade, que não permite reflexão. Imagem irrefletida. Nem utopia nem distopia. Pode-se mudar de canal, mas não de programa. Pode-se mudar de rede, mas não de sentido.” (SILVA, 2007, p.2). Portanto, caminha-se para o fim o espetáculo, porque tudo é espetáculo.

O pós-modernismo se apóia no simulacro. O conceito de simulacro e hiper-realidade podem se encaixar na nova configuração midiática da década de 1990. O sociólogo francês Jean Baudrillard, em “Simulacros e Simulações”, descreve a relação entre imagem e realidade. O autor propõe a ideia de sucessão de imagens. Primeiro a imagem tem a intenção de representar o objeto. Depois, a imagem mascara e deforma a realidade profunda, porque a imagem não pode ser espelho translúcido que reflete objetivamente a realidade. Na terceira fase, Baudrillard diz que a realidade profunda nunca existiu, portanto, a imagem faz-nos acreditar que existia. Por fim, a última fase da imagem é quando ela não tem qualquer relação com a realidade, é o simulacro puro. Simulacro é mais que a realidade mediada, é a transformação da realidade no presente. E daí surge o conceito de hiper-realidade: conjunto de simulacros tomando lugar do real. (BAUDRILLARD, 1991)

Ainda de acordo com Baudrillard, o momento vivido é o da “Democracia Radical”, loucura diária para se tornar visível, o que leva à diluição geral do espetáculo, já que todos são visíveis. Visíveis e também com a possibilidade de produzir conteúdo. Nada é exigido para divulgar suas produções na internet. Basta postar. Relevante destacar a mudança de estética nos meios, que na atualidade, abre espaço para o amador.

⁵⁴ O “Grande Irmão” é personagem do livro 1984, do escritor indiano George Orwell, pseudônimo de Eric Arthur Blair (ORWELL, 1980). A obra foi escrita em 1948 e retrata a sociedade futura, controlada pelo Estado na figura abstrata de “Grande Irmão”, que pode ser visto e ver a todos em diferentes situações.

Essas características da pós-modernidade refletem diretamente nos indivíduos inseridos nesse contexto. Santos (1987, p.30) define o homem pós-moderno como um ser neo-individualista, consumista, hedonista (que cultua a moral do prazer, não dos valores) e narcisista: “[...] o sujeito vive sem projetos, sem ideais, a não ser cultivar sua auto-imagem e buscar a satisfação aqui e agora. Narcisista e vazio, desenvolto e apático, ele está no centro da crise de valores pós-moderna.”

A crise de valores se alastra e se reflete na práxis jornalística. Isso porque o jornalista – responsável pelo processo de produção da notícia – e o receptor – de qualquer um dos discursos midiáticos – estão inseridos na pós-modernidade, momento atual marcado também pela presença das TICs. Assim, o tópico abaixo discute a inserção das novas tecnologias de informação e educação no ambiente escolar.

5.2 COMPUTADOR NA EDUCAÇÃO

As primeiras experiências do uso do computador na educação são da década de 1950 (VALENTE, 1999). Nos anos 60, as máquinas já ajudavam em cálculos e atividades de ensino em universidades norte-americanas. Já a história da informática na educação brasileira começa nos anos 70.

Com a disseminação dos microcomputadores no início dos anos oitenta, as escolas passaram a utilizar estas tecnologias e, com isto, houve uma diversificação de modalidades de uso pedagógico. Surgiram os jogos, as linguagens de programação e outros *softwares* para desenvolvimento de tarefas específicas como os processadores de texto, as planilhas, os bancos de dados, etc. Esta diversificação tem continuado e, a cada avanço da tecnologia da informação e comunicação, outras possibilidades surgem, como é o caso mais recente do uso da Internet na Educação. (VALENTE, 2002, p.16)

Com base na construção de conhecimento por meio do computador proposta por Seymour Papert, em 1985, Valente (1993, 1999) expõe as duas abordagens educativas para caracterizar o ensino: o *instruccionismo* e o *construccionismo*. No modelo instrucionista, a escola é informatizada, e o computador funciona como uma máquina de ensinar. O aprendiz, neste caso, não é motivado a criar e a pensar. De acordo com Valente (1993, p.6):

[...] é muito comum encontrarmos essa abordagem sendo usada como uma abordagem construtivista, ou seja, para propiciar a construção do conhecimento na “cabeça” do aluno. Como se os conhecimentos fossem tijolos que devem ser justapostos e sobrepostos na construção de uma parede. Nesse caso, o computador tem a finalidade de facilitar a construção dessa “parede”, fornecendo “tijolos” do tamanho mais adequado, em pequenas doses e de acordo com a capacidade individual de cada aluno.

No construcionismo, as interações do aprendiz com a máquina são para desenvolver projetos ou resolver situações-problema a partir de seu conhecimento, originado do diálogo com os pares, professores e com o meio.

Para tanto, o professor deverá conhecer os seus alunos, incentivando a reflexão e a crítica e permitindo que eles passem a identificar os próprios problemas na sua formação, buscando soluções para o mesmo. Caberá ao professor saber desempenhar um papel de desafiador, mantendo vivo o interesse do aluno, e incentivando relações sociais, de modo que os alunos possam aprender uns com os outros e saber como trabalhar em grupo. (VALENTE, 1999, p.43)

Ou seja, o computador é compreendido como uma ferramenta para expressar o raciocínio, a reflexão e a depuração das ideias. O discente reflete sobre suas ações, diante do resultado que a máquina lhe apresentou, favorecendo “o processo de construção do conhecimento” (VALENTE, 2002, p.19). Competências que lhe serão cobradas posteriormente no decorrer de sua vida, principalmente no contexto da pós-modernidade.

O profissional da sociedade “enxuta” deverá ser um indivíduo crítico, criativo, com capacidade de pensar, de aprender a aprender, de trabalhar em grupo, de utilizar os meios automáticos de produção e disseminação da informação e de conhecer o seu potencial cognitivo, afetivo e social. Certamente, essa nova atitude é fruto de um processo educacional, cujo objetivo é a criação de ambientes de aprendizagem em que o aprendiz vivencia essas competências. Elas não são passíveis de serem transmitidas, mas, devem ser construídas e desenvolvidas por cada indivíduo. (VALENTE, 1999, p.34-35)

Diante dessas mudanças, o papel e a função social do professor precisam ser revistos. O docente deixa de ser um “entregador de informações”, para se transformar em facilitador do processo de aprendizagem. (VALENTE, 1999). Ideia semelhante a de Rosado (1998, p.229):

[...] a presença de novas tecnologias de ensino na sala de aula coloca o professor diante de um processo de reflexão, de redimensionamento em termos de sua função e papel sociais, e que muitas vezes, esse profissional se acha sozinho com essas complexas e sofridas reflexões, freqüentemente apontado como o divisor de águas limitador na implementação de um ensino de melhor qualidade, criticado com aspereza por vezes por pesquisadores e estudiosos de educação e de comunicação, mas sem que esses mesmos acadêmicos ofereçam alternativas, pistas que orientem e sustentem formas de operacionalização, de construção desse novo papel de professor que integre e utilize de maneira otimizada os recursos tecnológicos disponíveis.

A abordagem construcionista proposta por Valente (1999) pressupõe o preparo intelectual e psicológico do professor, mas também mudanças efetivas no ambiente educacional.

A escola deve ser capaz de atender às demandas e necessidades dos alunos. O professor e os alunos devem ter autonomia e responsabilidade para decidir o como e o que deve ser tratado nas aulas. O aluno deve ser crítico, saber utilizar a constante reflexão e depuração, para atingir níveis cada vez mais sofisticados de ações e idéias e ser capaz de trabalhar em equipe e desenvolver, ao longo da sua formação, uma rede de pessoas e especialistas que o auxiliem no tratamento dos problemas complexos. (VALENTE, 1999, p.38)

Neste sentido, o conteúdo não pode ser fragmentado ou descontextualizado. Toda e qualquer atividade deve se pautar no *como usar, quanto usar, por que usar e para que usar* as TICs no ambiente escolar, como alerta Belloni (2001, p.24):

Se é fundamental reconhecer a importância das TIC e a urgência de criar conhecimentos e mecanismos que possibilitem sua integração à educação, é também preciso evitar o “deslumbramento” que tende a levar ao uso mais ou menos indiscriminado da tecnologia por si e em si, ou seja, mais por suas virtualidades técnicas do que por suas virtudes pedagógicas. É importante lembrar que este “deslumbramento” frente às incríveis potencialidades das TIC está longe de ser uma ilusão ou um exagero “apocalíptico”, mas, ao contrário, constitui um discurso ideológico bem coerente com os interesses da indústria do setor.

Questões resolvidas, novos desafios para o professor, enquanto facilitador: compreender as ideias do aluno a partir daquilo que ficou registrado no programa do computador, intervindo quando necessário. Trata-se da construção do conhecimento seguindo o movimento de uma espiral, uma circular sem fim, mas que nunca se fecha, sempre se abre para novos saberes a partir das reflexões realizadas sobre o que é produzido. (VALENTE, 2002). No entanto, a espiral do conhecimento permanece sólida apenas na teoria, de acordo com as mais recentes pesquisas sobre a utilização do computador nas escolas brasileiras. Na prática, o uso das TICs melhorou a “aparência” do ambiente escolar, mas não a eficácia do processo de ensino-aprendizagem. O professor ainda tem dificuldade de criar condições para o aluno construir o conhecimento e, por enquanto, a maioria, apenas transferiu o modo de transmissão de informações: da lousa para a tela.

5.3 EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA E NOVAS COMPETÊNCIAS

Basta um olhar atento para a realidade e o paradoxo está presente em todos ambientes escolares, da educação infantil ao ensino superior: alunos pós-modernos postos diante dos computadores para aprender sob a supervisão de professores tentando transferir conhecimento por meio da máquina ou com o auxílio dela. Quais resultados podem ser alcançados mediante essa imposição? Nessas situações o computador vai servir como instrumento que contribui para a eficácia do ensino-aprendizagem?

Para Grinspun (1999), a relação entre educação e tecnologia precisa ser revista com o objetivo de formar cidadãos críticos, conscientes, capazes de usar a tecnologia e refletir sobre tal prática, com o compromisso social de transformar a realidade.

Ainda de acordo com a autora, a Declaração Mundial sobre Educação Superior da Unesco, de 1998, pressupõe uma reflexão sobre como as tecnologias auxiliam no processo de produção, difusão e controle do conhecimento.

Há um caráter educacional na tecnologia, assim como um caráter social. Trabalhar esses dois pólos é o compromisso de uma educação de qualidade que tem na tecnologia a base tanto de um saber-fazer, como de um fazer-saber-para quê. Tanto a construção do conhecimento para gerar a tecnologia, como a produção e a avaliação da tecnologia são tarefas que necessitam da educação como fundamentação e princípio para o alcance de seus objetivos. (GRINSPUN, 1999, p.55)

Daí a importância de se vivenciar a educação tecnológica.

Em suma, a Educação Tecnológica está baseada na concepção de uma educação transformadora, progressista, que vai além de uma proposta de ensino na escola para aprofundar-se junto com o projeto político pedagógico dessa instituição que, por certo, nos dias atuais deve integrar as diferentes categorias do saber, fazer, ou do saber-fazer para uma grande categoria do saber-ser. Para que alcancemos estas etapas precisamos estar atentos e acreditar numa educação crítica que dê lugar tanto aos fundamentos básicos teóricos como à prática social que ela caracteriza. Educação é esse misto de responsabilidade e de muita esperança na possibilidade de transformações na sociedade. (GRINSPUN, 1999, p.64)

A responsabilidade social também é uma das premissas do Jornalismo, uma ciência que, na sociedade pós-moderna, está totalmente atrelada aos avanços tecnológicos. Progressos que refletem não só na profissão do jornalista, como em todas as outras áreas, analisa Belloni (2002, p.30):

Os incríveis avanços técnicos em eletrônica, informática e redes vêm criando um novo campo de ação, novos processos sociais, métodos de trabalho, mudanças culturais profundas, novos modos de aprender e de perceber o mundo (e portanto de intervir nele), com repercussões significativas no campo da educação, a exigir transformações radicais nos métodos de ensino e nos sistemas educacionais.

As principais mudanças no campo educacional foram condensadas por Belloni e Gomes (2008). As experiências desenvolvidas pelas autoras enfatizaram a aprendizagem por meio de projetos de trabalho a partir das teorias construtivistas, visando favorecer a *cooperação*, a *colaboração*, a *autonomia* e a *autodidaxia*.

A *autodidaxia* consiste na “apropriação espontânea” do conhecimento, sem a intervenção didática do professor. Os sujeitos da era tecnológica consideram os computadores instrumentos indispensáveis para o entretenimento e para o aprendizado, o que é muito significativo. Aceitar e fortalecer essa competência é um desafio para a escola atual em todos os níveis, incluindo os cursos superiores.

A *colaboração* “Demanda reciprocidade, o que implica ser capaz de confiar nos outros para apoiar sua própria aprendizagem num ambiente não competitivo” (BELLONI; GOMES, 2008, p.7). Um aspecto a ser trabalhado pela escola, já que os discentes carregam consigo as marcas da era pós-moderna. Individualistas, narcisistas e hedonistas, têm dificuldades de colaborar com o próximo.

Já no âmbito da *cooperação*, que vai além da colaboração, como os objetivos são comuns e as conseqüências das ações atingem a todos, há mais chance de se alcançar resultados satisfatórios. Frutos individuais que serão compartilhados pelo grupo. Assim, o ideal nas situações de cooperação é experimentar as relações de respeito mútuo e não hierárquico, incentivando a tolerância e a boa convivência.

A *autonomia* é um potencial a ser desenvolvido a partir da fase pré-escolar até a formação superior. Se essa competência não for fortalecida, dentro e fora do ambiente escolar, pode se atrofiar. É o que se verifica na atualidade: sujeitos que detêm o conhecimento, mas não a habilidade de fazer uso dele por si só. Precisam ser provocados para agir, porque não são autônomos, condicionam suas vidas a ordens e vontades alheias, muitas vezes desconsiderando seus próprios princípios morais e éticos.

Os resultados obtidos nas pesquisas desenvolvidas por Belloni e Gomes nos últimos anos demonstram que o uso das TICs em situações favoráveis com interação entre pares e adultos pode desenvolver comportamentos colaborativos e autônomos de aprendizagem, benefícios para o desenvolvimento intelectual e sócio-afetivo do alunado. Não seriam esses os objetivos primeiros dos educadores em geral?

5.4 USO DAS TICs NA GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

O ano de 2009 está marcado na história do jornalismo. Duas questões sobre a profissão estão postas para a reflexão: a decisão do Supremo Tribunal Federal pela não obrigatoriedade do diploma de jornalista para o exercício da profissão⁵⁵ e a apresentação ao Ministério da Educação e Cultura (MEC) das Novas Diretrizes Curriculares para o Ensino do Jornalismo. A comissão⁵⁶ que elaborou essas diretrizes foi constituída pelo governo federal em fevereiro de 2009. As diretrizes foram discutidas em três audiências públicas e as propostas apresentadas ao ministro da Educação, Fernando Haddad.

Reinventar a formação dos jornalistas é a saída para vencer os desafios do ensino do Jornalismo no século XXI, de acordo com José Marques de Melo (2009, p.96), um dos mais renomados pesquisadores da área no país:

[...] não podemos deixar de reconhecer que estamos assistindo ao esgotamento de um ciclo profissional e ao agravamento de uma conjuntura acadêmica. Por isso mesmo, os educadores dos jornalistas precisam atentar para as mudanças de paradigmas. O jornalismo adquiriu maior complexidade, principalmente em função da convergência midiática e dos constantes avanços tecnológicos. No mundo acadêmico, o espaço jornalístico ainda enfrenta a batalha pela legitimação enquanto área do saber, permanecendo vivas as tensões entre teoria e prática. Em consequência, é urgente repensar completamente o ensino de jornalismo para sintonizá-lo com as demandas do novo século.

Ainda de acordo com Melo (2009, p.97), “Trata-se de criar e experimentar formatos jornalísticos que potencializam as novas tecnologias. E que sejam capazes de catalisar o saber popular, repartindo os conhecimentos destinados a estimular o apetite cognitivo dos que estão à margem da cultura impressa.”

A prática do *webjornalismo* audiovisual no âmbito acadêmico pode ser considerada uma das vivências desse novo modelo de ensino proposto por Melo (2009). Os produtos audiovisuais jornalísticos vêm ganhando espaço na rede e os estudantes do curso de jornalismo precisam estar preparados para lidar com essa realidade. Uma TV na internet, por

⁵⁵ Em 17/06/2009, ministros do STF decidiram que é inconstitucional a exigência do diploma de jornalismo e o registro no Ministério do Trabalho para o exercício da profissão. Em 11/11/2009, a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ) da Câmara dos Deputados aprovou a Proposta de Emenda à Constituição 386/09, que restabelece a obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo. Por enquanto a proposta ainda não foi votada em Plenário.

⁵⁶ O presidente da comissão nomeada pelo MEC é o professor emérito da USP José Marques de Melo. Os demais componentes são os professores Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior, Eduardo Barreto Vianna Meditsch, Lucia Maria Araújo, Luiz Gonzaga Motta, Manuel Carlos da Conceição Chaparro, Sergio Augusto Soares Mattos e Sonia Virgínia Moreira.

exemplo, tem menos custos e o espaço e tempo disponíveis para divulgar o conteúdo são ilimitados, bem diferente das emissoras comerciais. E o mais importante: na dimensão acadêmica, as TVs universitárias podem exercer o jornalismo público, em que o compromisso se desloca da esfera comercial para a dimensão social, voltado à formação do cidadão crítico, com valorização da prestação de serviços.

[...] Trata-se de uma experiência fundamental e imprescindível, tanto para os alunos quanto para os professores de Telejornalismo. É um recurso didático fundamental para o ensino de uma disciplina tão importante, mas é, antes de tudo, uma enorme possibilidade de criarmos alternativas para quebrar o bloqueio das notícias, tanto nas TVs abertas como nas TVs universitárias. (BRASIL, 2002, p.92)

O uso das TICs no ensino do jornalismo ocorre por pressão do mercado de trabalho, mas fundamentalmente pela necessidade de preparar os jovens profissionais para lidar com o avanço das tecnologias na era da pós-modernidade. Enquanto ferramentas no processo de ensino e aprendizagem, as TICs podem facilitar o aprendizado para que o discente consiga (sobre)viver na sociedade do conhecimento, como sugere Valente (1999).

Belloni (2001, p.29) vai além, e questiona:

[...] a questão da integração das TIC aos processos educacionais transcende as questões puramente técnicas para se situar no nível da definição das grandes finalidades sociais da educação. Os fins e os modos desta integração dependem das escolhas da sociedade: deve a escola educar também para cidadania ou só para a produção?

A problemática é que a grande maioria dos universitários, mesmo os que pretendem ser jornalistas, não foi formada a partir de projetos de mídia-educação nos moldes defendidos por Belloni (2001). Portanto, não trabalharam a leitura crítica da mídia no ensino fundamental e médio e muito menos dominam a linguagem midiática. Ou seja, não tiveram oportunidade de se integrar às mídias durante a formação escolar.

Os jovens que são recebidos nos bancos universitários são frutos da pós-modernidade, alerta Goidanich (2002, p.92):

Não surpreende que, na era do conhecimento, adolescentes sintam-se perdidos e desinformados. Diariamente são bombardeados por informações oriundas de diferentes fontes, absorvidas de forma fragmentada, o que impede que apreendam as articulações e inter-relações entre fatos políticos e sociais ocorridos em tempos e espaços distintos. Assim, as informações que chegam até eles fazem que política e cidadania pareçam intocáveis, distantes, fragmentadas, dificultando a compreensão e o estabelecimento de relações entre o que acontece em sua experiência vivida e o que aparece na mídia.

No ensino superior (especialmente o particular, onde não há filtro do vestibular), os alunos chegam como meros consumidores do discurso midiático, ciberalfabetos, embora tenham competência para operar softwares de alta complexidade. Mas não estão preparados enquanto seres humanos a atuar nessa sociedade. Têm dificuldades para trabalhar em grupo. Hedonistas e narcisistas concentram os esforços em sites de relacionamento e bate-papo. Têm dificuldades de lidar com a informação na internet, porque se acostumaram com o *zapping* o tempo todo.

O que se verifica hoje no ensino superior é que os universitários ainda não são seres autônomos e necessitam da formação acadêmica para atingir essa condição. Eis a controvérsia instaurada, porque na sociedade contemporânea os indivíduos têm de ter competências múltiplas, habilidade de trabalhar em equipe e de aprender e adaptar-se a novas situações (BELLONI, 2001). As TICs, enquanto ferramentas pedagógicas, poderiam facilitar o processo de formação dessas competências a partir de abordagens criativas.

Resgatando Valente (1999), alguns modelos de softwares utilizados no ensino do Jornalismo (programação, processador de texto, multimídia e internet) poderiam ser direcionados dentro da abordagem construcionista. Sabe-se que, no caso do ensino do telejornalismo, por exemplo, os programas utilizados não têm caráter educativo, mas operatório, no entanto, cabe ao professor estipular a meta para a vivência do processo descrito por Valente (2002) no modelo de espiral do conhecimento: descrição-execução-reflexão-depuração. É por isso que o professor deve estar preparado, compreendendo suas representações diante da máquina, sabendo lidar com ela, com os softwares e tendo domínio pleno do conteúdo.

Mas será que os ambientes de aprendizagem computacionais são eficazes no ensino do *webjornalismo* audiovisual, já que possibilitam a interação *sujeito e objeto de conhecimento* a ser construído?

A reflexão pode ter resposta positiva se houver a práxis a partir do conceito de educação tecnológica, que, segundo Grinspun (1999), tem sete características:

- a) Proposta de interpretar o contexto atual a partir das TICs;
- b) Prima por valores éticos nos ambientes tecnológicos;
- c) Interação entre teoria e prática;
- d) Integração entre ensino e pesquisa;
- e) Superação das dificuldades existentes a partir das novas exigências das relações sociais;
- f) Fundamenta-se no saber-fazer, saber-pensar e criar, a partir da

construção do conhecimento, superando o conhecido e o ensinado;

- g) É um posicionamento, um conhecimento e envolvimento com valores além do ambiente escolar.

Responsabilidade, liberdade e autonomia, valores presentes na educação tecnológica defendida por Grinspun (1999) devem ser encarados como premissas inerentes à profissão do jornalista no dia a dia de uma *webTV*. Trata-se de um compromisso ético firmado entre o aluno consigo mesmo, com seus pares, com os professores e, especialmente, com a sociedade.

Os computadores são instrumentos essenciais para o ensino do *webjornalismo* audiovisual na era pós-moderna. E as TICs são fundamentais para viabilizar produtos jornalísticos com eficiência e rapidez, e, se bem compreendidas e utilizadas, favorecem situações de aprendizagem significativa.

Ressalta-se ainda outro posicionamento: a implantação da informática a serviço da construção do conhecimento requer mudanças significativas no espaço e nos atores que participam do processo. Requer um compromisso político-pedagógico que se fundamenta na boa formação e pré-disposição dos docentes. Educadores que não só dominam as tecnologias, mas são capazes de integrá-las aos projetos curriculares, potencializando o processo de ensino-aprendizagem. Para tanto, necessitam do apoio dos gestores para inovar com responsabilidade e da participação da comunidade, avaliando os resultados.

A utilização das TICs no ensino do *webjornalismo* audiovisual evidencia o afastamento do caráter tecnicista de educação que se alastra nos cursos de Comunicação Social preocupados em preparar profissionais exclusivamente para o mercado de trabalho. Os futuros responsáveis pela divulgação de notícias audiovisuais na internet precisam estar estimulados para compreender suas ações no sentido operacional (saber-fazer), dialético (saber-pensar), mas, fundamentalmente, no sentido contributivo (saber-criar), superando o conhecido e o ensinado enquanto cidadão comprometido com o social.

A prioridade em vivenciar a educação tecnológica, nos moldes previstos por Grinspun (1999), é acreditar que o processo é “um misto de responsabilidade e esperança de transformação”. Não seria essa a premissa básica da função do jornalista? Eis um convite à reflexão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Olhar para uma história recente ainda não sistematizada é mais difícil do que possa parecer. Resgatar fragmentos dessa história e depois uni-los talvez seja mais árduo que interpretar tal montagem.

O tom conotativo é para dizer que o objeto de estudo em evidência nesta dissertação é muito mais complexo e assume uma dimensão que vai além das paredes do Estúdio Alberto Dines, onde fica localizado o Laboratório de Televisão, a sede da *TV UERJ Online*.

Primeiro foi necessário resgatar o pensamento dos autores que estudaram a prática de fazer TV e hospedá-la no ciberespaço, o que ocorreu no Brasil na segunda metade dos anos 1990. Verificou-se que esta passagem do ecrã para a tela é gradual, ainda relutante no sentido de que não existem modelos a serem copiados. E a linguagem *webtelevisual* está apenas sendo esboçada. No entanto, o desejo de moldá-la e conhecê-la é evidente, visto que, conforme foi demonstrado, a relação entre ser humano e tecnologia vem se estreitando.

O dia permanece com 24 horas e o espectador tem que escolher se vai gastar seu tempo se informando pela TV ou pela internet. Uma questão primordial abordada nesta pesquisa não está na defesa de um ou outro suporte. Nem ao menos na comparação entre eles. O dilema central reside na convergência, já que o suporte virtual está ficando cada vez mais próximo, mais disponível e por mais tempo presente na vida das pessoas. Você que lê este texto e certamente faz parte (ou irá fazer parte muito em breve) do grupo que tem acesso à banda larga pense no seguinte questionamento: quanto tempo você passa por dia em frente do computador? E quantas horas assiste a programas televisivos? Faça o cálculo e reflita sobre quais são os meios de comunicação que você procura no seu dia a dia para ficar bem informado.

Na internet, a notícia audiovisual, ainda que permaneça sendo produzida muito similarmente ao que é feito na TV convencional, é disposta de forma diferente, compondo um mosaico digital (NOGUEIRA, 2005). Diferencial também é seu propósito: ser atrativa o suficiente para ser acessada pelo internauta, quem decide o que quer ver, na hora em que quer ver e os caminhos que vai percorrer para assistir aquilo. Daí a necessidade de repensar o perfil do profissional que vai processar essa informação no mundo digital. Surge, então, o narrador hipermídia, que reúne diferentes habilidades, e entre elas, a capacidade de trabalhar a partir do *feedback* do receptor, nas mais diferentes formas de interatividade.

Mas este perfil profissional está mais visível na teoria do que na prática jornalística, ainda que a migração do fazer telejornalismo para o ciberespaço é pouco discutida e timidamente vivenciada nas universidades brasileiras. De acordo com a mais recente pesquisa financiada pela Associação Brasileira de TVs Universitárias, a ABTU, das 151 universidades que possuem emissoras no país, apenas 15 produzem conteúdo especificamente para a rede, e são consideradas *webTVs*. Ou seja, poucos arriscam no novo suporte.

É o que ocorre também com as redes nacionais de TV aberta. Todas estão na internet, mas com a preocupação inicial de transferir o conteúdo que foi produzido para a TV convencional. Algumas tentativas de uso das ferramentas interativas foram verificadas, é certo, mas em termos de linguagem *webtevisual*, há pouco avanço.

Em busca da experimentação, foi criada em 2001 a *TV UERJ Online*, a primeira emissora televisiva universitária do país. São quase 3 mil dias, nos últimos oito anos, em uma guerra onde não há dinheiro para comprar tecnologia de ponta, mas existe a predisposição para inovar.

A emissora carioca contribui ensinando os alunos a fazer televisão para a internet, pensando a TV na *web* e propondo novas formas de narrativa para o *webjornalismo* audiovisual. Promove um pensar reflexivo e o desenvolvimento de competências que serão requeridas dos futuros profissionais da comunicação.

A cobrança é grande para não repetir os padrões das emissoras convencionais – especialmente as comerciais – e, por isso, foram muitas as alterações do projeto que norteia a TV universitária da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Conteúdo, *layout*, rotinas de planejamento, execução e divulgação dos produtos jornalísticos foram alterados diversas vezes pelas centenas de estagiários que fizeram parte dessa história. Mas a essência, o espírito de guerrilha permanece e foi reconhecido com a conquista do *Prêmio Luiz Beltrão*, em 2002, e o *Top Comm Award*, em 2007.

Após a implantação e o reconhecimento, a *TV UERJ* fez importantes parcerias (*CNN*, *Painel Brasil*, *Observatório da Imprensa*) para sustentar a difícil tarefa de experimentar. Trata-se de sobreviver, acima de tudo, a partir da prática da responsabilidade social. No projeto, nem mesmo as fascinantes ferramentas tecnológicas, capazes de inibir as restrições de espaço e tempo dos meios de comunicação – inimigos mortais dos jornalistas –, superam os princípios morais e éticos inerentes à profissão do jornalista.

A *TV UERJ*, porém, vai além da experimentação quando propõe uma reflexão, calcada na prática, do atual estágio do jornalismo. A primeira emissora televisiva

universitária online do país, que também é pioneira na prática do *webjornalismo* audiovisual, é um projeto pedagógico que parte da premissa de seu idealizador (BRASIL, 2007; 2008; 2009) que o ensino do jornalismo está em crise e precisa mudar. Da mesma forma pensa Melo (2009, p.103), ao defender o fim da tradição das estruturas anacrônicas e prioridade aos “modos de expressão jornalística por intermédio do som e da imagem”, com a finalidade de motivar o “apetite cultural daqueles bolsões marginalizados da sociedade de consumo”.

Trata-se de um momento de pensar a finalidade do jornalismo em um contexto onde a informação não tem qualquer dificuldade de circular. O dilema do profissional da notícia na sociedade atual é justamente para que tais informações cheguem e circulem eficientemente a quem possa se interessar, fazendo uso da convergência midiática. Daí a importância da formação deste jornalista, que, se não estiver convicto de seu papel na sociedade, ficará com o pensamento restrito às mudanças tecnológicas. É fato: não é apenas o aparato técnico que mudou. A problemática reside no uso das novas ferramentas para honrar e dignificar o jornalismo como prática elementar para a garantia e o desenvolvimento da democracia.

Diante deste cenário, a *TV UERJ* se configura como uma proposta de educação tecnológica (GRINSPUN, 1999) bem como uma alternativa para colaborar com a reinvenção do ensino da prática jornalística (MELO, 2009).

Tal instrumento de ensino é visto a partir de dois prismas. De um lado residem o formato, a linguagem e a produção alternativas, que jamais encontrariam espaço nas emissoras convencionais. De outro, as questões ideológicas: o perigo de dar voz e vez a alunos sem qualquer espécie de controle e a prática do telejornalismo ao vivo que pode ser um canal aberto a imprevistos. As instituições não desejam perder o controle das suas produções.

Quem vivenciou a rotina de uma redação de TV sabe muito bem o que é colocar um telejornal ao vivo no ar. À margem das operações técnicas e financeiras, configura-se uma prática que exige conhecimento de linguagem, de gerenciamento de equipe e, sobretudo, de compromisso ético. É preciso que o jornalista tenha sólidas convicções de seu papel ao tomar uma decisão em poucos segundos, que pode trazer consequências seculares.

Da mesma forma como os demais profissionais que lidam com a vida das pessoas precisam passar por um longo período de experiência antes de agir, assim deve ser com a formação no jornalismo. Antes mesmo de assumirem estágios em emissoras comerciais, a eles deve ser oferecida a oportunidade de experimentar, com possibilidade de acertar e errar. É do julgamento dessas ações que vai se alicerçar o conhecimento.

Espera-se que este estudo de caso possa contribuir para iluminar outras

experiências no gênero. Afinal, a TV universitária na internet pode ser uma tentativa de um telejornalismo mais crítico, inventivo, mais contextualizado, marcado pela diversidade. O relato sobre a história da experiência pioneira no âmbito universitário para reinventar o jornalismo multimídia é apenas um ponto de partida para uma discussão que pode e deve se tornar mais ampla no cenário mundial.

Primeiro faz-se necessário focar o olhar na rotina de produção das emissoras online que não têm compromissos mercadológicos, mas éticos e morais. Verificar como as TVs universitárias encontram saída para a prática de um jornalismo, que, infelizmente, é mais comum nos livros que no mercado de trabalho. Estudar as táticas de guerrilha adotadas em nome das possíveis transformações sociais e compartilhar esse conhecimento é outra contribuição que pode ser feita pela comunidade científica. Por enquanto, há espaço para a ação de protagonistas que confrontam as práticas abusivas da TV comercial. Se abafadas, essas ações podem não encontrar mais forças para continuar. Se divulgadas e até mesmo questionadas, podem protagonizar o período de mudanças, que sucede a crise.

Em âmbito acadêmico, investir em pesquisas sobre o *webjornalismo* audiovisual é colocar a ciência a serviço da compreensão da realidade atual. Não se pode conceber a possibilidade do mercado criar a linguagem e ditar as regras – como sempre fez –, o que pode e o que não pode ao produzir vídeos para o ciberespaço. É hora da academia se impor e assumir o compromisso de refletir sobre tais práticas a favor da sociedade. Sua força reside na legitimidade que tem de produzir conhecimento baseado em conceitos que elucidam a vivência das práticas. E assim fazer ao sabor da liberdade.

REFERÊNCIAS

- ACHILIS et al. **TV pública:** compromissos e regulamentação. Folha de São Paulo, São Paulo, 25 abr. 2009. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=4882>. Acesso em: 25 abr. 2009.
- ADORYAN, Adriano. **Pesquisa mestrado RITU.** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <thaisa@unoeste.br> em 3 nov. 2009.
- AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e telejornalismo:** do analógico ao virtual. 2004. 336 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação na área de Jornalismo, Mercado e Tecnologia) – ECA/USP, São Paulo.
- ANATEL regulamenta sistema de banda larga pela rede elétrica. 13 abr. 2009. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=17976>>. Acesso em: 31 out. 2009.
- AVILA, Renato Nogueira Perez. **Streaming:** aprenda a criar sua rádio ou TV na internet. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.
- BAIO, Cintia. Mais da metade das casas com computador está na Região Sudeste. 18 set. 2009. Disponível em: <<http://tecnologia.UOL.com.br/ultnot/2009/09/18/ult2870u264.jhtm?action=print>>. Acesso em: 31 out. 2009.
- BASE de internautas pode superar 50 milhões. 6 jan. 2009. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOP&pub=T&db=caldb&comp=Notícias&docid=0116050742209ADD8325753600605E31>>. Acesso em: 31 out. 2009.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação.** Lisboa: Relógio D'água, 1991.
- BECKER, Beatriz; LIMA, Marcos Henrique. Ame ou deixe o ciberespaço. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 4, n. 2, p. 11-23, jul./dez. 2007. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2335/2782>>. Acesso em: 15 out. 2009.
- BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. O potencial do webjornalismo audiovisual: a experiência do TJUFRJ. In: FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (FNPJ); ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO, 11., 2008, São Paulo. **Anais....** São Paulo: FNPJ, 2008a. p.1-31. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewabstract.php?id=278&cf=12>>. Acesso em: 15 out. 2009.
- _____. Webjornalismo audiovisual: uma análise do jornalismo como forma de conhecimento na contemporaneidade. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 80-94, ago./dez. 2008b. Disponível em: <<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/view/125/127>>. Acesso em: 15 out. 2009.

_____. Webjornalismo audiovisual: perspectivas para um jornalismo de qualidade no ciberespaço. **Revista Nau**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 97-113, ago./dez. 2008c. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/NAU/article/viewFile/5344/4916>>. Acesso em: 15 out. 2009.

BECKER, Beatriz; VIANA, Taisa Gamboa; LIMA, Marcos Henrique. TJUFRJ: uma experiência empírica sobre o jornalismo audiovisual na web. **Comunicação e Espaço Público**, v. 10, n. 1/2, p. 9-21, 2007. Disponível em: <http://www.fac.unb.br/site/images/stories/Posgraduacao/Revista/Edicoes/2007_revista.pdf> Acesso em: 15 out. 2009.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação**. Campinas: Autores Associados, 2001.

_____. Mídia-educação ou comunicação educacional? Campo novo de teoria e de prática. In: BELLONI, M. L. (Org.) **A formação na sociedade do espetáculo**. São Paulo: Loyola, 2002. p.27-45.

BELLONI, Maria Luiza; GOMES, Nilza Godoy. Infância, mídias e aprendizagem: autodidaxia e colaboração. **Educação & Sociedade**. Campinas, v. 29, n. 104, p. 717-746, out. 2008. Disponível em: <<http://www.cedes.unicamp.br>>. Acesso em: 30 jun. 2009.

BITTENCOURT, Luís C. A expansão do telejornalismo online. **Mural PJ: BR, Jornalismo Brasileiro**. 2001. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/manchetes_031.htm>. Acesso em: 11 jan. 2009.

BIZZOTTO, Márcia. Internet é mais popular que TV na Europa, diz pesquisa. **BBC Brasil**. 6 dez. 2007. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/12/printable/071206_interneteurop_a_fp.shtml>. Acesso em: 31 out. 2009.

BRASIL, Antônio Cláudio. **Antimanual de jornalismo e comunicação**: ensaios críticos sobre o jornalismo, televisão e novas tecnologias. São Paulo: Senac, 2007.

_____. **Telejornalismo, internet e guerrilha tecnológica**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

BRASIL, Antonio; ARNT, Héris. **Telejornalismo on-line em debate**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2002.

BRASIL, Antonio. A TV invade a internet. **Observatório da Imprensa**, Campinas, 8 ago. 2006a. Disponível em: <<http://www.ietv.org.br/v3/index.php?sub=pensartv&pensartv=110>>. Acesso em: 10 jan. 2009.

_____. Investigating the impact of internet TV on multimedia journalism and journalism education: a Brazilian study case. JOURNALISM BRAZIL CONFERENCE, Porto Alegre, nov., p. 3-5, 2006b. Disponível em: <<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/antoniobrasil.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2009.

_____. **A experiência no meio acadêmico**. 2006c. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=1289>>. Acesso em: 8 nov. 2009.

_____. **A migração da TV e dos telejornais para a internet**: tendências e desafios. [S.l.: s.n], 2009a.

_____. **Pesquisa mestrado TV UERJ** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <thaisa@unoeste.br> em: 1 nov. 2009b.

CAIXETA, Rodrigo. Uma mídia ainda em busca de definição. **Observatório da Imprensa**, Campinas, 1 ago. 2006. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprimir.asp?cod=392TVQ002>>. Acesso em: 8 nov. 2009.

CARNEIRO, Raquel. **Informática na educação: representações sociais do cotidiano**. São Paulo: Cortez, 2002.

CARTA de diretrizes das televisões universitárias brasileiras. **ABTU**. 13 nov. 2009. Disponível em: <http://www.abtu.org.br/noticias/noticias_da_abtu/366>. Acesso em: 15 nov. 2009.

CONFERÊNCIA Nacional termina com avanços para a Comunicação no Brasil. **TV Brasil**. Disponível em: <http://www.tvbrasil.org.br/saladeimprensa/noticia_306.asp>. Acesso em 17 jan. 2010.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIZARD JUNIOR, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 215-235.

GOIDANICH, Maria Elisabeth. Mídia, cidadania e consumo: estamos formando consumidores ou cidadãos? In: BELLONI, Maria Luiza (Org.). **A formação na sociedade do espetáculo**. São Paulo: Loyola, 2002. p. 73-94.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa**. São Paulo: Senac, 2003.

GRINSPUN, Mírian Paura Sabrosa Zippin. Educação tecnológica. In: GRINSPUN, M. P. S. Z. (Org.). **Educação tecnológica: desafios e perspectivas**. São Paulo: Cortez, 1999. p. 25-73.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2007. **Mais de 50% dos trabalhadores contribuem para a previdência**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1230&id_pagina=1>. Acesso em: 15 out. 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LEIRIA, Luis; PORTELLA, Cristina. **Enciclopédia da rede 2**. São Paulo: Ediouro, 1998.

LIMA, Suely da Silva. **WebTV: a universidade cai na rede**. 2009. 67f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Jornalismo) - Fundação Educacional do Município de Assis, São Paulo.

LUCHETTI, Alberto. **allTV: a primeira TV interativa da Internet 24 horas ao vivo**. São Paulo: [s.e], 2008.

_____. Entrevista. **Jornal Pedaco da Vila**, São Paulo, out. 2008a. Entrevista concedida a Denise Delfim. Disponível em: <<http://www.pedacodavila.com.br/materia.asp?mat=828>>. Acesso em: 15 nov. 2009.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. p. 199-222.

MAGALHÃES, Cláudio. **Manual para uma TV universitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **TV Universitária: uma história em evolução**. 2008. Disponível em: <http://www.abtu.org.br/artigos/tv_universitaria_uma_historia_em_evolucao/9>. Acesso em: 10 jul. 2009.

MAGALHÃES, Cláudio. **Pesquisa mestrado ABTU** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <thaisa@unoeste.br> em 30 out. 2009a.

MAGALHÃES, Manoel. **Pesquisa mestrado UERJ** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <thaisa@unoeste.br> em 15 nov. 2009b.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MELO, José Marques de. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias online**. São Paulo: Senac, 2002.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 269-279.

NASCIMENTO, Marcos. 500 vídeos no YouTube. 2008. Disponível em: <<http://blogdatuerj.blogspot.com/2008/11/500-vdeos-no-you-tube.html>>. Acesso em: 7 nov. 2009.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online.** 2005. 224f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/producao_dissertacoes.htm/>. Acesso em: 26 fev. 2009.

ORWELL, George. **1984.** São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1980.

PALACIOS, Marcos et al. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo on-line Brasileiro.** Salvador: REDECOM, 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2009.

PAVLIK, John. O impacto das novas tecnologias da informação na prática do jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 23, n. 1, p. 139-149, jan./jun. 2000. Entrevista concedida à Sonia Virgínia Moreira. Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/797/580>>. Acesso em: 2 nov. 2009.

PENA, Felipe. A TV digital no imaginário tecnológico: identidades, mediação e sociabilidade nas fantasias do telejornalismo online. In: COMPÓS, 13., 2004, São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo, 2004. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_664.pdf> Acesso em: 2 nov. 2009.

PENA, Felipe. Estética, pluralidade e cidadania nas tevês universitárias. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 6., 2002, Santa Cruz de La Sierra, Bolívia. **Banco de Papers.** Bolívia, 2002. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/pena-felipe-tv-universitaria.pdf>> Acesso em: 10 jul. 2009.

PENNA, Fabio. **Relato de experiência TV UERJ.** Rio de Janeiro: [s.n.], 2005.

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **TV universitária: limites e possibilidades.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

PRIOLLI, Gabriel. **Televisão sem complexo.** 1 abr. 2007. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=428DAC001>>. Acesso em: 16 fev. 2009.

_____. **Televisão universitária: TV educativa em Terceiro Grau.** 26 ago. 2004. Disponível em: <<http://www.universia.com.br/materia/materia.jsp?id=4843>>. Acesso em: 16 fev. 2009.

RAMALHO, Alzimar. A interdisciplinaridade na TV Universitária: um estudo de caso. In: ENCONTRO PAULISTA DE PROFESSORES DE JORNALISMO, 4., 2008, São Paulo. **Banco de Papers.** São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=427&cf=15>>. Acesso em: 10 jul. 2009.

_____. **A TV universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV FEMA de Assis (SP).** 2005. 148f. Dissertação (Mestrado em Comunicação: Mídia e Cultura) – Universidade de Marília, Unimar. Disponível em: <<http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/88ef5cadd0a0dcc80abdb5c6e253e67.pdf>>. Acesso em: 13 fev. 2009.

_____. **Pesquisa TV universitária** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <thaisa@unoeste.br> em 2 fev. 2010.

RANKING da internet no Brasil. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=impresso&db=caldb&docid=E37C727B59300DFE83257639004D478C>>. Acesso em: 31 out. 2009.

RIBEIRO, Ana Paula et al. Um olhar sobre o telejornalismo online: a questão da linguagem e dos formatos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - MERCADO E COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE DIGITAL, 30., 2007, Santos. **Anais...** Santos: INTERCOM, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1667-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2009.

ROCHA, Geiza. **Brasil e o telejornalismo universitário online**. 2001. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudo=507>>. Acesso em: 7 nov. 2009.

ROSADO, Eliana Martins da Silva. Contribuições da psicologia para uso da mídia no ensino-aprendizagem. In: ENCONTRO NACIONAL DE DIDÁTICA E PRÁTICA DE ENSINO, 9., 1998, Águas de Lindóia: **Anais...** 1998. Águas de Lindóia, 1998. p. 217-237.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SHIFTING traditions: internet rivalling TV in media consumption stakes. Disponível em: <<http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?lang=1&id=154>>. Acesso em: 31 out. 2009.

SILVA, Juremir Machado. **Depois do espetáculo**: reflexões sobre a tese 4 de Guy Debord. In: COMPÓS, 16., Curitiba, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_182.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. 2. ed. Porto, Portugal: Universidade Fernando Pessoa, 2006.

SOUSA, Jorge Pedro; AROSO, Inês. **Técnicas jornalísticas nos meios electrónicos**: princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on-line. Porto, Portugal: Gráfica da Universidade Fernando Pessoa, 2003.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes. O telejornalismo na internet. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, v. 24, n. 38, p. 43-52, 2002. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/view/128/88>. Acesso em: 7 nov. 2009.

TEIXEIRA, Juliana et al. Usos e apropriações da linguagem audiovisual na universidade: as experiências do webjornalismo audiovisual. In: EXPOSIÇÃO DA PESQUISA EXPERIMENTAL EM COMUNICAÇÃO, 16., 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: INTERCOM, 2009. Disponível em: <<http://200.136.53.130:13580/cdrom/2009/intercom/sudeste/cd/expocom/EX14-0193-1.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2009.

TERRA lança versão beta do novo Terra TV. 7 abr. 2009. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI3690768-EI306,00-Terra+lanca+versao+beta+do+novo+Terra+TV.html>>. Acesso em: 6 jun. 2009.

TV UOL tem programação ampliada. mar. 2009. Disponível em: <<http://sobre.uol.noticias.uol.com.br/ultnot/noticias/retrospectiva/2008/gge.jhtm>>. Acesso em: 15 out. 2009.

VALENTE, José Armando. Por quê o computador na educação. In: VALENTE, J. A. (Org.). **Computadores e conhecimento: repensando a educação**. Campinas: Unicamp/NIED, 1993. p. 24-44.

_____. **O computador na sociedade do conhecimento**. Campinas: Unicamp/Nied, 1999.

_____. A espiral da aprendizagem e as tecnologias de informação e comunicação: repensando conceitos. In: JOLY, M.C.R.A. **A Tecnologia no ensino: implicações para a aprendizagem**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002. p. 15-37.

VALERI, Amanda. Brasil é o 5º maior mercado de computadores do mundo. **Estadão Online**. 19 fev. 2008. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/economia,brasil-e-o-5-maior-mercado-de-computadores-do-mundo,127127,0.htm>>. Acesso em: 31 out. 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, André Mendes de. **Mídia eletrônica: seu controle nos EUA e no Brasil.** Rio de Janeiro: Forense, 1993.

ALMEIDA, Maria Elizabeth Bianconcini. Tecnologias na Educação: dos caminhos trilhados aos atuais desafios. In: **Bolema**, ano 21, n.29, 2008. p.99-129. Disponível em: <<http://eft.educom.pt/index.php/eft/article/view/19/11>>. Acesso em 15/05/2009.

BRASIL, Antônio Cláudio. **A revolução das imagens: uma nova era proposta para o telejornalismo na era digital.** Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2005.

BRASIL, Antonio. Ensinar Jornalismo com TV na internet. 6 nov. 2006. In: **Observatório da Imprensa.** Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=407ASP006>>. Acesso em 01 nov. 2009.

_____. Unesco quer melhorar o ensino de jornalismo. **Jornal Intercom Notícias**, São Paulo, 2 mar. 2007. ano 3, n.49. Disponível em <http://www.intercom.org.br/boletim/a03n49/acontece_unesco.shtml> Acesso em 10 ago. 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação.** São Paulo: Loyola, 2003.

MELO, José Marques de. **Desafios do ensino do jornalismo no século XXI.** Comunique-se. 9 jul. 2009. Disponível em <<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsprint.asp?editoria=237&idnot=49739>>. Acesso em 9 jul. 2009.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade.** Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MUNHOZ, Paulo. Estágios de desenvolvimento do fotojornalismo na internet. **Diálogos e Ciência.** Ano V, n.11, set. 2007. Disponível em: <http://dialogos.ftc.br/index.php?Itemid=4&id=43&option=com_content&task=view>. Acesso em 5 nov. 2009.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line.** 3.ed. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Luís Alberto. TV UERJ: a guerrilha tecnológica no ar. 1 out. 2008. In: **Multirio.** Disponível em<http://www.multirio.rj.gov.br/sec21/almanaque_artigo.asp?cod_artigo=4155>. Acesso em 2 nov. 2009.

SILVA, Luiz Martins. Jornalismo Público: o social como valor notícia. In: XI Compós. Rio de Janeiro, 2002. **Anais...** Disponível em: <http://www.ucb.br/comsocial/mba/Jornalismo_publico_o_social_como_valor-noticia.pdf> Acesso em 20 jun. 2009.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e Política.** São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

GLOSSÁRIO

Afiladas – emissoras de TV vinculadas a uma entidade maior, que nesta dissertação se refere à Associação Brasileira de TVs Universitárias.

Arquitetura do site – as diferentes formas em que as informações são disponibilizadas em um site.

Banda larga – linha de alta velocidade de transmissão de dados usada para o acesso à internet.

Barra de ferramentas – conjunto de botões dispostos em linhas ou colunas que permitem a execução de funções do site de uma maneira rápida e prática, apenas clicando com o mouse.

Barra de rolagem – permite que o conteúdo do site não perca a continuidade. Geralmente está localizada ao lado direito da tela e abaixo da página podendo ser manipulada conforme a preferência do usuário.

Boletins – formatos televisivos de curta duração, em que o apresentador e o repórter geralmente utilizam a seguinte estrutura: abertura, desenvolvimento (onde podem ocorrer entrevistas ou notas cobertas sobre o fato) e encerramento.

Box – uma caixa com conteúdo específico separado propositalmente dos demais.

Broadcast – sistema de teledifusão de sinais em que o mesmo conteúdo é transmitido para todos os receptores.

Chamada – tem como objetivo anunciar de forma resumida o conteúdo principal do produto jornalístico para despertar o interesse do receptor em ler, ver ou ouvir o material completo.

Chat – sala de bate-papo online.

Ciberespaço – termo utilizado pela primeira vez em 1984 pelo autor de ficções científicas William Gibson, ao publicar o livro *Neuromancer*. Refere-se ao espaço social ou mundo virtual criado com a internet que possibilita troca de informações, imagens, sons e vídeos.

Cibertelejornalismo – prática de produção de vídeos jornalísticos específicos para a internet de acordo com Neusa Maria do Amaral (2004).

CiberTV ou ciberwebTV – emissoras de TV que produzem conteúdo exclusivamente para a internet, segundo Neusa Maria do Amaral (2004)

Circuito de TV fechado – sistema de televisão que distribui sinais de câmeras de TV em locais específicos.

Color bar – sinal de justaposição de cores usado para avaliação simples da imagem.

Compressão algorítmica – redução dos passos necessários para executar as tarefas pelo computador.

Conectividade – ligação por meio do computador a qualquer momento e em qualquer lugar, eliminando distâncias, mesmo sem haver mobilidade.

Convergência midiática – integração das mídias, considerando suas peculiaridades e suas potencialidades.

Domínio – é o nome de uma área reservada em um servidor de internet que indica o endereço de um site.

Download – processo de copiar um arquivo de um computador remoto para outro através da rede.

Edição não-linear – diferentemente da edição linear, em que é preciso rodar a fita para selecionar as imagens que serão utilizadas, a não-linear permite acesso direto às imagens, já que as cenas são armazenadas no computador.

Editorialização – processo de identificação de como e quais conteúdos são hierarquizados no site.

Enquadramento – espaço que vai ficar visível aos olhos do telespectador, varia do mais aberto ao mais fechado.

Espelho – documento que prevê como será o telejornal, determinando a ordem e o tempo das reportagens e notas, que são divididos em blocos.

Estética audiovisual – refere-se à qualidade de imagem e som de um vídeo.

Estúdio de TV – local onde são realizadas as transmissões e gravações da emissora, sendo equipado tecnologicamente para tais operações.

Fechamento ou deadline – prazo que o jornalista tem para finalizar seu trabalho, seja de reportagem (enviando para a redação suas fitas com as gravações realizadas) ou de edição (para que as reportagens e o telejornal sejam colocados no ar).

Flash – programa desenvolvido pela Macromedia para criar páginas multimídia.

Grade de programação – organização dos dias e horários de exibição dos programas de uma emissora de TV.

Hiperlink ou link – elemento gráfico ou colorido (quando palavras são geralmente são sublinhadas) que distribui material informativo em camadas, permitindo a navegação pelas estruturas narrativas no mesmo documento ou em outro documento no ciberespaço.

Hipertextualidade - é o percurso de leitura diverso a cada acesso, fazendo uso de múltiplas fontes e conteúdos adicionais por meio de diferentes tipos de links.

Hipermediação – representação de uma mídia em outra.

Hipermídia – refere-se à fusão dos meios textuais, sonoros e imagéticos a partir de elementos não-lineares nos computadores. É qualquer método de transmissão de informações baseado em computadores.

Homepages – páginas da World Wide Web que funcionam por meio de um sistema de hipertexto.

HTML - Hypertext Markup Language é a linguagem utilizada para criar documentos em hipertexto para a World Wide Web. Permite a tradução igual de seu conteúdo em qualquer computador. Código base para a criação de páginas na rede.

ICQ – I seek you – Procurando você – programa que permite encontrar pessoas conectadas em tempo real e manter conversas ou sessões de chat.

Imagens chapadas – sem profundidade de campo. Só é possível visualizar imagens bidimensionais.

Imagens pixelizadas – imagem de baixa qualidade onde os pixels ou pontos que a formam ficam distantes uns dos outros.

Instantaneidade – uma das características da televisão, que pode cobrir um fato no instante em que ele ocorre.

Interatividade – processo pelo qual duas ou mais coisas produzem um efeito uma sobre a outra ao trabalharem juntas. Remete também à inserção em um sistema, o relacionamento com pessoas e sistemas ou respostas a estímulos.

Interface – local onde pode ocorrer transferência de dados entre meios interligados.

Internet – rede mundial de computadores que se originou de um sistema de telecomunicações descentralizado criado pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos durante a Guerra Fria. Entre os anos 1970 e 1980 cresceu entre o meio acadêmico, quando sua principal aplicação era o correio eletrônico. Com a aparição da World Wide Web, em 1991, se popularizou.

Jornalismo de guerrilha – táticas adotadas para a sobrevivência do meio jornalístico, em busca de superar os obstáculos encontrados.

Jornalismo multimídia – prática jornalística que faz a convergência entre os diferentes meios de comunicação.

Kbps – é uma medida de velocidade de transmissão de dados que significa kilobites (1 kilobite = 1024 bites) por segundo.

Layout – desenho de uma página.

Linguagem televisual – soma dos elementos em áudio e vídeos que, articulados, compõem uma sintaxe que forma a mensagem específica e característica da televisão.

Logomarca – desenho que simboliza e identifica algo, seja um produto, como um programa de TV, ou uma empresa.

Mosaico Digital de Notícias – desenho fragmentado das páginas iniciais de uma emissora de TV online ou de um produto jornalístico audiovisual na web.

Multimídia – junção de áudios, imagens (estáticas ou em movimento) e textos.

Multimedialidade – soma dos elementos icônicos, textuais e sonoros. É a integração, em um mesmo elemento discursivo, de informações de vários tipos.

Narrador em hipermídia – profissional que roteiriza e modela as informações no ciberespaço em busca de compreensão contextualizada dos fatos.

Narrowcast – sistema de teledifusão de sinais em que o conteúdo é transmitido apenas para algumas pessoas.

Off – texto lido pelo apresentador ou repórter coberto por imagens.

On demand – permite que mais de um internauta possa assistir aos vídeos de um site, sendo essa transmissão ao vivo ou gravada.

Pay per view – ato de pagar para assistir a algum conteúdo.

Players – no contexto da dissertação se refere a competidores capazes de participar e disputar de igual para igual com os demais.

Portal de notícias – é uma página na internet que reúne vários links e serviços, servindo de porta de entrada para a navegação dos internautas.

Processador de texto – softwares que servem para digitar e editar textos.

Profundidade de campo – área de uma imagem que ficará em foco. Quanto maior a profundidade de campo, maior inserção de elementos narrativos em um único plano.

Provedor de acesso – torna possível ao usuário final a conexão à internet em caráter comercial ou não.

Rede – o termo é utilizado como sinônimo de internet. Mas seu significado pode ser também quando dois ou mais computadores estão conectados entre si, permitindo aos usuários compartilhamento de dados.

Relatório de reportagem – documento em que o repórter indica os elementos estruturais de uma reportagem na ordem em que gostaria que fossem apresentados.

Scroll – sinônimo de rolagem, possível de ser executada pelo mouse ou pelo teclado do computador. A partir dele, o conteúdo é acessado sem que haja mudança de página.

Servidor – é o computador de uma rede responsável por administrar e oferecer programas e informações para os outros computadores conectados.

Sinal aberto – disponível a todas as pessoas. Não é preciso pagar para ver, é de graça.

Sistema de teledifusão – sistema de transmissão de conteúdo televisivo, seja usando sinal analógico ou digital.

Sistema de TV a cabo – propagação do sinal de TV por meio de cabos coaxiais ou fibras ópticas.

SiteTV ou portalTV – página na internet que serve para divulgar emissoras de televisão convencionais, de acordo com Neusa Maria do Amaral (2004).

Streaming – transferência de arquivos de áudio ou vídeo por meio de uma rede de computadores sem a necessidade de download dos mesmos. A máquina recebe as informações no mesmo momento em que as disponibiliza aos usuários.

S-VHS ou Super Vídeo Home System – sistema de vídeo ou videocâmeras que surgiram na década de 1980 com melhor definição de imagem que as VHS (formato de vídeo doméstico que usa fita de ½ polegada embutida em cassete).

Tags – por serem códigos utilizados na linguagem HTML, funcionam como palavras-chave que auxiliam a encontrar informações na rede.

Telejornalismo online – o mesmo que webjornalismo audiovisual segundo Brasil (2002, 2006, 2007, 2009), e poderia fazer alusão às TVs conectadas a linhas telefônicas, de acordo com Nogueira (2005).

Tela cheia – quando o tamanho do vídeo é visualizado ocupando todo o espaço da tela do computador, o tamanho máximo possível.

Telejornalismo digital – notícias televisivas veiculadas pela TV Digital.

Telenauta – telespectador que recebe o conteúdo via internet (telespectador + internauta), de acordo com Luchetti (2008).

Televisão universitária – prática de produção de TV envolvendo as universidades, com a participação de alunos, professores e funcionários.

TV Digital – é uma nova tecnologia que transforma cada elemento da imagem e do som em um código binário (composto de 1 e 0), como ocorre com o computador. Áudio e vídeo têm melhor qualidade que a TV analógica e, por meio do novo sistema, os telespectadores terão outros benefícios, como a interatividade e a mobilidade. No Brasil, a TV digital foi implantada em 02 de dezembro de 2007.

TV one way – televisão de uma via só. A TV transmite o conteúdo e os telespectadores recebem.

TV two way – televisão de duas vias. Da mesma forma que a TV exibe seu conteúdo, o telespectador também pode participar da programação, dando sugestões, fazendo críticas e até mesmo produzindo e enviando seu material para a TV.

Via satélite – quando o sinal da televisão é transmitido mediante o uso do satélite, equipamento que fica localizado no espaço, recebe o sinal da superfície da Terra e o propaga para outro local.

Videoreportagem – prática de reportagem televisiva onde o repórter opera a câmera e realiza as entrevistas.

WWW – World Wide Web – sistema de hipermídia desenvolvido por Tim Berners-Lee, em 1991. Baseado na linguagem HTML, oferece acesso, por meio de hiperlinks, a recursos multimídia da internet.

Webcam – câmera filmadora que funciona a partir de software próprio integrado a um computador e que permite a captação e o tráfego de imagens na internet.

Webcast – sistema de teledifusão em que o conteúdo é transmitido via web.

Webjornalismo audiovisual – produção de conteúdo audiovisual noticioso para a web.

Webnovela – novela televisiva transmitida via web.

WebTV – emissora televisiva que produz e transmite conteúdo especificamente para a web.

Widescreen – formato de tela adequado para receber o sinal digital na proporção 16:9.

Windows Media – é uma estrutura multimídia para criação e distribuição de mídia para Microsoft Windows.

YouTube – site de compartilhamento de vídeos lançado em 2005 por Chad Hurley e Steve Chen, nos Estados Unidos.

Zapping – ato de mudança constante e rápida de canais de TV em busca de algum que lhe agrada.

Zonas de visualização – espaço onde estão localizados os elementos visuais à disposição do receptor.

APÊNDICES

APÊNDICE A
ENTREVISTA COM ANTÔNIO BRASIL

ENTREVISTA COM ANTÔNIO BRASIL

1ª parte - TV UERJ

1) Gostaria de ter relatado o panorama histórico que não compreenda apenas datas, mas relate as evoluções, em termos de conquistas que não são concretas, como o reconhecimento que o senhor comentou durante aquela nossa conversa. Como surgiu a ideia até a estrutura de hoje da emissora virtual.

Antônio Brasil - A TV UERJ começou em 2001 com um telejornal diário produzido pelos alunos/as do Laboratório de TV e Vídeo da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. A ideia é desenvolver ferramentas de ensino de Jornalismo. Ou seja, o desafio era como ensinar Jornalismo de TV sem ter acesso a uma televisão? Principalmente, como ensinar a essência da televisão, transmissões ao vivo, sem os recursos de uma TV de verdade. Tentamos produzir telejornais diários ao vivo na TV universitária do Rio de Janeiro, mas infelizmente não foi possível. Creio que não havia interesse neste tipo de produto jornalístico no canal universitário. A nossa única opção para produzir telejornais foi a utilização da Internet. No passado, já havíamos desenvolvido telejornais para circuito interno de TVs em universidades, as “TVs do poste”. Uma forma rudimentar de fazer TV com uma câmera ligada a monitores espalhados pelo campus da universidade. Produzíamos programas ao vivo, telejornais inclusive e programas de variedade. A nossa TV começa de forma rudimentar. Dessa forma, desenvolvemos o conceito de Guerrilha Tecnológica. Não esperamos as condições ideais. Fazemos com o que temos. O projeto da TV UERJ, a primeira TV universitária na Internet com programação regular e ao vivo é resultado desse conceito. Recebemos diversos prêmios, inclusive o mais importante no campo da comunicação no Brasil, o Luiz Beltrão para projetos inovadores da Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação em 2002. Fomos reconhecidos e recebemos apoio técnico da rede americana de notícias CNN pelo Projeto Student News e somos referência para projetos semelhantes no Brasil e outros países. Temos divulgado o potencial das TVs na Internet para o ensino e experimentação de novos conteúdos e linguagens para o jornalismo da era digital. Além de termos sido citados em diversos artigos na mídia nacional e internacional, também somos objeto de análise por parte de importantes pesquisadores acadêmicos brasileiros. Diante desse histórico, é possível sistematizar fases de transição da TV UERJ, por exemplo: surgiu em 2001 (primeira fase) ou fase heróica de implantação de projeto pioneiro com poucos recursos e tecnologia rudimentar em universidade pública brasileira. A segunda fase começa com o reconhecimento nacional e internacional da importância do nosso projeto. Além de diversos artigos na imprensa brasileira e apresentação do projeto em eventos internacionais, recebermos o Prêmio Luiz Beltrão para projetos inovadores da Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação em 2002 e a fizemos uma parceria com a rede americana CNN no projeto Student News para a produção e envio de matérias sobre o Brasil. Em 2002, começamos fazer nossas primeiras experiências de transmissão ao vivo. Tivemos diversos layouts experimentais. Mas a nossa principal mudança seria deixar de ser um telejornal diário para sermos uma TV universitária com diversos programas.

2) Vocês têm arquivos com imagens das páginas para me ceder para analisar a evolução do projeto em termos visuais e assim ilustrar?

Antônio Brasil - Temos poucos recursos e condições técnicas para manter arquivos digitais. Talvez ainda tenhamos alguns VHSs ou algumas matérias nos computadores. Creio que essa

memória está mais espalhada nos arquivos pessoais dos nossos ex-estagiários. Mas creio que ainda temos alguma coisa. Favor entrar em contato com o Fábio Penna.

3) Sobre o armazenamento de dados, ele é feito em que servidor, da UERJ? A postagem dos vídeos no YouTube como funciona?

Antônio Brasil - Hoje, os nossos programas são enviados e armazenados no YouTube.

4) Quantos alunos já participaram do projeto e como é o envolvimento de professores? Como é a seleção (quantos alunos e de quanto em quanto tempo) e como se dá a supervisão dos alunos que fazem parte da TV UERJ? Gostaria de entender melhor a questão dos alunos voluntários e dos bolsistas.

Antônio Brasil - Não posso dar um número preciso. Mas tivemos uma média de 30 voluntários/estagiários por ano. Ou seja, algo em torno de 300 alunos/as de jornalismo e de relações públicas. Outros professores tornaram possível o projeto, participam ativamente e foram responsáveis pela manutenção do projeto quando fui para os EUA, fazer posdoc em novas mídias na *Rutgers University* de *Nova Jersey*. A minha pesquisa foi sobre TVs na Internet para ensino de jornalismo.

5) Quais são os projetos para o futuro da TV UERJ?

Antônio Brasil - Antes de tudo, sobreviver. Mas também gostaríamos de ter condições para experimentar e ousar mais em termos de linguagem e conteúdo para TV. Somos um laboratório e temos que investir em inovações que poderão ser úteis para o futuro da comunicação na rede. Precisamos criar novos programas para a nossa TV. Outro projeto é desenvolver um espaço para acolhimento de vídeos como *YouTube* para vídeos universitários – produzidos por aluno, funcionários e professores de universidades. Mas o mais importante seria implantar uma idéia antiga: a Casa do Jornalista. Queríamos mostrar os bastidores da produção de um telejornal e de uma TV ao vivo com transmissões 24 horas ao vivo pela Internet. Um *reality show* universitário na rede que mostre a formação de nossos alunos/as, a formação de jornalistas do futuro!

2ª parte – TV e Internet

6) O senhor considera que a Internet ainda é um meio e uma linguagem essencialmente jovem?

Antônio Brasil - Sim. Há diversas pesquisas norte-americanas que demonstram a predominância do público jovem na Internet. Como todos os “novos” meios a Internet é mais facilmente compreendida e aceita pelos jovens. Algumas de suas principais idéias como o Google, YouTube, Orkut e Facebook foram criadas por jovens para jovens. Os mais velhos como eu se beneficiam dessas novas idéias.

7) Em seu artigo do Comunique-se “Quem precisa de TV Aberta”, o senhor diz que estamos diante do fim da televisão como conhecemos. Fala também sobre a polêmica em inserir ou não a Internet na televisão. Como o senhor vê essa questão que remete à convergência entre os meios? Estamos vivendo a convergência entre a televisão, o computador e a Internet?

Antônio Brasil - A TV está diante de um dilema. Se inclui acesso à rede perde audiência para os milhões de sites disponíveis. Se ignora a internet, provavelmente desaparece. Creio no entanto que a TV vai se adaptar aos novos tempos e novas tecnologias. A grande alternativa está na mobilidade. Assim como o transistor salvou o rádio, a TV no celular deve garantir uma sobrevivência ao meio televisivo. De qualquer maneira, a TV deixa de ser o meio hegemônico. A TV como a conhecemos, aquela que obriga milhões de telespectadores a assistir aos mesmos programas a mesma hora, desaparece. Surge uma nova TV digital na Internet com mais cara de *YouTube*. Milhões de opções para o público. A convergência dos meios de comunicação sempre existiu. Ao colocarmos fotos nos jornais no século XIX, rádio e cinema na TV já convergimos meios diversos. Em relação à interatividade, por exemplo, os primeiros jornais manuscritos na Europa já eram deixados em locais públicos com espaço reservado para que os leitores acrescentassem seus comentários. Ao se tornarem mais poderosos, meios de comunicação de massa, perderam muito dessa interatividade original. Hoje, por incrível que pareça, estamos resgatando o nosso passado de “diálogo” na comunicação. A participação do público ou interatividade tende a crescer. E minha opinião, isso é muito bom. A convergência de meios é um processo em evolução positivo e inevitável. O problema é que em relação à Internet ainda estamos vivendo a pré-história. Tudo é ainda muito novo e ficamos meio deslumbrados com seus ainda pequenos efeitos. Estamos diante de sinais não de mais um novo meio, mais uma onda. Estamos diante de um Tsunami.

8) Como o senhor compreende o conceito de interatividade e a importância dela para o processo de comunicação na atualidade?

Antônio Brasil - Interatividade sempre existiu. Os primeiros jornais manuscritos fixados em postes ou murais, por exemplo, deixavam espaços em branco que os leitores pudessem acrescentar comentários, informações ou reclamações. Os jornais tradicionais sempre receberam as cartas dos leitores e o rádio ainda se utiliza do telefone para a participação dos ouvintes. A TV, de uma certa forma, durante muitos anos, menosprezou a capacidade do telespectador de participar da programação. A internet veio retomar essa necessidade de diálogo e participação no modelo de comunicação. Os meios de comunicação de massa seguem um modelo centralizador: eu falo, você escuta ou assiste. Estamos diante de novos desafios. A comunicação pode passar a seguir o modelo dos games: interatividade com alto grau de participação do público na produção de conteúdo.

9) Em sua obra “Antimanual do jornalismo”, o senhor cita várias vezes o termo TV interativa. Quais são as características dessa TV e qual a importância dela para a sociedade?

Antônio Brasil - Eu acredito no modelo interativo das TVs digitais na Internet. A verdadeira TV digital está sendo desenvolvida na rede. Não se trata de mandar emails ou vídeos para as TVs tradicionais. Estamos diante da possibilidade de criarmos milhões de pequenas emissoras segmentadas e criar plataformas no modelo *YouTube*. *YouTube* é uma nova forma de se fazer e assistir TV, inclusive com transmissões ao vivo. TV interativa pode ser algo muito simples como um telejornal que recebe mensagens ao vivo de seus telespectadores com comentários e informações sobre o noticiário. Mas também pode ser uma experiência totalmente nova como os experimentos de participação do público em telejornais comunitários da Globo, por exemplo. No VC no RJTV o público envia matérias inteiras produzidas com técnicas e linguagem próprias dos telejornais. Trata-se de mais uma influência da Internet, dos novos conceitos de TV digital na rede como o *YouTube* que influencia a TV e os telejornais. Esse caminho também não tem mais volta. Cansado de só assistir, o novo telespectador de

telejornais quer participar da produção de matérias. É muito bom assistir jogos de futebol pela TV. Mas jogar é melhor. O novo telespectador quer jogar telejornalismo.

10) Qual é o seu conceito sobre TV Universitária?

Antônio Brasil - Para mim, TV universitária deveria ser uma TV experimental onde professores, alunos e funcionários de nossas instituições de ensino superior desenvolvessem novos formatos e conteúdos.

11) Qual é o panorama das TVs universitárias online no país? O senhor tem conhecimento de algum estudo sobre o assunto?

Antônio Brasil – Na minha opinião, o panorama das TV universitárias brasileiras, com raríssimas exceções, é o pior possível. Ignoradas pelo público, pela crítica e pelas TVs, elas se tornaram veículo de propaganda e promoção das reitorias. Um enorme investimento para “quase” nada. Poucas TVs universitárias brasileiras possuem as condições técnicas ou a “coragem” de transmitir uma programação ao vivo. Como já escrevi em um artigo, acredito que as universidades brasileiras desprezam ou/e odeiam o meio televisivo. Preferem o cinema e as novas tecnologias. Muitas universidades brasileiras já possuem webTVs. Ainda me impressiona saber que nem “todas” têm TVs na Internet. Afinal, assim como algumas boas idéias na história da humanidade, trata-se de um meio de comunicação simples, barato e muito poderoso. Creio que hoje é impensável pensar uma instituição de ensino superior sem um site na Internet. Nem sempre foi assim. TVs universitárias na rede é mera questão de tempo. O maior problema é questão política. Quem vai fazer essa TV? Se continuar sendo produzida somente pelas reitorias será somente um veículo de marketing. Será a continuação do “fracasso” das TVs universitárias que são transmitidas somente pelas TVs por assinatura. TVs que não experimentam nada, não criam modelos, copiam muito mal as TVs tradicionais e que – com raríssimas exceções – não transmitem programação ao vivo. Creio que em sua maioria tendem a ter “medo” do que poderia ser dito em TVs universitárias transmitidas ao vivo, mesmo que seja na Internet.

3ª parte – Telejornalismo online

12) Queria discutir um pouco o conceito: o senhor mantém ainda o termo telejornalismo online ao se referir para a prática do jornalismo televisivo na Internet? Isso porque na obra de Leila Nogueira ela conceitua de webjornalismo audiovisual, e Neusa Maria do Amaral nomeia as TVs na internet que produzem conteúdo específico para o meio de Ciberwebtv's.

Antônio Brasil - Sinceramente, ainda não temos um conceito apropriado para o que estamos fazendo. Telejornalismo online e webjornalismo audiovisual ainda me parecem termos de transição. Ainda replicamos o modelo do meio televisivo na Internet e não criamos os novos formatos. Estamos em fase experimental, inclusive em relação aos conceitos. Por enquanto, TV na Internet ou Telejornalismo na Internet auxiliam a divulgação do novo meio, mas não contemplam todas as novas possibilidades do futuro. Webjornalismo audiovisual ou ciberwebtv's são bons conceitos, mas péssimos nomes em termos de marketing ou popularização de uma idéia tão importante. Continuamos utilizando “telejornalismo online” da mesma forma que nos referimos ao jornalismo na Internet como jornalismo online. Pelo menos já temos um termo para o nosso meio: webtv's. Creio que ainda vivemos na pré-história

da Internet e temos que adaptar práticas comunicacionais antigas como os telejornais em meios novos e desconhecidos.

13) O senhor acredita que o telejornalismo online é um instrumento de democratização dos Meios de Comunicação de Massa do Brasil?

Antônio Brasil - Não se trata de acreditar ou não. O telejornalismo online é um instrumento de democratização de uma linguagem jornalística e televisiva. Um pequeno curso de jornalismo de uma universidade pública no Rio de Janeiro com pouquíssimos recursos e sem ter que pedir autorização a ninguém conseguir colocar um telejornal um telejornal diário ao vivo em um veículo poderoso como a Internet é colocar em prática idéias antigas e desgastadas, porém extremamente importantes como a democratização de qualquer coisa, ainda mais de Meios de Comunicação de Massa no Brasil. Se uma empresa, clube de futebol, condomínio de prédio ou universidade conseguem ter um telejornal diário quem sabe até ao vivo na internet, quando no passado somente as TV tradicionais como a Globo ou o SBT podiam produzir programas semelhantes, creio que estamos democratizando a linguagem, o formato e o conteúdo de telejornais. Mas ainda temos um longo caminho pela frente para produzirmos um jornalismo melhor na Internet.

14) Em seu livro “Telejornalismo, Internet e guerrilha tecnológica”, o senhor afirma que continuamos imitando a TV ou o rádio na rede e que deveríamos criar uma nova linguagem para um novo público. Sete anos após a publicação, essa linguagem já existe? Quais seriam os elementos dessa linguagem?

Antônio Brasil - Apesar de a TV ter mais de 60 anos ela ainda replica a linguagem do rádio, teatro e cinema. Existe muito pouco em termos de linguagem essencialmente televisiva. A mais importante, no entanto, é a programação ao vivo para grandes audiências. Isso é a essência da TV. Na sua migração e popularização na Internet temos mais possibilidades de experimentar novas linguagens. O melhor exemplo das novas linguagens televisivas não está nas TVs americanas, na Globo ou na BBC. A nova televisão está em sites como o *YouTube*. É bom lembrar que *YouTube* é um novo conceito de TV digital onde o público é totalmente responsável pelo conteúdo. Essa nova linguagem tem os novos de diversidade e experimentação de jovens e não tão jovens produtores independentes que agora possuem um veículo poderoso de comunicação.

15) Tenho entendido essa linguagem como sendo a webtelevisual, mas não tenho a clareza sobre seus elementos constitutivos. Penso no texto, na fotografia, no vídeo (imagens captadas do real e videografismos), no layout, armazenamento e nas ferramentas de interatividade.

Antônio Brasil - Creio que essa linguagem terá cada vez menos elementos da velha TV como a conhecemos e mais características da Internet. E o processo de convergência dos meios de comunicação na rede também tende a fazer com que as distinções entre os meios tradicionais sejam irrelevantes. No futuro, falar de jornal, rádio ou TV na internet não fará o menor sentido. Não estamos diante de mais um meio. Estamos diante de um ambiente totalmente novo, um novo conceito de comunicação. O próximo passo deve ser abandonar os meios comunicação e partir para uma nova realidade, uma comunicação pela experiência “vivida”, experimentada em uma “realidade virtual”.

APÊNDICE B
TVs UNIVERSITÁRIAS AFILIADAS À ABTU

TABELA 3: TVs universitárias com sinal aberto e/ou fechado afiliadas à ABTU

TVS UNIVERSITÁRIAS COM SINAL ABERTO E/OU FECHADO		
EMISSORA	INSTITUIÇÃO	LOCALIZAÇÃO
<i>Furg TV</i>	Universidade Federal do Rio Grande (Furg)	Rio Grande (RS)
<i>PUC TV</i>	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas)	Belo Horizonte (MG)
<i>Santa Cecília TV</i>	Universidade Santa Cecília (Unisanta)	Santos (SP)
<i>São Marcos TV</i>	Universidade São Marcos	São Paulo (SP)
<i>TV ESPM</i>	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)	São Paulo (SP)
<i>TV Pantanal</i>	Universidade Anhanguera-Universidade para o Desenvolvimento do Estado e Região do Pantanal (Universidade Anhanguera-Uniderp)	Campo Grande (MS)
<i>TV PUC Campinas</i>	Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC Campinas)	Campinas (SP)
<i>TV PUC Rio</i>	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC Rio)	Rio de Janeiro (RJ)
<i>TV UCDB</i>	Universidade Católica Dom Bosco (UCDB)	Campo Grande (MS)
<i>TV UCG</i>	Universidade Católica de Goiás (UCG)	Goiânia (GO)
<i>TV UCSal</i>	Universidade Católica do Salvador (UCSal)	Salvador (BA)
<i>TV Uesb</i>	Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb)	Vitória da Conquista (BA)
<i>TV Ufam</i>	Universidade Federal do Amazonas (Ufam)	Manaus (AM)
<i>TV UFMA</i>	Universidade Federal do Maranhão (UFMA)	São Luís (MA)
<i>TV UFPB</i>	Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	João Pessoa (PB)
<i>TV Unama</i>	Universidade da Amazônia (Unama)	Belém (PA)
<i>TV Uneb</i>	Universidade do Estado da Bahia (Uneb)	Salvador (BA)
<i>TV Uni-BH</i>	Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH)	Belo Horizonte (MG)
<i>TV Uni-BH Inconfidentes</i>	Fundação Cultural de Belo Horizonte	Ouro Preto (MG)
<i>TV Univali</i>	Universidade do Vale do Itajaí (Univali)	Itajaí (SC)
<i>TV Universitária</i>	Associação Faculdades Católicas Petropolitanas/Universidade Católica de Petrópolis	Petrópolis (RJ)
<i>TV Viçosa</i>	Universidade Federal de Viçosa (UFV)	Viçosa (MG)
<i>TV Votuporanga</i>	Fundação Rádio Educacional de Votuporanga	Votuporanga (SP)
<i>UFSC TV</i>	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Florianópolis (SC)
<i>Una TV</i>	Universidade União de Negócios e Administração (Centro Universitário UNA)	Belo Horizonte (MG)
<i>UnBTV</i>	Universidade de Brasília (UNB)	Brasília (DF)
<i>Unicruz TV</i>	Universidade de Cruz Alta (Unicruz)	Cruz Alta (RS)
<i>UPF TV</i>	Universidade de Passo Fundo (UPF)	Passo Fundo (RS)

TABELA 4: TVs universitárias online afiliadas à ABTU

TVS UNIVERSITÁRIAS ONLINE – RETRANSMITEM PELA INTERNET			
EMISSORA	INSTITUIÇÃO		ESTADO
<i>Doctum TV</i>	Faculdades Doctum	http://www.youtube.com/doctumtv	Caratinga (MG)
<i>Furb TV</i>	Universidade Regional de Blumenau (Furb)	http://www.furbtv.furb.br/	Blumenau (SC)
<i>RTV Unicamp</i>	Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)	http://www.rtv.unicamp.br/	Campinas (SP)
<i>TV Alfenas</i>	Universidade José do Rosário Vellano (Unifenas)	http://www.tvalfenas.com.br/	Alfenas (MG)
<i>TV Fag</i>	Faculdade Assis Gurgacz (Fag)	http://www.tvfag.com.br/	Cascavel (PR)
<i>TV Feevale</i>	Centro Universitário Feevale (Feevale)	http://www.youtube.com/tvfeevale	Novo Hamburgo (RS)
<i>TV Fema</i>	Fundação Educacional do Município de Assis (Fema)	http://www.femanet.com.br/femaedu/index.php/menutvfema.html	Assis (SP)
<i>TV Mackenzie</i>	Universidade Presbiteriana Mackenzie	http://tv.mackenzie.br/	São Paulo (SP)
<i>TV Unaerp</i>	Universidade de Ribeirão Preto	http://tv.unaerp.br/	Ribeirão Preto (SP)
<i>TV Unifor</i>	Universidade de Fortaleza (Unifor)	http://www.unifor.br/multimedia/	Fortaleza (CE)
<i>TV Unisinos</i>	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	www.unisinos.br/tv/	São Leopoldo (RS)
<i>TV Univap</i>	Universidade do Vale do Paraíba (Univap)	http://www.univap.br/tvunivap/	São José dos Campos (SP)
<i>TV Univates</i>	Centro Universitário Univates	http://www.univates.br/tv/	Lajeado (RS)
<i>TV USP</i>	Universidade de São Paulo (USP)	http://www.usp.br/tv/	São Paulo (SP)
<i>UCS TV</i>	Universidade de Caxias do Sul (UCS)	http://www.ucs.br/ucs/cetel/ucstv/	Caxias do Sul (RS)
<i>Uni TV</i>	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA) e Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter)	http://www.unitv.tv.br/	Porto Alegre (RS)
<i>Unimep TV</i>	Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep)	http://www.unimeptv.com.br	Piracicaba (SP)
<i>Unisul TV</i>	Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul)	http://www.unisultv.com.br/	Tubarão (SC)

TABELA 5: *WebTVs* universitárias afiliadas à ABTU

WEBTVS UNIVERSITÁRIAS – TRANSMITEM APENAS PELA INTERNET		
EMISSORA	INSTITUIÇÃO	ESTADO
<i>TV Facopp Online</i>	Universidade do Oeste Paulista http://www.unoeste.br/tvfacopp	Presidente Prudente (SP)
<i>TV Pitágoras</i>	Faculdade Pitágoras http://www.tvpitagoras.com.br/	Divinópolis (MG)
<i>TV PUC São Paulo</i>	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) http://tv.pucsp.br/	São Paulo (SP)
<i>TV Universitária da UEFS</i>	Universidade Estadual de Feira de Santana (Uefs) http://www.uefs.br/tvuefs/	Feira de Santana (BA)

ANEXOS

ANEXO A
SITES DE REDES DE TV BRASILEIRAS



Figura 18 – Portal *Globo.com*
Disponível em: <http://www.globo.com>
Acesso: novembro de 2009



Figura 19 – G1, site de notícias da *Globo*
Disponível em: <http://g1.globo.com>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 20 – Portal Cultura
Disponível em: <http://www.portalcultura.com.br>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 21 – IPTV Cultura
Disponível em: <http://www.iptvcultura.com.br>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 22 – Portal da Rede TV!
Disponível em: <http://www.redetv.com.br/portal>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 23 – Portal do SBT
Disponível em: <http://www.sbt.com.br>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 24 – Portal *eBand*, da *Rede Bandeirantes*
Disponível em: <http://www.band.com.br>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 25 – Portal *R7*, da *Rede Record*
Disponível em: <http://www.r7.com>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 26 – Portal CNT
Disponível em: <http://www.cnt.com.br>
Acesso em: novembro de 2009



Figura 27 – Portal UOL
Disponível em: <http://www.uol.com.br>
Acesso em: Novembro de 2009



Figura 28 – Site da TV UOL
Disponível em: <http://tvuol.uol.com.br>
Acesso em: Novembro de 2009



Figura 29 – Portal Terra
Disponível em: <http://www.terra.com.br/portal>
Acesso em: novembro de 2009

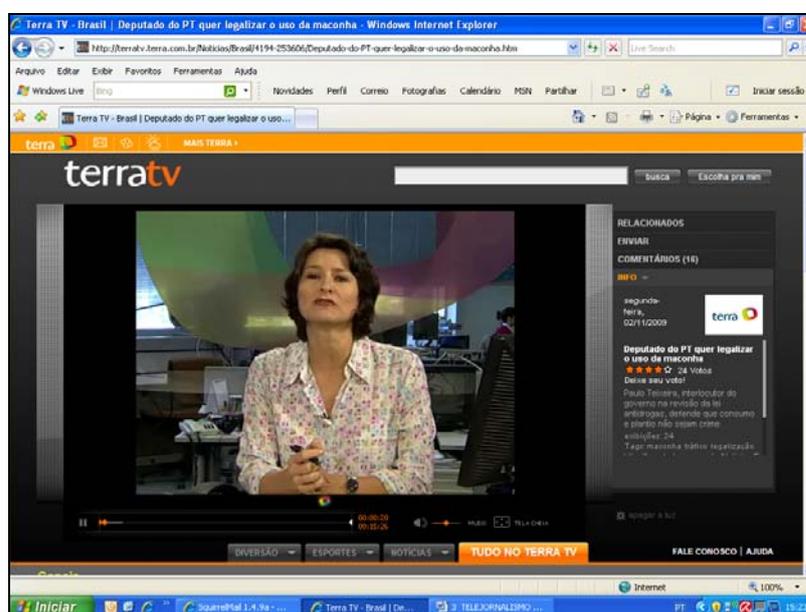


Figura 30 – Site do TerraTV
Disponível em: <http://terratv.terra.com.br>
Acesso em: novembro de 2009

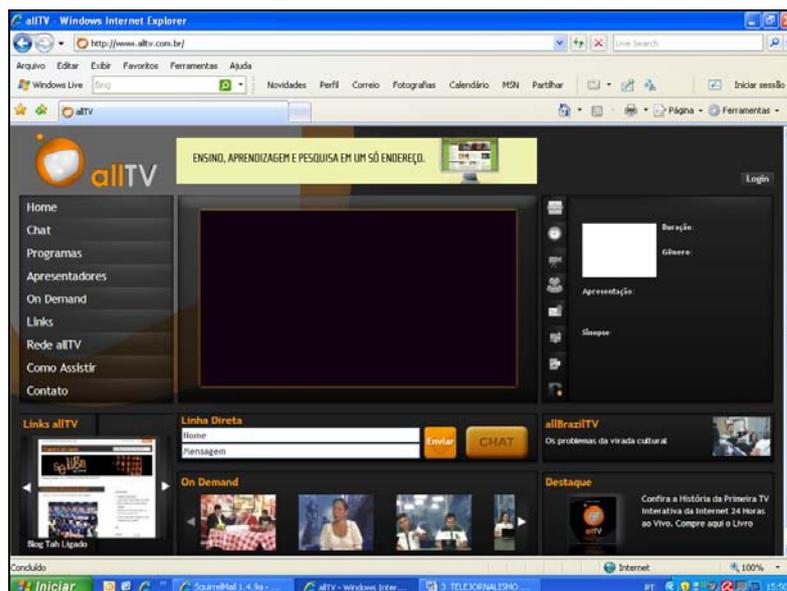


Figura 31 – Site da *allTV*
Disponível em: <http://www.alltv.com.br>
Acesso em: novembro de 2009

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](#)