

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

FABIANA PICCININ

"VEJA A SEGUIR": A TRANSIÇÃO DO TELEJORNAL  
ENTRE A LINHA DE MONTAGEM E A REDE

PORTO ALEGRE  
2007

FABIANA PICCININ

**"VEJA A SEGUIR": A TRANSIÇÃO DO TELEJORNAL  
ENTRE A LINHA DE MONTAGEM E A REDE**

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor, pelo Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora. Dr<sup>a</sup>. Doris Fagundes Haussen

PORTO ALEGRE  
2007

FABIANA PICCININ

**"VEJA A SEGUIR": A TRANSIÇÃO DO TELEJORNAL  
ENTRE A LINHA DE MONTAGEM E A REDE**

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor, pelo Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Doris Fagundes Haussen – PUCRS

---

Prof. Dr. Elias Machado Gonçalves – UFSC

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Christa Berger – UNISINOS

---

Prof. Dr. Flávio Antonio Camargo Porcello – UFRGS

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cristiane Finger Costa – PUCRS

A todos que, como eu, optam, a cada instante  
por não abandonar este “jogo” de regras cegas,  
apesar dos sedutores convites à desistência.

## AGRADECIMENTOS

Agradecer é um desses momentos mágicos em que a vida sai do script. Quando pessoas e ações nos surpreendem diante de situações desafiantes e, às vezes imprevistas, suavizando os momentos de solidão frente ao texto.

Mas como agradecer sem cometer pecados?

Talvez começando por dizer que esse trabalho não é exclusivamente meu.

É a materialização de muitas contribuições, até mesmo de quem o fez sem saber, já que à minha inquietude acadêmica, uni as oportunas, delicadas e precisas falas e silêncios, gestos e ausência deles, observações e não observações, de quem cruzou meu caminho. E acabei por reafirmar a idéia de que nem o “acaso” é suficiente para explicar as ajudas, e nem tampouco as “razões”, que ainda que justificadas, estão além de seu sentido original. Fazem parte das sutilezas da construção do trabalho e que, em alguns casos, demandam o reconhecimento específico.

À minha orientadora, pela paciência e dedicação em apontar o caminho;

À Unisc pelo apoio financeiro do curso;

À equipe do Jornal da Globo, especialmente ao Erick Brêtas, e à equipe do Globo Universidade, especialmente à Laura Andreotti. Obrigada por compreenderem a importância do trabalho e viabilizarem minha pesquisa na redação do telejornal;

À Ângela, à Veridiana e à Raquel pela catarse das discussões acadêmicas e existenciais que me restabeleceram muitas vezes a confiança, tão cara aos que tomam para si um empreendimento como esse;

À Vanice pelas ajudas operacionais “na esquina da Ipiranga com a Avenida São João”;

Aos meus pais, pelos telefonemas reconfortantes.

E especialmente ao Demétrio, meu companheiro no trabalho e na vida. Obrigada pelo estímulo e pelo carinho. Por todos os momentos decisivos em que amorosamente vigiou minhas angústias e vibrou com as conquistas. Por não só ter restabelecido minha crença nas respostas, como ter me ajudado a encontrá-las com a clareza e a doçura necessárias.

“Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas  
que já têm a forma do nosso corpo,  
e esquecer os nossos caminhos,  
que nos levam sempre aos mesmos lugares...  
É o tempo da travessia:  
e, se não ousarmos fazê-la,  
teremos ficado...para sempre...  
À margem de nós mesmos”.

Fernando Pessoa

## RESUMO

A partir da correspondência entre a tipificação de uma determinada experiência societária e um padrão tecnológico, este trabalho investiga como as novas tecnologias de comunicação e informação interferem na formatação do telejornal, em suas práticas, fazeres e linguagens. Analisa a sociedade atual na transição entre o Industrialismo e a Sociedade em Rede, buscando saber de que forma o jornalismo contemporâneo e a televisão situam-se nessa passagem entre um modelo organizativo de sociedade a outro. Ou seja, como se dá a convivência entre valores e marcas das tecnologias mecânicas industriais e as tecnologias conectivas das redes e que interferências produzem na concepção, tratamento, formatação e apresentação da notícia no telejornal. A aproximação da teoria com a prática é feita no trabalho a partir da observação dessa dinâmica no telejornal “Jornal da Globo”, da Rede Globo de Televisão. Um programa construído da interação entre valores e processos analógicos da linha de produção industrial com práticas e marcas rizomáticas das redes que demarcam seu estado preparatório para um novo tempo.

Palavras-chave: Jornalismo, Televisão, Tecnologia.

## **ABSTRACT**

This research investigates how the new communication and information technologies affect the production of television journalism, with regards know-how, methods of production and presentation both of language form and content, through the correlation between contemporary society and current technological. It analysis contemporary society, recognized as being in a state of transition between an Industrialized and an Information Society; collects information about the form of current journalism and television in this evolving period of sociological change. In other words, how this transition allows for the coexistence of both the values and characteristics of industrial technologies and the connecting networks of information technology, and how this change effects the production and presentation of television news broadcasts. The theories were verified empirically through the observation of this dynamic in the Rede Globo television news broadcasts “Jornal da Globo”. This program is produced at the interface between the values and analogical and mechanical processes of industrial production, and the practices and rhythms of a networking process that prepares the program for the emerging reality.

**Key-words:** Journalism, Television, Technology

## **LISTA DE SIGLAS**

**ABINEE** - Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica

**ABTA** - Associação Brasileira de Televisão Por Assinatura

**ANATEL** - Agência Nacional de Telecomunicações

**CAPES** - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

**COMPÓS** - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação

**IBGE** - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**INTERCOM** - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>OS NÓS DA REDE: TECNOLOGIAS DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA .....</b>	<b>23</b>
2.1	REPOSICIONANDO OS CONCEITOS: O LUGAR DA TECNOLOGIA DA CONECTIVIDADE .....	23
2.2	AS MÍDIAS: CONGLOMERADOS, CONVERGÊNCIA E SEGMENTAÇÃO .....	46
2.3	NOVOS ATORES E NOVAS MÍDIAS: O NEGÓCIO EM TELEVISÃO .....	58
2.4	NO BRASIL: O PROGRAMA DE TV DE SINAL ABERTO .....	71
<b>3</b>	<b>NOTÍCIAS NA TV: TEMPO DE TRANSIÇÃO .....</b>	<b>85</b>
3.1	DA MODERNIDADE À SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: O JORNALISMO ILUMINADOR .....	87
3.2	JORNALISMO TECNOLÓGICO: CONCEITOS EM TRANSIÇÃO .....	107
3.3	O QUARTO JORNALISMO NA TV ABERTA: ENTRE O PRESENTE E O FUTURO .....	127
<b>4</b>	<b>A “FÁBRICA” DE NOTÍCIAS PARA TV .....</b>	<b>148</b>
4.1	TELEJORNAL DE “SEGUNDA EDIÇÃO” NA REDE GLOBO .....	149
4.2	“JORNAL DA GLOBO” NA TV DE SÃO PAULO .....	156
4.3	“JG” NA TRANSIÇÃO: O MODELO “HÍBRIDO” .....	167
<b>4.3.1</b>	<b>Da organização do trabalho na redação .....</b>	<b>168</b>
<b>4.3.2</b>	<b>Construindo um telejornal: as fontes de informação .....</b>	<b>175</b>
<b>4.3.3</b>	<b>Edição: a tecnologia a serviço dos recursos visuais e sonoros .....</b>	<b>182</b>
4.4	NO AR: NOTÍCIAS DE “INTERMEZZO” .....	190
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>204</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>211</b>

<b>ANEXO A - Páginas do “Jornal da Globo” na Internet .....</b>	<b>227</b>
<b>ANEXO B – Espelho do “Jornal da Globo” .....</b>	<b>240</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O surgimento e a consolidação das inovações tecnológicas são resultado de uma série de acontecimentos interligados em toda história evolutiva da humanidade que não permitem, por isso, definir seu pertencimento a um período específico no tempo. As descobertas e invenções são resultado de processos contínuos de aperfeiçoamento de técnicas e saberes, de maneira que o surgimento de uma nova tecnologia no presente estará, inexoravelmente, ligada em sua história aos experimentos passados, bem como influenciará e interferirá em descobertas futuras.

Assim, quando se trata da tecnologia em um período demarcado da história, estabelece-se um modelo que por um conjunto articulado de razões econômicas, políticas, sociais e culturais, torna-se hegemônico num determinado intervalo de tempo e por isso é capaz de caracterizá-lo. Um modelo, portanto, que encontra sentido, sobretudo, na medida em que se faz particular naquele momento por ser diferenciado em relação ao seu antes e depois e que por isso, guarda sua inter-relação com o passado e com o futuro.

É a partir dessa perspectiva que este trabalho constituiu seu objetivo, o de observar as condições estruturais e conjunturais que dão origem às inovações tecnológicas<sup>1</sup>, registradas na transição do século XX para o século XXI, e sua intervenção na prática jornalística na Tv. A “Revolução Tecnológica” deste período conforme aponta Castells (2003) prevê a instituição de forma articulada e complexa das novas tecnologias, especialmente de comunicação e informação, gerando mudanças que afetam profundamente todas as instâncias de interação entre indivíduos e organizações<sup>2</sup> capazes de reordenar a experiência nesse novo momento.

Em consequência disso, a problemática desta pesquisa buscou compreender de que forma as novas tecnologias, que se configuram em vetores de uma série de mudanças

---

<sup>1</sup> Usa-se, neste trabalho, o conceito de tecnologia proposto por Castells (2003) como sendo “o uso de conhecimentos científicos para especificar as vias de como fazer as coisas de maneira *reproduzível*”. No que diz respeito às tecnologias de informação refere-se, aqui, ao *conjunto convergente* de tecnologias da informação, computação (*software e hardware*), telecomunicações/rádiodifusão, e optoeletrônica. (CASTELLS, 2003, p.67).

<sup>2</sup> O conceito de organizações adotado aqui é o proposto por Castells (2003) que as entende como sistemas de meios voltados para a execução de objetivos específicos. No caso deste trabalho, as organizações referidas aqui são as empresas de mídia.

promotoras de um novo tempo na história da sociedade contemporânea, alteram as formas de fazer, as práticas jornalísticas e a linguagem do telejornal.

Neste trabalho, parte-se da idéia de que as transformações – capitaneadas pela tecnologia e repercutidas nas várias instâncias de experiência em sociedade – estão em processo. E, em função disso, o tempo atual diz respeito exatamente a um período de transição entre tecnologias que demarcaram o funcionamento da Sociedade Industrial em direção às inovações tecnológicas que estão dando origem à Sociedade em Rede conforme a classificação feita por Castells (2003). Assim, dos valores fundamentados no uso da razão e em processos operados mecânica, linear e verticalmente, baseados em estruturas axiomáticas, caminha-se para uma nova etapa de organização societária marcada pela aceleração dos processos, fruto das conectividades tecnológicas, pela relativização e flexibilização dos conceitos e pela descentralização das operações em rede.

Para estudar o telejornal, o trabalho observou especialmente a dinâmica dessa mudança de paradigma tecnológico e sua intervenção no sistema midiático, tanto na televisão de sinal aberto, como nos discursos que trafegam nessa mídia por meio do jornalismo<sup>3</sup>, que compõem as regularidades necessárias à consolidação deste novo momento (RODRIGUES, 1994). No caso da televisão, desde sua chegada no Brasil, no início do processo de industrialização do país e da modernização advinda dessas transformações, a mídia tem desempenhado um importante papel tanto econômico, como integrante do setor de bens de consumo, a partir da afirmação do sistema capitalista, quanto ideológico como agente socializador de comportamentos. Por conta disso, foi conquistando um lugar de centralidade dentro do conjunto das mídias ao longo desses 50 anos.

Ao mesmo tempo, nesse período, o jornalismo, presente na grade de programação desde as primeiras transmissões da televisão, tem sido estratégico na construção da credibilidade do veículo e na conquista de sua legitimidade como agente formador da opinião pública, especialmente por seu compromisso com a retratação “fiel” dos acontecimentos.

---

<sup>3</sup> Vai se usar, neste trabalho, o conceito de jornalismo de Berger (1999) e Alsina (2005) que o concebem como prática social instituída e legitimada, realizada em condições específicas de produção tecnológica, econômica e política de captação, transformação, produção e circulação dos acontecimentos.

Além da grande significação na experiência e referenciação dos indivíduos em sociedade, o telejornal adquire especial sentido nesse momento de investigação porque se une a questões particulares como escolha do tema. As indagações que começaram na prática do jornalismo de televisão e que fizeram parte da vida profissional da pesquisadora, intensificaram-se no ingresso na vida acadêmica. Do caminho do fazer jornalístico para o refletir sobre o fazer jornalístico dentro da academia, um novo olhar tem se imposto a cada edição de telejornal, capaz de gerar uma inquietude constante no sentido de buscar entender como o programa foi se alterando frente à série de mudanças na sociedade contemporânea.

Assim, para dar conta das respostas à problemática proposta, percorreu-se um caminho teórico orientado pelos conceitos da Economia Política da Comunicação, que segundo Capparelli e Lima (2004) permitem analisar as relações sociais que constituem a produção, a distribuição e o consumo de recursos e produtos comunicacionais. Mediante este aporte teórico foi possível compreender o caminho do circuito da produção cultural onde estão inseridos a televisão e o jornalismo. Ou seja, o olhar por meio da perspectiva econômico-política ofereceu as bases conceituais para a investigação de como a instância tecnológica em processo de transição intervém nas dinâmicas produtivas da televisão, do jornalismo e, conseqüentemente do telejornal nessa passagem da organização societária Industrial para a sociedade em Rede.

O estudo econômico-político da arquitetura midiática mostrou que a rigidez dos processos industriais e das formas de organização mecânicas e lineares produziu o esgotamento do sistema capitalista, e demandou conforme aponta Harvey (2001) a mudança de paradigma tecnológico para atender as demandas contemporâneas de flexibilização do tempo e do espaço. Em conseqüência disso, a transição tecnológica tem produzido a substituição das tecnologias de produção mecânicas da era industrial pelas tecnologias de comunicação e informação. E estas, por sua vez, passam a ocupar o centro dessa passagem, instituindo um novo valor à produção simbólica proveniente da instância midiática e lhe concedendo um novo lugar e um novo papel.

Conforme apontam Zallo (1988), Brittos (2002), Vilches (2006) e Sodré (2004), as mídias, articuladas em seus processos produtivos pelas tecnologias de comunicação e informação passam a ser, além da superestrutura que colabora na construção do imaginário necessário à consolidação das regularidades deste novo tempo, também a infra-estrutura

através da qual esses fluxos simbólicos trafegam. Por conta disso, aproximam segundo Castells (2003) cada vez mais o “espírito” da “matéria”, ou como diz Zallo (1988), a instância cultural da instância econômica na medida em que os produtos culturais tornam-se o capital por excelência da economia contemporânea.

É nesse cenário de mudança que a Tv e o jornalismo buscam seus caminhos de adaptação a um novo tempo. De um lado a televisão enfrenta o desafio de adaptar seus produtos – entre eles o telejornal – nos modos de fazer e nas linguagens diante das novas demandas por processos mais flexíveis e em novas linguagens no oferecimento de seus produtos. De outro também o jornalismo, instância comprometida com a informação referencial, estabelece uma tipificação específica de atuação em acordo com a tecnologia de seu tempo como apontam Berger (2002) e Franciscato (2005). E dessa maneira sofre intervenções em seus processos e fazeres a partir da transição tecnológica contemporânea.

Conforme Ramonet (1999) e Marcondes Filho (2002), a aceleração dos processos de produção possibilitada pelas novas tecnologias faz o jornalismo, progressivamente, abandonar sua vocação investigativa de origem. Mediante as novas práticas jornalísticas, o compromisso com a razão e a transparência dos fatos, que fundamentaram a consolidação do jornalismo na Modernidade, vai sendo substituído pela velocidade da conexão que garante a atualização contínua, e pela ascendência da imagem que possibilita o “saber” no ritmo do sistema atual.

No mesmo sentido, a televisão também se encontra num momento de transição tecnológica buscando a adaptação ao novo tempo. No caso específico da Tv aberta, o novo cenário tecnológico que trouxe a Internet e a Tv por assinatura, lhe retira a exclusividade das trocas comunicacionais em tempo real. Assim, ainda que o acesso às tecnologias seja por ora limitado, as novas mídias, conforme apontam Brittos (2002) e Bolaño (2000) produzem interferências nas práticas e nas linguagens da mídia tradicional – televisão aberta.

Além disso, juntamente com as mudanças tecnológicas do cenário externo segundo Vilches (2006), a Tv aberta está passando por transformações advindas também da transição de uma forma organizativa de seu conteúdo. A programação, até então organizada sob um formato centralizado e vertical, vê a necessidade de se reorganizar a partir das tecnologias digitais e de suas promessas de horizontalização e flexibilização dos programas.

Para compreender a dinâmica desses fenômenos na cotidianidade da prática jornalística – tanto no que diz respeito ao jornalismo quanto à televisão nesse processo de transição tecnológica – escolheu-se um telejornal em específico que pudesse servir a este propósito. E por um conjunto de razões que passam a ser descritas, optou-se pela análise do “Jornal da Globo”, da Rede Globo de televisão.

Inicialmente, no que diz respeito à emissora, a escolha pelo telejornal da Rede Globo de Televisão se justifica pelo fato de ser, além de reconhecidamente importante pela liderança de audiência no país<sup>4</sup> e pelo grande alcance de sinal, um nome fortemente associado ao investimento tecnológico e ao apuro técnico de suas produções. Também é a quarta emissora no mundo, operando em vários segmentos dentro do setor midiático e constituindo-se por isso num importante conglomerado multimídia capaz de ilustrar o caminho percorrido pelas grandes empresas de televisão no panorama da indústria cultural do audiovisual, a partir das transformações econômicas, políticas, sociais e tecnológicas verificadas na transição do século XX para o século XXI.

Do ponto de vista jornalístico, tem uma das mais expressivas produções em cinco horas diárias distribuídas em nove telejornais. E dentre os telejornais, optou-se pelo estudo do “Jornal da Globo” por ser o telejornal de “segunda edição” da casa e como tal reunir vários fatores oportunos aos objetivos da pesquisa. O primeiro diz respeito<sup>5</sup> à liderança de audiência em relação aos seus concorrentes do horário, com uma diferença de 10 pontos à frente, em média, em relação ao segundo colocado. São índices bastante representativos para o programa que tem por desafio apresentar a notícia de forma diferente do que já foi noticiado, anteriormente, no mesmo dia. Por essa razão tem investido na consolidação de um conceito de telejornal de análise e de aprofundamento dos assuntos, posicionando-se num certo sentido, contrário à tendência contemporânea instituída pelo ritmo da velocidade e da aceleração contínua.

Além disso, o telejornal vai ao ar no fim da noite e início da madrugada, em um horário não fixo que pode sofrer alterações porque está condicionado às variações dos

---

<sup>4</sup> Segundo dados da própria emissora, as organizações Globo têm 121 emissoras entre geradoras e afiliadas e pode ser assistida em 99,84% dos 5.043 municípios brasileiros. Disponível em <http://redeglobo3.globo.com/institucional>. Acessado em 14/09/2007

<sup>5</sup> Dados do IBOPE de abril de 2006. Disponível em <http://www.almanaqueibo.com.br/asp/index.asp>. Acesso em agosto de 2006.

programas que o antecedem, o que se configura num problema em termos de fidelização da audiência. Essas dificuldades somam-se ainda ao novo cenário comunicacional que acaba por afetar o telejornal e sua relação com a audiência a partir da chegada da Internet e da Tv por assinatura. Voltado para um público-alvo situado, em sua maior parte, entre as classes A, B e C, o telejornal trabalha pela conquista de boa parte<sup>6</sup> da audiência que é também usuária de Internet e Tv por assinatura, já que são nessas classes sociais que estão os assinantes de ambos os serviços/conteúdos. Esse fator, portanto, reforça a problemática central dessa pesquisa porque diz respeito diretamente aos fatores tecnológicos que intervêm na prática do jornalismo de televisão nesse tempo de transição entre dois paradigmas de organização societária.

Por fim, também é preciso dizer que a escolha se funda no fato de a bibliografia na área de telejornalismo ser ainda muito restrita, especialmente em trabalhos relativos aos processos de produção da notícia na redação. E das publicações existentes, apesar de boa parte estar voltada aos telejornais da Rede Globo, os trabalhos sobre o “Jornal da Globo” especificamente são muito raros.

Para operacionalizar a pesquisa, o caminho metodológico adotado procurou estabelecer associações com os propósitos assumidos na problemática, bem como com os objetivos e a linha teórica escolhida. Dentro da perspectiva econômico-política, os produtos culturais passam a ser vistos em seu processo de produção – no caso do telejornal desde a captação, tratamento e distribuição da notícia – atentando para o atravessamento das relações sociais que integram esta dinâmica.

Conforme Franciscato (2002), ao tratar do jornalismo a partir da perspectiva dos sujeitos nos seus contextos e interações, a pesquisa requer a adoção de metodologias qualitativas<sup>7</sup>, porque melhor combinam com essa perspectiva:

---

<sup>6</sup> No caso do “Jornal da Globo”, o público segmentado que assiste ao telejornal, conforme o IBOPE (2006), é constituído em 37,6% de telespectadores das classes A e B, e 44,9% da classe C. Ou seja, boa parte do público (82,5%) está nas classes mais altas da sociedade brasileira (classes A, B e C).

<sup>7</sup> Na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão do grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc. (...) Estes pesquisadores se recusam a legitimar seus conhecimentos por processos quantificáveis que venham a se transformar em leis e explicações gerais. Afirmam que as ciências sociais têm sua especificidade, que pressupõe uma metodologia própria (GOLDENBERG, 2000, p. 14).

(...) notamos a extensa predominância de metodologias qualitativas de pesquisa sobre a noticiabilidade, embora, até a década de 1960, estudos quantitativos ocorressem especialmente na linha norte-americana de pesquisas em comunicação (Tuchman, 1991). O crescimento da pesquisa qualitativa introduziu a observação participante como uma técnica mais usual nesses estudos, combinadas com entrevistas em profundidade, análise de conteúdo, pesquisas bibliográficas ou em documentos históricos. A partir da década de 1970 há o crescimento de metodologia e interpretação de dados em uma perspectiva etnometodológica, com um ‘mergulho’ no mundo social e cultural de trabalho do jornalista para captar vínculos entre a prática social, a estrutura institucional e a produção cultural (Schelsinger, 1980; Traquina, 2000) (FRANCISCATO, 2002, p. 9).

Lima (1997) lembra oportunamente que, nos últimos anos, a introdução dos estudos de maneira mais complexa dentro da redação promoveu o abandono da idéia de produção das notícias sob um viés mecanicista associado ao conceito de manipulação ou distorção deliberada. Os novos estudos propõem pensar estas decisões também como involuntárias ou inconscientes no tratamento da informação e da notícia. E significam uma mudança muito mais radical do que a anterior ao tentar relacionar a imagem da realidade social fornecida pela mídia às práticas profissionais dos jornalistas na redação e aos valores partilhados e interiorizados pelos jornalistas acerca de como devem acompanhar a função de informar, afirma o autor. Partilham dessa idéia nomes importantes na pesquisa e construção de uma Teoria do Jornalismo como Traquina (2001), Sousa (2004) e Tuchman (1993). No dizer desta última:

E quando alguém considera o impacto das informações, tanto nos indivíduos como nas instituições, as melhores respostas estão também orientadas ao processo e requerem um exame, seja das micro-interações, como o modo que as pessoas lêem o jornal ou vêem as notícias na televisão, seja da trajetória em que se revelam os acontecimentos, ou ainda da forma em que, o que primeiro se considerou uma invasão de domicílio sem importância deu lugar à dimensão do presidente Nixon. (TUCHMAN, 1993, p. 99).

No cerne da constituição da linha teórica para o jornalismo está uma preocupação, segundo Sousa (2004) que diz respeito à busca de respostas que possam explicar porque as notícias são como são, de maneira mais ampla e complexa. Trabalhando na construção da Teoria do Jornalismo, o autor remete seus estudos à unidade da prática jornalística – as notícias – apontando como necessária a observação dessas a partir do resultado de seis forças interatuantes:

A notícia jornalística é o produto da interação histórica e presente (sincrética) de forças pessoais, sociais (organizacionais e extra-organizacionais), ideológicas,

culturais, históricas e do meio físico e dos dispositivos tecnológicos que intervêm na sua produção através dos quais são difundidas (...) (SOUSA, 2004, p. 127).

Na adoção do modelo teórico de Sousa (2004), compreendido pela atuação das seis forças integralmente, tomou-se por prioridade, conforme já apontado, a lente da “força do meio físico e tecnológico” como a norteadora da análise. De fato, este foi o viés através do qual se empreendeu a pesquisa que no seu decorrer, naturalmente, agregou-se contextualmente às outras forças/vieses também importantes e, naturalmente, impossíveis de serem discutidas e consideradas de forma isolada.

Justamente por seguir-se a proposta de Sousa (2004), a idéia foi integralizar os diversos agentes, direcionando a questão do meio físico e tecnológico como basilar já que grande parte da ação social, ideológica e cultural sobre o conteúdo das notícias está associada ao *modus operandi* tecnológico. Segundo o autor, o meio físico tem interferido naturalmente na produção jornalística, mas essa questão precisa ser vista dentro do contexto político e econômico e as relações advindas da convergência:

(...) os meios informáticos permitem-lhe rever e alterar facilmente os textos, coisa que não acontecia com as antigas e pesadas máquinas de escrever, pelo que é de colocar em hipótese que com o advento dos meios informáticos nas redações a qualidade dos textos poderá ter melhorado. Aliás. Com a redação ligada em rede as chefias podem mais fácil e rapidamente rever, corrigir e reescrever textos (...). Na verdade, não é apenas a informática que está a mudar o jornalismo. Pelo contrário, é toda uma convergência dos setores da informática, das telecomunicações e da produção de conteúdos, em grande medida incentivada por grandes conglomerados corporativos globais, gigantescos oligopólios transnacionais, que geram mais riqueza do que o PIB de pequenos países e que, provavelmente, têm mais influência e poder do que alguns estados (SOUSA, 2004, p. 170).

O sistema operacional adotado pela redação é a forma que a emissora encontra de organizar os processos de trabalho de seleção, captação, tratamento e distribuição de um grande número de notícias que chegam todos os dias e que tem relação muito estreita com o padrão tecnológico por meio do qual opera. Segundo Traquina (2001), é para que se torne possível viabilizar o telejornal dentro do tempo/prazo e do tempo/duração do programa que o planejamento produtivo é estabelecido na redação. Ou seja, é a institucionalização de um processo objetivo para dar conta de um trabalho de natureza subjetiva. Dessa forma, nesse processo estão implicadas decisões editoriais que são afetadas ou comprometidas pelos novos elementos tecnológicos na redação. Fala-se dos procedimentos de coleta, seleção e

apresentação de informação que se transformam a partir das novidades tecnológicas, de forma articulada aos processos de funcionamento da emissora.

Assim, na busca de respostas a estas indagações, o trabalho foi estruturado em três partes. As duas primeiras tratam da revisão teórica a respeito do tema fruto da pesquisa bibliográfica. Já a terceira e última parte diz respeito à experiência empírica onde foi feita a análise do telejornal à luz do levantamento teórico em cruzamento com a adoção de um conjunto de técnicas associadas às metodologias qualitativas.

Na primeira parte, em “Os nós da Rede: Tecnologias da Sociedade Contemporânea”, a pesquisa tratou dos movimentos desenhados pela sociedade contemporânea, suas marcas e características e o lugar da tecnologia no seu sentido estruturador e organizador. Entendendo o papel das novas tecnologias – especialmente de comunicação e informação – como cerne de uma série de mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais que instituem um novo tempo na história – o estudo procurou mostrar a significação das mídias nesse contexto, atentando para um meio de comunicação em particular, mas profundamente significativo na cotidianidade dos indivíduos, a televisão. A idéia, portanto, foi entender como a televisão, dentro deste contexto de mudanças, está fazendo a transição ao novo cenário comunicacional, tomando como corpus de análise o telejornal, um dos programas mais importantes de sua grade de programação.

Na segunda parte do trabalho, “Notícias na Tv: Tempo de Transição”, depois de buscar a localização da televisão e seu comportamento frente às novas tecnologias, partiu-se para o estudo do jornalismo e sua relação com a tecnologia. A partir de uma volta às origens da prática e consolidação do jornalismo, identificou-se como os padrões tecnológicos que vão se estruturando a partir das lógicas e valores de suas épocas, bem como através de sua formatação, vão interferindo e orientando a prática jornalística. Esse caminho histórico alcança a contemporaneidade, direcionando-se para a análise do jornalismo dentro da Tv aberta e suas inter-relações com o padrão organizativo tecnológico atual, situado na transição entre a Sociedade Industrial e a Sociedade em Rede.

A partir da revisão teórica desenvolvida nas duas primeiras partes do trabalho que permitiram evidenciar as marcas que caracterizam o telejornal deste momento de transição, o trabalho partiu para a terceira e última parte, “A Fábrica de Notícias para a Tv”, relativa à sua

dimensão empírica. A investigação do telejornal “Jornal da Globo” – um dos mais importantes da grade de programação da Tv Globo, emissora líder de audiência no país – esteve orientada para o entendimento de como se comporta frente à passagem de um padrão organizativo a outro, capitaneada pelas novas tecnologias de comunicação e informação.

O estudo permeou as diferentes etapas do programa, desde sua formatação e produção até a apresentação, buscando fazer o cruzamento entre as considerações teóricas propostas pelos autores e as elaborações encontradas ao longo da análise. Fez-se aqui, portanto, a aproximação da revisão teórica à aplicabilidade prática dos conceitos na análise do cotidiano da redação, possibilitando elaborações produzidas ao longo do processo que resultaram afinal na originalidade da pesquisa.

Nessa etapa do trabalho, as técnicas de pesquisa associadas às metodologias qualitativas adotadas funcionaram de maneira integrada na observação do objeto. Assim, juntamente com o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica sobre o tema, iniciou-se a adoção da primeira técnica – a Observação Participante – em três visitas à emissora. A Observação Participante mostrou-se pertinente à proposição de entender como a tecnologia afeta a produção de notícias na emissora, uma vez que oportuniza ao pesquisador estar presente no desenrolar dos acontecimentos. Segundo Chizzotti (1991) a técnica:

(...) pode visar uma *descrição* “fina” dos componentes de uma situação: os sujeitos em seus aspectos pessoais e particulares, o local e suas circunstâncias, o tempo e suas variações, as ações e suas significações, os conflitos e a sintonia de relações interpessoais e sociais, e as atitudes e os comportamentos diante da realidade (CHIZZOTTI, 1991, p. 90).

Assim, nas três oportunidades iniciou-se o trabalho de acompanhamento das atividades às 16h30m, na redação da emissora, quando do começo do planejamento do telejornal, até sua conclusão, quando vai ao ar entre 11h30m e 0h30m. Neste sentido, construiu-se um diário de campo das três visitas<sup>8</sup> onde foram registradas todas as observações e informações do dia na redação.

---

<sup>8</sup> As duas primeiras visitas aconteceram em julho de 2006 e a terceira visita aconteceu em novembro de 2006.

Paralelamente à Observação Participante, outra técnica associada ao trabalho de pesquisa e que também faz parte das metodologias qualitativas foi a Entrevista em Profundidade que permite, segundo Duarte (2006):

(...) com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer. (...) os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade (DUARTE, 2006, p. 63).

A partir de um roteiro pré-estabelecido, foram selecionadas algumas fontes consideradas estratégicas à problemática da pesquisa para a Entrevista em Profundidade. A primeira delas foi feita com o editor-chefe, Erick Brêtas, que foi entrevistado nas três visitas, além de ter respondido a perguntas da pesquisadora por telefone e por e-mail em momentos posteriores. Já exclusivamente na redação do telejornal foram entrevistados o apresentador, William Waack, o gerente de operações, Fernando Gueiros, e o Coordenador do Setor de Arte, Adriano Sorrentino.

De posse das informações resultantes tanto da observação da redação e registro no diário, quanto das entrevistas, partiu-se para a análise do telejornal em duas instâncias. Uma delas diz respeito à instância do processo produtivo da notícia na redação onde as informações recolhidas foram organizadas em três categorias temáticas: a) Da organização do trabalho na redação, b) Construindo o telejornal: as fontes de informação e c) Edição: a tecnologia a serviço dos recursos visuais e sonoros.

As categorias, além de permitirem a sistematização das informações em temas específicos relacionados ao processo produtivo do telejornal, também respeitaram o caminho cronológico da produção, da primeira atividade do programa até a última quando do momento de ir ao ar. Assim, nesta primeira parte da análise, o conjunto das categorias temáticas serviu para descrever como esse tempo de transição – constituído de um híbrido entre tecnologias industriais, mecânicas e verticais com tecnologias conectivas e descentralizadas das redes – intervém no processo de construção do programa telejornal.

A segunda instância da análise observou o telejornal pronto, ou seja, o produto que vai ao ar. A partir da seleção e análise minuciosa de alguns programas – escolhidos aleatoriamente dentro do universo de um ano de observação geral – buscou-se verificar as

marcas da transição tecnológica de linha de montagem para as redes na prática jornalística da Tv. Mediante um trabalho de “decomposição analítica” do telejornal, observando sua forma e conteúdo, foi possível estabelecer a correspondência entre as proposições feitas pelos autores a respeito do jornalismo de televisão contemporâneo e a prática cotidiana.

Em conseqüência disso, a análise nos dois âmbitos descritos – o da produção do telejornal e o do estudo do programa que vai ao ar – à luz do levantamento teórico finalizou a terceira e última parte deste trabalho, integralizando o percurso metodológico proposto para a pesquisa. E uma vez percorrido este caminho, obteve-se, portanto, a trilha que conduziu às elaborações finais resultantes do cruzamento da teoria com a dimensão empírica, permitindo entender a localização do telejornal no contexto da transição contemporânea, bem como o sentido da dinâmica desenhada pelo programa nesta passagem de uma organização societária a outra.

## 2 OS NÓS DA REDE: TECNOLOGIAS DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

As inovações tecnológicas não se dão numa relação linear nem de causa e nem de consequência direta com a sociedade. Diz Castells (2003) que uma série de fatores, desde criatividade e iniciativa empreendedora, intervém no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo interativo. Para ao autor, há, na verdade, uma correspondência entre o padrão tecnológico de uma sociedade e a estruturação característica do seu desenvolvimento dado a partir da interação nos ambientes sociais, políticos, econômicos e culturais. Por outras palavras, é dizer que as mudanças tecnológicas refletem um determinado estágio do conhecimento de um ambiente institucional e industrial específico, além de uma mentalidade econômica, social e cultural correspondente à processualidade desses padrões.

Neste sentido, a compreensão do lugar ocupado pela tecnologia no processo de desenvolvimento contemporâneo demanda trilhar o caminho iniciado na transição do século XX para o século XXI, entendendo o papel da tecnologia em cada período. Esse movimento se inicia nas tecnologias de produção – o Industrialismo – e caminha para as tecnologias de circulação da Sociedade em Rede – ou do Informacionalismo –, conforme a caracterização de Castells (2003)<sup>9</sup>.

### 2.1 REPOSICIONANDO OS CONCEITOS: O LUGAR DA TECNOLOGIA DA CONECTIVIDADE

O paradigma tecnológico do século XX tem suas bases em processos tecnológicos mecânicos iniciados ainda no século XIX com a Revolução Industrial e tomados por Castells (2003) como verdadeiras revoluções que ajudaram a compor um determinado tipo de pensar, organizar e agir em sociedade.

---

<sup>9</sup> O desenvolvimento da sociedade e sua relação com as tecnologias de informação e comunicação pode ser determinado pelo que chama de Pré-Industrialismo, Industrialismo e Informacionalismo. Seguindo esta divisão, considera-se Informacionalismo, Sociedade em Rede ou Pós-Industrialismo conceituados por Castells (2003) como equivalentes às nomeações sugeridas por outros autores ao se referirem à contemporaneidade, como Tecnocultura (Sodré, 2006), Pós-Modernidade (Jameson, 1997), Pós-fordismo e/ou Acumulação Flexível (Harvey, 2001) e Pós-Industrial (Kumar, 1997). Essas diferentes nomeações serão utilizadas ao longo do trabalho referindo-se ao tempo atual.

Também McLuhan, (2002) diz que a tecnologia é a explicitação e ou o desvendamento de formas do conhecimento de uma sociedade e que qualquer espécie de tecnologia engendra um novo equilíbrio que, por sua vez, gera novas tecnologias. “O que chamamos de “mecanização” é uma tradução da natureza, e de nossas próprias naturezas, para formas ampliadas e especializadas” (MCLUHAN, 2002, p. 76). Esta idéia explica como a mecanização, característica do Industrialismo, acabou consolidando uma lógica racionalista no movimento dos processos sociais, políticos, econômicos e culturais instaurados com o projeto do Iluminismo e movidos, por isso, pela crença no progresso da ciência:

Foram de fato “revoluções” no sentido de que um grande aumento repentino e inesperado de aplicações tecnológicas transformou os processos de produção e distribuição, criou uma enxurrada de novos produtos e mudou de maneira decisiva a localização das riquezas e do poder do mundo, que, de repente, ficaram ao alcance dos países de elite capazes de comandar o novo sistema tecnológico (CASTELLS, 2003, p. 71).

Estas transformações, segundo o autor, podem ser definidas a partir de dois grandes marcos tecnológicos. O primeiro momento se deu na segunda metade do século XVIII com o surgimento de novas tecnologias como a máquina a vapor, a fiadeira e pela substituição de ferramentas manuais por máquinas. O segundo momento ou a segunda Revolução Industrial se deu no século XIX e se destacou pelo desenvolvimento da eletricidade, do motor de combustão interna e pelo início das tecnologias da comunicação, com a invenção do telégrafo e do telefone. Conforme Castells (2003), as duas revoluções são marcas evolutivas da tecnologia e guardam entre si uma grande inovação que diz respeito à importância decisiva dos conhecimentos científicos que passaram a guiar e a sustentar o desenvolvimento tecnológico a partir dos anos 1850.

Também para Santos (1997), o Industrialismo coincidiu com o que nomeia como período técnico<sup>10</sup> do desenvolvimento da sociedade marcado pela emergência do espaço mecanizado. Através das tecnologias da época, a mecanização possibilitou ao homem utilizar materiais para transgredir distâncias e fabricar um tempo novo e um novo espaço, no trabalho, nas relações interpessoais e no lar. Dessa forma, a lógica da industrialização e/ou do

---

<sup>10</sup> Santos (2001) considera o desenvolvimento da sociedade a partir da divisão em três momentos: o natural (pré-industrial), o técnico (industrial) e o técnico-informacional (informacionalismo). A associação do período técnico ao Industrialismo está embasada na idéia de a técnica ser o meio de união entre o espaço e o tempo. A técnica entra aqui como traço de união, historicamente e epistemologicamente. As técnicas, de um lado, dão-nos a possibilidade de empirização do tempo e, de outro lado, a possibilidade de qualificação precisa da materialidade sobre a qual as sociedades humanas trabalham (SANTOS, 2001, p. 43).

Industrialismo tornou-se a lógica de toda a dinâmica de produção, distribuição e comunicação da Sociedade Industrial.

A adoção da lógica mecânica ao sentido organizador da sociedade explica como, segundo Harvey (2001) e Kumar (1997) a Revolução Industrial se converteu na face material da Modernidade<sup>11</sup> com raízes na revolução científica do século XVII. Para os autores, tanto a Modernidade quanto o Industrialismo tornaram-se, por isso, uma questão de novas idéias, atitudes e técnicas. E sob a proposta iluminista, traduziram-se num grande esforço intelectual para desenvolver a ciência objetiva, a moralidade e a lei universais e a arte autônoma, de maneira a usar o acúmulo de conhecimento na busca da emancipação do homem.

Ou seja, o desenvolvimento de formas racionais de organização social e de modos racionais de pensamento baseado no conhecimento científico, conforme Harvey (2001), prometiam a libertação das irracionalidades, do mito, da superstição e da liberação do uso arbitrário do poder da Sociedade Pré-Industrial. Neste sentido compreende-se a idéia advinda deste período de que industrializar-se era a única forma de modernizar-se, concedendo, por isso grande poder a quem dominasse a tecnologia industrial que foi produzindo mudanças por toda organização social.

Nas fábricas, a partir da implantação do motor elétrico tornou-se possível também a organização do trabalho em larga escala através processos mecanizados que aumentaram os índices de produtividade e eram fruto da racionalidade organizativa exigida pelo próprio sistema capitalista. As inovações tecnológicas da época aumentaram a velocidade dos movimentos mecânicos, produzindo a aceleração desses processos e a elevação contínua dos níveis de produtividade e rentabilidade das corporações, exatamente de acordo com as demandas do sistema capitalista na contínua busca de sua auto-reprodução e expansão (IANNI, 1995).

Ou seja, o processo de desenvolvimento do capitalismo é também um processo de racionalização que, aos poucos, alcança as diversas esferas da vida social. Neste sentido, ao

---

<sup>11</sup> Segundo Harvey (2001, p.23) o período nomeado por Modernidade entrou em curso no século XVIII e foi marcado por idéias e pensadores iluministas que defendiam a aplicação dos conhecimentos científicos na emancipação humana. Para tanto, o domínio científico da natureza prometia liberdade de escassez, a libertação das irracionalidades do mito, da religião, da superstição e a liberação do uso arbitrário do poder.

organizar-se industrialmente, a sociedade moderna estava em sintonia com a crença no progresso linear, nas verdades absolutas e no planejamento racional de ordens sociais que demandava idéias pensadas sob condições padronizadas de conhecimento e de produção.

Esse movimento levou a sociedade, em seus diferentes aspectos, à burocratização, organizada em termos de calculabilidade, contabilidade, eficácia, produtividade e lucratividade. Juntamente com o mercado, a empresa, a cidade, o Estado e as atividades intelectuais foram racionalizadas. Vê-se que as tecnologias mecânicas, ao integrarem o que Ianni (1995) chama de tecno-estruturas estavam encarregadas de transformar os recursos científicos e tecnológicos em diretrizes, decisões, planejamento e práticas destinados a organizar, dinamizar e modificar o jogo de forças sociais. As tecno-estruturas, portanto, estavam em sintonia com os interesses prevaletentes nas estruturas de dominação política e apropriação econômica, desempenhando, dessa maneira, um papel estratégico e nevrálgico na configuração deste determinado estágio e tipo de sociedade.

Com relação ao tempo e ao espaço, as mudanças operadas pelas tecno-estruturas do Industrialismo na tensionada organização social promoveram alterações profundas. A aceleração resultante dessas mudanças foi capaz de produzir uma “crise de controle”, ao encurtar o tempo dos processos produtivos e de distribuição:

Os sistemas de processamento de informação e as tecnologias de comunicação se atrasaram em relação à geração e uso da energia de maneira que a aplicação, inicialmente do motor a vapor e, mais tarde, da eletricidade, forçou inovações em comunicação e controle em todas as esferas da sociedade. Trens velozes a vapor, devido a razões inadiáveis de segurança, tiveram que ser cuidadosamente monitorados e controlados. A aceleração da distribuição dos bens, como resultado do advento de trens e navios a vapor, impôs mudanças abrangentes nas empresas atacadistas e varejistas (KUMAR, 1997, p. 30).

Por conta dessa aceleração dos processos e de uma possível perda do controle sobre o processo produtivo, Kumar (1997) diz que o ritmo da produção industrial nas fábricas exigiu a criação da linha de montagem – fordismo – e a “administração científica do trabalho” – taylorismo<sup>12</sup>. O taylorismo e o fordismo tinham por objetivo evitar o descontrole e organizar

---

<sup>12</sup> Kumar (1997) explica que os pressupostos defendidos por Frederick Winslow Taylor referentes à administração científica do trabalho dizem respeito a um poderoso sistema de organização de trabalho, capaz de aplicação um tanto indefinida em uma grande variedade de contextos industriais. O taylorismo implica assim numa divisão radicalmente refinada do trabalho, a separação rígida entre concepção e execução, a padronização e segmentação de tarefas na forma mais simples possível (KUMAR, 1997, p. 31).

o modo de reprodução do capitalismo levando, para isso, ao extremo a lógica da racionalização.

O taylorismo, implantado ainda no século XIX, fundou-se na preocupação de Frederic Taylor com aquilo que considerava ociosidade sistemática dos operários na fábrica (HARVEY, 2001). Por conta disso investiu na simplificação do fluxo horizontal dos processos de produção, decompondo-os até o limite e integrando um número bem maior de trabalhadores para dar conta das operações. A proposta organizativa de Taylor tornou-se importante porque significou a aplicação dos conhecimentos científicos à administração do trabalho na constituição da linha de montagem que mais tarde se consolidaria no princípio do fordismo, surgido na seqüência na primeira metade do século XX.

O fordismo, implantado a partir de 1915, teve como base um conjunto de práticas de controle do trabalho, tecnologias, hábitos de consumo e configurações do poder político-econômico focados na linha de montagem em massa. Sua principal característica foi a conciliação da produção em massa com o consumo de massa. Conforme Fonseca (2004), no plano da teoria econômica, o fordismo se expressa através do keynesianismo<sup>13</sup> enquanto no plano político pelo Welfare State com a intervenção maior do Estado no controle do sistema capitalista associados aos pressupostos da Escola de Regulação<sup>14</sup>. O fordismo, de acordo com Harvey (2001), surge a partir da introdução por Henry Ford da jornada de trabalho de 8h e US\$ 5 dólares diários como recompensa para os trabalhadores da linha de montagem da indústria automobilística. A lógica da decomposição do trabalho na esteira da linha de montagem já vinha da inspiração taylorista de transformar as atividades em formas mais simplificadas possíveis visando o aumento da produtividade. Dessa forma, Ford buscou detalhar ainda mais o processo de decomposição das tarefas, objetivando aumentar a rentabilidade ao compor assim a linha de produção em massa.

Apesar de se manifestar ligeiramente diferente na Europa, na América e nos países terceiro-mundistas, apresentando características próprias em relação especialmente aos níveis

---

<sup>13</sup> Keynesianismo é um conjunto de estratégias administrativas científicas e poderes estatais que buscam a estabilização do capitalismo, ao mesmo tempo que objetivam evitar as repressões e irracionalidades, toda a beligerância e nacionalismo estreito que as soluções nacional-socialistas implicavam (HARVEY, 2001, p.124).

<sup>14</sup> Conforme Fonseca (2004), a Escola Francesa de Regulação representa uma vertente da Economia Política que atribui importância fundamental à historicidade das sociedades contemporâneas através da análise de formas institucionais e parcialmente autônomas, buscando uma análise holística das relações para entender como o capitalismo faz para se reproduzir (FONSECA, 2004, p. 48).

de intervenção do Estado na economia, o fordismo, segundo Fonseca (2004), guardava uma essência comum marcada por processos de trabalho altamente especializados e divididos, com separação entre concepção e execução das atividades. Além disso, a autora aponta ainda como marca do sistema administrativo e organizacional do fordismo, as estruturas hierarquizadas e o uso de equipamentos em grande escala, característico da mecanização e da acentuada estratificação das qualificações e elevada mobilidade da força de trabalho entre firmas e regiões e dos salários elevados através da incorporação de ganhos pelo aumento da produtividade.

Ao fragmentar as tarefas para acelerar os processos na linha de montagem, Ford estava sob a influência da teoria da relatividade surgida na virada do século que o fez mexer com o tempo e o espaço para maximizar eficiência e minimizar a fricção do fluxo produtivo. Objetivando o aumento da produtividade, o fordismo mantinha a meta de aceleração contínua dos processos que fez com que as tecnologias parciais e fragmentárias da linha de montagem tendessem para a compressão do tempo e espaço.

Conforme Virilio (1996, p.76), a aceleração afetou todas as instâncias da experiência em sociedade no Industrialismo, produzindo novos sentidos relativos à própria vida e suas perspectivas:

O advento do motor, colocando à disposição de um grande número de pessoas uma maior duração de vida, criou uma nova percepção do tempo, a de um tempo em excesso, ligado a uma quantidade mínima de movimentos do corpo pesado e à natureza diferente de suas performances motrizes, uma certa ociosidade que ao relativizar nossas ações relativiza também nossos pensamentos (VIRILIO, 1996, p. 77).

Diante de um novo modo de organização produtivo baseado no modelo de tecnologia mecânica, o novo tempo influenciou concepções e compreensões da realidade produzindo a nova estética do Industrialismo segundo Virilio (1996), assentada na arte pela arte da eficácia técnica. Esse movimento segundo o autor:

(...) chegou a um materialismo que tomava a forma de um culto da máquina realmente assustador nestas cidades instáveis fundadas por migrantes não mais em torno de uma igreja ou de um templo, mas de uma fábrica, de um poço ou de uma mina ou de uma estação ferroviária (VIRILIO, 1996, p. 73).

Um bom exemplo da contaminação artística pela lógica de linha de produção é dado pela indústria cinematográfica. Diz Virilio (1996) que o cinema industrial da primeira metade do século XX corporificou-se na fábrica dos sonhos em Hollywood, trazendo, por isso, uma linguagem totalmente diferenciada aos Estados Unidos em relação à proposta do cinema europeu. A crença na organização mecânica também da produção artística criou, segundo ele, a industrialização da percepção na medida em que a dimensão cultural, ao se industrializar produziu também “o gosto” em escala industrial.

Os produtos culturais passam dessa maneira a ser produzidos para consumo em larga escala e a estar submetidos ao padrão médio e a cultura também passa a ser tratada como produto de massa fruto da linha de montagem. Essa idéia está também na base de toda crítica feita pelos intelectuais da Escola de Frankfurt ao tratarem da constituição da Indústria da Cultura, ou Indústria Cultural<sup>15</sup>.

A industrialização da percepção está em consonância com a idéia de Benjamin (1990) de que a proposta estética de cada período é resultado das contingências que intervêm neste processo. Para o autor, as marcas históricas dos acontecimentos das comunidades humanas ao longo de sua existência e suas mudanças vão produzir também alterações nos seus modos de sentir e perceber em diferentes formas orgânicas que a sensibilidade humana pode assumir. Assim, a organização tecnológica e industrial produziu um certo tipo de produção cultural correspondente a esse momento, resultando justamente na produção em massa, padronizada e em grande escala.

Para McLuhan (2002) a constituição de um mercado cultural de massa é um processo que se inicia com o desenvolvimento e a expansão da tecnologia da prensa tipográfica ainda na transição do século XIX para o século XX. De acordo com o autor, a principal contribuição da prensa para a consolidação do mercado massivo é a promoção da homogeneização dos produtos culturais graças à condição de reprodutibilidade apresentada por esta tecnologia:

---

<sup>15</sup> O conceito de Indústria Cultural herdado da Escola de Frankfurt trabalha com a idéia de um atravessamento mercadológico no tratamento das produções culturais e destas funcionarem, conforme a proposta marxista, como instância afeita à superestrutura. Segundo Zallo (1988) é uma forma de produção constituída como elemento substancial ao mesmo tempo que diferenciada de outras formas culturais e de comunicações (as não mediadas por um sistema industrial de produção). Esse sistema requer uma organização que, habitualmente no modo de produção capitalista se estrutura como empresa, com divisão entre as esferas do capital e do trabalho, sob a dominação do capital. \* Tradução livre do autor.

Socialmente, a extensão tipográfica do homem trouxe o nacionalismo, o industrialismo, os mercados de massa, a alfabetização e educação universais. A imprensa apresentou uma imagem de precisão repetitiva que inspirou formas totalmente novas de expansão das energias sociais (MCLUHAN, 2002, p. 197).

O poder da palavra impressa em criar o homem social homogeneizado, para o autor, cresceu de maneira segura até nosso tempo, criando a “mentalidade de massa” produzindo um efeito até mesmo paradoxal onde o homem fracionado da tecnologia mecânica cria o mundo ocidental homogeneizado. Assim, diz McLuhan (2002) que a imprensa deu ao homem o conceito da repetição indefinida, necessária ao conceito matemático de infinito que está na base da idéia de linha de montagem industrial:

O poder de traduzir conhecimentos em produção mecânica, mediante o parcelamento de qualquer processo em aspectos fragmentados dispostos em seqüência linear de partes móveis e uniformes, constitui a essência formal da imprensa. Essa espantosa técnica de análise espacial, duplicando-se a si mesma, numa espécie de eco, invadiu o mundo dos números e do tato (MCLUHAN, 2002, p. 137).

Neste sentido é que Briggs (2004) diz que a “Revolução Industrial” e a “Revolução da Comunicação” devem ser vistas como parte do mesmo processo. Ou seja, a revolução da mídia do século XX começa com as ferrovias e imprime o padrão massivo, vertical e centralizador também nas artes, na literatura, na tecnologia, economia, política e administração. Sistemas aperfeiçoados de comunicação e de fluxo de informações, associados com racionalizações nas técnicas de distribuição possibilitaram a circulação de mercadorias no mercado a uma velocidade maior.

Segundo o autor, o mundo da mídia e do trabalho se modificaram como todas as instâncias da sociedade durante o século XIX a partir da urbanização e da industrialização que reuniu grandes números de trabalhadores concentrando-os sob o teto de uma fábrica. “(...) desenvolveram-se novas formas de comunicação coletiva, semelhante ao que aconteceu quando muitas pessoas que não se conheciam antes foram habitar em novos e imensos centros industriais” (BRIGGS, 2004, p.124). Ou no dizer de Bolaño (2000), a comunicação que se realiza no processo produtivo de tipo capitalista é uma comunicação hierarquizada, burocratizada, compatível com a estrutura de poder da fábrica:

(...) o surgimento da imprensa de massa (...) e de um “processo cíclico de melhoramento técnico” que se traduz em aumento da capacidade de impressão, que gera redução dos custos unitários e, conseqüentemente, dos preços por exemplar, provocando um aumento das vendas e dos lucros, o que possibilita crescente

acumulação de capital e o investimento em plantas novas e mais produtivas, processo esse que se desenvolve ao longo de três primeiros quartos do século passado (BOLAÑO, 2000, p. 111).

Para tanto, novos sistemas de circulação se desenvolveram a partir dos meios de transporte e das comunicações que, por ampliar sua atuação, passaram a produzir também um consumo de massa e constituir um mercado de massa. Para Briggs (2002) a idéia de uma “sociedade de massa” se tornava comum nas novas condições de operacionalização e trabalho a partir do uso da máquina, do surgimento das fábricas e da subsequente urbanização das cidades que produziram os grandes públicos consumidores dos meios de comunicação. Também Beltrão (1986) diz que as mudanças impressas pelas tecnologias industriais, atingindo seu ápice no século XIX, vão dar os contornos à sociedade de massa a partir do fenômeno da industrialização que concentra enormes populações em cidades ou regiões estranhas a estes indivíduos. Por essa razão, diz o autor que forçosamente abandonaram seus hábitos tradicionais, reduzindo-se a condições subumanas, e recebendo o caldo da cultura da grande transformação de estrutura das relações humanas.

O fato de a comunicação transmutar sua natureza ao se inserir dentro do processo industrial impôs sobre si a verticalidade e passou a tratar-se de um conjunto de operações eminentemente técnicas. Dessa forma, diz Beltrão (1986) que a comunicação massiva passou a ser produzida unilateralmente e por isso se constituiu caracteristicamente industrial e vertical. O caráter industrial estava associado à idéia de elaboração e distribuição dos produtos, bens e serviços culturais, em forma de mensagens padronizadas e em série. Esse tratamento dado aos produtos comunicacionais exigiu não só grandes investimentos econômicos, técnicos e especialistas em diferentes campos profissionais, como organização necessária ao funcionamento regular e lucrativo da atividade comunicacional. E visava atender as necessidades culturais de um público vasto heterogêneo, inorganizado e disperso, massa ou audiência.

Percebe-se assim que, para uma expansão sustentada do capitalismo dentro da organização fordista, foi preciso que o modo de vida e o modo de consumo sofressem também uma reorganização diz Bolaño (2000). Essa reorganização demandava, segundo o autor, criar novas condições sociais sem as quais um novo padrão de desenvolvimento não poderia ser adotado. Neste sentido a comunicação desempenhou um papel fundamental na nova lógica do capital ao integrar a produção cultural submetida, na sua produção, a regras da indústria. A

Indústria Cultural passou a se constituir assim tanto por meio das técnicas de comunicação infra-estruturais (redes e materiais) quanto as de conteúdo, superestruturais (produção e transmissão) fornecendo produtos adaptados ao consumo das massas na mesma medida em que passou a determinar em grande parte este consumo.

É o que explicam Merton e Lazarsfeld (1990, p.113)) ao dizer que a Indústria Cultural, através da publicidade, tomada aqui como o processo de tornar pública uma informação, elimina o hiato existente entre as “atitudes particulares” e a moralidade pública”. Ou seja, os meios de comunicação exercem pressão, segundo os autores, para a consolidação de uma moralidade única e dos supostos comportamentos a ela associados num mundo que passa a ser mais e mais interpretado e vivenciado a partir da sua mediação, especialmente do rádio e da Tv, dado o alcance e popularização. Por essa razão a sociedade de massa e a crença em seus pressupostos de atuação só podia acontecer pela adoção de um novo sistema de vida. Diante de uma sociedade estruturada a partir de grandes concentrações de pessoas, os meios de comunicação massivos passam a ganhar importância crescente como agentes promotores das regularidades necessárias à configuração da nova sociedade Industrial.

Segundo Habermas (1987), a Indústria Cultural substituiu assim, eficazmente mecanismos internos de reprodução simbólica do mundo da vida, para poder colonizá-lo a favor do capital e do Estado, garantindo o trabalho de mediador para o qual existe. Por outras palavras, é dizer que a Modernidade<sup>16</sup> se estruturou economicamente, socialmente, culturalmente e politicamente em sintonia com um padrão tecnológico que servisse às necessidades do fordismo enquanto sistema organizativo de produção, bem como criou as condições para a estruturação de um sistema de comunicação e de uma indústria da cultura também específico e associado às tecnologias de então.

No entanto, essa lógica organizativa de linha de produção e consumo em massa serviu ao regime de acumulação capitalista e ao Industrialismo até a segunda metade do século XX, quando entrou em crise diante da reprodução e expansão contínua do próprio sistema em suas novas dimensões espaciais e temporais, fruto das também novas condições tecnológicas. Segundo Harvey (2001), uma série de inovações tecnológicas foram gradativamente

---

<sup>16</sup> Segundo Harvey (2001, p. 131) produção em massa significava padronização do produto e do consumo de massa que implicava toda uma estética de mercadificação da cultura (...). O fordismo também se apoiou na, e contribuiu para a, estética do modernismo – considerado por ele a face cultural da modernidade – particularmente na inclinação para a funcionalidade e a eficiência.

introduzidas naquele momento – em boa parte advindas de investimentos pesados dos Estados – porque faziam parte de pesquisas desenvolvidas a partir do período entre guerras.

Os objetivos destas pesquisas estavam direcionados, justamente, para a necessidade de superação da rigidez do fordismo a partir do aumento de rentabilidade das operações registrado com a expansão do regime capitalista que começava a intensificar seu processo de internacionalização:

Utilizava-se o grande poder corporativo para assegurar o crescimento sustentado de investimentos que aumentassem a produtividade, garantissem o crescimento e elevassem o padrão de vida enquanto mantinham uma base estável para a realização dos lucros. Isso implicava um compromisso corporativo com processos estáveis, mas vigorosos de mudança tecnológica, como grande investimento de capital fixo, melhoria da capacidade administrativa na produção e no marketing e mobilização de economias de escala mediante padronização do produto (HARVEY, 2001, p. 129).

Os avanços tecnológicos<sup>17</sup> puderam permitir a expansão do sistema em novas condições de intercâmbio a tal ponto que a estabilidade dos processos fordistas entraram em contradição com as necessidades de flexibilização das novas transações econômicas. Segundo Harvey (2001), havia problemas de rigidez com a produção em massa e o consumo em larga escala mediante longo prazo que impediam a flexibilidade de planejamento e presumiam crescimento estável dos mercados de consumo invariantes, além de problemas de rigidez nos contratos de trabalho. Dessa forma, a verticalidade e rigidez dos processos fordistas vão significar sérios obstáculos à expansão do sistema capitalista e vão integrar as razões da crise internacional do capitalismo nos anos 60 e 70, marcada pela estagnação da economia.

Também Castells (2003) diz que o sistema de produção industrial que apontava a rigidez, a produção e o consumo em massa, e a intervenção do Estado como garantia da estabilidade em sincronia com os modos de viver e sentir da modernidade não mais servia aos movimentos de expansão do sistema econômico. O capitalismo que iniciava seus movimentos de internacionalização da economia e, portanto, de recrudescimento dos níveis de

---

<sup>17</sup> Segundo Castells (2001, p. 98), na década de 1980, o capitalismo (especificamente as principais empresas e governos dos países do G-7) passou por um processo substancial de reestruturação organizacional e econômica no qual a tecnologia da informação exerceu papel fundamental e foi decisivamente moldada para o papel que desempenhou focada nas necessidades do mercado. Duas tendências relativamente autônomas se desenharam naquele momento: o desenvolvimento de novas tecnologias de informação para aumento da rentabilidade e a tentativa da antiga sociedade de reaparelhar-se com o uso do poder da tecnologia para servir à tecnologia do poder.

competitividade, foi gerando novas demandas organizativas às corporações. Por conta disso, os pressupostos fordistas foram superados e reestruturados a partir da década de 1980, como resultado dessa crise do regime de acumulação, promovendo a reorganização da sociedade em uma nova base material caracterizada por um novo regime de acumulação marcado pela flexibilização e velocidade dos processos:

Quando a demanda de quantidade e qualidade tornou-se imprevisível; quando os mercados ficaram mundialmente diversificados e, portanto, difíceis de serem controlados; quando o ritmo da transformação tecnológica tornou obsoleto os equipamentos de produção como objetivo único, o sistema de produção em massa ficou muito rígido e dispendioso para as características da nova economia. O sistema produtivo flexível surgiu como uma possível resposta para superar essa rigidez (CASTELLS, 2003, p. 212).

As inovações tecnológicas do período faziam parte de uma dinâmica de descoberta e difusão tecnológica com efeitos sinérgicos segundo Castells (2003) entre todas as várias principais tecnologias. Diz o autor que nesse momento, por exemplo, a descoberta do microprocessador possibilitou o microcomputador, enquanto os avanços em telecomunicações possibilitaram que os microcomputadores funcionassem em rede, aumentando seu poder e flexibilidade. As aplicações dessas tecnologias na indústria eletrônica ampliaram o potencial das novas tecnologias de fabricação e *design* na produção de semicondutores. O mercado de microcomputadores por sua vez cresceu vertiginosamente e, segundo Castells (2003), explodiu com base nas novas aplicações e tecnologias de fácil utilização, nascidas da mente dos inventores do software. Assim, novos softwares surgiram, além da ligação de computadores em rede expandir-se com o uso de programas que viabilizaram uma teia mundial voltada para o usuário.

O novo ambiente tecnológico, suas transformações e desdobramentos foram então, através das possibilidades inovadoras no gerenciamento dos processos produtivos e comerciais, servindo às demandas do novo regime de acumulação ao romper com a verticalidade e rigidez do fordismo. Assim, o regime de acumulação flexível se origina, segundo Harvey (2001) a partir da condição de flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Associados a essa lógica operativa, surgiram setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional e forças de trabalho altamente preparadas,

capazes de compreender, implementar e administrar os padrões novos, muito mais flexíveis, de inovação tecnológica e orientação do mercado.

Em consequência disso, conforme Castells (2003) é possível perceber que em cada paradigma de organização societária reconhece-se um insumo específico que lhe tem correspondência, caracterizado por sua disponibilidade e queda de custos. E no caso da sociedade contemporânea, o insumo ou “fator-chave”, como pontua o autor, diz respeito à generalização dos insumos de informação resultantes do avanço da tecnologia em microeletrônica e telecomunicações. Ou seja, os avanços tecnológicos foram constituindo o novo paradigma de organização societária<sup>18</sup> que substituiu as tecnologias de produção fordistas do Industrialismo pelas tecnologias de geração de conhecimentos, de processamento da informação e da comunicação de símbolos dando origem à Sociedade Informacional<sup>19</sup>.

Por essa razão, a característica deste momento de transformação tecnológica é o fato de que, como diz Castells (2003) diferentemente de qualquer outra grande mudança, o cerne da transformação são as tecnologias de informação, processamento e comunicação. E ao redor dessas novas tecnologias está associada uma série de grandes avanços tecnológicos nas duas últimas décadas do século XX, integrantes de uma conjuntura, que reflete um determinado estágio do conhecimento, além de um ambiente institucional e industrial específico.

Para o autor, o funcionamento das tecnologias de comunicação e informação pode ser demarcado por uma série de características que vão contribuir na reorganização da Sociedade Informacional. A primeira característica do novo paradigma é que a informação passa a ser sua matéria-prima. Diz Castells (2003, p.108) que as tecnologias de informação e comunicação *são tecnologias para agir sobre a informação* e não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foi o caso das revoluções tecnológicas anteriores. Dessa

---

<sup>18</sup> Segundo Freeman (apud CASTELLS, 2003, p. 107) um paradigma econômico e tecnológico é um agrupamento de inovações técnicas, organizacionais e administrativas inter-relacionadas, cujas vantagens devem ser descobertas não apenas em uma nova gama de produtos e sistemas, mas também, sobretudo, na dinâmica da estrutura dos custos relativos de todos os possíveis insumos da produção.

<sup>19</sup> Alguns autores como Santos (1997, p. 119) tem dificuldade em admitir exatamente uma mutação nesse período da história, contemporizando sobre a possibilidade de se estar vivendo, na verdade, apenas a continuação. Neste trabalho, no entanto, a classificação está alinhada com os pensadores que consideram este um novo momento da história que, no âmbito econômico será marcado pela transição do Fordismo para o regime de Acumulação Flexível (Harvey, p. 2001), no âmbito tecnológico, da Sociedade Industrial para a Sociedade Informacional ou em Rede (Castells, 2003) e no âmbito sócio-cultural pode ser encontrado marcado pela transição da Modernidade como Pós-modernidade, Pós-modernismo (Jameson, 1997) ou Modernidade Líquida (Baumann, 2001).

maneira, a informação sai da condição apenas de insumo para ser o grande capital a ser trabalhado nesse momento. Também Johnson (2001) ilustra bem a mudança de paradigma promovida pelo surgimento das tecnologias de informação e comunicação e sua relação com a transição do Industrialismo para a Sociedade Informacional. Segundo o autor, a condição de mudança tecnológica se traduz no computador e seu funcionamento através de um sistema simbólico, uma máquina que lida com representações e sinais, diferentemente do processo causa-e-efeito mecânico do descaroçador de algodão ou do automóvel.

A segunda característica diz respeito, segundo Castells (2003), à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Diz o autor que, como a informação é parte integral de toda a atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados (embora, com certeza, não determinados) pelo novo meio tecnológico. A informação, então, torna-se um ingrediente crucial do desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, sobretudo, por sua capacidade de gerar sinergia com base em conhecimentos e informação, diretamente relacionados à produção industrial e aplicações comerciais.

Outra característica apontada por Castells (2003) relaciona-se à lógica das redes típica da Sociedade Informacional a partir de qualquer sistema ou conjunto de relações que usam essas novas tecnologias da informação. Diz o autor que a morfologia da rede parece estar bem adaptada à crescente complexidade de interação e aos modelos imprevisíveis do desenvolvimento derivado do poder criativo dessa interação:

Essa configuração topológica, a rede, agora pode ser implementada materialmente em todos os tipos de processos e organizações graças a recentes tecnologias da informação. Sem elas, tal implementação seria bastante complicada. Essa lógica das redes, contudo, é necessária para estruturar o não-estruturado, porém preservando a flexibilidade, pois o não-estruturado é a força motriz da inovação na atividade humana (CASTELLS, 2003, p. 108).

A Sociedade em Rede é caracterizada pela condição de conectividade apresentada pelas novas tecnologias, onde as trocas e inter-relações são promovidas em dimensões mundiais e em redes globais de instrumentalidade, alterando os domínios da experiência das coletividades e das organizações. E o papel estratégico das tecnologias de comunicação e informação diz respeito ao fato de que tanto articulam quanto são articuladas pelas

interligações mundiais, características da sociedade contemporânea, ao passar, a partir dessa condição, a atuar em rede conforme aponta Castells (2003).

O funcionamento da sociedade em redes para Castells (2003) é explicado também por Santos (1997) através da idéia de unicidade dos sistemas técnicos gerada pelas novas tecnologias. Segundo Santos (1997), o momento atual, a partir das novas condições tecnológicas, caminha para a produção cada vez maior de uma unicidade dos sistemas técnicos que têm a capacidade de se universalizar. Esse movimento de unificação corresponde à própria natureza do sistema capitalista que, ao se acelerar, conforme aponta o autor, alcança seu ápice, com a predominância, em toda parte de um único sistema técnico. Embora a condição de universalização não signifique a adoção de um sistema técnico único por todo planeta, Santos (1997) explica que é a generalidade das formas técnicas que se impõe como tendência no planeta bem como o fato de se dar, praticamente, ao mesmo tempo. Esse fenômeno dá lugar a ações também de conteúdo universal e produz, sobretudo, uma situação de interdependência funcional, já que os sistemas são cada vez mais integrados.

Ainda em sintonia com a proposição de Santos (1997), para Castells (2003), a integração dos sistemas é mais uma característica das tecnologias de informação e comunicação. Na verdade, a possibilidade de configuração de um sistema continuamente mais integrado está relacionada com a atuação convergente das tecnologias de comunicação e informação, totalmente diferente da trajetória das tecnologias mecânicas as quais atuavam separadamente. Diz Castells (2003) que o atual processo de convergência entre diferentes campos tecnológicos no paradigma da informação resulta de sua lógica compartilhada na geração de informação. “Assim, a microeletrônica, as telecomunicações, a optoeletrônica e os computadores são todos integrados nos sistemas de informação” (CASTELLS, 2003, p.109).

A integração dos sistemas produtivos a partir das novas condições tecnológicas na processualidade das redes vai proporcionar ainda outra característica aos processos interpostos na Sociedade Informacional que dizem respeito à sua condição de flexibilidade. Conforme Castells (2003), com as redes não só os processos passam a ser reversíveis, mas também as organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas pela reorganização de seus componentes:

O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é sua capacidade de reconfiguração, um aspecto decisivo em uma sociedade caracterizada por constante mudança e fluidez organizacional. Tornou-se possível inverter as regras sem destruir a organização, porque a base material da organização pode ser reprogramada e reaparelhada (CASTELLS, 2003, p.109).

Assim, diante da especificidade dessa nova ordem, onde as tecnologias que processam a informação passam a ocupar um lugar estratégico e central nos processos produtivos contemporâneos, é imediato pensar que as mídias – e especificamente o jornalismo – sejam especialmente afetadas, bem como afetem o novo ambiente. Isso porque a essência do seu fazer é o processo de captação, tratamento e divulgação de informações. No caso do jornalismo de televisão, essas mudanças advindas do novo padrão tecnológico de processamento de informações imprimem novos modos ao fazer jornalístico. Isso se dá tanto porque o jornalismo como prática profissional vai sofrendo mudanças, quanto pelo fato de o telejornal ser integrante da grade de programação de uma emissora de televisão que, como organização midiática, também muda suas processualidades a partir do novo cenário político, econômico, social e cultural. Nas palavras do autor:

(...) conhecimento e informação são elementos cruciais em todos os modos de desenvolvimento, visto que o processo produtivo sempre se baseia em algum grau de conhecimento e no processamento da informação. Contudo, o que é específico ao modo informacional de desenvolvimento é a ação de conhecimento sobre os próprios conhecimentos como principal fonte de produtividade. O processamento da informação é focalizado na melhoria da tecnologia do processamento da informação como fonte de produtividade, em um círculo virtuoso de interação entre as fontes de conhecimentos tecnológicos e a aplicação da tecnologia para a geração de conhecimentos e o processamento da informação: é por isso que (...) chamo esse novo modo de desenvolvimento de informacional, constituído pelo surgimento de um novo modo paradigma tecnológico baseado na tecnologia da informação (CASTELLS, 2003, p.54).

Também Kellner (2006) ajuda a compreender esse processo ao apresentar a idéia de Tecnocapitalismo. Esse conceito aponta para a configuração da sociedade capitalista onde o conhecimento técnico e científico, a informatização e automatização do trabalho e tecnologias inteligentes desempenham um papel no processo de produção, análogo ao da força de trabalho humano, da mecanização dos processos de trabalho e das máquinas nos primórdios do capitalismo. Como o ciclo de realimentação entre a introdução de uma nova tecnologia e seus usos e desenvolvimentos em novos domínios torna-se muito mais rápido no novo paradigma tecnológico, a difusão da tecnologia amplifica seu poder de forma infinita, à medida que os usuários apropriam-se dela e a redefinem. Por essa razão, as novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos.

Assim, o Informacionalismo se apresenta como o novo modo de desenvolvimento do tempo presente, que vai incidir na reestruturação do modo capitalista de produção, a partir do século XX.

Diz Castells (2003) que sem a nova tecnologia da informação, o capitalismo global teria sido uma realidade muito limitada. Essa condição evidencia que o Informacionalismo está intimamente ligado à expansão e ao rejuvenescimento do capitalismo:

As novas tecnologias da informação e comunicação baseadas na microeletrônica, as telecomunicações e programas de computador para o funcionamento em rede, proporcionam a infra-estrutura dessa nova economia. Ainda que a internacionalização das atividades econômicas não seja nada de novo, essa infra-estrutura tecnológica é. As tecnologias de informação e a comunicação, concebidas em função das redes, permitem uma velocidade e complexidade sem precedentes na gestão da economia. Como consequência, as transações econômicas e a produção podem aumentar sua escala de forma espetacular sem que isso seja obstáculo para sua capacidade de conexão (CASTELLS, 2003, p. 82).

Na busca e processamento de informações, o novo modo de organização da sociedade se move a partir da interconexão mundial possibilitada pelas tecnologias de informação e comunicação e sob a lógica da velocidade que, intensifica o processo de globalização<sup>20</sup>, desfazendo as barreiras geográficas e espaciais. Dessa maneira, essa flexibilidade proporcionada pelas novas tecnologias também está em consonância com as demandas de um mercado global de trocas mundializadas. O sistema tecnológico incorpora ao capitalismo a sua lógica caracterizada pela capacidade de traduzir informações em um sistema comum e de processá-las a velocidades crescentes, através de uma rede de distribuição virtual que impõe a abertura dos mercados.

Harvey (2001) considera, oportunamente, que a aceleração é fruto da vinculação de um novo tempo e espaço às novas demandas do capitalismo. O fim dos conceitos tradicionais de tempo e espaço e a imposição da velocidade são adequações necessárias à lógica das novas trocas econômicas, ainda que essas adequações se dêem de maneira diferenciada pelo mundo. Mas são, sobretudo, condições que asseguram ao capital a fluidez necessária para o constante deslocamento pelos continentes atrás de rentabilidade num comércio de trocas instantâneas.

---

<sup>20</sup> Globalização é entendida aqui como um processo manifestado como causa e consequência dos avanços tecnológicos informacionais, de trocas econômicas desterritorializadas e em dimensões mundiais e da articulação desses processos em rede (MORIN, 2004). É a etapa atual de uma era planetária que se inaugurou no século XVI com a conquista das Américas e a expansão das potências ocidentais da Europa sobre o mundo.

Essas condições também apontam o resultado concreto da articulação existente entre o modo de produção capitalista e as tecnologias de comunicação e informação em “uma sinergia que alimenta a acumulação de capital financeiro numa economia de interconexões eletrônicas” (MORAES, 2004, p.189).

No dizer de Sodré (2004),

As tecnologias da informação, geradoras de uma ideologia da comunicação universal, adequam-se bem à fase em que os mercados financeiros constituem o principal modelo de funcionamento da vida social: velocidade, probabilidade e instabilidade ou caos tornam-se parâmetros de aferição do “mundo da vida” (SODRÉ, 2004, p. 29).

Essa adequação dos mercados à nova fase do capitalismo global se dá ante um processo de desregulamentação econômica que resulta na desregulamentação e depreciação também do papel do Estado como âmbito de representação pública. Vê-se que, embora articulada economicamente, a reestruturação, naturalmente atinge também as instâncias política e social, na medida em que, tendo o mercado como gerenciador dos processos a partir da ideologia neoliberal<sup>21</sup>, o Estado perde força e representatividade, da mesma forma que esvazia a o sentido da sociedade civil e dos laços comunitários. Assim, a abertura acelerada da economia demandada nas novas relações econômicas fragiliza os limites nacionais face à atuação das grandes empresas. E com o discurso sobre a necessidade de assim atuar, o processo tenta se impor de forma hegemônica e globalmente, tendendo para a unificação do sistema técnico existente com vistas à integração mundial.

Os megagrupos, a maioria dos quais sediada nos Estados Unidos da América, passam a usufruir de um amplo campo de manobras, desvencilhando-se de normas, regulamentos e leis (SODRÉ, 2004, p.194).

Diante da nova configuração societária, as mudanças tecnológicas incidem sobre a sociedade contemporânea associadas a estruturas voláteis e flexíveis fazendo crer que o Estado passa a ser uma instituição pesada, burocrática e lenta, e por essa razão “obsoleta”. Por outras palavras, a liberalização torna-se o discurso adequado como condição para a sobrevivência das organizações em relação às novas demandas. Essa idéia ganha força frente à falência dos regimes socialistas, como o estatismo soviético:

---

<sup>21</sup> Segundo Moraes (2006), o neoliberalismo é uma plataforma econômico-político-social-cultural, empenhada em governo mínimo, fundamentalismo de mercado, individualismo econômico e autoritarismo moral.

A reestruturação capitalista também é assinalada pela política neoliberal, a qual, por intermédio da liberalização, privatização e desregulamentação, abre novos destinos para atuação do capital, que passa a ocupar postos até então exclusivos dos entes estatais (BRITTOS, 2002, p. 23).

A fragilização do conceito de Estado, bem como das instituições<sup>22</sup> está, também, associada à falência da grande metanarrativa socialista e subsequente “triunfo” do capitalismo. Revigorado, o sistema capitalista e os movimentos de liberalização econômica, relativos a essa condição, produzem o descrédito das iniciativas coletivas e dos partidos políticos, ainda mais fragmentados e pouco identificados ideologicamente nesse novo tempo. Como resultado tem-se o individualismo e a falta de legitimidade das instituições representativas (RODRIGUES, 1994).

Por outro lado, também a nova experiência sócio-cultural possibilitada pelas novas tecnologias midiáticas, em termos de alargamento dos horizontes dos indivíduos agora interligados, contribui para a crise das lógicas explicativas. Diante da pulverização de discursos, que tomam o lugar das verdades totalizadoras da modernidade, uma nova ótica relativista contemporânea passa a se explicar a partir de uma estética plural, diversa e fragmentária que substitui a razão única:

A experiência do tempo e do espaço se transformou, a confiança na associação entre juízos científicos e morais ruiu, a estética triunfou sobre a ética como foco primário de preocupação intelectual e social, as imagens dominaram as narrativas, a efemeridade e a fragmentação assumiram precedência sobre verdades eternas e sobre a política unificada e as explicações deixaram o âmbito dos fundamentos materiais e político-econômicos e passaram para a consideração de práticas políticas e culturais autônomas (HARVEY, 2001, p. 293).

Assim, o novo padrão produtivo se constitui pela velocidade, pelas mutações contínuas, pela volatilidade, fragmentação e flexibilização que caracterizam os acelerados processos e movimentos contemporâneos, potencializando, por isso, a descrença nas grandes narrativas e resultando no que Harvey (2001) identifica como a falta de fé no futuro, substituída, então, pelo investimento no presente:

Essa ruptura na ordem temporal das coisas também origina um peculiar tratamento do passado. Rejeitando a idéia de progresso, o pós-modernismo abandona o sentido de continuidade e memória histórica, enquanto desenvolve uma incrível capacidade

---

<sup>22</sup> Instituições são, para Castells (2003, p. 209), organizações investidas de autoridade necessária para desempenhar tarefas específicas em nome da sociedade como um todo. Neste caso, o termo refere-se ao Estado como representação de poder político, bem como também todas as instituições representativas da sociedade civil.

de pilhar a história e absorver tudo o que nela classifica como presente (HARVEY, 2001, p. 58).

Vê-se que as inovações tecnológicas ajudam a construir um tempo feito de “aqui e agora” sintonizado com as novas demandas de tempo e de espaço da pós-modernidade. Como a crença no futuro vai sendo relativizada, a sociedade passa a se organizar pelo “presenteísmo” como diz Harvey (2001) e pela interconexão instantânea da Sociedade em Rede, conforme aponta Castells (2003). Também Moretzsohn (2002) aponta para a fluidez e efemeridade como consequência do novo tempo e espaço a partir da lógica da velocidade impressa na sua processualidade à lógica do capital, enquanto Sodré (2006) chama a atenção para o fato de que o “espírito do tempo presente” não se centra exatamente na conectividade, mas na velocidade e fluidez dessas conexões. Para o autor, não se trata da mera presença da técnica nos processos, mas sim a singular relação intensificadora do que chama de neotecnologias com o fluxo temporal.

Para Harvey (2001), essa aceleração e fluidez produzem um novo tempo e espaço que se apresentam como condições necessárias para a desterritorialização. Ou seja, a inovação tecnológica e a transformação organizacional com enfoque na flexibilidade, na adaptabilidade e na desterritorialização, promovidas pela nova ordem de tempo e espaço, foram cruciais para garantir velocidade e eficiência e para, ao garantir este ritmo da aceleração, desfazer os vínculos com o passado e com a própria história, tornando reconhecível somente o presente. Diz Moretzsohn (2002):

Assim, a estética relativamente estável do modernismo fordista cedeu lugar a todo fermento, instabilidade e qualidade fugidias de uma estética pós-moderna que celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais (MORETZSOHN, 2002, p. 26).

A implicação política das novas tecnologias vai dando assim uma configuração diferente aos sentidos produzidos pelos processos e técnicas adotados nos diferentes fazeres na sociedade pós-moderna. Um sentido de urgência é potencializado tanto pela descrença num devir que não mais justifica os grandes investimentos futuros, quanto pelo sentido de aceleração do tempo que as novas tecnologias vão gerando nesse momento. Por isso a questão cultural aparece revista, justamente por apresentar-se como uma das possibilidades, como diz Moretzsohn (2002), de celebração do hoje e do agora em detrimento de projeções futuras

esvaziadas de sentido. E por tornarem-se espaço de registro do “tempo real” fortalecem-se como mercadorias oportunas aos olhos do mercado.

Da mesma forma estes processos vão se dar nas organizações midiáticas que, como organizações inseridas no sistema capitalista vão alterar os processos que caracterizam as práticas produtivas nas redações das emissoras de televisão e as tradicionais formas de captar, tratar e distribuir notícias. Por essa razão, os produtos culturais como o telejornal, vão tomando uma configuração continuamente mais mercadológica a partir do novo padrão tecnológico e das reorganizações políticas, sociais, econômicas e culturais advindas dessa condição. Segundo Harvey (2001), a imagem, a aparência, o espetáculo são experimentados com intensidade por conta da apreciação como presentes puros e não relacionadas no tempo. Essa apreciação e celebração do instante que produz uma ruptura com a ordem temporal, produzindo descontinuidade histórica com o passado e descrença no futuro, resultam para o autor também na perda de profundidade dos produtos culturais que estão fixados nas aparências e superfície e não se sustentam com o tempo:

O colapso dos horizontes temporais e a preocupação com a instantaneidade surgiram em parte em decorrência da ênfase contemporânea no campo da produção cultural em eventos, espetáculos, happenings e imagens de mídia. Os produtores culturais aprenderam a explorar as novas tecnologias, a mídia e, em última análise, as possibilidades multimídia. O efeito, no entanto, é o de reenfatizar e até celebrar as qualidades transitórias da vida moderna (HARVEY, 2001, p. 61).

Assim, parece evidente reconhecer que as inovações tecnológicas, conforme já se disse, ocupam um lugar central na estruturação dos nós de conectividade contemporânea, bem como na formatação da produção cultural. No entanto, o reconhecimento dessa centralidade invoca, na contrapartida, a contemporização necessária a respeito da intervenção tecnológica nessa reconfiguração societária diante de um processo multifacetado, mutante e em curso. Ainda que seja indubitável as novas condições de velocidade contínua, de conectividade e de fragmentação dos processos e a associação destes fenômenos com as inovações tecnológicas, é preciso retomar a idéia de que são movimentos tensionados e em transição, e por conta disso, distantes de um caráter definitivo e totalizador. Por isso, não se pode fazer uma associação linear e imediata da vinculação tecnológica ao movimento de globalização e, este ao neoliberalismo e à instauração dos processos contemporâneos. “Não há nada inerente à tecnologia que exija o neoliberalismo”, como diz McChesney (2004, p. 222). Segundo o

autor, as novas condições tecnológicas poderiam ser usadas, por exemplo, simplesmente, para melhorar a comunicação pública, caso a sociedade preferisse fazê-lo.

Ou seja, apesar de se dispensar às tecnologias de comunicação e informação um lugar central e estratégico na contemporaneidade, não se acredita na idéia de determinismo tecnológico. Retomando Ortiz (1994), é certo recordar que a nova infra-estrutura materializa processos onde diferentes culturas se manifestam. Por essa razão, as adequações dos novos modos produtivos e a reconstrução dos conceitos de tempo, espaço e velocidade se dão de maneiras diferentes em um mundo complexo e cambiante. Por isso, ainda que os discursos contemporâneos tratem os fenômenos como se estes se sucedessem de maneira generalizada, sabe-se que as realidades são particulares, bem como a apropriação dessas possibilidades tecnológicas chegam e se processam em ritmos e intensidades diferentes nas distintas partes do planeta. Os processos e os discursos sobre a globalização, ao se imporem de forma hegemônica, intensificam as desigualdades e promovem novas condições de exclusão associadas à impossibilidade de atender as exigências das relações mundializadas (ORTIZ, 1994).

Essa é uma razão que pede um olhar particularmente importante a respeito da produção cultural dentro da pós-modernidade. As inovações tecnológicas têm evidentemente uma influência capital na mundialização da cultura, formando a infra-estrutura material para que ela se consolide. Ou por outra, a cultura constitui a “tela de fundo” da vida econômica e política no dizer de Lash (2005, p. 68), uma vez que as mudanças econômicas e políticas estão imbricadas nas práticas culturais. Convertem-se, por isso, na face ideológica do processo, conforme diz Ortiz (1994):

Cultura nada mais é do que a esfera ideológica deste *world-system* (grifo do autor). (...). Por isso Wallerstein irá associá-la à idéia de geopolítica, caracterizando-a como “a estrutura na qual o sistema opera”. A rigor, os universos culturais teriam apenas uma função de “geocultura”, assegurando a manutenção de uma ordem que se impõe por si própria, e a sua revelia (ORTIZ, 1994, p. 26).

Dentro da arquitetura do sistema cultural, a formação de uma opinião pública mundializada – tão importante num contexto de relações globais – bem como a manutenção de uma certa ordem é função desempenhada em larga escala pelas mídias e de forma ainda mais pontual pelo jornalismo que desfruta de legitimidade e credibilidade. No contexto global, as mídias atuam tanto como redes por onde os fluxos de informação transitam, quanto

por reproduzir, através dos fluxos, os discursos oportunos à tentativa contínua da globalização de se impor como movimento irreversível e único. No dizer de Harvey:

(...) a publicidade e as imagens de mídia passaram a ter um papel integrador nas práticas culturais, tendo assumido agora uma importância muito maior na dinâmica de crescimento do capitalismo. (...) Dominar ou intervir ativamente na produção de volatilidade envolve (...) a manipulação do gosto da opinião, seja tornando-se líder da moda ou saturando o mercado com imagens que se adaptem a volatilidade a fins particulares (e, conseqüentemente, significa) construir novos sistemas de signos e imagens, o que se constitui em si mesmo um aspecto importante da condição pós-moderna (HARVEY, 2001, p.259).

Por essa razão, as novas tecnologias são estratégicas no âmbito da cultura de maneira geral, e do sistema midiático particularmente, já que os meios de comunicação são fundamentais na dimensão cultural da globalização porque “veiculam as formas de socialização” (ORTIZ, 1994). Uma vez que as mídias são parte da Indústria Cultural, neste caso a televisão, é certo pensar que sua produção exerce determinadas “funções” dentro do processo de mundialização da cultura, especialmente configurado a partir dos condicionantes de velocidade, fragmentação, complexidade e interligação mundial. Dessa forma, o jornalismo - como instituição dentro do sistema midiático - neste caso da televisão aberta - a partir da conjuntura pós-moderna age como contributo à composição das regularidades e consensos da época.

Por outras palavras, é dizer que as variantes contemporâneas e suas intervenções na reorganização das mídias como espaço de ambientação cultural desempenham tanto o papel de infra-estrutura por dar materialidade aos fluxos simbólicos, quanto de superestrutura<sup>23</sup> por compor, nesses fluxos, os discursos necessários às regularidades demandadas na Sociedade da Informação. Essa é uma razão que pode explicar a ascendência dos produtos culturais na contemporaneidade, bem como sua relação estreita com a dimensão econômica. Essa relação é fundamental para compreender o telejornalismo de Tv aberta dentro do contexto de atuação das mídias no cenário do capitalismo global, do lugar ocupado pela televisão - aberta e segmentada - e pelo jornalismo dentro desse contexto.

---

<sup>23</sup> Segundo Portelli (1977, p. 15), a sociedade se estrutura a partir de um bloco histórico composta por dois âmbitos que estabelecem entre si um vínculo orgânico. De um lado, a infra-estrutura, que é a estrutura social em que as classes dependem diretamente da relação com as forças produtivas e, por outro lado, a superestrutura que diz respeito à dimensão ideológica e política. O vínculo orgânico entre esses dois elementos é realizado por certos grupos sociais cuja função é operar não ao nível do econômico, mas superestrutural: os intelectuais.

## 2.2 AS MÍDIAS: CONGLOMERADOS, CONVERGÊNCIA E SEGMENTAÇÃO

O modelo de desenvolvimento da Sociedade em Rede incide em toda a esfera do comportamento social, e o faz inclusive e especialmente a partir da Indústria Cultural que desempenha um papel estratégico neste contexto. Há, na Sociedade em Rede ou no Informacionalismo, segundo Castells (2003), baseado na tecnologia de conhecimentos de informação, como se disse, uma íntima ligação entre cultura e forças produtivas e entre “espírito e matéria” dentro do processo globalizatório. Essa aproximação se manifesta, sobretudo, numa maior intervenção da esfera econômica sobre os produtos culturais – como lugar de geração de riquezas e desenvolvimento econômico – por conta da imposição de maior rentabilidade do mercado que, globalizado, torna-se mais competitivo.

Evidencia-se assim, como diz Moraes (2006) que a cultura está imersa na lógica do lucro, e o lucro comanda a expansão do produto cultural como mercadoria a todos os campos da vida social. O autor afirma ainda que a cultura está integrada às demais áreas produtivas e ao consumismo e, por isso, torna-se um componente essencial no que chama de “lubrificação” do sistema econômico. Nessa mesma linha de pensamento Jameson (1997) defende a idéia de que a cultura se converteu em economia e a economia em cultura no capitalismo atual. Diz o autor que as fronteiras entre a produção econômica e a vida cultural estão desaparecendo, uma vez que a cultura é negócio e produtos são feitos para o mercado. Essa dissolução dos limites entre o econômico e a cultura se estabelece de forma diferente do que ocorria na Modernidade, segundo Jameson (1997), quando, ainda que minimamente e de forma tendencial, havia uma crítica à mercadoria e um esforço para que transcendesse ao valor meramente comercial.

Assim, a partir dessa perspectiva de contínua intensificação da mercantilização da cultura, as transformações impressas no jornalismo de televisão, como integrante da Indústria Cultural, precisam ser compreendidas na contemporaneidade, na medida em que esse fenômeno vai implicar nas novas processualidades do fazer jornalístico dentro das emissoras.

Também Zallo (1988) chama atenção para a especificidade das indústrias culturais no contexto do capitalismo global. Segundo o autor, até o Industrialismo, embora a produção cultural sofresse as determinações da esfera da infra-estrutura social, guardava-se rigidamente

separada desta. A mudança, agora, diz respeito à diluição dessas fronteiras mediante a entrada do capital no espaço comunicativo e mediante a modificação do papel e forma do Estado nesse campo (ZALLO, 1988). Para o autor, a comunicação e a cultura fundem-se na base produtiva que sustenta o capitalismo avançado uma vez que passam a ser campos prioritários do regime de acumulação.

Essa relação entre a cultura e a dimensão econômica é especialmente estreitada pelas novas tecnologias de informação e comunicação<sup>24</sup>. Ao servirem à nova etapa do capitalismo e à lógica da ordem global, as inovações tecnológicas o fazem também e especialmente a partir dos produtos da indústria cultural que potencializam os fluxos econômicos em termos de rentabilidade de um lado, e de outro, contribuem continuamente na fabricação do consenso que norteiam as regularidades comportamentais. As mídias são, por isso, a expressão desse movimento na medida em que disseminam os discursos sustentadores dessa nova lógica através da sua materialidade:

A comunicação não apenas expressa mas também organiza o movimento da globalização. Organiza o movimento multiplicando e estruturando interconexões através das redes. Expressa o movimento e controla o sentido e a direção do imaginário que percorre essas conexões comunicativas; em outras palavras, o imaginário é guiado e canalizado dentro da máquina comunicativa. O que as teorias de poder e da modernidade foram forçadas a considerar transcendente, quer dizer, exterior às relações produtivas e sociais, aqui é formado no interior, imanente às relações produtivas e sociais (HARDT; NEGRI, 2001, p. 51).

Também Ianni (2000) chama a atenção para o que chama de singular papel da corporação de mídia na contemporaneidade. Segundo o autor, as marcas da atuação da mídia contemporânea diz respeito a sua capacidade realizar a metamorfose da mercadoria em ideologia de uma “maneira límpida”, bem como de naturalizar as principais implicações da indústria cultural ao combinar produção e reprodução cultural com a produção e reprodução do capital, sem deixar explícita essa relação (IANNI, 2000, p. 67). Sodré (2006) explica este fenômeno tratando-o como a “astúcia” das ideologias das técnicas que estão na base dos processos tecnológicos. Para o autor, esse movimento consiste na tentativa de deixar visível apenas o aspecto técnico do dispositivo midiático, “da “prótese”, ocultando sua dimensão societal, comprometida com uma forma específica de hegemonia, onde a articula o entre democracia e mercadoria   parte vital das estratégias corporativas” (SODRÉ, 2006, p. 22).

---

<sup>24</sup> Para fins de padroniza o e garantia de compreensão do sentido, neste trabalho está se usando os termos mídias, *media* (latim) e meios de comunica o como sin nimos.

Dessa forma compreende-se que as corporações de mídia e entretenimento, ao integrarem o complexo sistema da produção cultural, exercem um duplo papel estratégico na Sociedade da Informação. Tanto por sua condição como agentes operacionais da globalização, quanto do ponto de vista da enunciação discursiva porque, não apenas legitimam o ideário global, como também tentam se transformar no “discurso social hegemônico, propagando visões de mundo e modos de vida que se transferem para o mercado e para a regulação das demandas coletivas” (MORAES, 2004, p.187).

Castells (2004) chama a atenção para a importância que os meios de comunicação têm nisso na medida em que fornecem a infra-estrutura através das redes como já foi dito, assim como interferem no comportamento dos mercados por serem formadores de opinião. E evidenciam assim que, embora pareça ser a dimensão econômica o motor desse processo, a articulação é, na verdade, antes de monetária, midiática:

Se analisarmos a repercussão que têm os acontecimentos políticos e as declarações dos grandes responsáveis da tomada de decisões sobre os mercados financeiros, podemos chegar à conclusão de que as turbulências informativas, em grande parte descontroladas, são um fator tão importante como a oferta e a demanda para fixar preços e as tendências nos mercados mundiais (CASTELLS, 2004, p. 87).

As organizações de mídia projetam-se, dessa maneira, a um só tempo, tanto pelo discurso como proposta de coesão ideológica sobre o processo global, como também sendo agentes econômicos proeminentes nos mercados mundiais, “vendendo os próprios produtos e intensificando a visibilidade de seus anunciantes” como evidencia Moraes (2004, p.191). Brittos (2002) observa que o papel estrutural e simbólico das corporações de mídia as auto-potencializa nesse movimento:

(...) comunicação e a informação atravessam, atualmente, uma terceira fase<sup>25</sup>, na sua inserção e funcionalidade perante o conjunto econômico-político-cultural. Este período abre-se nos anos 70, através do desenvolvimento de diversos aparatos tecnológicos desenhados e implementados para consumo industrial e final, numa dinâmica inovativa ainda em curso. Indústrias culturais, bem como dispositivos infocomunicacionais, introjetados no interior de outros setores, permitem e

---

<sup>25</sup> O autor trata das primeira e segunda fases do desenvolvimento comunicacional na associação destes com o desenvolvimento sócio-econômico (BRITTOS, 2002). Refere-se assim, respectivamente, à etapa dos capitalismo concorrencial e monopolista. No capitalismo concorrencial, que vigorou até o século XIX, a comunicação tinha uma função ligada a objetivos ideológicos. A partir do século XIX, teve início uma nova etapa do modo de acumulação, chamado de capitalismo monopolista que se caracterizou pelo surgimento de grandes corporações e pela presença forte do Estado e vigora, conforme Fonseca (2003, p. 101), até o esgotamento do ciclo, na década de 70. Nesse período, a comunicação industrial está associada a funcionalidades de ordem macro, de manutenção e reprodução do sistema, passando, progressivamente, a assumir tarefas mais diretamente econômicas, do interesse imediato dos capitais em concorrência (BRITTOS, 2002, p.34).

aceleram a implementação mais integral dos passos globalizados e globalizantes, não só devido aos ditames dos capitais individuais, mas também por atenderem aos macro interesses de manutenção do sistema e constituírem-se nos difusores maiores da cultura global (...), ordenadora de sociabilidades diferenciadas, estimuladoras da reordenação do capitalismo (BRITTOS, 2002, p. 28).

Essa condição explica o fato de as mídias terem se estendido pelos diferentes setores da sociedade de forma a assumirem força crescente que, no dizer de Brittos (2002), não se dá apenas pela dimensão que têm como atividade principal. Também as “demais organizações, dos vários ramos econômicos, incorporam os instrumentais viabilizadores do intercâmbio informacional em sua lógica de funcionamento”. Num contexto de velocidade intensa, a funcionalidade das mídias se adequa oportunamente à idéia apresentada por Dantas (2002, p.143) de que o valor do “capital-informação é poupar tempo de trabalho”.

Desempenhando a dupla função de disseminadoras da lógica da globalização e de infra-estrutura para esses fluxos simbólicos, as corporações de mídia ganham importância e vêm, sobretudo, seu valor tanto institucional quanto mercadológico continuamente aumentado. E para poder explorar essa nova condição de rentabilidade econômica e simbólica, buscando a necessária eficácia dos tempos globais, a Indústria Cultural, assim como as organizações de maneira geral, passa por uma reestruturação marcada por fortes tendências simultâneas e interatuantes, fruto dos condicionantes da Sociedade em Rede.

Esses fatores vão dispensar ao jornalismo e especificamente ao telejornal um papel de grande importância, tanto como gerador de informação referencial cotidiana e estruturador da opinião pública, quanto estrutura através da qual circulam os fluxos da produção simbólica necessária à composição das regularidades, no dizer de Rodrigues (2001). Na perspectiva de Sodré (2006), o mais importante da dupla atuação da mídia no tempo presente diz respeito a uma relação consoante à estabelecida pelos meios de comunicação entre o conceito de tempo e os valores neoliberais:

A mídia, dispositivo tecnocultural correspondente ao regime de temporalidade próprio do capitalismo globalista (o “turbocapitalismo”) é hoje, antes de tudo, uma fala de moeda, se concordarmos em reduzir a este termo toda a dimensão da tecnoeconomia que domina a vida moderna. O tempo, nessa dimensão, é primeiramente o tempo do trabalho reduzido para atender aos imperativos da intensificação da concorrência capitalista; depois, o tempo acelerado do processo de concentração da riqueza; finalmente, o tempo “livre” que os privilegiados acumulam sob forma de capital fictício (títulos financeiros, direitos de renda) e o que os subalternos experimentam como exclusão social e consumo de lixo cultural reciclado (SODRÉ, 2006, p. 169).

Assim, dessa imbricada relação com as mudanças econômicas, políticas, sociais e culturais é possível elencar como consequência três processos que vão marcar o redesenho dos meios de comunicação no Informacionalismo a partir da velocidade, da fluidez e da aceleração fruto da ação das tecnologias de informação e comunicação na sociedade contemporânea. A primeira questão diz respeito à convergência tecnológica; a segunda está associada à concentração das mídias através de processos contínuos de fusões e consolidação de grandes conglomerados; e por fim, evidencia-se um processo de segmentação na formatação dos conteúdos dos produtos culturais.

Com relação à convergência, o processo se instaura a partir das alterações proporcionadas pelas tecnologias de informação e comunicação, neste caso específico, a respeito da produção dos conteúdos da Indústria Cultural. Trata-se, especificamente, da digitalização dos conteúdos – a transformação da produção analógica em produção virtualizada e em essência reduzida à transformação em bits, dígitos binários – que oferece as condições de unificação dos processos produtivos da Indústria Cultural, pautados pela convergência. Conforme Capparelli e Lima (2004), a grande mudança proporcionada pela digitalização é a possibilidade de conversão e consequente integração do sistema:

As diferentes tecnologias que eram necessárias para as várias transmissões analógicas – telégrafo para textos; telefonia para voz; radiodifusão para sons e imagens etc. – potencialmente podem convergir para uma única tecnologia e, portanto, serem substituídas por redes digitais integradas de usos múltiplos (rádio-digitais ou via cabo ótico) e satélites. É essa convergência tecnológica que, se e quando plenamente realizada, dissolverá as fronteiras entre as tecnologias das telecomunicações, da comunicação de massa e da informática, ou entre o telefone, a televisão e o computador (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.17).

A integração dos diferentes serviços num movimento de convergência está em sintonia com as demandas da atuação das empresas de mídia no capitalismo contemporâneo. Quer dizer, a convergência oferece conexão, velocidade e flexibilidade necessárias ao desempenho eficiente e eficaz exigido das empresas dentro do contexto de globalização econômica e mundialização cultural (ORTIZ, 1994)<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Ortiz (1994) faz uma distinção entre as relações interpostas globalmente no âmbito da cultura e da economia e tecnologia. Para o autor, a cultura se mundializa, porque mesmo estabelecendo trocas mundiais, as práticas culturais particulares tendem a se manter e, eventualmente, se fortalecer dentro da dicotomia global x local. Já os processos econômicos e tecnológicos tentam continuamente a se impor de forma homogênea e hegemônica.

Ao reunir as redes infra-estruturais e tecnológicas (telecomunicações e informação) à produção simbólica (o conteúdo das mídias), a convergência tecnológica vai gerar as infotelecomunicações – soma dos prefixos dos setores convergentes em uma só palavra. As infotelecomunicações designam a conjunção de poderes estratégicos relacionados ao macrocampo multimídia que se constitui como vetor essencial para a expansão e a reconfiguração dos complexos midiáticos. Ou seja, aplicando as leis do capitalismo global, tanto aos bens simbólicos quanto materiais, junto com as inovações tecnológicas, as infotelecomunicações dão suporte à internacionalização destes sistemas e de sua propriedade (JAMBEIRO, 2002).

Dessa forma, o movimento de convergência tecnológica contribui para a atuação das organizações, permitindo velocidade e complexidade (CASTELLS, 2003) de forma a tornar-se a estruturação tecnológica fundamental para a consolidação dos mercados financeiros globais através deste comércio instantâneo pelo mundo característico da Sociedade em Rede. Estão em jogo, nesse processo, os princípios da sinergia e da integração horizontal e vertical como conseqüências inevitáveis da concentração e convergência das corporações de mídia que, aplicadas aos processos produtivos, são oportunos à adequação produtiva exigida.

No entanto, essa atuação convergente está condicionada à necessidade de desregulamentação e flexibilização – associadas ao encolhimento do Estado como regulador das trocas econômicas, resultado do liberalismo contemporâneo como já se tratou aqui – além da imposição de altas taxas de rentabilidade para empresas que atuam no contexto do capitalismo global. Promovendo a convergência das telecomunicações, das tecnologias e da comunicação a partir das novas condições tecnológicas, as corporações passam a competir mundialmente no setor de infotelecomunicações e vêem como saída estratégica para o enfrentamento global o processo contínuo de fusões para a constituição de megagrupos no setor.

Diante de mercados locais e/ou nacionais que são transformados em mercados mundiais e por isso muito mais ameaçadores, as corporações de mídia respondem por meio da oligopolização do setor atuando conjuntamente e em várias partes do mundo. Ou seja, a convergência dos diferentes setores da indústria cultural promove também a integração de diferentes grupos em uma única organização, e esta, por sua vez, une-se a outras que também repetem os mesmos processos para compor a estratégia de ação global:

Nesse quadro, inserem-se os processos de aquisições, fusões e outras fórmulas de associação empresarial. Desde a segunda metade do decênio de 80, tais fenômenos têm sido ainda mais presentes na área das comunicações, por sua importância para o funcionamento da sociedade, o que provoca uma maior valorização das companhias midiáticas (BRITTOS, 2002, p. 27).

Também dito por Fonseca:

Na fase que melhor se delinea a partir da última década do século XX, os conglomerados de comunicação, em escala mundial, começam a enfrentar um profundo processo de reestruturação, deixando de se reportar aos mercados internos apenas para se dirigir para um mercado capitalista de âmbito global. A partir dessa conjuntura, começa a ganhar contorno um novo desenho na institucionalização das mídias em geral. Uma nova onda de concentração (de propriedade e de capital) está levando à formação de oligopólios transnacionais (FONSECA, 2005, p. 5).

No caso das indústrias culturais, o processo de convergência e as subseqüentes fusões para a constituição de conglomerados transnacionais vai se dar a partir de um choque entre as organizações privadas – as corporações de comunicação – e as estruturas monopolistas nacionais de transporte de informação, no caso das telecomunicações (DANTAS, 2002). Na reordenação econômica e tecnológica, a infra-estrutura das redes e das mídias passa, muitas vezes, de um oferecimento estatal para as mãos da iniciativa privada. Uma vez que o setor passa a ser controlado por grandes corporações, as mega-empresas demandam a “necessária” desregulamentação do setor para atuação mundial. Na prática, como observam Capparelli e Lima (2004), essa nova condição significou a promoção de reformas nas legislações nacionais que possibilitaram a abertura total ou parcial dos mercados ao capital, nacional ou internacional, e a conseqüente privatização das empresas estatais de comunicações.

Jambeiro (2004) observa que as conseqüências do processo de convergência e subseqüente concentração dos meios de comunicação vão resultar no controle das corporações de mídia nas mãos de um número cada vez menor de agentes privados. A consolidação dos oligopólios de comunicação significa conceder ao mercado o centro regulador do processo de produção do estratégico campo da produção cultural, determinando processos produtivos e padrões que tentam anular a diversidade e riqueza cultural das nações, ameaçando seu desenvolvimento:

A convergência de capitais e tecnologias necessita de operadores, criadores, produtores, gestores que não apenas dominem as tecnologias, mas, sobretudo compreendam seu caráter convergente. A convergência passou a ser, pois, além de componente econômico e tecnológico no processo de produção, também um atributo e um condicionador dos serviços e das práticas profissionais no campo da informação e das comunicações. Estes fenômenos são fortes condicionantes do

desenvolvimento econômico, político e social, assim como da preservação da identidade cultural de cada estado-nação. Em primeiro lugar porque as atividades das sociedades repousam cada vez mais em estruturas de informação; consolidar estas estruturas é, hoje, parte do planejamento estratégico de todas as nações, em função de sua sobrevivência e do seu desenvolvimento. E segundo, porque a possibilidade de sucesso na manutenção da identidade cultural de cada país reside, em grande medida, em conseguir-se bom potencial de produção e consumo de conteúdos que correspondam aos valores, experiências e perspectivas de seus cidadãos, na sua língua pátria (JAMBEIRO, 2004, p. 82).

O autor propõe pensar o que acontece com as estruturas de informação e comunicação nessa passagem do controle do Estado para o setor privado, uma vez que o gerenciamento das atividades de comunicação e informação esteve, até então, sob a responsabilidade estatal para que de alguma forma se evitasse o subjugo das leis mercadológicas. Com a onda de privatização do setor, entretanto, estes serviços “não têm escapado à mercantilização, sendo crescentemente apropriados privadamente, transformados em mercadorias e submetidos às leis do mercado internacional” (JAMBEIRO, 2002, p. 123).

É claro que é necessário fazer aqui a justa contemporização de que a “regulação<sup>27</sup>” feita pelo Estado, como diz o autor, pode impedir o subjugo do mercado, mas, na contrapartida, pode ser usada a serviço do trabalho político e ideológico. No entanto, uma vez que o modelo que se impõe é o da privatização e junto com ele se assiste ao controle, padronização dos processos e distribuição dos bens culturais feito por grandes corporações de mídia transnacionais que atuam sob a forma de conglomerados e oligopólios, a discussão sobre o efeito homogeneizador desse fenômeno se impõe. Especialmente porque as telecomunicações e as tecnologias de informação e comunicação, bem como os produtos da mídia, assumem continuamente mais importância dentro do contexto do informacionalismo como forças produtivas do modo de acumulação capitalista contemporâneo:

(...) através do modo de produção capitalista, da formação de grandes conglomerados e da globalização, o poder econômico internacional pode estar levando o mundo a uma situação na qual a autonomia cultural da maioria dos países tende a ficar crescentemente ameaçada pelos planos de produção e distribuição dos grupos que operam o negócio das comunicações, dos mídia e da indústria cultural, e às estratégias de alguns conglomerados transnacionais (JAMBEIRO, 2002, p.116).

---

<sup>27</sup> A idéia de “regulação” dos meios é herdeira da Escola de Regulação Econômica, de origem francesa, onde os economistas tentam entender as formas pelas quais o capitalismo se reproduz, defendendo a idéia de que é preciso, sobretudo, reconhecer a história e as particularidades das diferentes economias nos processos de acumulação desenvolvidos. Segundo Fonseca (2003), os regulacionistas rejeitam a idéia de que existiram leis universais que se impõem independentemente do contexto social e espacial.

Zallo (1988) contribui com a análise sobre a ameaça da autonomia cultural, frente ao processo de homogenização produtiva que a convergência e as megafusões podem gerar, observando que o modo de regulação do sistema está implicando não só a reestruturação desigual da organização da produção cultural no mundo. Também a reordenação das dependências entre países, a partir das conseqüências advindas da crise do Estado que determinam a modificação das relações de força entre classes e grupos sociais, é resultado do fato de as indústrias culturais se apresentarem como saída capitalista para a crise. Há particularidades conjunturais e estruturais das diferentes nações que produzem diferentes realidades nesse processo de adequação da produção cultural, reafirmando a idéia de que, ainda que o processo global se intente homogeneizante, há apropriações locais dos processos estandarizados. Dessa forma, a internacionalização não se expressa só como uma relação de espaços geográficos diferentes, como também se articula no interior das indústrias e serviços culturais nacionais de cada país. No dizer de Zallo:

As vias são as tecnologias, intercâmbios, consumos e modelos culturais onde as multinacionais da eletrônica e telecomunicações dominam suportes, redes e a definição de serviços de informação. No entanto, se há uma tendência à economia mundializada no campo da informação e da comunicação, a internacionalização é ainda limitada embora crescente. Não cabe ainda falar de uma economia mundial única, com condições médias de produção comuns entre os países, acesso uniforme a tecnologias, estruturas produtivas similares (ZALLO, 1988, p. 9)<sup>28</sup>.

Segundo Jambeiro (2002), notadamente, em vários países, o desenvolvimento de políticas neste campo – particularmente aquelas relacionadas à radiodifusão e às telecomunicações – tem sido um doloroso e embaraçoso processo de luta política com as crescentes limitações do poder nacional no setor. Na verdade, velhas idéias sobre regulação podem não funcionar na nova era tecnológica, sem respeito a fronteiras físicas ou culturais. “A tarefa de regular, entretanto, permanece sendo cumprida pelos estados nacionais, mesmo sob a forma de desregulação” (JAMBEIRO, 2002, p.115).

Por outro lado, essa regulação não tem conseguido evitar as mudanças na lei aprovadas para favorecer as negociações das corporações transnacionais, nem evitar outro efeito das mudanças promovidas pela desregulamentação, a concentração da propriedade, característica desse processo de consolidação de grandes empresas que reúnem sob seu controle os mais diversos campos de atuação no que diz respeito aos produtos comunicacionais. Aquisições, fusões e formação de grandes grupos estão produzindo uma

---

<sup>28</sup> Tradução livre do autor.

configuração, no mínimo preocupante no cenário global das comunicações. Segundo Capparelli e Lima (2004), a tendência é, na continuidade desse processo, que “quatro ou cinco grandes grupos de comunicação dominem todas as formas de mídia concebíveis, da imprensa tradicional à internet, passando pelo cinema, rádio, televisão, vídeo-games, não só nos Estados Unidos como provavelmente em todo o mundo” (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.19).

A convergência tecnológica e a concentração da propriedade dos meios de comunicação oferecem às empresas do setor uma nova condição de atuação e exploração com maiores possibilidades de ganhos e sintonizada com as demandas da nova configuração societária. Na medida em que se voltam para o mercado mundial, ampliando enormemente seu espectro de atuação e, através da convergência, integram processos produtivos para diversificar a oferta de produtos culturais e serviços - a multimídia - as corporações de mídia passam a ter diversamente mais a oferecer a um público potencialmente muito maior. Por essa razão, conforme Brittos (2002), as possibilidades tecnológicas vão resultar na multiplicação da oferta, presente contemporaneamente em outros setores industriais, mas que atinge também os produtos comunicacionais. É a idéia da segmentação, que substitui a de fornecimento de bens generalistas, os quais pretendem atingir vários públicos, como principal forma de concepção, produção e distribuição de bens comunicacionais e culturais em geral.

A segmentação, que passa a pautar a formatação dos produtos culturais, está intimamente ligada à integração dos processos e produtos culturais. Ela é essencial à geração de um volume de produtos e serviços que alimentam as indústrias multimídias (Moraes, 1997) e se viabiliza pelas condições de operacionalidade oferecidas pela tecnologia. Ao integrarem diversos ramos de atuação multimídia, as corporações de mídia flexibilizam e especificam os processos, direcionando os produtos para audiências segmentadas. Ou seja, como reflexo do modelo de produção massiva e generalizada, integrada ao modo fordista de produção, a indústria cultural se transforma e se adequa a um novo paradigma de organização produtiva, baseado na flexibilização e segmentação. Assim, as mudanças tecnológicas, industriais e a receptividade das audiências e anunciantes estão se convertendo em fatores que verticalizam e segmentam a mídia, focalizando audiências menores e mais específicas, com programas ou conteúdos mais especializados:

(...) a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais

mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre emissor e receptor (SABBAH, 1985, p.219).

A segmentação pode atingir o limite da individualização. Segundo Brittos (2002), o recurso facilitado pelas novas tecnologias estimula a criação de versões, formadas quase que exclusivamente pelo consumidor. O autor diz que, a partir de um composto disponibilizado pelos produtores e mercadologicamente incentivado, a nova condição é exequível por apresentar “alto custo amortizado aliado ao baixo custo marginal”, uma vez que toda a gama de produtos e serviços está cada vez mais sob o controle da mesma empresa. A segmentação, diz Brittos (2002), persegue a maximização do lucro.

Brittos (2002) também chama a atenção para um dado deste momento da comunicação que diz respeito à relação interposta entre o produto, o consumidor e a publicidade. A mídia segmentada, segundo o autor é marcada pelo fato de que, ao contrário da publicidade, muitos sistemas de oferecimento de cultura passam a ser financiados através do pagamento direto pelo usuário. Isto se insere na “economia dos contadores, reforçada nos marcos da privatização, desregulamentação e desmontagem das estruturas do Estado, construindo-se numa realidade onde o consumidor complementa os meios de sustentação tradicionais” (BRITTOS, 2002, p. 32). Nesta linha, Miège (1999) aponta que, com a desestruturação dos sistemas nacionais, os usuários são cada vez mais chamados a manifestar suas preferências nos mercados, e as redes de difusão oferecem essa possibilidade, condicionada a um pagamento.

Tanto a segmentação dos conteúdos, quanto o fato de o consumo desses produtos e serviços oferecidos pelas novas mídias estar atrelado ao pagamento, permite pensar como os meios de comunicação se reorganizam. Ao passarem a partilhar o cenário com as novas mídias, neste caso, a Internet e Tvs por assinatura, os meios de comunicação tradicionais vão enfrentar a concorrência da multiplicidade e segmentação da oferta. Essa questão se impõe, especialmente, porque segundo autores como Brittos (2002), a oferta segmentada encontra-se, por outro lado, com a demanda do receptor pela informação especializada.

Dessa maneira, ainda que as novas mídias sejam ofertadas sob a condição do pagamento pelo usuário e que estejam sob o mesmo controle, enquanto negócio, das mídias tradicionais, o surgimento da mídia segmentada tende a provocar a reorganização da mídia massiva na questão de sua atuação mercadológica no sentido de garantir competitividade na sua fatia de mercado. Além disso, as novas tecnologias de informação e comunicação como a Internet, por exemplo, não são aplicadas somente aos ditos meios novos, segmentados. A mídia tradicional também instaura em seus processos de trabalho as ferramentas necessárias para a atuação na sociedade contemporânea e mediante as suas demandas com o uso da tecnologia da rede.

Embora se remeta continuamente às novas mídias quando se fala de inovações tecnológicas, há que pensar, sobretudo, nas mídias tradicionais a partir desse contexto, especialmente porque trabalham com a perspectiva do maior alcance, enquanto as mídias segmentadas são alvo de um segmento muito específico.

Diante do exposto, o foco do estudo sobre a televisão aberta – neste caso a Rede Globo – torna-se especialmente pertinente no que diz respeito à produção jornalística, porque continua sendo a fonte de informação mais importante para muitas pessoas num país de grandes desigualdades sociais e econômicas como o Brasil. Ou seja, a partir da entrada de novos atores, resultantes das condições tecnológicas que vão integrar um mercado até então controlado pelos meios massivos, cabe pensar como as mídias tradicionais tão importantes, de grande alcance e com programação genérica, mantêm-se líderes do mercado no caso brasileiro. E afinal, como o fazem a partir da multiplicidade da oferta dos produtos culturais advindos das novas mídias, bem como que estratégias desenvolvem para enfrentar a nova configuração do mercado midiático.

Com relação à televisão, os processos de mudança, apesar de apresentarem grandes movimentos semelhantes, operam na questão das diferentes mídias, de forma particularizada. No caso da televisão aberta, sua linguagem e processo são específicos. E essa compreensão é necessária para a análise da questão, bem como a consideração do contexto brasileiro para o entendimento das mudanças resultantes de um novo cenário midiático a partir das novas tecnologias.

### 2.3 NOVOS ATORES E NOVAS MÍDIAS: O NEGÓCIO EM TELEVISÃO

Dentro do cenário midiático, a televisão se constitui na mídia por excelência do processo globalizatório. Essa condição foi sendo especialmente reafirmada com o surgimento da tecnologia do satélite, a partir da década de 60 (Souza: 2005), que possibilitou o intercâmbio de imagens e informações pelo mundo inteiro, colocando a Tv no centro do processo de interligação mundial:

O satélite de comunicações, a partir dos anos 1960, foi o aparato tecnológico que deu impulso ao processo de transnacionalização dos conteúdos informativos-culturais. Nesse campo a televisão teve o papel de impulsionar os investimentos por conta do grande interesse da área na utilização dessa tecnologia para alcance global. Os satélites artificiais, do Sputnik soviético e Early Bird norte-americano ao sistema Intelsat, têm se constituído nos instrumentos fundamentais para a globalização da comunicação e do conteúdo produzido pela televisão (SOUZA, 2005, p.73).

Por conta da internacionalização da produção, possível pela tecnologia do satélite e pelo consumo em larga escala oferecido pela imagem, a televisão foi se constituindo na própria tradução do conceito de aldeia global, definido por McLuhan (2002), expressando a idéia de interligação planetária via tecnologia. Também Harvey (2001) reafirma a centralidade da televisão no processo de transnacionalização dos produtos culturais por conta da possibilidade ampla de seu alcance e consumo, mas evidenciando, sobretudo a efemeridade e a velocidade das imagens oferecidas pela Tv. Segundo o autor essa condição coloca a televisão em sintonia com os valores do capitalismo global:

A televisão de massa associada com a comunicação por satélite possibilita a experiência de uma enorme gama de imagens vindas de espaços distintos quase simultaneamente, encolhendo espaços do mundo numa série de imagens de uma tela de televisão. O mundo inteiro pode assistir aos Jogos Olímpicos, à Copa do Mundo, à queda de um ditador, a uma reunião de cúpula política, a uma tragédia mortal...enquanto o turismo em massa, filmes feitos em locações espetaculares tornam uma ampla gama de experiências simuladas ou vicárias daquilo que o mundo contém acessível a muitas pessoas. A imagem de lugares e espaços se torna tão aberta à produção e ao uso efêmero quanto qualquer outra (HARVEY, 2001, p. 264).

A possibilidade de converter tudo em imagens e as imagens por sua vez estabelecerem relações muito próximas entre ver e conhecer num tempo de sobrevalorização do instantâneo, do presente e do veloz, reafirma continuamente a importância da televisão, sobretudo, como negócio rentável dentro da Indústria Cultural:

Toda a indústria de mídia se especializa na aceleração do tempo de giro por meio da produção e venda de imagens. Do mesmo modo, muitas imagens podem ser vendidas em massa instantaneamente no espaço. Dadas as pressões de aceleração do tempo do giro (e da superação das barreiras espaciais), a mercadificação de imagens do tipo mais efêmero seria uma dádiva divina do ponto de vista da acumulação do capital, em particular quando outras vias de alívio da superacumulação parecem bloqueadas. A competição no mercado da construção de imagens passa a ser um aspecto vital da concorrência entre as empresas (HARVEY, 2001, p. 260).

Para Jameson (1994), na Sociedade da Informação todos querem se converter em imagens uma vez que estas se apresentam com efeito epistemológico por proporcionar a junção do tempo e do espaço num lócus exato de forma. Vilches (2006) também se alinha a esta idéia, explicando como a imagem vai conquistando um novo status a partir da nova condição tecnológica na sociedade contemporânea. Segundo o autor, há no discurso audiovisual, a substituição do conceito de projeção e aparência associadas ao ilusório pela pertinência no seu sentido epistemológico:

Estamos diante da emergência de uma “nova figura da razão” (...) que exige pensar a imagem, por um lado, desde sua nova configuração sociotécnica – o computador inaugurando um tipo de tecnicidade que possibilita o processamento de informações, e cuja matéria prima são abstrações e símbolos – e, por outro, a emergência de um novo paradigma do pensamento, que refaz as relações entre a ordem do discursivo (a lógica) e do visível (a forma), da inteligibilidade e a sensibilidade. O novo status cognitivo da imagem se produz a partir de sua informatização, isto é, de sua inscrição na ordem do numerável, que é a ordem do cálculo e suas mediações lógicas: número, cópia, modelo. Inscrição que remete, no entanto, não só a uma economia informacional (...), mas também, a uma ironia do figurativo (...), nas quais a imagem deixar de ter como lastro sua errância estética e sua cumplicidade com a sedução (VILCHES, 2006, p. 73).

Esta idéia está na base da valorização da imagem como mercadoria simbólica no mundo contemporâneo. Por conta da velocidade e de seu giro contínuo pelo mundo, as imagens “vendem” a explicação dos acontecimentos em “tempo real”, onde os indivíduos, conforme diz Ramonet (1999), são testemunhas dos fatos. Na Sociedade em Rede, as informações que podem pautar o comportamento dos mercados e as ações da bolsa, por exemplo, são insumos estratégicos que ganham valor exatamente na medida da sua velocidade e conseqüente economia de tempo. A televisão, ao dispor das imagens que transcendem as barreiras da língua e podem ser disponibilizadas cada vez mais rápidas, toma a dianteira da hierarquia da mídia pautando os outros meios.

Bucci (2004) compartilha dessa idéia da onipresença da Tv dentro do sistema midiático, bem como da ascendência das imagens, assinalando que a existência pública dos

fatos está condicionada às suas imagens midiáticas. Para o autor, algo só é considerado existente quando se torna visível e, não em qualquer lugar, mas visível especialmente na televisão. Através da Tv, as imagens são emitidas pelo sinal dos satélites, à velocidade da luz e distribuídas mundialmente, tornando visível e, portanto, dando existência ao fato do ponto de vista midiático. Dessa forma, a visibilidade oferecida pelos eventos em tempo real vai produzir o que Bucci (2004) chama “fabricação pela Tv e na Tv” das imagens de todas as coisas, que acaba por se confundir com a fabricação da própria realidade (BUCCI, 2004, p. 208).

Assim, por meio da imagem, seu principal produto e também a mercadoria simbólica de grande valor para as condições de velocidade e compressão de tempo e espaço na sociedade contemporânea, a televisão vem desempenhando um papel preponderante na organização do consenso e na expansão da sociedade de consumo. Vê-se que a televisão apresenta, de forma muito evidente o duplo papel dispensado às mídias na Sociedade em Rede, tanto colaborando na construção do imaginário necessário à consolidação dos valores contemporâneos, quanto como infra-estrutura através da qual essas informações, em seus fluxos, são mundialmente distribuídas.

No entanto, apesar de manter essa condição de centralidade e onipresença entre os meios de comunicação, os avanços tecnológicos têm produzido uma reordenação no lugar ocupado pela Tv. Até o fim dos anos 70, a televisão se constituía de um modelo massivo de comunicação, de grande abrangência e que, por conta disso, atingia um público heterogêneo e diverso. A partir deste momento, com a intensificação do uso dos satélites juntamente com o próprio movimento mundial de planetarização das relações, a produção televisiva foi se internacionalizando. Neste sentido, a transnacionalização dos produtos culturais, ao mesmo em tempo que reafirmou a importância estratégica da mídia televisiva no processo globalizatório, também intensificou a concorrência entre as emissoras que antes disputavam um mercado nacional, e que passaram a enfrentar-se mundialmente.

Essa disputa internacional foi o início do processo de concentração econômica do setor. As emissoras, diante da competitividade que os tempos globais passaram a impor, foram buscando, gradativamente, o fortalecimento de si mesmas através da formação de alianças, seguindo a tendência das megafusões e formação de holdings das corporações de mídia no capitalismo global. Ou seja, a transformação dos mercados nacionais em

internacionais significou o reforço à organização monopolística ou oligopolística<sup>29</sup> das emissoras, em conformidade com o comportamento das empresas de mídia que assim passaram a se organizar para dar conta das demandas de um sistema econômico padrão em todo o mundo. A regulação por meio desse sistema mundial tecno-produtivo impôs a adaptação das emissoras<sup>30</sup> a esse novo tempo através da adoção de um *modus operandi* que atendesse às exigências de mercado contemporâneas, reafirmadas por discursos “globais” e fortemente marcadas pela hegemonia da dimensão econômica (Moraes, 2004), amparados nos recursos tecnológicos.

As negociações internacionais no âmbito das produções audiovisuais se intensificaram juntamente com a crescente importância assumida na Sociedade da Informação, segundo Richeri (1994), pelo que chama de economia do imaterial, da qual as produções audiovisuais fazem parte. Também Arnanz (2002) explica que o momento presente é marcado pela relativa desmaterialização dos processos de construção de valor, em favor de aspectos imateriais como a informação, a experiência de entretenimento, dos significados ou representações sociais e das marcas, num processo onde a indústria da televisão é protagonista, uma vez que se relaciona com a experiência concreta e cotidiana de muitos lugares.

Neste contexto os negócios no setor da mídia – e especialmente em televisão – têm se mostrado muito lucrativos, e em contínua valorização, oferecendo a possibilidade de altos rendimentos especialmente a partir da transformação das empresas do setor em megaempresas de atuação mundial. Ao elevar fortemente a competitividade entre as corporações, a internacionalização dos mercados, que alcançou níveis avançados nos anos 80, deslocou a produção e a distribuição de produtos televisivos à função estratégica nas empresas, com o objetivo de acelerar o desenvolvimento das atividades de promoção e comercialização e de publicidade e aumentar, portanto, os recursos destinados às emissoras<sup>31</sup> (RICHERI, 1994).

---

<sup>29</sup> Na verdade, segundo Bustamante (1999), as emissoras de televisão trazem essa marca da atuação em monopólio (estatal no caso europeu) e oligopólio (no caso da televisão comercial nos Estados Unidos e na América Latina) porque se traduz em um negócio iniciado geralmente pelo rádio e, em alguns casos também jornais, formando redes e cadeias de meios de comunicação, até então nacionais (BUSTAMANTE, 1999).

<sup>30</sup> Essa adequação das emissoras e seu processo de contínua oligopolização evidenciam as assimetrias da oligopolização das indústrias de informação e entretenimento, consagrando a liderança dos países ricos segundo Moraes (2004). Os Estados Unidos ficam com 55% das receitas mundiais geradas por bens culturais e comunicacionais; a União Européia, com 25%; Japão e Ásia, com 15%; e a América Latina, com apenas 5%.

<sup>31</sup> Na Europa, Richeri (1994) aponta que as primeiras transações representaram 80% do volume total de investimentos, com uma média de operações equivalentes a 400 milhões de liras, embora as primeiras transações superassem os 880 milhões.

Desde então, a estratégia das emissoras tem se baseado na difusão televisiva em diferentes organizações, mediante acordos e alianças para conquistar a gestão dos investimentos publicitários através da exibição de programas massivos. Além disso, a onda de fusões e aquisições<sup>32</sup> foi determinada também pela necessidade de conquistar o poder dado pela atuação em grande dimensão e assim obter um acesso mais fácil ao mercado financeiro mundial.

Segundo Richeri (1994), a ampliação das atividades no exterior dependeu de objetivos variados:

- obter “vantagens competitivas”, alcançando uma dimensão tal para reforçar-se em relação aos próprios competidores;
- encontrar novas oportunidades de crescimento fora do mercado de origem em vias de saturação;
- aproveitar a própria experiência em mercados “virgens”;
- aproveitar uma conjuntura que favorece o poder aquisitivo de uma divisa em relação à outra;
- obter economias de escala que não podem conseguir no mercado nacional de origem;
- escapar das normas anti-truste nacionais, etc (RICHERI, 1994, p. 35).<sup>33</sup>

Além dessas questões, os acordos de produção e venda de produtos culturais internacionais de televisão, onde as fusões e aquisições representam a possibilidade de ampliar o mercado para compensar o aumento dos custos fixos, objetivam principalmente financiar os gastos de pesquisa e desenvolvimento para garantir a preservação em escala mundial de certos insumos essenciais de ordem científica e tecnológica. Os investimentos em pesquisa e as possibilidades que as inovações poderiam gerar no âmbito dos negócios foram continuamente feitos por governos e empresas que viram no controle das tecnologias da informação e da comunicação a condição para conquistar e manter a liderança de mercado. Por essa razão, o papel das empresas e também dos governos foi preponderante para o desenvolvimento tecnológico das comunicações na medida em que o setor foi se tornando

---

<sup>32</sup> Segundo Moraes (2004), em poucos setores o nível de concentração foi tão espantoso quanto na mídia. Em curto prazo, o mercado da mídia global passou a ser dominado por sete multinacionais: Disney, AOL-Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi e Bertelsmann. Nenhuma dessas empresas existia em sua forma atual de empresa de mídia há apenas 15 anos; hoje quase todas elas figuram entre as trezentas maiores empresas não financeiras do mundo em 2001. Das sete, apenas três são verdadeiramente empresas norte-americanas, embora em todas elas tenham nos Estados Unidos operações fundamentais. Em conjunto, essas sete empresas possuem estúdios de cinema dos Estados Unidos; todas as redes de televisão norte-americanas, exceto uma; as poucas empresas que controlam 80 a 85% do mercado global de música; preponderam nas transmissões por satélite em todo o mundo; têm um percentual significativo de livros e revistas, a totalidade ou a maioria dos canais de Tv a cabo comerciais nos Estados Unidos e no resto do mundo e uma porção significativa de televisão aberta européia, e assim por diante.

<sup>33</sup> Tradução do autor.

cada vez mais importante do ponto de vista da reprodução do capital, conforme bem pontua Dantas (2002):

Os avanços tecnológicos resultam de investimentos feitos diretamente pelas grandes corporações, por agentes financeiros privados ou pelo Estado, investimentos estes orientados para a busca de soluções técnicas que tornem cada vez mais rápido, eficiente e barato o transporte da informação que interessa ao capital. As grandes corporações – nascidas (...) de alianças entre o laboratório industrial e o capital financeiro – jamais pararam de investir altas somas em pesquisa e desenvolvimento, sustentando na inovação tecnológica suas posições de liderança e, conseqüentemente, de domínio monopolista dos mercados (DANTAS, 2002, p. 140).

Significa dizer que o desenvolvimento tecnológico esteve sempre sintonizado, como já se disse, com as demandas econômicas do capitalismo global. É a condição tecnológica que garante a condição de atuação econômica mundial das empresas nos moldes ora praticada, estabelecendo entre si uma relação sistêmica e integrada, como por exemplo, na atuação das corporações de mídia em oligopólios. Ao fazer acordos e transações entre países, nos níveis de rentabilidade impostos pelas novas condições globais, as emissoras contam simultânea e sistemicamente com a emergente convergência tecnológica proporcionada pela digitalização<sup>34</sup> dos sinais e pela subsequente desregulamentação do setor, fruto das exigências de competitividades das corporações no capitalismo global. Conforme Jambreiro (2004):

Na verdade, os fenômenos contemporâneos da globalização, privatização, liberalização estão assentados num desenvolvimento científico e tecnológico vertiginoso e convergente, intimamente ligado ao capital internacional, inclusive no que se refere a investimentos na concepção, produção e venda de produtos e serviços. E também as práticas profissionais estão atreladas a essas condições (JAMBEIRO, 2004, p. 82).

Com relação à televisão, a nova condição tecnológica de digitalização<sup>35</sup> levou à multiplicação dos canais de Tv e à crescente diversificação. O desenvolvimento das tecnologias da televisão a cabo – a ser promovido na década de 1990 pela fibra ótica e pela

---

<sup>34</sup> A transição do sistema analógico para o sistema digital trata da capacidade de reduzir todo tipo de informação em qualquer formato ao formato zero e um, e assim construir um padrão único para conectar computadores, telefones e outros aparelhos a uma base digital de dados. Palavras, imagens e sons são reduzidos a dígitos binários e incontáveis trilhões de 0 e 1 simbólicos fluem a cada hora pelas redes de comunicações, cada um deles tendo uma parte codificada de uma mensagem que pode envolver um telefonema, uma transação por cartão de crédito ou um programa de Tv (DIZARD, 1997).

<sup>35</sup> É importante, no entanto, registrar que em muitos países como os Estados Unidos, a Tv por assinatura já existia antes da condição tecnológica de digitalização (ARNANZ, 1999). O que a tecnologia digital fez foi aumentar ainda mais o espectro de canais e de serviços, facilitando e tornando mais acessível à diversificação, reduzindo custos de produção e distribuição, além de oferecer a melhoria de sinal.

digitalização – e o progresso da difusão direta por satélite<sup>36</sup> expandiram o espectro da transmissão e pressionaram as autoridades a desregulamentarem as comunicações em geral e a televisão em particular<sup>37</sup>, permitindo as fusões e conseqüente oligopolização do setor. Dessa forma, o enfrentamento da concorrência exercida num primeiro momento pelos canais por assinatura às Tvs abertas, foi resolvido através de aquisições das grandes empresas do setor que passaram a controlar os negócios de ambos os segmentos. Ou seja, uma série de fusões e compras marcou a junção dos negócios das emissoras de Tv aberta com as operadoras de Tv por assinatura, fundindo os dois principais serviços das comunicações: a radiodifusão e a as telecomunicações<sup>38</sup>.

No caso do cabo e do satélite, por exemplo, as fusões tanto pela demanda econômica quanto pelas oportunidades tecnológicas, produziram uma configuração onde os proprietários de Tvs abertas, até então controladores de sistemas de radiodifusão, passassem a controlar também os negócios de telecomunicações uma vez que o cabo, através da fibra ótica, passou a oferecer serviços de Tv por assinatura, telefonia e Internet. Essa negociação foi possível porque a desregulamentação do setor possibilitou que os monopólios estatais que gerenciavam as telecomunicações e os serviços de satélites se tornassem monopólios ou oligopólios privados.

---

<sup>36</sup> Segundo Dizard (1998), os circuitos de comunicação são de dois tipos – microondas sem-fio ou cabo. Os circuitos de microondas percorrem a atmosfera ou (no caso de satélites) o espaço exterior. Graças ao aperfeiçoados computadores digitais, sua capacidade têm aumentado enormemente nas últimas décadas. Na verdade, um satélite de comunicações é um computador de microondas no espaço, manipulando simultaneamente o equivalente a 40.000 chamadas telefônicas e circuitos de dados, além de muitas transmissões de vídeo. Especificamente com relação à Tv é preciso dizer que a mudança mais impressionante nos circuitos de telecomunicações envolve os cabos de fibra ótica. Os circuitos de fibra ótica podem transmitir informações na forma ótica (isto é, ondas luminosas) através de um fio de silício tão fino quanto um fio de cabelo humano. Os cabos de fibra ótica têm enormes capacidades de transmissão da informação. Um único cabo pode transmitir dezenas de milhares de telefonemas ou dezenas de programas de televisão.

<sup>37</sup> Os difusores por satélite digital estão se organizando na prática em escala continental ou interncontinental, dando lugar a autênticos cartéis, com distribuição implícita ou explícita do mercado internacional como não se via desde a pré-história das agências mundiais de notícias (BUSTAMANTE, 2003).

<sup>38</sup> Segundo Dantas (2002), é da natureza do serviço de radiodifusão a transmissão “*ponto a massa*”, *paga pelo usuário de modo independente do quantum utilizado, por meio de assinatura ou publicidade, e preferencialmente apoiada nas frequências eletromagnéticas da atmosfera*. (DANTAS, 2002, p. 138). Além disso, a radiotelevisão se ocupa precisamente dos conteúdos, isto é, dos programas e por isso é regulada por normas predominantemente políticas e culturais, relativas aos programas. Neste sistema estão o rádio e pela Tv de sinal aberto. Nas telecomunicações, a empresa que administra o serviço não se ocupa do conteúdo das transmissões, mas, sim dos conteúdos, isto é, das estruturas de emissão. Por esta razão, as telecomunicações são reguladas por normas predominantemente econômicas e industriais que tratam das infra-estruturas (DANTAS, 2002).

As emissoras e operadoras de Tv aberta e por assinatura foram, então, aproveitando-se do cenário político e do encolhimento do Estado resultantes dos movimentos globais que demandam flexibilidade e adaptabilidade aos novos negócios. E dessa maneira, foram abrindo a oportunidade para a “necessária” desregulamentação e regulamentação do setor das comunicações, segundo critérios priorizados pela dimensão econômica e ancorados nas demandas tecnológicas. Moraes (2004) salienta que esse processo de fusões que resulta na formatação de grandes corporações transnacionais de mídia e, especialmente de televisão, acaba por reafirmar a hegemonia norte-americana no setor:

(...) a concentração de mídia se consolidou no vácuo aberto pela liberalização desenfreada, pela insuficiência de marcos regulatórios e pela deliberada omissão dos poderes públicos e de organismos multilaterais. Os fluxos internacionais e as disparidades tecnológicas beneficiam as corporações norte-americanas (MORAES, 2004, p. 205).

Também Bucci (2004) alerta para os efeitos da concentração dos negócios de mídia:

(...) o que hoje se apresenta ao mundo como uma oferta sem precedentes de opções entre centenas de canais, o que se apresenta como um festival de multiculturalismos étnicos, tem em seus bastidores, isto sim, um dos maiores movimentos de concentração de capital – e de poder – de todos os tempos. (...) As fusões dão o tom da nova organização do espaço público (...) (BUCCI, 2004, p. 40).

A desregulamentação promoveu a expansão das fusões para além do setor estritamente televisivo. Aproveitando as benesses da legislação e as condições tecnológicas ofertadas pela convergência dos serviços de telecomunicações, informação e cultura de massa, as emissoras se uniram a outros ramos do mercado de mídia para atuarem e se fortalecerem em grandes conglomerados de mídia nacionais e internacionais. Como já se disse, essa junção das redes infra-estruturais e tecnológicas (telecomunicações e informação) à produção simbólica (o conteúdo das mídias), a partir da convergência tecnológica<sup>39</sup>, gerou as infotelecomunicações - soma dos prefixos dos setores convergentes em uma só palavra:

---

<sup>39</sup> Na verdade, conforme aponta Moraes (2004), a concentração da mídia não se resume apenas à televisão. As mega-empresas do setor concentraram a partir das condições tecnológicas um sem número de atividades. A mídia global está nas mãos de duas dezenas de conglomerados com receitas entre US\$ 5 bilhões e US\$ 35 bilhões. Eles veiculam dois terços das informações e dos conteúdos culturais disponíveis no planeta. Entrelaçam propriedade de estúdios, produtoras, distribuidoras de filmes, gravadoras de discos, editoras, parques de diversões, Tvs abertas e Tvs pagas, emissoras de rádio, revistas, jornais, serviços on-line, portais e provedores de Internet, vídeos, videogames, jogos, softwares, CD-ROMs, DVDs, equipes esportivas, megastores, agências de publicidade e marketing e telefonia celular, telecomunicações, transmissão de dados, agências de notícias e casas de espetáculos.

A digitalização da informação agrupa muitos segmentos num único e amplo setor econômico (...) cujas unidades informacionais, constituídas por geradores/usuários (indivíduos, famílias, empresas), recortam-se conforme o desenho das redes multimídias que lhes sustentam, articulam e interconectam. Sobre estas redes, uma vasta gama de atividades – cujo valor está, basicamente, na interação informacional – fomenta um novo ciclo de expansão e acumulação capitalista, sem que se desenvolva, nesse âmbito, qualquer competição real (DANTAS, 2002, p. 174).

Assim, em suas estratégias expansionistas, os grupos de comunicação, e de televisão especialmente, podem seguir distintas trajetórias, muitas vezes combinadas, intensificadas nas últimas décadas com o crescimento das expectativas de benefícios e lucros do audiovisual. Por conta disso, novos atores oriundos inclusive de setores diferentes à comunicação como construção, grupos bancários e financeiros, telecomunicações e industriais fazem da televisão<sup>40</sup> um negócio de caminhos diversos<sup>41</sup>.

Capparelli e Lima (2004) exemplificam:

Na prática, como qualquer transportador, torna-se possível a convergência, por exemplo, entre operadores de Tv a cabo, estúdios de cinema e operadoras de telefonia e grupos de radiodifusão (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.17).

Assim, a diversificação multimídia passou a significar a possibilidade, para muitos grupos, de entrar em um novo setor com boas perspectivas de desenvolvimento a médio e longo prazo e sem elevadas barreiras à entrada nesse âmbito de negócios. Entre os operadores de televisão é possível registrar a tendência para a diversificação de fontes de renda, segundo Arnanz (2002) através de:

---

<sup>40</sup> A televisão oferece, provavelmente (Arnanz, 2002) o paradigma mais nítido da reorganização digital do mundo desenvolvido, em primeiro lugar porque suas cifras macroeconômicas são de elevada magnitude, em especial quando se consideram todas as suas implicações ou ramificações convergentes (que por conseguinte desperta o apetite de empresas importantes em dimensão e capacidade geográfica de ação), e em segundo lugar porque os Estados seguem mantendo numerosos interesses nas dimensões políticas e culturais do negócio. Também Bustamante (2003) aponta para o papel fundamental da televisão enquanto provedora de informação na economia da Sociedade em Rede e, portanto, integrante também da infraestrutura das novas tecnologias de informação e comunicação. Segundo o autor, do ponto de vista do consumo já instituído e agora agregado às novas possibilidades tecnológicas, em termos de negócios, a televisão se apresenta como artefato pioneiro das promessas e riscos, das vantagens e desafios da convergência midiática. Por sua enorme implantação social, sua pujança econômica e sua expansão em novas redes, aparece crescentemente como a porta de acesso potencial de universalização dos bens e serviços da era digital em muitas sociedades (BUSTAMANTE, 2003).

<sup>41</sup> A indústria televisiva tem todas as características da fábrica taylorista: a planificação empresarial da produção em continuum (a programação) e de cada produto, mediante departamentos especializados para formulação de padrões técnicos e de custos, cobrindo o duplo objetivo de desenvolver condições à produção e de assegurar uma audiência; a assalarização global tanto dentro do trabalho técnico como criativo; a coletivização do trabalho baseado em especializações funcionais e de tarefas; a desposseção crescente do saber fazer criativo, particularmente de diretores e ou realizadores e informadores (TUCHMAN apud ZALLO, 1988). Tradução do autor.

(...) chamadas telefônicas e mensagens a celulares, comercialização de produtos externos associados aos programas (vídeos ou DVDs, publicações, jogos e todo tipo de mercadoria), além de uma maior preocupação tácita pela exportação de títulos de programas e direitos fora do seu entorno natural, e atenção para os mercados regionais e locais no interior do marco nacional de atividade (ARNANZ, 2002, p. 15).

Conforme Bustamante (1999, p.88), estes caminhos materializam-se em três tipos de integração:

- Integração vertical – Dentro de um mesmo meio e setor (monomídia) que, na televisão, traduz-se na concentração do processo produtivo objetivando controlar desde a produção até os direitos de retransmissão dos programas para assegurar seu controle, impedir a submissão aos competidores e aumentar seus benefícios na cadeia de valor acrescentado<sup>42</sup>. Significa dizer que neste tipo de integração a programação televisiva se concentra em toda a cadeia produtiva, desde a captação, passando pela execução do produto até a exibição. Segundo Zallo (1988), neste modelo de negócio em televisão, atuando em monopólio ou oligopólio, as emissoras trabalham com estoque de produção como condição de funcionamento. E esta produção diz respeito à produção televisiva exatamente na medida da sua difusão. Neste tipo de integração, quanto mais etapas do negócio se administra, maior é o benefício e por isso há, entre as emissoras, o impulso de controlar o maior número de fases da valorização do produto, desde a idéia original, passando pela produção até a comercialização (RICHERI, 1994):

- Integração horizontal – sempre dentro do mesmo âmbito monomídia, a integração horizontal tem por objetivo ampliar a gama de suas ofertas para mercados segmentados e complementares. No negócio televisivo, significa a ampliação do número de canais, com economia parcial, sobre custos comuns, a partir dos programas que têm assegurada sua exibição em diferentes canais. Essa é uma das razões que sustentam a busca, segundo Zallo (1988), pela difusão nacional e internacional, em diferentes canais pertencentes ao mesmo grupo ou corporação, tanto para diluir custos, quanto pelo fato de que a produção televisiva tem por característica ser perecível, isto é, não se trata de uma produção de longa duração.

Outra conseqüência da difusão massiva dos produtos televisivos diz respeito à necessidade de implantação de técnicas e padrões estandarizados para venda internacional.

---

<sup>42</sup> Tradução do autor.

Nesse movimento, o programa é acomodado às técnicas e padrões culturais internacionais. Segundo Zallo (1988), a existência de um importante mercado internacional de programas converte estes produtos em internacionais pelo volume de contratação, pelo peso de suas programações e pela sua incidência no modo de fazer televisivo<sup>43</sup>. Além disso, o autor explica que a venda e distribuição massiva diz respeito também do aumento dos ganhos com os anúncios publicitários, ao mesmo tempo em que os custos caminham para a redução por conta de mais e mais destinatários serem atingidos pelos conteúdos, garantindo a condição de competitividade.

- Integração multimídia – A diversificação sistemática em diferentes setores da comunicação e da cultura nos diversos meios - da imprensa ao audiovisual ou vice-versa, da rádio à televisão, da edição de livros à televisão tem o objetivo de conseguir sinergias ou reforços mútuos entre produtores e operadores. Zallo (1988) contribui com esta idéia, ao apontar que a concentração multimídia na televisão, por si só, já se trata de um processo complexo em suas três variantes: o conteúdo (diversidade de conteúdos genéricos, de conteúdos específicos, de conteúdos temáticos ou por sistemas de emissão), pelo encontro de diferentes indústrias (cinema, edição, informação, música), e pelas relações entre programação e publicidade. Esta última, diz ele, se conforma assim, do ponto de vista industrial, como parte da exibição e da programação como modo de valorização da programação e como dispositivo de criação da demanda e da aceleração de rotação do ciclo de produção no capitalismo tardio.

Também Richeri (1994) aponta a sinergia como objetivo da concentração multimídia, seja entre um setor e outro diversos setores, ou valendo-se das interações que podem haver entre um setor e outro. E exemplifica dizendo que se pode ir do caso de oferecer simultaneamente ao anunciante publicitário um único leque de meios sobre os quais planejar suas campanhas promocionais, ao caso em que se tenta aproveitar a promoção cruzada entre meios complementares (o programa de televisão que envia o artigo do jornal e vice-versa, o jornal que envia ao livro, o livro do qual nasce o filme, etc.). O nível mais avançado na busca de sinergias, diz Richeri (1994) está representado por aqueles grupos “multimídia” que têm a intenção de desenvolver uma mesma idéia exitosa na concatenação de todos os produtos, gêneros, formatos e eventos. “O objetivo é aproveitar ao máximo todos os suportes e redes de

---

<sup>43</sup> Tradução do autor.

distribuição, para chegar às mais diversas categorias de público em muitos países e ter acesso ao maior número de fontes econômicas (publicidade, patrocinadores, espectadores)” (RICHERI, 1994, p. 36)<sup>44</sup>.

Além disso, a televisão cria as condições de concentração com outras mídias porque, no espaço de mercado, é um meio fundamentalmente de entretenimento e informação e só secundariamente um meio cultural e educativo inclusive na Europa (ZALLO, 1988). Dessa maneira, parece claro compreender que o operador de televisão aberta e por assinatura concentre também as atividades de Internet, rádio, produção fonográfica, cinema e imprensa, trabalhando assim com informação e cultura, ou o infoentretenimento nas palavras de Zallo (1988). Outro autor que explica a liderança da televisão nos processos de concentração econômica e tecnológica em relação às outras mídias é Bustamante (2003) ao dizer que a Tv se tornou um padrão de negócios no setor:

Além da sua natureza econômica – custos fixos, custos variáveis nulos, economias de escala potentes – a diversificação de seus modelos de negócio, suas modalidades de tarifação e sua adiantada experiência na segmentação da oferta dos usuários, a fazem aparecer como um padrão para o conjunto de novos meios o para transformação dos setores clássicos (BUSTAMANTE, 2003, p. 167).

Assim, a partir do panorama de integrações possíveis entre as emissoras de televisão, cabe perguntar que resultados são possíveis evidenciar na produção televisiva. Vê-se que, se de um lado cresce a oferta de mercadorias, tanto aquelas para públicos massificados, quanto as direcionadas a segmentos de consumidores, de outro o movimento de concentração da propriedade dos meios não pára. Ou seja, a diversificação das programações televisivas com os canais a cabo e via satélite não alterou, ao contrário, reforçou o acúmulo patrimonial, segundo Moraes (2004). Os canais pertencem às mesmas corporações que tomaram o controle do infoentretenimento<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> É preciso, no entanto, ressaltar que até agora, segundo Richeri (1994), as vantagens conseguidas por este tipo de expansão ainda não são evidentes. De momento, ninguém foi capaz de demonstrar que a diversificação multimídia está em condições de gerar sinergias tais como produzir resultados econômicos sensíveis e evidentes. Também Bustamante (1999) diz que a dificuldade de gerenciar diferentes setores em corporações multimídia, nem sempre rentáveis, leva as empresas a um outro tipo de associação, dentro do setor ou em outro a ele associado, a uma grande empresa ou grupo que pode realizar um crescimento interno (gerando atividades e empresas novas, penetrando paulatinamente na nova atividade) ou um crescimento externo (comprando ou absorvendo empresas e grupos pré-existentes, sem a criação de ativos novos) que permite, em teoria ao menos, adquirir ao mesmo tempo o novo *ofício* (técnico, criativo, comercial). Ainda que gere um endividamento, às vezes, perigoso. (Tradução do autor).

<sup>45</sup> Segundo Moraes (2004, p. 206), os canais são CNN, HBO, Warner, Cinemax, TNT, TBS, e Cartoon Network (AOL-Time Warner); Disney Channel, ESPN, Toon Disney e Fox Family (Disney); Nickelodeon, MTV, Black Entertainment, Showtime, TNN e CMT (Viacom); Fox Sports, Fox News e Fox Kids (News. Corp.).

Para Castells (2003), o resultado da concorrência e concentração desse negócio é que, embora, a audiência tenha sido segmentada e diversificada, a televisão tornou-se mais comercializada do que nunca e cada vez mais oligopolista no âmbito global. Além disso, corre o risco de provocar o efeito de homogeneização da produção cultural, ainda que a apropriação das emissões globais e indistintas se dê local e diferenciadamente. Diz o autor:

O conteúdo real das programações não é muito diferente de uma rede para outra, se considerarmos as fórmulas semânticas subjacentes dos programas populares como um todo. No entanto, o fato de que nem todos assistem à mesma coisa simultaneamente e que cada cultura e grupo social têm um relacionamento específico como sistema de mídia faz uma diferença fundamental *vis-à-vis* o velho sistema de mídia de massa padronizado. Além disso, a prática difundida do surfing (assistir a vários programas ao mesmo tempo) pela audiência permite a criação do próprio mosaico visual. Embora os meios de comunicação realmente tenham se interconectado em todo o globo, e os programas e mensagens circulem na rede global, *não<sup>46</sup> estamos vivendo em uma aldeia global, mas em domicílios sob medida, globalmente produzidos e localmente distribuídos* (CASTELLS, 2003, p. 426).

Diante da apropriação particular do receptor frente às mensagens globais recebidas – entre serviços pagos e não pagos – vê-se que a Tv aberta ainda é de grande importância e representatividade na sociedade contemporânea porque integra a rotina da maior parte dos indivíduos. Portanto, ainda que a Tv de sinal aberto, como se disse, também precisou buscar a readaptação e a reacomodação de práticas de produção e circulação de programas, esse movimento se deu, justamente no sentido de reafirmar o que Wolton (2003) concebe como o grande valor da Tv *geralista*<sup>47</sup> (Tv aberta).

Para o autor, a televisão aberta mantém sua importância por estar associada à lógica da maioria, ou à “lógica da oferta”, uma vez que os conteúdos estão direcionados a uma audiência mais ampla. O autor acredita que as mídias de massa – neste caso, a Tv aberta – têm um papel inclusor que as tornam fundamentais para a consolidação da democracia, por garantir a participação dos indivíduos no consumo de suas mensagens que, por sua vez, são o passaporte para a inserção social. Segundo Wolton (2003), a sensação de estar participando socialmente se dá na medida em que o espectador, ao assistir à Tv, agrega-se ao público potencialmente imenso e anônimo que a assiste ao mesmo tempo em que estabelece com esse público uma espécie de laço invisível, especular e silencioso unido apenas pelo consumo dos mesmos bens simbólicos. Essa condição garante a posição de centralidade da Tv aberta, ainda

---

<sup>46</sup> Grifo do autor.

<sup>47</sup> Termo do autor.

que em um cenário de multiplicidade da oferta televisiva, especialmente em um país como o Brasil, onde o serviço de Tv por assinatura ainda é muito elitizado e, portanto, acessível a uma parcela muito pequena da população.

#### 2.4 NO BRASIL: O PROGRAMA DE TV DE SINAL ABERTO

Ainda que, em cada país, as transformações do setor audiovisual tenham ocorrido com ligeiras marcas específicas, a adaptação da televisão à conjuntura de globalização econômica e entrada nos negócios de mídia de alta rentabilidade, deu-se a partir de manifestações, em essência, semelhantes. Ou seja, no Brasil, como de resto em todo mundo, as mudanças na televisão estiveram sintonizadas com essas transformações que se instauraram globalmente.

Na Europa, por exemplo, a mudança mais contundente no mercado televisivo<sup>48</sup> com a internacionalização da produção e a intensificação da competitividade entre as emissoras significou a mudança no sistema público e a abertura da atividade televisiva a empresas privadas. Os monopólios estatais televisivos foram substituídos pela televisão comercial frente às situações de mercado e ao aumento da competitividade entre as empresas. Os Estados viram a adequação comercial como a única saída ao dilema entre o grande potencial do veículo e a escassez dos recursos públicos para executá-lo.

Segundo Richeri (1994) é possível enumerar três fatores que vão desconstituir a importância da Tv pública e do monopólio “natural” estatal na Europa. O primeiro diz respeito ao plano individual em que o autor aponta para um regresso dos investimentos públicos para o setor privado. Essa idéia está em consonância com os próprios valores da sociedade contemporânea que trata da crença no “presenteísmo” em substituição à fé no futuro e nas grandes utopias. O individualismo constitui-se num forte traço da sociedade atual e com ele a perda da legitimidade dos investimentos em ações coletivas.

---

<sup>48</sup> Seguiu-se uma explosão de programações de Tv a cabo nos EUA e via satélite na Europa, Ásia e América Latina. Logo se formaram novas redes que vieram competir com as já estabelecidas, e, na Europa, os governos perderam o controle de boa parte da televisão. Nos Estados Unidos, o número de estações de Tv independentes cresceu de 62 a 330 durante os anos 80. Os sistemas a cabo nas principais áreas metropolitanas apresentavam até sessenta canais, misturando TV em rede, estações independentes, redes a cabo, a maioria especializada, e TV paga (CASTELLS, 2003).

O segundo fator diz respeito à questão econômica e à sobrevalorização da ideologia da empresa competitiva que não permite mais espaço para a sobrevivência de negócios que não sejam altamente lucrativos e rentáveis. Essa condição, na verdade, choca-se com a proposta do meio de comunicação como bem do Estado e sua função de serviço e não geradora estritamente de dividendos. O terceiro fator, que na verdade está relacionado aos outros, diz respeito à crise do Estado assistencial evidenciando a crise da televisão pública como função cultural de serviço. Além do mais, segundo Richeri (1994), os públicos agora emancipados, não se satisfazem mais com um serviço público que presume as necessidades culturais de uma massa indistinta de telespectadores em contraste com a pluralidade dos públicos que passaram da fase da necessidade à fase dos desejos culturais<sup>49</sup>.

A nova situação impôs que estas televisões abandonassem, progressivamente, a partir do fim dos anos 80, o caráter público para assumir cada vez mais o caráter de empresa competitiva como o resto das empresas, passando do monopólio do Estado ao oligopólio e monopólio do mercado. Nasceram novos canais, entram na lista novos operadores guiados por objetivos econômicos, aumentam rapidamente a oferta de programação, cresce o uso da televisão tanto por parte dos indivíduos quanto por parte das empresas e a publicidade assume um papel central no financiamento do setor (RICHERI, 1994).

Nos Estados Unidos, onde a televisão atuava sob o sistema comercial, as novas tecnologias produziram grande impacto na Tv aberta ou Tv de massa, produzindo quedas significativas de audiência que foi repartida com as novas possibilidades ofertadas pelas Tvs por assinatura<sup>50</sup>. Esse fenômeno coincidiu com a crise pela qual a televisão já vinha passando por conta de ter atingido praticamente seu limite de abrangência. Segundo Richeri (1994), como na Europa a televisão americana já havia chegado a 95% dos lares. Além disso, a crise econômica mundial havia reduzido drasticamente as verbas publicitárias e, segundo Richeri (1994), além da redução do dinheiro circulante pela crise do regime de acumulação fordista, também o clima resultante das crises e guerras do Oriente Médio (Guerra do Golfo) produzia um sentimento de urgência sobre a reflexão a respeito do consumo de maneira geral. Somado

---

<sup>49</sup> Segundo Castells (2003, p. 424), nos países da União Européia, o número de redes de Tv aumentou de quarenta em 1980 para 150 em meados dos anos 90, sendo um terço deles transmitido por satélite.

<sup>50</sup> Quando da chegada das redes digitais ao mercado televisivo norte-americano, as novas tecnologias para a televisão – o cabo e o satélite – já alcançavam forte desenvolvimento (BUSTAMANTE, 2003). Nos Estados Unidos, em 1994 se contabilizavam 57,2 milhões de lugares com serviço de cabodifusão, com penetração de 60,7% nos locais com televisor. Já a televisão por satélite se manteve, inicialmente, minoritária nesse enorme mercado e com decorrer do tempo passou por um crescimento rápido.

a isso, Richeri (1994) também diz que a queda da audiência se deu em paralelo ao aumento dos custos dos programas.

As três redes de televisão mais importantes, ABC, NBC e CBS que tiveram êxito durante 50 anos, passaram por dificuldades. A parcela das redes na publicidade da televisão caiu de 45 para 35% nos anos 80<sup>51</sup> (DIZARD, 1998). A diferença representou ganhos para estações independentes e para as afiliadas locais das redes. Ao mesmo tempo, as redes e as estações locais perderam anunciantes para a televisão a cabo. Embora os lucros das redes fossem elevados nos primeiros anos (Dizard, 1998), os novos proprietários descobriram-se com o dilema de custos crescentes numa época em que seu público básico estava sendo corroído pela expansão dos canais de televisão por cabo e pelos videocassetes domésticos.

Diante dessa realidade, a fusão e a transformação das redes em grandes corporações apresentou-se, como se viu, a única saída. As fusões aconteceram primeiramente entre empresas do setor de audiovisual e se intensificaram especialmente com fim das restrições governamentais à entrada das Tvs nos negócios de telecomunicações. As barreiras finais à entrada nesse negócio foram suspensas em 1996, quando a nova legislação do Congresso deu às companhias telefônicas ampla autoridade para competir tanto contra rede de radiodifusão como contra Tv a cabo. A partir de então, a Walt Disney comprou a ABC, segundo Dizard (1998), a Westinghouse<sup>52</sup> comprou a CBS com a característica de terem entre si o princípio da sinergia, combinando produção e distribuição multimídia sob o comando da mesma empresa. A NBC (Dizard, 1998) se tornou uma divisão da General Electric como parte da aquisição da RCA. Nesse mesmo movimento contínuo de fusões, observando o crescimento das operações por assinatura, as redes abertas partiram para alianças com as Tvs a cabo produzindo a oligopolização do setor através da formação de grandes conglomerados que assim permanecem operando em sintonia com as demandas do capitalismo global.

Na América Latina, a televisão também experimentou um processo de concentração nas mãos de poucos operadores importantes. No Brasil, a observação dessa tendência mostrou

---

<sup>51</sup> Segundo Castells (2003), nos Estados Unidos, as três redes controlavam 90% do horário nobre em 1980 sua fatia caiu para 65% em 1990, e a tendência tem se acelerado desde então. Estava em cerca de 60% em 1995 e caiu para, aproximadamente, 55% em 1999.

<sup>52</sup> Segundo Moraes (2004), as seis maiores megraempresas do setor de mídia são AOL-Time Warner, Vivendi Universal, Disney, New, Bertelsmann e Viacom. Ao incorporar a CBS, uma das quatro maiores redes de televisão (trinta emissoras próprias e duzentas afiliadas, a Viacom passou a controlar 40% da Tv norte-americana, além de 150 estações de rádio.

que as grandes emissoras, que já atuavam em oligopólio, só tiveram aumentado seu poder político e econômico, uma vez que a televisão, desde o surgimento, tem se firmado como uma das mídias de maior alcance social<sup>53</sup>. Por não prescindir do conhecimento da língua portuguesa, nem do pagamento pelo serviço e ainda oferecer a sedução da informação associada à imagem, a televisão massiva ou de sinal aberto, torna-se o veículo de grande alcance.

No entanto, a chegada da Tv por assinatura vai afetar ligeiramente a Tv aberta, como aconteceu na grande maioria dos países, num contexto de intensas mudanças no setor. Em sintonia com as alterações mundiais, a radiodifusão brasileira, como referem Capparelli e Lima (2004), também foi afetada pela desregulamentação e privatização, face às alterações e ao enfraquecimento do Estado-Nação já referido. As emissoras brasileiras tiveram sua legislação mudada para que fosse permitida a abertura ao capital (parcial ou total) internacional, apontando este como o caminho para a viabilidade econômica e política no cenário mundial. No mesmo sentido, as emissoras estatais foram, em boa parte, privatizadas<sup>54</sup>, num processo acompanhado, como dizem Capparelli e Lima (2004), de uma campanha de desqualificação do Estado nacional como gestor de atividades econômicas públicas.

Além da privatização, a concentração da propriedade também se deu no contexto brasileiro da mídia eletrônica. As megafusões resultaram na intensificação dos oligopólios característicos da economia globalizada. Conforme Brittos (2004) os mercados capitalistas ligados à comunicação e à cultura apresentam-se sob a classe dos oligopólios, estimulando a

---

<sup>53</sup> Segundo IBGE, a partir de 2005, o número de aparelhos de televisão vem superando o número de aparelhos de rádio no Brasil. A pesquisa mostra que 88,4% dos lares brasileiros têm rádio, contra 91,4% de residências com televisão. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/sintese/pnad2005.pdf>. Com relação à Tv por assinatura, segundo a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), há 4.513.903 assinantes no Brasil. Destes assinantes, 60% são de Tv a cabo, 36% de MMDS e 4% de DTH, televisão por satélite. Disponível em <http://www.abta.com.br/site/content/panorama/arquivos/relatoriolevantamentosetorialoperadoras3t2006.pdf>. Acessado em 26/03/2007. Segundo a 13ª edição da pesquisa TV por Assinatura Pop do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), 12% dos domicílios brasileiros dispõem do serviço. Disponível em <http://www.ibopeloja.com.br/produtos.asp?ctg=13>. Acessado em 27/03/2007.

<sup>54</sup> Segundo Lima (2004, p. 120), a Lei Geral de Telecomunicações – LGT (Lei 9.472, de 16 de julho de 1997) juntamente com a Lei de Tv a Cabo (Lei 8.977/1995) e da Lei Mínima (Lei 9.295/1996), define a estrutura legal básica das reformas iniciadas com a quebra do monopólio estatal das telecomunicações pela Emenda Constitucional nº 8, aprovada em 15 de agosto de 1995. Mais tarde em 2000, a alteração constitucional que permite a participação do capital estrangeiro na propriedade de emissoras de rádio e televisão, assim como das empresas jornalísticas, é apreciada no Congresso Nacional, prevendo-se uma permissão limitada a uma certa porcentagem (30%), segundo Bolaño (2004, p. 260). O autor diz que a mudança na legislação se dá através da aprovação da Emenda Constitucional nº 455/97 e vai beneficiar todas as emissoras que precisavam se capitalizar para enfrentar a concorrência.

concentração como forma de sobrevivência e expansão empresarial, aproveitando-se das condições tecnológicas. Estruturada nos moldes americanos, o estabelecimento das bases para o surgimento da Tv por assinatura<sup>55</sup> - via cabo, satélite, MMDS - potencializou o alcance das transmissões gratuitas e aumentou as estações abertas também e inaugurou a fase da multiplicidade da oferta da televisão brasileira (BRITTOS, 2002).

Assim, a pulverização de canais vai promover uma alteração importante em estratégias, produtos e posicionamento da televisão aberta, nesse novo mercado, na medida em que passa a enfrentar a concorrência da Tv paga (assinatura), além da convergência entre telefone, televisão e computador (BOLAÑO; BRITTOS, 2005). Também no Brasil, uma das importantes transformações no cenário televisivo, que vai incidir diretamente na programação, diz respeito à progressiva queda dos índices de audiência da Tv aberta, em consequência de um deslocamento do segmento culturalmente sofisticado dos telespectadores – classes A e B – para a Tv paga. Esse deslocamento pode ser explicado, pelo fato de que, na Tv por assinatura a oferta de alternativas de programação seria, além de quantitativamente maior, de qualidade superior. “A resposta comercial a essa migração de audiência tem sido chamada de “tabloidização” da Tv aberta” (LIMA, 1997, p. 253). Ou seja, a Tv aberta apela para a popularização de sua programação para manter a fidelidade das classes C, D e E. No dizer de Bolaño e Brittos:

---

<sup>55</sup> No Brasil, são empregadas três tecnologias de distribuição de sinais de televisão por assinatura, com características bastante diferenciadas: o cabo, o MMDS (Multipoint Multichannel Distribution System) e o DTH (Direct to Home - bandas C e Ku). Existe ainda uma quarta modalidade, em UHF codificado, com apenas um canal de programação, mas sem nenhuma expressão econômica. O cabo é o sistema de distribuição mais utilizado no Brasil. A maioria das redes de cabo segue a arquitetura HFC (Hybrid Fiber/Coaxial), que combina cabos ópticos e cabos coaxiais. O serviço de TV a Cabo cobre principalmente as áreas urbanas e permite a transmissão de programação com conteúdo local, pois o headend está situado no local da prestação do serviço. O MMDS (Multipoint Multichannel Distribution System) distribui sinais aos assinantes por meio de microondas terrestres, de forma semelhante aos canais da TV aberta. Os sinais do MMDS cobrem uma área com raio de até 50 quilômetros, levando a programação tanto às áreas urbanas quanto às periféricas. Permite também a transmissão de programação local, pois o headend está situado no local da prestação do serviço. A capacidade de canais do MMDS é menor que a do cabo porque o sistema dispõe de uma faixa mais estreita do espectro de radiofrequências. O DTH (Direct to Home) é um sistema de TV paga no qual o assinante instala em casa uma antena parabólica e um receptor/decodificador, chamado IRD (Integrated Receiver/Decoder), e recebe os canais diretamente de um satélite geostacionário. Entre suas vantagens está a cobertura nacional ou mesmo continental, com mais de 180 canais digitais, e a rápida implantação. Contrariamente às tecnologias de cabo e MMDS, o DTH não viabiliza a inserção de programas de conteúdo local, pois a programação é a mesma para todos os assinantes, em toda a área de cobertura. O headend de um sistema de DTH é chamado de uplink center porque é de lá que os sinais recebidos pela operadora sobem para o satélite (uplink). Todos os serviços de DTH no Brasil usam sinais digitais, o que permite, além de excelente qualidade de som e de imagem, melhor aproveitamento do caro espaço que ocupam nos satélites. Disponível em <http://www.abta.com.br/site/content/panorama/tecnologia.php>. Acessado em 24/03/2007.

O novo quadro televisivo envolve uma forte disputa por audiência entre os operadores de Tv aberta, para isso contando com agilidade na adoção e mudança de estratégias, popularização das programações e aplicações de processos de redução de custos (BOLAÑO; BRITTOS, 2005, p. 100).

Também Capparelli e Lima (2004) consideram que a multiplicidade da oferta televisiva incidiu sobre a programação da Tv aberta intervindo inclusive em formatos consagrados como a telenovela:

(...) o grotesco<sup>56</sup> passou a assistencialismo, sensacionalismo, linguagem chula e show de variedades, dando início a um processo de discussão sobre a qualidade da programação nas redes abertas, que se estende até hoje, na mídia impressa e nos principais fóruns de discussão (...). Mais recentemente, a programação televisiva brasileira vem sendo dominada por *game shows* e *reality shows*<sup>57</sup>, formando a grande de maior audiência voyeurista. Até as novelas da Rede Globo, consideradas o principal produto da emissora, começaram a inserir campanhas assistencialistas e personagens populares (músicos, jogadores de futebol, participantes de *reality shows*) em suas narrativas (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 104).

Enfrentar a concorrência com a Tv paga, no início dos anos 90, tornou-se um desafio ainda maior para as Tvs de sinal aberto porque essas emissoras já vinham de uma situação econômica desconfortável fruto da crise econômica que atingia o país e que incidia sobre a publicidade, grande fonte de financiamento do mercado televisivo brasileiro. A saída para as emissoras de Tv aberta foi se voltar para o mercado externo, direcionando a produção para o âmbito internacional. Esta década registrou, inclusive, investimentos em redes nacionais em suas respectivas infra-estruturas, visando aumentar cada vez mais a produção e a exportação de programas.

Ao lado dos investimentos internacionais começaram também a surgir pressões no sentido de modificar a legislação a fim de permitir a entrada do capital estrangeiro nos veículos de comunicação. No âmbito interno, a partir de 2002, uma nova lei permite a participação, nas empresas jornalísticas e de radiodifusão, do capital estrangeiro, em até 30%

<sup>56</sup> Segundo Capparelli e Lima (2004), aos poucos, a Globo e o SBT vão consolidando sua grade de programas no horário nobre, formado em grande parte pela ficção (telenovelas, séries), pelos telejornais, pelos shows de variedades onde o grotesco e o grotesco chic do SBT e da Globo, respectivamente, são apenas as sombras de um único pêndulo. Para o autor as ações e reações das emissoras balançam-se sobre as duas redes como arma de conquista pelas bordas das classes D e E e como reação do SBT para a manutenção dessa mesma parte da audiência, junto com aquela cativa, ou seja as classes A e B. As outras redes procuram cativar nichos especiais, como a Record dirigindo-se aos evangélicos e a Rede Vida aos católicos ou então são inexpressivas diante da programação das duas primeiras.

<sup>57</sup> Ao tratar dos reality shows Capparelli e Lima (2004) dizem que estes programas vão se consolidando como sucessos de audiência do período e aponta uma pesquisa que, por exemplo, em março de 2002, o programa do gênero da Rede Globo "Big Brother" tinha 41 pontos de audiência, só perdendo para a telenovela, com 46%. No SBT, segunda maior emissora do país, o Reality Show liderava a audiência sobre todos os programas com 33%.

(CAPPARELLI; LIMA, 2004). Com a mudança na lei, a fase de transnacionalização da Tv brasileira passa a ser marcada pelo ingresso de grupos globais no Brasil, especialmente na área de televisão por assinatura. A Tv paga se revelou uma saída mercadológica, compondo com outros negócios uma alternativa à relativa perda de espaço no principal setor de atuação da Tv aberta, promovendo a concentração do setor ao assumir mais um campo de expansão de capital. Dessa forma, na fase atual do capitalismo, os investimentos em televisão vão priorizar acordos interfirmas, somando-se a organizações dispostas a conquistar outros países, a corporações com experiência transnacional ou com forte atuação no mercado a ser atingido (BRITTOS, 2005).

Paralelamente aos acordos internacionais, as emissoras tomaram outra medida de ajuste, a partir da última década do século XX, para enfrentar a competitividade do setor. Foram adotadas reformas administrativas, visando enxugar as estruturas e estabelecer administrações marcadas por maior racionalidade, direcionadas ao controle de custos. Conforme Bolaño (2004), diante da lógica neoliberal, ao se submeter ao processo de desregulamentação, a televisão mostra o deslocamento de uma “racionalidade política” para uma “racionalidade econômica” na indústria cultural do audiovisual. Essa mudança busca responder eficazmente às demandas no empreendimento no tocante à viabilidade como negócio, ao mesmo tempo que as demandas do público, com o objetivo de maximizar a audiência, visando por sua vez a publicidade. Segundo o autor:

O fundamental é que, com um maior número de empresas disputando de fato o mercado, tanto na Tv paga como na aberta – para não falar do avanço da concorrência intermídia com a expansão da Internet -, a disputa por verba e audiência acirra-se, e os números do Ibope passam a apresentar uma tendência, ainda que muito suave de aproximação; além disso, os próprios orçamentos por um lado, aumentam, pressionados pela concorrência, mas, por outro, tornam-se mais apertados, considerando-se que passam a ser exigidos gestores de qualidade, mais do que gênios que consomem muitos recursos, com resultados duvidosos. Isto se reflete em mudanças na direção das empresas do setor (...) (BOLAÑO, 2004, p. 246).

Além disso, a competitividade no setor se acirra porque, junto com a Tv por assinatura, que pode oferecer canais especializados aos telespectadores, também a Internet<sup>58</sup> - ainda que em menor grau – compõe um novo cenário na oferta de informação. Ou seja, a

---

<sup>58</sup> Segundo o relatório do IBGE de 2006, 21% dos brasileiros têm acesso à Internet no país. O IBGE não definiu a pesquisa por classe social, mas apontou que 69,5% dos internautas estavam dentro da faixa de rendimento estipulada como mais alta da pesquisa - mais que cinco salários mínimos. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/sintese-pnad2005.pdf>

partir das novas possibilidades tecnológicas, apesar de se tratarem da mesma corporação multimídia, novos concorrentes se estabelecem aos programas da Tv aberta impondo transformações na produção audiovisual que vai adquirindo outros contornos, inclusive por se utilizar também de recursos tecnológicos na comunicação e linguagem. Dessa forma, a composição da grade heterogênea de programação<sup>59</sup>, que reúne telenovelas, programas de auditório, filmes, telenovelas e telejornais, é pensada tanto a partir da formatação dos programas, quanto essa organização da grade também influi na forma do produto audiovisual.

De fato, toda a configuração conjuntural e estrutural – política, econômica e tecnológica – do mercado televisivo vai dando, assim, os contornos e estabelecendo modos da produção que interferem no produto audiovisual. Brittos (2004, p. 32) cita Herscovici ao explicar que essas intervenções vão resultar na adoção de um sistema “tecno-estético” de produção televisiva. Segundo Herscovici (1995, p.123), um “sistema tecno-estético se define, portanto, por um conjunto coerente de estruturas tecno-estéticas, que, através de um certo modo de funcionamento econômico determina, parcialmente uma estética”. Para o autor, o sistema tecno-estético não se resume a uma variante característica de uma firma específica, mas de toda uma mídia, que é dominante – neste caso a televisão – e que, nesta condição, tende a transmitir seu estilo para outros meios. Diz o autor:

Neste sentido, não só no interior de uma mesma mídia as corporações tendem a seguir o modelo da líder, sendo este disseminado a outros meios. Tendencialmente, este papel de principal difusor de suas especificidades de produção e disponibilização tem sido exercido pela Tv, a qual transmite muito de sua forma de funcionamento, como nas notícias curtas e com forte apelo visual copiadas por jornais (BRITTOS, 2004, p. 32)

---

<sup>59</sup> Segundo Souza (2005), na programação de uma emissora, constituída pelo conjunto de programas transmitidos, o principal elemento é o horário de transmissão. As emissoras de sinal aberto adotam a programação horizontal como estratégia e estipulam, assim, dia e horário fixo para determinado gênero, todos os dias da semana, para criar o hábito no telespectador. A composição dessa grade é fruto do resultado de pesquisas de audiência e do posicionamento de mercado de cada rede. Já na Tv por assinatura, a grade de programação é diagonal. Os programas mudam de horário e apresentam reprises que possibilitam alcançar a audiência em vários horários. A programação também é marcada por canais segmentados e com programação que pode ser colocada para circular mundialmente. Assim, a programação é “construída” pelo telespectador que pode escolher diferentes programas a partir de um pacote de diferentes canais. Já na Tv aberta são os horários que pré-determinam esses gêneros ao estabelecer programas infantis pela manhã, variedades à tarde, novelas, filmes e jornalismo, à noite. O autor também diz que a classificação da programação, que determina os gêneros televisivos, nasceu com a Tv aberta e este modelo migrou para a Tv por assinatura.

A liderança da Tv dentro da Indústria Cultural diz respeito, segundo o autor, ao fato de que é dentre os diversos meios, por sua abrangência e por penetrar no cotidiano de vários grupos sociais, o mais suscetível às pressões dirigidas a tornar os produtos culturais de mais fácil aceitação, para serem consumidos em escalas que possibilitem o máximo de rendimento. Neste sentido, para o autor, a Tv consegue o mais desafiador que é justamente conciliar as necessidades de produção audiovisual sem se submeter completamente às demandas e pressões comerciais, mantendo ao mesmo tempo as condições de transmissão desses produtos. Essa é uma característica importante, tendencialmente seguida por outros meios, por conta da posição de liderança exercida pela Tv. Segundo Brittos (2004), ao difundir seus traços, a televisão está passando a outras mídias muito do formato construído no limite das exigências de qualidade de um lado, e de disputa por audiência de outro, na complicada confluência e aproximação das divisões editorial e comercial.

O que chama atenção, no entanto, é que esse movimento de influência entre as mídias é um processo de mão dupla. No mesmo sentido que a Tv sobrepõe seu sistema tecno-estético aos outros meios e dita um certo padrão de formatos produtivos, também tem incorporado as inovações de linguagens introduzidas a partir das novas tecnologias. Sem abandonar a liderança do padrão tecno-estético, a televisão adota também, no seu fazer, outras formas de fazeres, como é o caso da Internet. Segundo Brittos (2004), é justamente na extensão desse processo de influência do padrão tecno-estético entre mídias que a Internet vem progressivamente estendendo seu modo de fazer a outros meios como a Tv que, por sua vez, está preocupada em intensificar e incrementar a relação com o público ao assimilar características da linguagem on-line.

Segundo Brittos (2004), uma das características trazidas da Internet para a Tv é a interatividade<sup>60</sup>, que acontece em diversos planos, como, por exemplo, ao oferecer maior flexibilidade na seleção e fruição dos conteúdos ou possibilidades de estabelecer uma

---

<sup>60</sup> Conforme a conceituação feita por Primo (2007), a partir de uma abordagem sistêmica-relacional, há dois tipos de interatividade no processo de Interação Mediada por Computador. A primeira é resultante de uma interação mútua entre os integrantes que negociam suas ações através dos impactos recursivos. Nesse modelo, diz o autor, a interação é um processo de vir a ser, dinâmico, e o resultado é mais que a mera soma de suas ações individuais. No segundo modelo, a interação é reativa porque depende de previsibilidade e da automação das trocas entre os agentes. Diferente da interação mútua, as interações reativas precisam se estabelecer a partir de determinadas condições iniciais impostas por pelo menos um dos envolvidos. E este é o caso da interação proposta pela televisão na medida em que ela pré-determina as condições e o caminho que o internauta deve seguir para participar com seus conteúdos nos sites dos programas. Portanto, é este o conceito que se aplica neste trabalho às referências feitas à interatividade. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/livroimc/oquee.htm>.

comunicação direta entre usuário e receptor. Brittos (2004) diz que apesar das limitações impostas principalmente pelas restrições tecnológicas das emissoras analógicas, “o chamamento ao telespectador para manifestar-se – ou simplesmente reagir ante impulsos simples dispostos sobre a tela – é uma constante nas programações de hoje, como forma de conquistá-lo” (BRITTOS, 2004, p. 35). Um exemplo claro disso são os programas da Tv aberta que passam a contar com sites na Internet com o que já é mostrado, dito ou discutido para eventual consulta posterior. Além disso, muitos programas, como telejornais, convidam seus telespectadores a visitar a página web assim que o programa termina, oferecendo a possibilidade de conversar, através de chats, com os entrevistados. Também Arnanz (2002) trata desta idéia dizendo que a televisão vai, neste sentido migrando para um novo conceito, ao aproximar da linguagem da Internet:

Muitos canais enriquecem suas páginas web com informação textual sobre a atualidade e estendem assim naturalmente a atividade de seus serviços informativos. Numerosos programas nascem com uma web associada para promoção, informação adicional, criação de vínculos comunitários e apresentação de fachadas para venda de produtos (ARNANZ, 2002, p. 33).

Outra tendência que vai sendo gradativamente incorporada da Internet diz respeito, também dentro da televisão aberta, à busca por atender melhor o público com a criação de faixas de programação específicas. Essa preocupação está associada ao grande aumento nas vendas de televisores<sup>61</sup> nos anos 90 (Borelli; Priolli, 2000, p.157) que, no caso do Brasil, contribuiu para transformações no hábito de ver Tv no sentido de um consumo mais individualizado, juntamente com a prática crescente do zapping através da popularização do controle remoto:

A expressiva ampliação das vendas de televisores no período de 1994-1998 resultou no fato de que milhões de domicílios passaram a ter seu primeiro aparelho já em contato com um novo contexto de produção televisual e novos hábitos de ver Tv. Disso resulta o aparecimento das segundas, terceiras, das várias televisões em um mesmo domicílio, fazendo com que nem todos os membros da família precisem assistir à mesma programação escolhida, por exemplo, pelos pais (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 158).

---

<sup>61</sup> Borelli e Priolli (2000, p. 148) referem que uma pesquisa da agência Marplan mostrou que, no Brasil, em 1994, 72% das classes A e B tinham dois ou mais televisores. Essa porcentagem pulou para 85% em 1997, apenas três anos depois. Segundo os autores havia, em 1993, 31 milhões de aparelhos de Tv no país. De 1994 a 1998 foram vendidos 28 milhões de aparelhos, segundo os autores, por conta do Plano Real que começava a estabilizar a economia e controlar a inflação.

Na opinião de Vilches (2002), esse movimento resulta em uma orientação cada vez maior da linguagem televisiva no sentido de que seja reconhecida pelo telespectador. “É por esse motivo que os escritores de televisão se vêem obrigados a usar, com maior frequência, os estereótipos, quer dizer, imagens convencionais de grupos, pessoas e instituições” (VILCHES, 2003, p. 118). A esse respeito, Borelli e Priolli (2000) dizem que o surgimento das Tvs por assinatura, o aumento do número de aparelhos e o controle remoto se combinam com um novo cotidiano da vida moderna, promovendo uma mudança de comportamento do telespectador que passa a compor seu mosaico de programação a partir da oferta dada. E por isso, os vínculos de fidelidade em relação às próprias emissoras, à programação e à própria televisão vão mudando, antecipando, talvez, mudanças de comportamento que se mostrarão mais sintonizadas com a televisão que está por vir a partir da digitalização.

Assim, esses “namoros” da televisão com outras mídias, a partir de sua linguagem, podem significar um período preparatório do veículo, experimentando possibilidades e recursos que poderão surgir e ser implementadas com a tecnologia digital<sup>62</sup>. Ou seja, com a interatividade, a tentativa de demarcação identitária através do horário de programação, o hábito de escolha cada vez mais presente, sites dos programas oferecendo o aprofundamento do assunto em chats e fóruns com entrevistados e com a oferta de serviços, a Tv aberta vai “testando” algumas tendências e recursos a fim de traçar um gradativo caminho para as potencialidades da digitalização. Dentre esses programas em caminho de adaptação está o telejornal que, a partir dessas mudanças, faz pensar sobre suas características nesse momento de “intervalo” entre os sistemas de atuação da Tv.

É interessante observar a importância da adaptação e formatação dos programas frente às novas tecnologias como questão de sobrevivência no novo cenário, uma vez que o aumento da oferta de possibilidades da Tv gerada pelo sistema digital, por exemplo, encerra, em si, a dupla possibilidade, tanto de qualificação do novo meio de comunicação, quanto de diluição de sua importância. Ou seja, as infinitas possibilidades que o sistema digital promete gerar podem trabalhar, tanto pelo estreitamento dos laços com o receptor, quanto, num outro

---

<sup>62</sup> O governo brasileiro anunciou em 29 de junho de 2006 a assinatura do decreto de escolha do padrão japonês para a Tv digital. Assim, Conforme o Art. 5º do Decreto Lei, a implantação da Tv Digital Terrestre terá como base o padrão de sinais do ISDB-T, incorporando as inovações tecnológicas aprovadas pelo Comitê de Desenvolvimento de que trata o Decreto nº 4.901, de 2003. Acessado no Fórum Nacional pela democratização da informação. Disponível em [www.fndc.org.br/arquivos/Decreto\\_SBTVD-T.pdf](http://www.fndc.org.br/arquivos/Decreto_SBTVD-T.pdf). Acessado em 10/10/2006. Também disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u108993.shtml>. Acessado em 29/03/2007.

sentido, funcionar contrariamente, retirando da Tv sua centralidade, conforme aponta Bolaño (2004, p. 272). E essa ameaça, para o autor, torna ainda mais premente a necessidade do veículo de fazer uma releitura de si mesmo e da programação, buscando a adaptação frente à fase da multiplicidade da oferta<sup>63</sup> e das novas configurações tecnológicas oferecidas pela convergência e pela digitalização:

A explosão da Internet em 2000 e as megafusões nos setores de mídia, informática e telecomunicações anunciam uma nova era para a televisão brasileira, que se verá obrigada a se adaptar às exigências de que certas economias vêm chamando de “nova economia”, na qual a comunicação adquirirá uma importância crescente e fundamental. Não estou falando aqui simplesmente da introdução da Tv digital, que aprofunda a lógica da multiplicidade da oferta, aumentando o número de canais possíveis e a qualidade das imagens transmitidas, mas da ampliação da própria possibilidade de exploração comercial dos negócios vinculados ao desenvolvimento de redes de telecomunicações e da Internet, em particular. A digitalização geral dá imagem ao rádio, faz que a Tv tenha que ser lida, coloca um meio local qualquer no espaço global da concorrência internacional, enfim, promove uma reviravolta muito importante para o conjunto da Indústria Cultural (BOLAÑO, 2004, p. 272).

Brittos e Bolaño (2002), assim como Arnanz (2002), também apostam num novo conceito de televisão que estará se construindo a partir da geração, transmissão e recepção de Tv digital<sup>64</sup> e das conseqüentes mudanças no mercado audiovisual. Dizem os autores que não se trata apenas da questão da qualidade de sinal disponibilizado, mas da multiplicação da quantidade de conteúdo ofertado aos consumidores e da potencialidade para a inclusão a partir dos recursos de interatividade:

Tal inovação incide sobre o conceito de televisão, já que a transmissão poderá acoplar outros serviços, acessíveis a partir da imagem televisiva (que pode funcionar como um índice imagético para ampliação de informações, sejam de conteúdo editorial ou – o principal na ótica dos empresários – publicitário). Dependendo da opção a ser adotada pelo país, a própria idéia de Tv aberta também fica comprometida, pois parte das emissões pode ser paga, se bem que, considerando-se os empecilhos econômicos do brasileiro médio, alguns canais

---

<sup>63</sup> O cronograma de implantação da TV digital do Ministério das Comunicações é o mesmo da TV Globo. As transmissões digitais comerciais em São Paulo só começarão em dezembro de 2007, conforme anunciou o ministro Hélio Costa, porque só em dezembro de 2007 a Globo e as demais grandes redes estarão prontas para fazê-lo. Os primeiros aparelhos receptores de TV digital também só devem chegar às lojas no final deste ano. É importante dizer a entrega do sinal do digital é de fato, a etapa que falta do processo televisivo, uma vez que a captação e a edição das produções já é digital. Disponível em [www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u111605](http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u111605). Acessado em 01/04/2007.

<sup>64</sup> A partir do começo oficial das transmissões haverá um período de cerca de 10 anos de transição, quando as emissoras continuarão com o canal analógico (que depois será entregue) e terão outro digital (pagando pelo uso da frequência). Disponível em [www.anatel.gov.br/biblioteca/releases](http://www.anatel.gov.br/biblioteca/releases). Acessado em 10 julho de 2007. O decreto prevê que a implantação do sistema digital deverá levar sete anos e que o desligamento da versão analógica ocorrerá dentro de dez anos.

devem manter-se sem cobrar do receptor qualquer pagamento<sup>65</sup> (BRITTOS; BOLAÑO, 2002, p. 165).

Além de serviços, Arnanz (2002, p. 33) lembra que a Tv digital vai oferecer a melhoria dos sinais e o acesso à rede, potencializando os recursos oferecidos e propiciando a contínua costura das linguagens dos meios:

Depois de uma etapa prévia caracterizada pelo uso auxiliar da Internet, a televisão digital incorpora o acesso à rede como serviço e simultaneamente utiliza funções de Internet para oferecer serviços próprios de televisão “melhorada” (ARNANZ, 2002, p. 33).

A partir de então, com sua entrada no universo da Internet, as televisões deverão trabalhar para que sua marca conquiste fidelidade e reconhecimento<sup>66</sup>, diante de um mundo de informação disponível. Segundo Vilches (2003), a estratégia das emissoras vai no sentido de personalizar esse “todo” visando construir uma marca e um jeito de fazer ou disponibilizar a notícia que caracterize o canal:

(...) se a notícia a ser dada for o cessar fogo de uma guerra, além de associar essa notícia com as matérias a respeito veiculadas em jornais e televisões, serão relacionadas também notícias de arquivos extraídas de enciclopédias e livros, cujas versões digitais serão também disponíveis, na rede. Trata-se de criar uma marca, uma identidade, partindo da própria notícia, porque o que interessa não é a audiência, mas a fidelização de usuários-clientes, aos quais serão oferecidos os serviços (VILCHES, 2003, p. 119).

O autor acredita que é justamente da “comunicação de serviços” que as emissoras tirarão proveito, precisamente, dessa demanda por identidade, baseando-se no fato de que as pessoas assistem à televisão justamente para ver imagens, para ver os políticos, os jogadores de futebol e suas personagens de literatura popular. “Trata-se do desejo secular de conectar-se com uma identidade, uma imagem, como, nos séculos XIV e XV, ia-se à igreja para assistir a ostentação de objetos sagrados e a repetição de um ritual” (VILCHES, 2003, p. 120). Essa

<sup>65</sup> A questão da cobrança pelo sinal de televisão digital levou às emissoras de Tv aberta, em uma iniciativa inédita, a liderarem, todas unidas, um movimento de defesa de exploração desse serviço pela radiodifusão e não pelas telecomunicações. “TV aberta: 100% Brasil, 100% grátis”, é o slogan do anúncio que começou a rodar em fevereiro de 2007 nas Tvs, rádios e jornais. As emissoras defendem a idéia de que pela radiodifusão o acesso à programação do sistema digital vai permanecer gratuito, enquanto as teles encaram a mudança como uma oportunidade para comercialização de novos serviços pagos, de cujo mercado elas querem participar. Segundo as emissoras, a campanha foi proposta pela Abra (Associação Brasileira de Radiodifusão, que reúne Bandeirantes, Rede TV e SBT) e encampada pela Globo, pela Record, pela TV Cultura, de São Paulo, e pela Rede Vida, da Igreja Católica. Disponível em [www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0303200631.htm](http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0303200631.htm). Acessado em 29/03/2007.

<sup>66</sup> Segundo Vilches (2003, p. 120), a NBC americana que já atua dentro do sistema digital foi talvez a primeira a produzir um noticiário interativo para rede Microsoft. Na Espanha, a Antena 3 copiou essa idéia, e outras versões devem ser colocadas no mercado, por essa rede.

proposição a respeito da comunicação de serviços provoca especulações em relação aos caminhos que estão sendo traçados especificamente pelo telejornal, que tem, justamente, na prestação serviços, boa parte de sua razão de ser enquanto programa.

No entanto, enquanto a implantação completa do sistema digital não acontece, a televisão, de fato, situa-se num tempo intermediário, marcado por algumas experimentações, como se vê, em relação às possibilidades futuras do sistema digital. E é, justamente, nessa etapa que interessa reconhecer esse veículo, radiografando esse caminhar, para compreender a releitura da programação, e de maneira muito particular, do telejornal. A busca vai no sentido de entender como o programa é afetado pelas mudanças tecnológicas – já em curso, e referidas aqui, e as que virão – bem como as mudanças econômicas, políticas e sociais associadas a esse tempo, e sua interferência na forma de produzir, editar e exibir o telejornal. Ou seja, como, neste momento de transição, o telejornal e sua formatação sofrem as interferências do novo cenário que se apresenta diante de um veículo que vai se redescobrir e que, por sua vez, trabalha com uma matéria-prima – as notícias – que também são afetadas, em seu conceito, nesse contexto.

### 3 NOTÍCIAS NA TV: TEMPO DE TRANSIÇÃO

A transição da Modernidade para a Pós-Modernidade<sup>67</sup>, ou da Sociedade Industrial para a Sociedade em Rede, observada a partir das mudanças tecnológicas que estiveram no centro das transformações econômicas, políticas, sociais e culturais mostrou que a organização midiática – especificamente a televisão – traduz-se na própria expressão da contemporaneidade. Suas marcas estão em consonância com este tempo que se apresenta como um “vir a ser”, marcado, justamente, por se configurar num intervalo da história, como diz Castells (2003).

E por refletir essa correspondência, a televisão, então, evidencia valores, intervenções e condicionamentos desse momento no seu formato. Sua linguagem se apresenta como o resultado de experimentações que, supõe-se, deverá levar a uma programação cada vez mais sintonizada às demandas e possibilidades das novas tecnologias já instauradas, juntamente com as que ainda virão, como, por exemplo, a entrega ao telespectador do sinal digital de televisão. Por outras palavras, é dizer que essas transformações tecnológicas, associadas a toda uma série de mudanças que fazem parte do contexto contemporâneo, mostram o caminho de transição do modelo fordista de Tv para um modelo de necessária flexibilização na produção e distribuição de seus conteúdos.

Dessa forma, ao debruçar-se sobre o mundo da televisão – suas regras e comportamentos diante de uma sociedade caracterizada pela velocidade e fluidez dos conceitos de tempo e espaço, a partir dos quais são feitas as articulações políticas e econômicas das grandes corporações de mídia – tratou-se de entender uma das dimensões que dão forma ao telejornal. A dimensão audiovisual que reconhece o jornal da televisão como um dos programas/produtos integrantes da grade de programação da Tv.

No entanto, o telejornal não é só um programa de televisão. Sua especificidade diz respeito, justamente, à união da dimensão televisiva à dimensão jornalística. É esse trabalho, portanto, de captar, tratar e veicular notícias na Tv que constitui o telejornal e que justifica,

---

<sup>67</sup> Como se disse, neste trabalho, Sociedade da Informação (Castells, 2003), Sociedade Pós-Moderna (Harvey) ou ainda Modernidade Tardia ou Modernidade Líquida (Baumann, 1997) são todas denominações que se referem à contemporaneidade.

para bem de compreendê-lo, a necessidade de estudar tanto a dinâmica dos produtos audiovisuais, quanto o comportamento da prática jornalística na sociedade contemporânea.

Para tanto, neste capítulo, vai-se percorrer o percurso que começa com o jornalismo da Modernidade – momento de sua origem e instituição como prática legítima – e sua travessia em direção à Pós-Modernidade ou Sociedade em Rede, para situar seu momento atual e mais precisamente, dentro da televisão. A prática jornalística é vista sob esta perspectiva de transição dos valores modernos para a contemporaneidade porque corresponde ao movimento descrito até aqui, feito do mapeamento dos necessários antecedentes para o entendimento do presente. E, sobretudo, porque possibilita também estabelecer, nessa revisão, as inter-relações entre tecnologia, o sistema midiático – a Tv neste caso – e o contexto em que se insere o jornalismo face às contínuas mudanças e implicações no telejornal.

É interessante pensar esta dinâmica uma vez que, dentro da grade televisiva, a rigor, enquanto, os programas se constroem da mistura entre realidade e ficção – que lhes possibilita licenças poéticas e adaptações muito particulares em seus formatos, frente às demandas de mudanças que lhes são imputadas – o telejornal não pode arriscar grandes alterações por trabalhar com a referencialidade. Portanto, ainda que a conjuntura econômica, social e tecnológica possa demandar transformações na programação, o telejornal fará gradativamente essa mudança, de maneira a não interferir no seu comprometimento com a narração da realidade, uma vez que assim constrói continuamente a credibilidade, seu grande valor.

São essas particularidades que atravessam o mundo da produção do telejornal que o tornam particularmente interessante e que movem a observação desse produto midiático de grande importância na cotidianidade dos indivíduos. A atenção direciona-se à maneira como o telejornal se organiza e se mostra, buscando saber em que medida é afetado, tanto pelas regras do mundo da televisão – já vistas aqui –, quanto do mundo do jornalismo, que se passa a compreender a partir do próximo capítulo.

### 3.1 DA MODERNIDADE À SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: O JORNALISMO ILUMINADOR

Assim como os valores e condicionantes políticos, econômicos, sociais e tecnológicos de uma época interferem na organização de um certo tipo de sociedade e de um certo modelo organizativo das mídias, a mesma dinâmica se evidencia na prática jornalística, por ser fruto, justamente, tanto da inserção nessas regras organizativas da experiência social quanto do sistema midiático. De acordo com Marcondes Filho (2002), o jornalismo é, por isso, a expressão física de um determinado espírito, de maneira que, ao desempenhar o papel de alimentação e retroalimentação contínua de informações, por meio da sua matéria-prima - as notícias usadas pelos indivíduos como instrumento de referenciação em relação ao mundo -, adota certas práticas que estão em consonância ao seu tempo.

Segundo o autor, é possível identificar quatro fases do jornalismo em função das relações tecnológicas, sociais, políticas e econômicas de cada etapa histórica, mostrando como a prática jornalística vai adquirindo contornos próprios das diferentes reestruturações, resultantes das mudanças sofridas na sociedade como um todo. O período de 1789 a 1830, Marcondes Filho (2002) caracteriza como o primeiro jornalismo; de 1830 a 1900, como o segundo; de 1900 a 1960, o terceiro e o quarto jornalismo se dá a partir dos anos 70 até hoje.

Conforme essa caracterização, das quatro fases propostas, as três primeiras são registradas dentro do período compreendido como Modernidade<sup>68</sup> e que como tal, diz respeito a uma série de acontecimentos, valores e lógicas operativas capazes de caracterizá-la. Assim, ainda que seja possível reconhecer diferentes momentos da prática jornalística situados entre os séculos XVIII a XX, face às mudanças contextuais operadas nesse tempo, estas fases guardam entre si traços comuns que constituem o que se compreende por Era Moderna.

Já o quarto momento ou o quarto jornalismo, no entanto, em correspondência com uma série de eventos e mudanças que vão demarcar também uma nova etapa da experiência

---

<sup>68</sup> Segundo Harvey (2001, p.23) o período nomeado por Modernidade entrou em curso ainda no século XVIII e foi marcado por idéias e pensadores iluministas que defendiam a aplicação dos conhecimentos científicos na emancipação humana. Para tanto, o domínio científico da natureza prometia liberdade de escassez, a libertação das irracionalidades do mito, da religião, da superstição e a liberação do uso arbitrário do poder.

em sociedade, diz respeito, segundo a caracterização proposta neste trabalho, à contemporaneidade ou à Sociedade em Rede. A fase que começou em 1970 e estende-se até os dias atuais, frente às profundas e rápidas alterações que têm marcado esse período, tem representado para a sociedade e, também para o jornalismo, a maior transformação já registrada desde seu surgimento como prática profissional até agora. Em consequência disso, a prática jornalística atual merece especial atenção, porque seu entendimento torna possível na seqüência, a análise dessas transformações especificamente no que diz respeito ao jornalismo de televisão.

Berger (1997) colabora com esta idéia das diferentes práticas jornalísticas reconhecíveis ao longo do tempo ao dizer que, sob condições de produção tecnológica, econômica e política específicas, o jornalismo capta, transforma, produz e faz circular acontecimentos, interpretando e nomeando situações e sentimentos do presente. A autora, na verdade, trata do jornalismo e das diferentes formas de narrar seu tempo, retomando uma idéia descrita por Benjamin (1990) que diz que as mudanças no modo de existência das comunidades humanas modificam seus modos de perceber e sentir, no curso da história, alterando suas sensibilidades. Ou seja, juntamente com interferências econômicas e políticas, as aceleradas transformações tecnológicas, diz Berger (1997, p. 283), estão “produzindo novas possibilidades (...) de versar sobre os fatos e de construir a realidade, moldando a fisionomia da imprensa contemporânea e, também, das variadas possibilidades de apreensão que delas resultaram”.

Franciscato (2002) ajuda a esclarecer essa relação e torna-se oportuno aos objetivos deste trabalho porque considera a inter-relação tecnológica como um dos vieses a partir do qual é possível radiografar as mudanças no jornalismo. Para tanto, é preciso pensar o jornalismo a partir de todas as mudanças que a ele estão afeitas, considerando a tecnologia um traçado principal através do qual as demais instâncias vão sendo também nomeadas e traduzidas. Ou seja, a sintonia estabelecida entre a tecnologia e o jornalismo mostra que a prática jornalística, naturalmente, por estar inserida na trama das relações em sociedade, contribui para a configuração de um “lugar” e da sua significação ao longo do tempo histórico. Em consequência disso, o jornalismo se apresenta como a exploração da condição tecnológica e do resultado de um conhecimento sobre um determinado fazer – neste caso jornalístico – aplicado a uma técnica:

Estar imerso em um contexto espaço-temporal concreto significa também um vínculo do jornalismo a processos sociais amplos e históricos que atravessam formas específicas de instituições e que constituem os princípios organizativos de uma sociedade, tais como a construção e transmissão da cultura, as relações econômicas (o mercado como regulador da circulação), as formas de ação política e as transformações tecnológicas. Isto significa dizer que o ambiente social direciona certas possibilidades de formatos discursivos, tanto em relação a gêneros especificamente jornalísticos quanto a gêneros midiáticos, de modo mais geral (FRANSCISCATO, 2002, p.3).

Já Marcondes Filho (2002) quando trata da correlação entre a prática jornalística relacionada a marcas de uma determinada época, se refere à Modernidade por propor o jornalismo como a síntese do espírito moderno, a partir da instauração das idéias iluministas e do compromisso da razão como fonte esclarecedora e norteadora dos comportamentos. Nesse momento, é fato que os jornais não são exatamente uma novidade<sup>69</sup>, mas a consolidação do jornalismo como instituição e, mais tarde, como negócio, dá-se a partir da Era Moderna com a substituição das práticas de segredo medievais por práticas de esclarecimento. A nova força do movimento vigente passa a ser a exposição e superexposição dos fatos, segundo o autor, abalando os poderes até então sólidos e indiscutíveis da Igreja e da própria universidade, que, por sua vez, também estava associada ao poder papel indiscutível e restrito às classes letradas.

Dessa forma, como instituição da Modernidade, o jornalismo é, na sua origem, a instituição responsável pela mediação dos saberes e informações que podem interessar à coletividade, ajudando, por isso, a demarcar as instâncias da esfera pública e privada. Assim, a partir da necessidade da imposição de uma razão iluminadora, segundo Marcondes Filho (2002), o jornalismo assume o compromisso com a transparência, com a constituição de saberes das grandes narrativas e a valorização da ciência.

A transformação tecnológica do período contribuiu para o status do jornalismo “iluminador” desde a origem desse processo, expressada evidentemente por todas as novas possibilidades advindas da reprodutibilidade conquistada por meio da prensa móvel. O

---

<sup>69</sup> O próprio Marcondes Filho (2002) lembra que o primeiro jornal no formato como se conhece hoje e com a função de comercializar notícias é do século XVII. A *Gazette* surge em 1631 em Veneza. Já Thompson (2005) diz que a origem do que mais tarde vai se reconhecer como atividade jornalística se dá a partir do século XV, com os tipos móveis de Gutenberg. A partir deles, Gutenberg desenvolve técnicas de impressão que se espalham pelos centros urbanos da Europa. Estas técnicas foram exploradas pelas oficinas de impressão montadas, em sua maioria, como empresas comerciais. Dessa forma, as publicações periódicas de notícias e informações começaram a aparecer na segunda metade do século XVI, culminando com a transformação em jornais nas primeiras duas décadas do século XVII, quando periódicos regulares de notícias começaram a aparecer semanalmente com certo grau de confiabilidade (THOMPSON, 2005).

aperfeiçoamento das técnicas de reprodução e dos sistemas de distribuição de informação, juntamente com a idéia de periodicidade e necessidade dos impressos, garantiu ao jornalismo sua condição de prática legítima e credível. Assim, o que se considera como marca do surgimento do jornalismo, mais especificamente do primeiro jornalismo – do fim do século XVIII à primeira metade do século XIX - diz respeito ao abandono da formatação artesanal da produção de notícias, em consonância com os valores racionais do Iluminismo, em direção à contínua profissionalização da prática jornalística que atravessou toda era moderna.

No primeiro jornalismo, o compromisso era expressar, em nome da “verdade pública”, a defesa de determinadas idéias. Como consequência, a prática jornalística foi marcada pela explicitação e pelo posicionamento político e os jornais tomaram partido nas questões de debate público, norteados por uma concepção idealista e romântica do trabalho. Conforme Marcondes Filho (2002):

É a época da ebulição do jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos, de todas as idéias. Época também em que o jornal se profissionaliza: surge a redação como um setor específico, o diretor torna-se uma instância diferente da do editor, impõe-se o artigo de fundo e autonomia redacional (MARCONDES FILHO, 2002, p. 12).

Esse movimento de exposição de opiniões e de constituição, que Habermas (1984) chama de esfera pública – referindo-se ao debate público dos temas relacionados à cotidianidade dos indivíduos – está baseado nas idéias que fundamentaram a Revolução Francesa. Segundo o autor, a nova estruturação política da Europa Moderna associada à emergência e desenvolvimento do capitalismo mercantil no século XVI criou as condições para a o surgimento de um novo tipo de esfera pública onde o significado de “autoridade pública” começou a mudar. A instauração de um novo modo organizativo da sociedade, que dizia respeito à conquista dos direitos do cidadão e ao fim da monarquia, pressupunha o direito à informação e à cobrança dos atos de governo. Neste sentido, Thompson (2002, p. 67) pontua a força considerável da imprensa ao reportar os fatos na luta subsequente por uma imprensa independente, capaz de reportar e comentar eventos com um mínimo de interferência e controle estatais, que desempenhou um papel importante na evolução do estado constitucional moderno:

Os jornais críticos e os semanários morais que começaram a aparecer na Europa em fins do século XVII e ao longo do século XVIII produziram um novo fórum de

debate público. Embora estas publicações muitas vezes tenham surgido como jornais dedicados à crítica literária e cultural, elas logo se interessaram por questões de importância mais social e política. Além disso, novos centros de socialização apareceram nos principais centros urbanos da Europa moderna, incluindo salões e cafés que, a partir de meados do século XVII, se tornaram lugar de discussão e ambientes sociais onde as elites instruídas podiam integrar entre si e com a nobreza em posição mais ou menos de igualdade (THOMSPON, 2002, p. 68).

Também Briggs e Burke (2004) dizem que a Revolução Francesa e sua relação com o Iluminismo no fim do século XVIII, fez o governo francês reconhecer a opinião pública como uma entidade que necessitava ser informada, na medida em que a circulação de informação e subsequente promoção do debate público, reconhecidamente, haviam contribuído para a derrubada do Antigo Regime. Diz o autor que o apelo à razão, personificada como deusa, e aos “direitos do homem”, tratados como universais, seguiam as tradições do Iluminismo e impunham por fim a necessidade da matéria impressa que teve um importante papel na Revolução Francesa com apelos para uma imprensa livre. Segundo Briggs e Burke (2004, p. 104) “(...), o envolvimento do “povo” na Revolução Francesa de 1789 foi tanto causa quanto consequência da participação da mídia (...)”. E, sobretudo, diz o autor, a Revolução foi “importante para a imprensa, pois havia grande número de notícias interessantes para publicar, e não faltavam leitores” (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 105).

Por essa razão, segundo Marcondes Filho (2002), a emergência da esfera pública se deu a partir de uma clara sintonia com a luta pela liberdade de imprensa:

As lutas sociais ganham as ruas, a reforma eleitoral estende o direito de voto a todos os homens adultos. Os grandes partidos políticos, inclusive operários, reivindicam igualmente o poder da imprensa e meios de comunicação mais efetivos para conquista de adeptos. Surge daí em meados do século XIX, um espaço chamado de esfera pública inicialmente na Inglaterra, como movimento cartista. Depois, na França, com a revolução de 1848, contra a aristocracia de volta ao poder, ele marca o avanço das campanhas nacionalistas e socialistas. No mesmo ano, a liberdade de imprensa será reivindicação presente também na Alemanha em sua revolução de 48 (MARCONDES FILHO; 2002, p. 12).

Tanto os ideais da Revolução, lembra Thompson (2002), quanto a necessidade de que a informação fosse continuamente tornada pública, eram reafirmados através da circulação de formas primitivas de jornal que ajudaram criar a percepção de um mundo de acontecimentos, muito distantes, para além do ambiente imediato dos indivíduos. Darnton (1996) chama a atenção para o papel estratégico da imprensa num momento em que se constituía como o único meio socializador de informação em grandes dimensões. Para o autor, a participação da

prensa tipográfica não estava limitada somente a reportar os fatos, mas se dava como integrante dos acontecimentos:

Os historiadores tratam em geral a palavra impressa como um registro do que aconteceu e não como ingrediente do acontecimento. Mas a prensa tipográfica ajudou a dar forma aos eventos que registrava. Foi uma força ativa na história, especialmente durante a década de 1789-1799, quando a luta pelo poder foi uma luta pelo domínio da opinião pública. (...) Imaginem um mundo sem telefone, rádio, televisão, no qual a única maneira de comover a opinião numa escala nacional é o tipo móvel. Imaginem esse mundo explodindo. Fragmenta-se em milhares de pedaços. Um grupo de homens tenta ajuntá-los numa nova ordem, começando com uma Declaração dos Direitos do Homem e continuando com novos modelos para uma constituição, uma administração, a igreja, a moeda, o calendário, o mapa, pesos e medidas, formas de tratamento e a própria linguagem. Em cada estágio desse processo usam a mesma ferramenta básica: a prensa tipográfica. Sem a imprensa, podem conquistar a Bastilha, mas não podem derrubar o Antigo Regime. Para tomar o poder têm que tomar a palavra e difundi-la (...). Quando os revolucionários agarraram a alavanca da prensa e a fizeram baixar nos tipos travados da forma, enviaram um novo fluxo de energia através do corpo político (DARNTON, 1996, p. 15-16).

Vê-se que o aperfeiçoamento dos sistemas e fluxos comunicacionais resultou na institucionalização de uma imprensa periódica e foi influenciado pela racionalidade do Iluminismo que, segundo Mattelart (1994, p. 26), “tinham imperiosamente que comunicar”. Segundo o autor, junto com a promoção da discussão pública, os sistemas de comunicação, como os jornais, integravam-se a uma intencionalidade maior que dizia respeito às necessidades de desenvolvimento econômico e político. Do ponto de vista político, os fluxos de comunicação deveriam ser melhorados para promover a interligação dos Estados Nacionais a fim de que estes se consolidassem, sobretudo, em uma unicidade capaz de os fazerem reconhecer como tal. Quanto às demandas econômicas, a circulação de informações foi se tornando cada vez mais importante para as necessidades comerciais que iam surgindo diante de uma atividade em franco desenvolvimento.

Neste sentido, os valores racionais da Modernidade estavam em consonância com estas demandas porque sua estruturação estava baseada no cálculo e na lógica que orientavam o aprimoramento dos sistemas comunicacionais. Segundo Mattelart (1994), propunha-se uma nova ordem onde o algarismo permitisse uma “condução mais regrada”, longe do “do caos e da confusão” para racionalização e controle do espaço. Dessa forma, as inovações eram bem vistas por produzirem um novo conceito de tempo e de espaço e, sobretudo, por gerarem um novo vetor importante nas relações sociais, comerciais e políticas: a velocidade.

Diante da aceleração do tempo e do espaço que a velocidade impunha, fizeram-se necessárias mudanças em todas as dimensões infra-estruturais da sociedade que resultaram, inclusive, na intensificação da circulação e troca de informações. Essa intensificação nas trocas de informações contribuiu, por sua vez, também para a qualificação do trabalho de produção e circulação de notícias. Mattelart (1994) exemplifica essa dinâmica ao falar do surgimento das pontes, estradas, redes de cabotagem e vias aquáticas que se conjugaram para o estabelecimento de um espaço nacional, aperfeiçoando os fluxos comunicacionais e tornando as notícias um produto continuamente mais demandado.

Da mesma maneira, também a rede integrada de comunicação pública, que emergiu gradualmente ao longo dos séculos XVII e XVIII e que passou a fornecer serviços postais domésticos e internacionais com a proposição de interligar as mais afastadas regiões dos países é outro exemplo da melhoria da infra-estrutura e conseqüente melhoria das trocas de informação. Segundo Thompson (2002), os mercadores tiveram importante papel nesse movimento por continuamente olharem para além dos oceanos em busca de oportunidades econômicas. E ao abrirem novos mercados, ficavam cada vez mais dependentes da comunicação de informações, de maneira que a imprensa periódica passou a ganhar cada vez mais força e importância.

No entanto, no caso dos jornais, apesar da importância que a imprensa foi adquirindo nesse período, as tiragens ainda eram pequenas por conta do uso de impressoras ainda manuais. E tanto esta limitação tecnológica nas impressões, quanto o fato de estarem identificados com determinados segmentos da sociedade por meio da defesa de suas idéias, impediam que os jornais fossem vistos como negócio, e tampouco geradores de lucro. Conforme Marcondes Filho (2004, p. 13), “nessa época do jornalismo literário, os fins econômicos vão para o segundo plano. Os jornais são escritos com fins pedagógicos e de formação política”.

Além disso, outro fator que restringia a circulação da informação, através dos jornais, dizia respeito a limitações que foram sendo impostas pelo Estado. Na medida em que os jornais ganhavam mais projeção, as autoridades políticas procuravam exercer algum controle sobre a proliferação dos periódicos, segundo Thompson (2002) através da imposição de taxas. Os impostos deveriam, como se pensava, limitar a produção e forçar os periódicos marginais a sair de circulação, e ao mesmo tempo trazer uma receita adicional para a coroa. Diz

Thompson (2002) que somente a partir de 1830 os impostos foram progressivamente reduzidos, e na década de 1860 foram abolidos. Em outros lugares da Europa a imprensa periódica do século XVIII permaneceu sob censura, variando apenas o grau de severidade.

No entanto, enquanto o Estado tentava controlar as publicações, contextualmente o mundo moderno vivia um dos períodos mais ricos em termos de inovações e descobertas, que foram promovendo mudanças contínuas, em intervalos gradativamente mais curtos. Briggs & Burke (2004) diz que o processo de descobertas estava no centro do que muitos contemporâneos de cada invenção viam como progresso, uma idéia freqüentemente exaltada pela mídia. Dessa maneira, a aplicação dessas sucessivas inovações na organização da sociedade entre o fim do século XVIII e o início do século XIX, inaugurou a primeira fase da Revolução Industrial, marcada pela consolidação de novas tecnologias como a máquina a vapor, a fiadeira e pela substituição de ferramentas manuais por máquinas. E gradativamente foi mudando também a caracterização da prática jornalística.

Segundo Mattelart (1994), o vapor promoveu um aumento significativo da velocidade, bem maior do que a do cavalo, em todos os processos de maneira geral. A comparação que era feita entre as unidades de cavalos de força em relação ao vapor – assim como seriam, mais tarde, nos motores à combustão – reafirma a ênfase já dada à velocidade e que passou a ser, então, imperativa. Do ponto de vista econômico, por exemplo, a aceleração dos processos resultou num novo ritmo de produção, por sua vez em sintonia com as necessidades do sistema capitalista que se encontrava em intenso desenvolvimento e expansão. Segundo Thompson (2002):

A Revolução Industrial da segunda metade do século XVIII e primeira do século XIX aconteceu dentro do contexto de um sistema econômico capitalista que já existia na Europa e em outros lugares há muitos séculos. Ao introduzir uma série de métodos de produção – incluindo o uso das máquinas e a ramificada divisão de trabalho dentro das fábricas, etc. – a Revolução Industrial aumentou grandemente e a capacidade produtiva das empresas, anunciando a era do processo industrial em grande escala (THOMPSON, 2002, p. 50).

Assim, a industrialização e os processos em linha de produção, naturalmente se estenderam à produção de notícias e, conforme lembram Briggs e Burke (2004), transformaram as instituições de mídia em negócios de interesses comerciais de grande escala. É claro, segundo o autor, que a comercialização dos produtos de mídia não era um fenômeno novo, já que as primeiras impressoras eram principalmente organizações comerciais

orientadas para a mercantilização das formas simbólicas. Mas no curso do século XIX, a escala de comercialização aumentou significativamente.

Isto se deu em parte às inovações técnicas na indústria da imprensa, e em parte à transformação gradual da base de financiamento das indústrias de mídia e seus métodos de valorização econômica. Também Thompson (2002) pontua que as inovações técnicas, como o desenvolvimento da prensa a vapor de Koenig e, conseqüentemente, a prensa rotativa, aumentaram grandemente a capacidade reprodutiva da indústria gráfica:

Elas permitiram a produção de jornais e outros materiais impressos dentro de um conjunto de processos modernos que incluíam o uso de maquinaria elétrica, a divisão ramificada do trabalho dentro do sistema industrial, etc. – que estavam revolucionando outras esferas da produção de mercadorias. Ao mesmo tempo, muitas sociedades ocidentais experimentaram um substancial crescimento na população urbana e, durante a segunda metade do século XIX, um declínio significativo nas taxas de analfabetismo, de modo a favorecer uma constante expansão do mercado impresso (THOMPSON, 2002, p. 73).

Briggs e Burke (2004) reafirmam essa idéia evidenciando como a prensa a vapor transformou o processo produtivo e interferiu nas características da notícia, como por exemplo, no que diz respeito à capacidade de atualização:

(...) uma enorme prensa a vapor, feita de ferro e patenteada na Inglaterra por Frederic Koenig, foi instalada por seu filho, Jonh Walter II, na sede do *The Times* na Printing House Square: ela não somente poupava mão-de-obra, mas tornou possível a produção de mil exemplares por hora. O jornal, agora podia ser impresso mais tarde e trazer notícias mais recentes (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 119).

O aumento da produção também vai encontrar o mercado que lhe corresponda e sustente. Segundo Ortiz (1991), o período da primeira Revolução Industrial e do advento das máquinas na produção gráfica se dá num momento de generalização da alfabetização e da instrução, bem como das escolas que gradativamente impulsionaram o desenvolvimento da imprensa:

O exemplo da imprensa e da edição são ilustrativos, seu crescimento se faz ao longo do século associado a diversos fatores; um deles, o aumento do público leitor, liga-se diretamente ao progresso da alfabetização. Se no século XVIII o número de pessoas alfabetizadas é de 30 por cento (o que em si não é negligenciável), em 1860 ele passa para 60 por cento, e em 1890 atinge 90 por cento. A população das escolas primárias aumenta de 1939 milhões de alunos em 1832 para 5526 milhões em 1886. (...) Ao lado desse movimento, temos um barateamento crescente dos impressos. Em 1795 o valor da assinatura anual de um jornal equivalia a seiscentas horas de trabalho de um trabalhador rural não qualificado; em 1851 esta relação cai para 210 horas, e em 1910 para 73 horas (ORTIZ, 1991, p. 41).

Além disso, do ponto de vista social, o processo de urbanização, impulsionado pelo surgimento das fábricas, que se intensificou com o crescimento das futuras metrópoles, ofereceu a um público fácil de atingir pelo jornal, um novo produto de consumo (TRAQUINA, 2002). Por outro lado, também no âmbito político, o início do século XIX, trouxe as primeiras conseqüências sociais das revoluções burguesas que promoveram transformações como o nacionalismo, o socialismo e o liberalismo. A “venda” dessas idéias encontrou as condições oportunas de propagação com a expansão do capitalismo e a defesa da liberdade de expressão e dos ideais democráticos.

Dessa maneira, estas transformações possibilitadas pelas inovações tecnológicas do período, em associação a um contexto social, político e econômico, inauguraram o que Marcondes Filho (2002) chama de segundo jornalismo, quando o jornal se assume como grande empresa capitalista a partir da metade do século XIX. Nesse período, acontece a segunda Revolução Industrial, marcada pelo desenvolvimento da eletricidade, do motor de combustão interna e pelo início das tecnologias da comunicação, com a invenção do telégrafo e do telefone. A aplicação das tecnologias ao trabalho jornalístico possibilitou um substancial aumento nas tiragens<sup>70</sup> graças à nova prensa, além da aceleração do tempo de entrega dos jornais e do aumento da circulação a regiões muito distantes por conta da locomotiva e das estradas de ferro<sup>71</sup>:

(...) enquanto a imprensa popular ganha as ruas, estimulando as campanhas operárias, as lutas socialistas, as conquistas sociais, os donos das empresas jornalísticas já estavam dando o “pulo-do-gato”. A atividade que se iniciara com as discussões político-literárias aquecidas, emocionais, relativamente anárquicas, começava agora a se constituir como grande empresa capitalista: todo o romantismo da primeira fase será substituído por uma máquina de produção de notícias e de lucros com os jornais populares e sensacionalistas (MARCONDES FILHO, 2002, p. 12).

Além de aumentar a produção e melhorar o sistema de distribuição, aumentando o consumo dos jornais, as novas tecnologias contribuíram decisivamente também para a

<sup>70</sup> Marcondes Filho (2002) também diz que nesse período a tiragem média de um jornal que era de 35 mil exemplares passou para 200 mil. Também Traquina (2002) ajuda a entender como a tecnologia incidiu no processo produtivo do jornal. Segundo o autor, na época de Gutenberg, em meados do século XV, a tecnologia existente permitia a impressão de 50 páginas/hora. Com a invenção da prensa a vapor de Koenig em 1814 era possível a impressão de 1100 páginas/hora, e com as rotativas de Marinoni, em 1871, tornou-se possível imprimir 95 mil páginas/hora.

<sup>71</sup> Segundo Franciscato (2005), o aumento da velocidade, a partir das estradas de ferro, na metade do século XIX, tornou possível, para os jornais das metrópoles, alcançarem mercados mais amplos nas cidades do interior e entrar em competição com jornais provinciais. E nas metrópoles em crescimento, a melhoria nos transportes agilizou a distribuição dos jornais, possibilitando que os grandes jornais chegassem cedo nas casas dos leitores.

qualificação do trabalho na redação. O surgimento do telégrafo, por exemplo, possibilitou a transmissão de sinais a grandes distâncias e garantiu um sentido de aceleração e atualização das notícias. Segundo Franciscato (2005), para a produção jornalística, a nova tecnologia facilitava a cobertura de eventos que ocorriam longe da sede do jornal, e, ao mesmo tempo, seu modo de transmissão condicionava o conteúdo jornalístico, estimulando a fragmentação das notícias.

Já Moretzshon (2002), lembra que o negócio da imprensa cresceu também no período com o surgimento das agências de notícias e o trabalho de transmitir informações de diferentes partes do mundo graças aos cabos submarinos que fizeram essa conexão possível. Entre 1835 e 1851 foram criadas a Havas, francesa, a Wolf alemã, e a Reuters britânica, que, em 1870 formariam um cartel para partilhar entre si o mercado mundial (MORETZSHON, 2002). Os jornais passaram, assim, a contar com o noticiário internacional em suas páginas, qualificando o jornal e dando ao leitor a chance de acompanhar o desenrolar de eventos acontecidos nos mais diferentes pontos do planeta<sup>72</sup>. Segundo Traquina (2002), os avanços na rapidez de transmissão da informação, em particular o telégrafo de 1844 e o telégrafo por cabo em 1866, foram os sinais de uma nova era do jornalismo, cada vez mais global e cada vez mais ligado à atualidade. Mais uma vez vê-se o exemplo da tecnologia interferindo nos formatos da notícia:

A identificação do jornalismo com a actualidade seria irrepreensivelmente atingida, a obsessão dos jornalistas com a obrigação de fornecer as últimas notícias, de preferência em primeira mão e em exclusividade, tornar-se-ia um marco fundamental da identidade jornalística (TRAQUINA, 2002, p. 24).

Essas inovações, que representaram grandes avanços qualitativos e quantitativos para os jornais, no entanto, também passaram a exigir da empresa jornalística a capacidade de auto-sustentação e de pesados pagamentos periódicos para amortizar a modernização das máquinas. Como consequência, a necessidade de se fazer como negócio altamente lucrativo transformou a atividade praticamente de livre pensar e de fazer política do jornalismo em uma operação que precisava vender muito. Conseqüentemente e, diferentemente da fase anterior, os jornais recuam em suas convicções políticas e passam a buscar estratégias eficazes de conquista do público. O objetivo é não se comprometer, ou se comprometer cada vez menos,

---

<sup>72</sup> Segundo Traquina (2002), as linhas telegráficas juntaram os países da Europa aos EUA nos anos 50 e 60 do século XIX, e ligaram a Europa à China, à América do Sul, e ao Japão na década de 70 do mesmo século. As agências de notícia seguiram a expansão colonialista.

com segmentos ideológicos específicos, trocando o jornalismo de opinião pelo jornalismo de informação<sup>73</sup>. Diz Neveu (2006):

Os *barões da imprensa* são empresários capitalistas antes de ser soldados intermediários de forças políticas, o que dissocia o jornalismo do engajamento partidário. A lógica empresarial contribui assim para uma profissionalização forçada (NEVEU, 2006, p. 25).

Dessa maneira, a fase romântica do jornalismo, em que o valor pedagógico era financiado pela falência do jornal (Habermas, 1984) cedeu espaço à imprensa moderna, sintonizada com as exigências do capital que, para Marcondes Filho (2002) resultou numa grande dependência junto ao poder financeiro e à autoridade pública:

A gradual implantação da imprensa como negócio, iniciada em 1830 na Inglaterra, na França e nos Estados Unidos, impõe-se plenamente por volta de 1875. A grande mudança que se realiza nesse tipo de atividade noticiosa é a inversão da importância e da preocupação quanto ao caráter de sua mercadoria: seu *valor de troca* – a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica – passa a ser prioritário em relação ao seu valor de uso, a parte puramente redacional-noticiosa dos jornais. A tendência – (...) até o final do século 20 – é fazer do jornal progressivamente um amontoado de comunicações publicitárias permeado de notícias (MARCONDES FILHO, 2002, p. 14).

A inserção publicitária cresce, portanto, juntamente com a industrialização do setor e com a abolição dos impostos que, gradativamente, permitiu reduzir os preços dos jornais e fez crescer o público. A indústria dos jornais que até os séculos XVII e XVIII, diz Thompson (2002), tinham como alvo principal um setor restrito da população mais afliente e mais instruída, a partir dos séculos XIX e XX passa a se dirigir a um público cada vez mais vasto. Ao mesmo tempo, as condições prévias para a formação da classe assalariada da população foram tão aceleradas, que a produção do jornal para “todos” não tinha quase obstáculos no seu caminho (MARCONDES FILHO, 1984).

Assim, com uma determinada técnica de produção na empresa gráfica, a venda passou a ser em massa tornando, portanto, possível a também necessária exploração máxima do capital e do investimento. Muitos jornais, ao se tornarem mais populares, adotaram um estilo de jornalismo mais leve e mais vivo, como também uma apresentação mais atraente para alargar o círculo de leitores e se tornaram, dessa forma, o meio vital para a venda de outros

---

<sup>73</sup> Traquina (2002) lembra que a emergência da objetividade no jornalismo está em consonância com a crença nos valores positivistas da época que enxergavam a necessidade desse distanciamento de valores e crença em todas as relações, inclusive também na ciência. Surge assim, um forte movimento intelectual, diz o autor, em direção ao distanciamento científico e à separação cultural dos fatos de valor.

bens e serviços. Outros apostaram na linha editorial estritamente voltada para o que se denominava jornalismo de informação. Em consequência disso, especialmente nos Estados Unidos, segundo Alsina (2005), era possível distinguir dois tipos de jornalismo nesse período. Um mais orientado para o jornalismo de entretenimento, sensacionalista, com narrativas romanceadas, notícias secundárias e rocambolescas voltado para as classes populares<sup>74</sup>. O outro modelo, contrapondo-se a essa idéia, o jornalismo de informação tratava de assuntos políticos e econômicos encontrados em diários mais elitistas. Vê-se que a capacidade dos jornais de garantir receita através dos anúncios era diretamente dependente do tamanho e perfil de seus leitores. Segundo Marcondes Filho:

E é essa nova imprensa, como objeto de alto investimento de capital, que manterá as características originais da atividade jornalística: a busca da notícia, o “furo”, o caráter de atualidade, a aparência de neutralidade, em suma, o “caráter libertário e independente”. É a *imprensa de massa*, objeto de uma troca singular mas não muito rara nem muito estranha na história da imprensa: *desaparece a liberdade em contrapartida se obtém mais entretenimento*. Este será o substituto funcional que os donos dos jornais encontrarão para preencher a lacuna criada com a supressão da liberdade de imprensa. Não obstante, também as funções “políticas” dentro do jornal serão abaladas (MARCONDES FILHO, 2002, p. 14).

As grandes tiragens dos jornais, em consonância com as mudanças que a tecnologia mecânica trouxe para as fábricas transformaram os leitores em milhões<sup>75</sup>. O aumento contínuo da velocidade dos processos mecânicos, por conta das inovações tecnológicas e da organização do trabalho a partir dos princípios fordistas, produziu aceleração e grande elevação dos níveis de produtividade e rentabilidade das corporações. O jornalista esteve, portanto, inserido no padrão massivo de produção que se estabeleceu nos diferentes domínios da experiência – das artes à economia, administração e política – onde novos sistemas e novas técnicas de informação possibilitaram a circulação de mercadorias em velocidade continuamente maior. Diz Mattelart (1994) que a aceleração das velocidades no Industrialismo tornou o adjetivo “depressa”, em associação aos pressupostos racionais de organização social, a própria tradução da ideologia do progresso e transformou o jornalismo, como representante deste ideário, num grande negócio explorado a partir do fim do século XIX e início do século XX por grandes conglomerados de mídia.

<sup>74</sup> Alsina (2005) pontua que, no entanto, a lógica da imprensa liberal, bem como os excessos da imprensa sensacionalista e subseqüentes temores de possíveis intervenções estatais fizeram com o que, no decorrer do tempo, os próprios editores dos jornais reagissem a isso, cuidando mais dos limites objetivos da notícia.

<sup>75</sup> Segundo Marcondes Filho (1984), os jornais dos séculos XVIII chegaram ao século XIX com um aumento de tiragem 10 vezes maior. O autor dá como exemplo o jornal *Vossische Zeitung*, de Berlim, que em 1776, quando do seu surgimento, tinha uma tiragem média de 2.000 exemplares e chegou ao ano de 1848 com 24.000 exemplares. Mesmo durante o século XIX, o aumento das tiragens foi significativo segundo o autor. Na Prússia, em 1823, a tiragem diária total dos jornais era de 35.516 exemplares, enquanto em 1847 pulou para 76.417.

A partir de então foram, além dos interesses econômicos, também políticos e militares que tornaram as novas condições tecnológicas oportunas à exploração do negócio do jornalismo, especialmente porque dissociaram as informações de seu transporte físico e tornaram possível a constituição de redes globais de comunicação (THOMPSON, 2002). O processo de internacionalização dessas redes se viabilizou pelos recursos de captação de informações à distância como telégrafo, telefone e comunicação por rádio que deram mais agilidade à produção e transmissão das notícias.

O caso das agências de notícias foi um evidente exemplo da internacionalização possibilitada pelas novas tecnologias e impulsionada pelo mercado crescente de informação. As agências passaram a integrar as redes globais de comunicações, imprimindo, sobretudo, um padrão de redação das notícias pautado pela linguagem homogênea, pelas frases curtas e pela reafirmação do lead como unidade central no primeiro parágrafo. Essa prática integrava o modelo da pirâmide invertida na produção de notícias que, ao ser adotado, padronizou a produção, dando conta do, então, mercado muito mais amplo. Além do mercado em dimensões mundiais, Pavlik (2006) lembra que, também os problemas com o uso do telégrafo nas transmissões internacionais colaboraram com a nova forma de escrever:

(...) uma nova forma de redação das notícias surgiu, agora conhecida de todos no jornalismo como a pirâmide invertida. Basicamente devido ao custo e à falta de confiança do telégrafo, a pirâmide invertida encorajou os repórteres a colocarem os fatos mais importantes primeiro, no caso do telégrafo falhar durante a transmissão<sup>76</sup> (PAVLIK, 2006, p. 1).

Para tanto, nessa fase, depois de ter abandonado sua condição de representação política, o jornalismo, estrategicamente, reafirma a necessidade da objetividade e suas decorrências como pilar da atividade, ao assumir a condição de negócio de grandes corporações. Ou seja, junto com a idéia da racionalidade como valor da época e dos pressupostos liberais da economia, o conceito de objetividade e de liberdade de imprensa foram oportunos para construir a imagem de isenção necessária das empresas jornalísticas, bem como de atender um público cada vez maior e mais heterogêneo que as grandes tiragens passaram a alcançar. Nessa perspectiva da substituição da prática jornalística partidária pela empresarial, Ortiz (1991) mostra que a necessidade do tratamento objetivo dos fatos imposta pela lógica da nova tecnologia, resulta em um novo estilo de produção de notícias, deixando clara a separação entre fatos e opiniões:

---

<sup>76</sup> Tradução do autor.

A veracidade da escrita é analisada segundo as informações que veicula; até mesmo sua inverdade se calcula em termos objetivos. Uma notícia é falsa quando os fatos que contém são errôneos. A exatidão da narrativa, o estilo telegráfico ou, em linguagem jornalística, a reportagem requer um tratamento textual diverso da argumentação política ou literária. O jornalismo enquanto profissão se confirma, afastando-se do mundo literário que o havia nutrido (ORTIZ, 1991, p. 108).

A perseguição à idéia de separação dos fatos e das opiniões bem como da reprodução objetiva da realidade vai embasar os pressupostos que legitimaram o surgimento e finalidade de uma nova tecnologia surgida no fim do século XIX. A fotografia veio corroborar a crença na possibilidade de retratação fiel da realidade como espelho. Diz Traquina (2002) que o realismo fotográfico tornou-se farol orientador da prática jornalística, já que a notícia do jornal deveria ser, sobretudo, realista e reflexo da vida real. O autor diz ainda que a obsessão pelos fatos foi acompanhada de uma crescente obsessão pelo tempo com o uso do telégrafo e, na seqüência, do telefone que diminuíram cada vez mais a distância entre os acontecimentos e a publicação destes, além de ajudar a criar uma vasta rede de pessoas empregadas no trabalho de produzir informações. Dessa forma, a fotografia foi integrada às organizações jornalísticas num contexto de organização e estruturação de seus produtos, pautadas pela necessária aceleração dos processos de trabalho, com editorias de política, economia, literatura, esporte, além da segmentação de suplementos infantis e femininos:

O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, fazendo progressivamente mais pressão sobre as horas de fecho, levando cada vez mais à realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia até à quebra da programação televisiva anunciada, novos avanços tecnológicos nas últimas décadas do século XX tornaram possível, a longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – a transmissão em directo do acontecimento (TRAQUINA, 2002, p. 38).

Em consequência disso, as transformações tecnológicas do final do século XIX e início do XX modificaram as relações internas da redação. A introdução de máquinas mais rápidas para reunir e produzir as notícias resultou na constituição de um ambiente de trabalho onde a “nova ordem da velocidade está acima de tudo” e resultou tanto em uma maior divisão do trabalho quanto em uma especialização do trabalho nos jornais segundo Franciscato (2005). Virilio também traduz a contínua busca da aceleração da produção jornalística ao dizer que:

(...) trata-se (...) menos de “produzir informação” do que antecipá-la, de alcançá-la em movimento, para finalmente vendê-la antes que seja literalmente ultrapassada. Os assinantes passam a comprar menos notícias cotidianas do que adquirir

instantaneidade, ubiqüidade, ou em outras palavras, compram sua participação na contemporaneidade universal, no movimento da futura cidade planetária (VIRILIO, 1996, p. 49).

Esse padrão de operacionalidade estava diretamente ligado a uma tendência organizativa das empresas de comunicação naquele momento e que dizia respeito à concentração e atuação sob a forma de conglomerados. Conforme Habermas (1984, p. 219), nesse período “formam-se os primeiros grandes trustes da imprensa: Hearst nos Estados Unidos, Northcliffe na Inglaterra, Ullstein e Mosse na Alemanha”. Segundo o autor, as tecnologias de transmissão da informação foram determinantes no sistema operacional adotado:

O desenvolvimento técnico dos meios de transmissão de notícia (após o telégrafo e o telefone, o telégrafo sem fio, a telecomunicação e o rádio) acelerou em parte a unificação organizacional e a cartelização econômica da imprensa (...). A sincronização do serviço de informações através das agências organizadas em monopólios acrescentou logo a sincronização redacional de pequenos jornais através de correspondências padronizadas e fábricas de suplementos. Entre 1870 e 1880 é que, primeiro nos países anglo-saxões, foram empregadas matrizes; por volta do início do século, a prensa gráfica de cilindro também se impõe no continente europeu. Na maioria dos casos, tal unificação tecnológica ocorre junto com uma unificação através de cadeias de jornais; os jornais locais, principalmente nas regiões rurais, tornam-se com frequência, através disso, também dependentes dos jornais urbanos das circunvizinhanças e passam a ser incorporados a estes como redações municipais ou redações afiliadas (HABERMAS, 1984, p. 219).

Dessa forma, a virada do século XIX para o século XX vai ser marcada pela nova fase do jornalismo, segundo Marcondes Filho (2002), chamada de terceiro jornalismo. Esse período foi marcado pela institucionalização do jornalismo como negócio de alta rentabilidade, marcada pelo que o autor chama de “tiragens-monstro”, que se observou no período que antecedeu à guerra:

No século 20, o desenvolvimento e crescimento das empresas jornalísticas desembocam na constituição do terceiro jornalismo, o de monopólios, cuja sobrevivência só será ameaçada pelas guerras e pelos governos totalitários do período. Entretanto, o mais importante deste século será o desenvolvimento, após a Grande Depressão americana – e como forma de reação a crises similares – da indústria publicitária e de relações públicas como novas formas de comunicação que competem com o jornalismo até descaracterizá-lo, como vai acontecer no final do século 20 (MARCÓNDES FILHO, 2002, p.14).

Com relação à publicidade, Sodré (1999) lembra que a especialização do trabalho das agências de publicidade produziu um entrosamento muito estreito com a estrutura da economia de monopólio, gerada pelo desenvolvimento capitalista de fins do século XIX.

Dessa forma, essas organizações fizeram da imprensa e do jornalismo um instrumento de suas finalidades. Diz o autor que o desenvolvimento da imprensa, em função do desenvolvimento do capitalismo, gerou as agências de publicidade e estas, depois de servirem à imprensa, passaram a servir-se dela (SODRÉ, 1999). Mais do que nunca, as agências de publicidade passaram a usar o jornalismo para impulsionar os negócios através, como pontua Marcondes Filho (2002), da penetração da comunicação na informação indireta de produtos no corpo da própria mensagem jornalística. A estratégia foi fazer passar, diz o autor, uma propaganda como se fosse notícia de interesse público, configurando o estágio mais avançado e sofisticado da indústria cultural.

É preciso lembrar que essa aproximação da publicidade e do jornalismo se deu num clima de intensa disputa ideológica entre capitalistas e socialistas. Nesse período, a utilização dos meios de comunicação para a propaganda política adquiriu grande importância, de maneira que a imprensa e o rádio se converteram em instrumentos para o melhor e o pior, diz Alsina (2005). Especialmente porque o lugar central que ocupava a propaganda política feita através dos meios de comunicação pelos regimes fascistas europeus e soviéticos era reforçado também pela ciência, tanto pelo condutivismo das pesquisas nos Estados Unidos, quanto os estudos de Pavlov na URSS relacionados à capacidade de manipulação da mídia.

Daí observar-se que, juntamente com a concentração dos negócios de mídia, os limites entre jornalismo e publicidade tornavam-se cada vez menos claros, tanto pelo uso político das notícias de um lado, especialmente nas sociedades de regimes totalitários, quando da mercantilização pelos países ditos democráticos. Nas duas realidades, de modos diferentes, as mídias tratavam seus produtos segundo as demandas da sociedade de massa, organizada sob a perspectiva da verticalidade e da homogeneidade. Para tanto, o processo de concentração dos novos meios de comunicação foi estimulado por servir aos princípios dessa lógica, endereçando seus produtos a um público cada vez mais indistinto e maior<sup>77</sup>. Nesse contexto, o jornalismo e sua defesa da objetividade tornaram-se estratégicos e eficazes agentes de construção simbólica dos valores que estruturavam a sociedade de massa emergente, orientando o comportamento dos indivíduos.

---

<sup>77</sup> Segundo Thompsom (2002), no fim do século XIX, na Inglaterra, por exemplo, apenas quatro grupos de mídia controlavam 92% da circulação dos jornais diários e cerca de 89% da circulação dos jornais de domingo.

Assim, o rádio nos anos 20 primeiramente, e a Tv nos anos 40, foram gradativamente integrando grupos de comunicação multimídia, que passaram a gerenciar além da mídia eletrônica, também jornais, cinema e edição de livros. Também Habermas (1984) acrescenta que no caso das novas mídias – rádio e Tv – ao demandarem grande capital para exploração do negócio, intensificaram o processo de fusões<sup>78</sup> de tal maneira que o grau de concentração econômica e a coordenação organizacional da imprensa, apesar de grande, pareceram ainda tímidas em comparação à mídia eletrônica. Segundo Beltrão (1986):

Concomitantemente, a tecnologia das comunicações oferecia à massa, agora composta de diversos segmentos sociais, com o *disco* e o *fonógrafo*, o *cinema*, o *rádio* e, por fim, a televisão, novos meios de difusão das mensagens, que iriam permitir a imediata e simultânea recepção das mesmas informações a públicos os mais vastos, heterogêneos e dispersos. A comunicação massiva iria tornar-se o instrumento mais efetivo na implantação da sociedade de massa (BELTRÃO, 1986, p. 28).

Além disso, o fato de a linguagem das mídias eletrônicas estar voltada para as massas fez com o que o jornalismo no rádio, primeiramente, e depois na Tv fosse se tornando cada vez mais presente na vida das pessoas. O rádio, por exemplo, durante as guerras mundiais (especialmente com relação à segunda), diz Innis (1952) significou grande concorrência à mídia impressa. A nova mídia mexeu com as formas de produção da notícia, na medida em que trazia a vocação para atingir um público bem maior ao não exigir o domínio do código escrito, além de atualizar as notícias mais frequentemente. Atentos para as vantagens da nova mídia diante de um mundo marcado pelo conflito ideológico, os governos tentavam usar o rádio e sua programação jornalística como poderosa arma de conquista por desfrutar da credibilidade construída sob a idéia de informação referencial e objetiva. Ao mesmo tempo, buscando atingir um público maior, um novo tipo de habilidade por parte dos jornalistas, diz Innis (1952), tornou-se necessária. Era preciso simplicidade para os leitores e ouvintes com suas rotinas de trabalho pesado dentro das fábricas:

Com o rádio e notícias que mudavam dramaticamente de um momento ao outro, as pessoas do mesmo idioma começam a confiar nele para se informar enquanto a possibilidade de controlar o equipamento técnico o transformou num poderoso equipamento de propaganda. Se a Primeira Guerra Mundial pôde ser olhada como uma colisão entre o jornal e o livro, a Segunda Guerra Mundial foi um choque entre o jornal e o rádio (INNIS, 1952, p. 102)<sup>79</sup>.

---

<sup>78</sup> Para a exploração do rádio, cinema, e mais tarde a televisão, segundo Habermas (1984), a necessidade de capital pareceu tão grande e o poder do jornalista-publicitário também tão ameaçador que, em alguns países, como se sabe, a organização dessas mídias foi, desde o começo, colocada sob a direção ou controle do Estado.

<sup>79</sup> Tradução do autor.

Dizem Briggs e Burke (2002) que uma guerra de palavras estava sendo travada entre 1939 e 1945, e tanto nos países democráticos quanto nos totalitários o microfone tornou-se uma arma poderosa. Na verdade, todo século foi marcado, independente do país, segundo o autor, pela radiodifusão pautada por oferecer programas a uma audiência grande e anônima. Nos países totalitários o uso dos meios de comunicação e seus programas para a massa serviam, como se disse, à máquina da propaganda e o jornalismo era “contaminado” pelo filtro dos interesses políticos. Nos países democráticos, como os Estados Unidos, por exemplo, o rádio, e mais tarde a Tv, tinham como programas principais os shows e programas de auditório, segundo Briggs e Burke (2002). E o jornalismo estava em segundo plano, constando apenas como parte da grade de programação, reafirmando, por isso a mistura já não muito clara entre informação e entretenimento, ainda que reafirmasse continuamente seu caráter objetivo e imparcial.

No entanto, o fim do regime socialista e a reafirmação do capitalismo encontraram o mundo e os monopólios de mídia em intenso processo de globalização e expansão internacional iniciado ainda no século XIX. Os produtos midiáticos passaram a circular dentro do fluxo internacional de forma mais extensiva e organizada a ponto de fundar a idéia de aldeia global preconizada por McLuhan (2002). E a programação jornalística do rádio e da Tv – consolidados a partir da segunda metade do século XX – voltada para o espectro internacional, redefiniu as dimensões e os limites geográficos e substituiu os objetivos ideológicos das notícias pelos objetivos estritamente mercadológicos das corporações. Segundo Souza:

(...) o desenvolvimento das tecnologias dos satélites para uso na disseminação global do jornalismo e na televisão não tem servido apenas para incrementar os mecanismos ideológicos, mas também para disseminar as notícias que interessam a mercados, nações ou instituições de atuação global (SOUZA, 2005, p. 19).

Essa mudança, segundo Souza (2005), fez com que a comunicação eletrônica, ao se internacionalizar, mudasse sua pauta de atenções. Os noticiários passaram a tratar de assuntos econômicos mundiais, bem como questões políticas, culturais que estavam no horizonte de preocupação dos negócios de bancos multinacionais, corporações industriais e conglomerados de mídias, transformando as notícias em uma nova forma de *Commodity*<sup>80</sup> (INNIS,1952).

---

<sup>80</sup> Segundo o dicionário Michaelis, Commodity é uma palavra de origem inglesa usada para referenciar mercadorias em estado bruto ou produtos básicos de importância comercial, como café, cereais, algodão etc., cujo preço é controlado por bolsas internacionais. Disponível em <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portuguesportugues&palavra=commodity>. Acesso em 10/05/2007

É oportuno lembrar Thompson (2002) neste contexto para explicar como o movimento de interligação mundial apresenta uma relação direta com os meios de comunicação e com as novas possibilidades tecnológicas. O autor diz que a globalização surge quando as atividades que aconteciam localmente passaram a tomar dimensões mundiais. E além de serem organizadas, planejadas ou coordenadas em escala global, passaram a envolver algum grau de reciprocidade e interdependência, o que permitiu que atividades locais, situadas em diferentes partes do mundo, fossem modeladas umas pelas outras.

A interdependência e reciprocidade de que fala o autor está na base no processo de globalização uma vez que sua marca tem sido a tentativa de institucionalização de um padrão operacional único no planeta (ORTIZ,1997). Na nova economia que começou a se delinear a partir dos anos 70, a superação da crise do capitalismo operado sob os princípios fordistas dependeu em boa parte da interconexão promovida pela circulação de informações e pela flexibilização gerada pelas novas tecnologias que, a partir de então, possibilitou o gerenciamento de mercados globais.

A interconexão que as inovações tecnológicas possibilitaram garantiu a atuação dinâmica de empresas e corporações de acordo com as necessidades da volatilidade do capital na economia-mundo impondo a necessidade de estreitas trocas simbólicas, onde o conteúdo jornalístico revela-se especialmente importante. Dessa forma, conforme pontuado, os meios de comunicação desempenham na nova economia um duplo papel, tanto de produtores de conteúdo simbólico e informações necessárias ao gerenciamento e atuação das corporações transnacionais, quando de infra-estrutura através do qual essa produção percorre o mundo.

Mais uma vez, observa-se então que a tecnologia de transmissão de informações e a prática jornalística estão correlacionadas às demandas de seu tempo. Na sociedade de massa do início do século XX, o rádio, com sua condição tecnológica de transmitir notícias a grandes distâncias, deu uma idéia de nação e reconhecimento de identidade a cada país, num mundo fortemente dividido em dois blocos. A televisão, anos mais tarde, veio contribuir fortemente para organização do ideário que moveu a guerra fria ao dar, através dos telejornais e da tecnologia dos satélites, a dimensão global do mundo com o uso da imagem.

Hoje, o processo de globalização contemporâneo que, de um lado tenta padronizar o sistema operacional, demanda, por outro lado, a flexibilização dos processos produtivos por

trabalhar com novas dimensões de tempo e espaço. Por essa razão, a Internet e uma série de tecnologias de comunicação e informação a ela associadas e que estão no cerne do processo que Harvey (2001) chamou de acumulação flexível e que Castells (2003) chamou de Sociedade em Rede, vieram dar a dinamicidade necessária às trocas comunicacionais na economia contemporânea. Dessa forma, na medida em que os processos de produção rígidos não mais se ajustaram às novas temporalidades e espacialidades do mundo global, a prática jornalística dentro do conjunto dos meios de comunicação também necessariamente foi sendo revista para estar em acordo com os valores e demandas de seu tempo.

Para Marcondes Filho (2002), o jornalismo foi se transformando e assumindo as características do que chama de quarto jornalismo ou “jornalismo tecnológico”. Nessa fase o jornalismo é cada vez mais demandado como produtor de conteúdos informativos essenciais à atuação dentro da Sociedade em Rede (Castells, 2003), marcada pela interconectividade, numa fronteira ainda menos clara com as outras instâncias comunicativas como a Publicidade e as Relações Públicas, refletindo as poucas certezas da sociedade atual.

Portanto, diante desse contexto, se o papel da tecnologia sempre foi muito importante na configuração e caracterização da prática jornalística ao longo do tempo, esse condicionante torna-se particularmente caracterizador do quarto jornalismo – ou apropriadamente do jornalismo tecnológico. Isto porque, como diz Castells (2003), está se tratando de um tempo onde a informação é a matéria-prima e, como tal, as novas tecnologias são utilizadas justamente para agir sobre a informação. Por essa razão, o jornalismo, como instância de produção de informação referencial entra em uma etapa onde a tecnologia ocupa uma dimensão ainda mais decisiva, produzindo uma intervenção tão grande capaz de alterar substancialmente o seu fazer e seu conceito.

### 3.2 JORNALISMO TECNOLÓGICO: CONCEITOS EM TRANSIÇÃO

O mapeamento das alterações que demarcam o estágio contemporâneo da experiência em sociedade torna possível observar que a condição de necessária relativização dos conceitos e flexibilização dos sistemas retira da razão – e de sua herança da Modernidade – o valor supremo sobre todas as coisas. Dessa maneira, conceitos, epistemologias e processos

organizativos flexibilizam-se, entrando na esfera de complexificação e relativização ao não encerrar em si conceitos absolutos. Marcondes Filho (2002) diz que o fim da crença nos pressupostos modernos afetou também a confiança no jornalismo e no seu papel como instância de mediação dos saberes da Modernidade:

(...) a razão (a verdade, a transparência) impondo-se diante da tradição obscurantista, o questionamento de todas as autoridades, a crítica da política e a confiança irrestrita no progresso, no aperfeiçoamento contínuo da espécie, ele se viu órfão quando balançaram os alicerces da modernidade (falência do discurso humanista depois de Auschwitz e Hiroshima) e desorientado quanto esta (“o progresso do homem”) começou a perder terreno diante da sedução mediática irracional e mágica (TV) e da hegemonia das técnicas no fim do século. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 9).

Se a razão com a qual se identificava não se traduz mais na epistemologia contemporânea, também o lugar do jornalismo e sua significação mudam na transição da Modernidade para a sociedade atual. Em uma época de conceitos rediscutidos e pouco definidos, a flexibilidade e a volatilidade que passam a se expressar como características fundantes das trocas de simbólicas desse novo momento se apresentam como valores estruturantes da prática jornalística atual. Em consequência disso, segundo Marcondes Filho (2002), o jornalismo assume uma nova feição divorciada das suas formas históricas ao entrar em novos domínios e ao assumir novas práticas que podem levar à sua descaracterização. O autor defende a idéia de que a crise do modelo e dos valores ocidentais da modernidade, que gerou o desencanto com as grandes narrativas e grandes embates políticos e promoveu a ascensão do individualismo, retirou do jornalismo sua vinculação a movimentos coletivos de organização e luta, movidos pelo investimento em um mundo melhor, e o enfraqueceu:

Por esse mesmo motivo, o processo de desintegração da atividade, seu enfraquecimento, sua substituição por processos menos engajados (que já não buscam a “verdade”, que já não questionam a política ou os políticos, que já não apostam na evolução para uma “sociedade mais humana”) é um sintoma de mudança dos tempos e dos espíritos. Mudamos para uma época semelhante àquela que Nietzsche atribuía a toda a modernidade: o de uma época fraca, decadente, niilista (MARCONDES FILHO, 2002, p. 14).

É sob esse ideário de crença nas pequenas utopias e no presente “aqui e agora” (Maffesoli, 1995), em substituição às grandes causas humanas que pressupunham uma aposta no futuro, que a prática jornalística passa a constituir a sua valoração e formatação. Para Neveu (2006), o deslocamento da atenção de um público desinteressado na política, mais orientado para a busca da felicidade privada se reflete no que chama de “jornalismo de

mercado” ou “jornalismo de comunicação”. Para o autor, desengajado, o jornalismo de mercado vai se transformando numa instituição outra, de fronteiras pouco claras entre todas as outras instâncias produtoras de informação:

O resultado possível de um jornalismo de mercado é a dissolução da profissão jornalística num *continuum* de profissões da comunicação ilustrada pelo neologismo americano *media worker*. Tanto pesquisadores (Lavoigne, apud Martin, 1991) como jornalistas (Guillebaud, 1990) alertaram para esse risco. Os índices de uma evolução como essa são legíveis na mistura crescente das fronteiras entre profissões ligadas à produção de informação. Nas revistas jornalísticas em geral, ou nas revistas locais, o lugar dado às informações produzidas pelas empresas e associações põe em dúvida a realidade de uma fonte clara entre o estatuto de fonte e o estatuto de redator. O desenvolvimento de uma imprensa institucional (de coletividades locais, empresas) suscita debates repetidos sobre a identidade profissional dos colaboradores de suas mídias (NEVEU, 2006, p. 163).

Também Berger (2002) fala da indefinição do jornalismo e de sua essência como resultado de um fenômeno próprio da sociedade contemporânea:

Se o primeiro jornalismo, dizem os estudiosos, corresponde à modernidade como função crítica e esclarecimento do mundo, o atual está associado ao impacto das imagens – o jornalismo de tevê que se alastra como conceito para o jornalismo impresso – e a inversão dos papéis profissionais: o jornalista (senhor dos relatos) não descobre mais os fatos, mas é buscado pelos interessados em versões. Quando o jornalismo se confunde com as outras profissões da área – publicidade e propaganda e relações públicas – se apresenta coerente com a sociedade contemporânea. Nela não se reconhece mais a essência das coisas e já não há condições para discernimento (BERGER, 2002, p.147).

Além de se dissociar do engajamento político e assumir as características de um jornalismo de mercado, para seguir a expressão de Neveu (2006), a prática jornalística vem mostrando outras alterações por conta das mudanças tecnológicas, políticas e econômicas que integram o processo de transição para a Sociedade em Rede.

Conforme aponta Fonseca (2005), essas mudanças que dizem respeito aos efeitos do neoliberalismo e à formação dos grandes conglomerados multimídia, vão promover alterações sensíveis na prática jornalística, uma vez que esta vai abandonando tanto sua vocação de instituição esclarecedora do mundo, quanto seu processo fordista de produção, para atingir um lugar outro de produção da notícia, muito mais “produto” e muito mais próximo do entretenimento, em sintonia com as próprias características do regime de acumulação flexível. Ou seja, as novas tecnologias em associação à imposição das altas taxas de rentabilidade dos negócios de mídia mostram que a prática jornalística abandona gradativamente a busca de mediação de saberes para ser tornar um serviço/produto:

A notícia, entendida como o relato, a interpretação e a análise de fato/evento de interesse público, vem perdendo o caráter de expressão do jornalismo. Em algumas dessas novas organizações multimídia, vem se definindo cada vez menos por critérios de noticiabilidade vinculados ao interesse público e mais por critérios relativos à prestação de serviços e entretenimento. A cada dia, novos cadernos, seções e produtos são lançados com a finalidade muito mais de entreter que de informar, explicar e analisar o que é, por natureza, complexo na realidade social. Assim, o jornalismo vai se desfigurando, deixando de significar forma de conhecimento para se configurar como mero serviço. Da mesma forma, o jornalista distancia-se da condição de mediador - aquele que relata, explica, interpreta e analisa questões de interesse público para a sociedade, contribuindo para o esclarecimento e a formação da opinião pública (FONSECA, 2005, p.16).

Para Bucci (2004), a transmutação do jornalismo, dentro da perspectiva da Sociedade em Rede, promovida pela interligação das possibilidades tecnológicas e mirando o aumento da rentabilidade mostra que o “negócio” do jornalismo fundiu-se com o entretenimento por conta da fusão das empresas jornalísticas com as empresas de entretenimento. E Neveu (2006, p.158) se agrega a esta idéia para dizer que este movimento de busca pela rentabilidade máxima do jornalismo e os procedimentos a ele associados produzem um investimento nas *soft news* por serem elas capazes de atender ao objetivo da maximização dos públicos<sup>81</sup>:

Esse tipo de escolha, que constitui uma evolução internacional, se traduz pelo aumento das *soft news* e de uma informação-serviço e pelo declínio da cobertura do exterior, do parlamento. A redefinição de uma hierarquia das editorias se completa com a importância dada às informações com forte conteúdo emocional, à velocidade da cobertura (NEVEU, 2006, p.158).

Neveu (2006) acredita ainda que o investimento nas *soft news* coloca o jornalista num lugar de “conselheiro” em relação ao público, o que também acaba por contribuir para a tendência de erosão dos limites claros da profissão na sociedade contemporânea:

Ele valoriza as *soft news*, uma informação-serviço que vá ao encontro dos interesses de seus públicos nos domínios da saúde, do lazer e do consumo. Funcionando como a interface entre uma oferta de bens, de serviços e de conselhos e os públicos de consumidores, ele pena hoje para marcar sua autonomia em relação aos promotores dessa oferta. O jornalista de comunicação age como conselheiro, até como amigo, mantendo uma relação de familiaridade com seu público, divertindo-o. Ele se despoja então de toda postura de autoridade, de autor de uma relação cívica (NEVEU, 2006, p. 164).

Neste sentido, o jornalismo deixa, cada vez mais, a idéia de informação como direito público e transforma o público cada vez mais em mercado consumidor. Vilches (2006)

---

<sup>81</sup> Segundo Neveu (2006, p. 158) a escolha organizacional realizada em 1995 pelo Miami Tribune (Cook, 1998) é ilustrativa. As editorias ficaram em número de nove, consideradas “úteis e importantes” pelos estudos sobre os leitores: educação, esporte, meio ambiente, política local, saúde, geral, Flórida, América Latina, consumo.

observa que muitos dos grandes jornais pertencem a empresas submetidas ao intercâmbio de fluxos de recursos tecnológicos, de capital, de pessoal, que produz bens e serviços, entre outros o jornalismo. Segundo o autor estas relações que estruturam a atividade do grupo podem chegar a perturbar a representação patrimonial ou o valor que desfruta, entre as quais estão as identidades estáveis como liberdade de expressão ou exercício vocacional do jornalismo.

Para o autor, a mutação da essência do jornalismo conduzida pelos valores de mercado é um fenômeno próprio da virtualização e desterritorialização das relações, especialmente econômicas. Por essa perspectiva, Vilches (2006) diz que a informação, é tratada e distribuída sob a orientação do que chama de “criação de valor”. Ou seja, a informação, ainda que sem confirmação ou imprecisa, é publicizada por meio da instituição jornalística, no sentido de produzir um discurso valorativo superestimado de produtos e serviços das grandes organizações econômicas mundiais, concedendo a essas empresas, dessa forma, vantagem competitiva, num tempo onde a informação, como lembra Castells (2003) é matéria-prima. O jornalismo, então, trabalha no sentido de “lubrificar continuamente a máquina de criação de valor”, por tratar e distribuir a informação que, com o suporte das novas tecnologias, contribui para a “criação de valor sem discussão”:

O apagão de Nova York em 2003 causado pelo mau funcionamento das hidrelétricas e que devolveu a cidade emblema da pós-modernidade à época pré-industrial, as quebras das superempresas como a Enron e a WorldCom, afetadas pela corrupção, bem como a explosão das empresas *ponto.com* têm como denominador comum: a criação de valor acima da qualidade dos serviços. Se a função das empresas é gerar benefícios imediatos, o objetivo principal é lubrificar a máquina de criação do valor (VILCHES, 2006, p.157).

Nessa perspectiva, Ramonet (1999) retoma a ironia feita por Halimi (1997) quando, ao nomear os jornalistas “cães de guarda”, por conta de sua esperada função como fiscalizadores do Estado nas sociedades democráticas, acabam reverenciando o poder econômico:

(...) a imprensa escrita e audiovisual é dominada por um jornalismo de reverência, por grupos industriais e financeiros, por um pensamento de mercado, por redes de comunicação de convivência. Um pequeno grupo de jornalistas onipresentes impõe sua definição de informação-mercadoria a uma profissão cada vez mais fragilizada pelo medo do desemprego. Eles estão a serviço dos donos do mundo. São os novos cães de guarda (RAMONET, 1999, p. 40).

Neste sentido também Steinberger (2003) chama a atenção para o fato de os possíveis efeitos das informações jornalísticas interferirem no tratamento dado às notícias. Segundo ela, essa dinâmica é fruto da aplicação da lógica do capitalismo globalizado aos discursos jornalísticos que promove mudanças acerca do valor do discurso informacional:

Já não se estrutura apenas a partir de *representações* do mundo (conhecimento), mas de *efeitos* potenciais que o ato de informar provoque sobre o mundo (resultados). Perdeu valor de uso e adquiriu valor de troca. O grau de previsibilidade de seus efeitos é, contudo, muito menor do que o das representações (STEINBERGER, 2003, p. 177).

Essa valoração de troca, no que diz respeito à informação, está em consonância com a dinâmica do Tecnocapitalismo (Kellner, 2006), onde o conhecimento técnico e científico, bem como a informatização e a automatização desempenham papel análogo à força humana na era do Industrialismo. Assim, a informação é cada vez mais produto ou mercadoria, e por isso, não avaliada por sua conotação de uso, enquanto direito do cidadão, mas como valor de troca, igual a qualquer mercadoria. Por isso, McChesney (2004) diz que o “melhor jornalismo” é o afinado com a classe empresarial e adequado às suas necessidades e preconceitos. Essa condição torna-se especialmente perigosa na medida em que, mesmo não estando mais totalmente identificada com os pressupostos racionais da modernidade, a condição de transparência da prática jornalística a partir dos pressupostos de objetividade e imparcialidade não foi dissolvida completamente por ser ainda defendida pela instituição como seu grande valor, garantidor da credibilidade. Por essa razão, o que da fonte jornalística se originar sempre desfrutará de algum grau de “verdade” na medida em que, comprometido com a retratação da realidade, sua produção é assim compreendida e simbolizada. No dizer de Fonseca (2006):

Para sustentar a hipótese de que a cada etapa do capitalismo, e a cada regime de acumulação dominante na organização da produção, predomina uma concepção de jornalismo, argumenta-se com a prevalência da notícia como sua expressão durante todo o período fordista e parte do pós-fordista, apesar do aprofundamento do seu caráter de mercadoria. Diz-se em favor dessa tese que, apesar da mercantilização crescente, vinha prevalecendo um esforço em delimitar espaços editoriais e publicitários, em preservar a neutralidade, ainda que aparente (...) (FONSECA, 2006, p. 6).

Vê-se que o jornalismo converte-se num claro exemplo da dupla função que os produtos da indústria cultural assumem na sociedade contemporânea (Moraes, 2004), na articulação dos processos mundiais, conforme já apontado neste trabalho. Na medida em que os meios de comunicação passam a ser, em tempos globais, tanto a infra-estrutura por meio da

qual as informações circulam, quanto a superestrutura enquanto produção simbólica, o jornalismo assume neste particular uma condição estratégica por estar associado à instância comprometida com a referencialidade. Segundo Moraes (2004):

A virtualização de informações passa a ser elemento-chave para a diminuição do tempo de respostas de executivos e investidores diante das sucessivas variações dos mercados. Não é casual o *boom* dos sofisticados sistemas em tempo real de agências noticiosas transnacionais, como Bloomberg e Reuters, que coletam, selecionam e fornecem, a peso de ouro, um volume ininterrupto de dados específicos. Os informes formam uma cadeia de conhecimentos que, processados de modo diferenciado, ajudam a instituir as intervenções de *trades*, corretores e analistas (MORAES, 2004, p. 195).

A virtualização das informações, que vai contribuir para a aceleração das trocas simbólicas, põe em foco a velocidade como valor e característica no jornalismo contemporâneo, por conta da aceleração dos movimentos em sintonia com a compressão tempo-espaço (Harvey, 2001) da sociedade atual. Moretzshon (2002) diz que as próprias corporações de mídia, ao trabalharem de acordo com a lógica do "tempo real" do capital financeiro, concorrem para a desqualificação do trabalho de mediação fundamental ao exercício do jornalismo. Para a autora, a impressão do ritmo do tempo real e da instantaneidade inviabiliza a tarefa de interpretação dos fatos, que é um dos requisitos básicos dessa profissão.

Neste sentido, o jogo de informações está especialmente amarrado à tecnologia, evidenciando, mais uma vez, que as transformações políticas e econômicas estão no entorno dessas inovações tecnológicas. É nessa perspectiva que Marcondes Filho (2002) explica as alterações da prática jornalística como consequência das transformações tecnológicas a ponto de constituírem, como já se disse, a fase do jornalismo tecnológico. Nesta fase, diz o autor, a relativização do lugar do jornalismo é explicada pelas novas tecnologias de comunicação e informação por promoverem novos fenômenos na sociedade contemporânea.

Um deles diz respeito ao que chama de expansão da indústria da consciência no plano das estratégias de comunicação e persuasão dentro do noticiário e da informação. O jornalismo da era tecnológica, movido pela aceleração dos processos informacionais, promove a superabundância da produção jornalística, possibilitada pelas novas condições tecnológicas, a partir de órgãos especializados na produção da informação em escala. No entanto, ao tentar qualificar a prática, produzindo um sentido de atualização contínua da

informação, o jornalismo promove o excesso que, na visão de Marcondes Filho (2002), justamente, acaba por depreciá-lo, retirando de si o status de referencial da razão inquestionável associado à modernidade.

Por outras palavras, é dizer que a produção e a distribuição de informação em grandes quantidades acaba por produzir o efeito de banalização dos fatos. O tempo real tenta dar à notícia uma condição de compartilhamento do fato “em tempo real” a quem a recebe por, supostamente, ter acesso a ela no momento em que acontece. No entanto, freqüentemente, a sobrevalorização da informação atual e “ao vivo”, impõe-se à informação precisa e com conteúdo na medida em que o sentido de urgência não disponibiliza tempo para a apuração e para a interpretação dos fatos. Diz Neveu (2006) que a velocidade torna-se, por isso, significado de “excelência dos fatos”:

A possibilidade técnica de uma informação em “tempo real” contribuiu para uma forma de redefinição do acontecimento, hoje associada à transmissão ao vivo, tomando como referência seu poder de fazer compartilhar com o público uma ação, se possível emocional, no momento em que ela acontece. O revés do movimento reside na valorização de informações de fraca significação (o míssil das 20 horas” no telejornal da Guerra do Golfo), a quase impossibilidade de um distanciamento analítico dos atentados ou catástrofes. Os perigos dessa conversão da velocidade em excelência profissional que a tecnologia autoriza se mostram mais consideráveis ainda nas redações multimídia como a do *Chicago Tribune* (Klinenberg, 2000). O princípio torna-se aqui lançar a informação, desde sua coleta, no canal mais propício a garantir o furo e a acessibilidade imediata. Algumas horas de reflexão e de antecipação entre coerência de redação e fechamento se evaporam, substituindo os prazos já angustiantes da informação cotidiana pelo que um jornalista descreve como “ciclone informacional” permanente, em que o imperativo de apuração da informação se torna uma dificuldade. O volume de informações tornadas tecnicamente disponíveis na Internet introduz também um fantástico desafio para o jornalista. O acesso direto a conjunto de fontes nas quais se abastecem os jornalistas (notas de agência, comunicados oficiais) os priva de um recurso estratégico. Firms, associações e instituições multiplicam os *sites*, oferecendo uma informação preocupada em não levar prejuízo a sua imagem (...) (NEVEU, 2006, p. 166).

Ramonet (1999) diz que a conseqüência para o jornalismo, nesse momento, da “abundância da informação” a partir das novas condições tecnológicas é resultado do que chama de mimetismo mediático. Todos os meios de comunicação e ou suportes, especialmente os de referência, apontando para a o jornalismo, lançam-se na cobertura precipitada dos acontecimentos, dispensando uma importância excessiva aos mesmos. Os diferentes *media*, assim, se auto-estimulam. Quanto mais falam de um assunto, mais se convencem coletivamente de que o assunto é indispensável, central, capital, e que é preciso

fazer a cobertura. E a mídia, sujeita à concorrência, é levada, quase apesar dela, a esta superoferta (RAMONET, 1999).

Na mesma perspectiva de Ramonet (1999), também Marcondes Filho (2002) aponta outro ingrediente do contexto da superinformação que diz respeito à dramaticidade e à hiperemoção da narrativa jornalística. Segundo Marcondes Filho (2002) a exploração desses elementos vai condicionar a “verdade” de uma informação ao seu potencial de emocionar e tocar o público. E nesse processo, os recursos tecnológicos são fundamentais.

Marcondes Filho (2002) também aponta como característica do jornalismo tecnológico a substituição do agente humano jornalista por sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão das informações. São várias fontes tecnológicas que recolhem material de todos os lados e produzem notícia. Cada vez mais, a tecnologia faz *pele* e *no* lugar do jornalista. E um bom exemplo é o que acontece na redação. Segundo Marcondes Filho (2002), as novas tecnologias agem em dois planos, virtualizando o trabalho e interferindo radicalmente nos conteúdos:

Em relação ao trabalho, o homem da redação, acostumado a escrever sobre o papel, a participar fisicamente do ambiente com os colegas, a ver seu produto “realizado” como objeto jornal, passa a se submeter à lógica imaterial da tecnologia (...) e a se adaptar à completa volatilização do ambiente de trabalho e do produto final (MARCONDES FILHO, 2002, p. 30).

Em relação aos conteúdos, o autor acredita que a tecnologia interfira priorizando algumas linguagens em favor de outras. A visibilidade técnica cobrada na qualidade das imagens acaba se impondo como um modelo estético no jornalismo, tanto de televisão, quanto impresso, ou mesmo na web. A prioridade, assim, é a cena perfeita, depois, um texto, uma narrativa, uma notícia e é exatamente o que a tecnologia pode viabilizar através de seus recursos, uma melhor montagem cênica de notícias e acontecimentos, com efeitos como se fossem reais. Essa característica vai determinar um investimento grande na aparência e na dinamicidade da página e/ou da tela de maneira que, assuntos associados ao insólito e ao curioso passam a ganhar mais espaço. Segundo Marcondes Filho (2002), o compromisso do noticiário deixa de informar para surpreender as pessoas. Ramonet (1999) vê essa proposição corporificada na valoração das notícias a partir de seu apelo visual, na medida em que a importância dos acontecimentos vai se mostrando associada à riqueza das imagens. Diz o autor que, se um acontecimento pode, além de ser contado, também ser mostrado “ao vivo” e

em tempo real, será sempre mais forte e mais importante que aquele que permanece invisível e cuja importância é abstrata<sup>82</sup>.

Do ponto de vista do processo produtivo da notícia – desde sua captação, edição e publicação – a dinâmica de alterações proporcionada pelas novas tecnologias de informação e comunicação é especialmente evidenciada a partir da digitalização das informações. Machado (2003) apresenta a tese de Innis para dizer que modelos diferenciados de produção de notícias apontam para uma vinculação entre os tipos de conteúdos oferecidos pelo meio com a noção de tempo constituída pelo suporte tecnológico dominante em cada época. E dá exemplos:

Antes da incorporação do telégrafo era impensável a existência de notícias diárias, do mesmo modo que a criação de televisões dedicadas 24 horas ao jornalismo como a CNN sem uma rede mundial de satélites. Com a interligação do planeta pela tecnologia digital, que permite a difusão instantânea de todas as formas de expressão no mesmo suporte, o formato padrão de produção centralizada da notícia dentro do ciclo diário passa a sofrer a concorrência de um sistema mais descentralizado, de alimentação contínua dos conteúdos. (MACHADO, 2003, p.62).

Pontualmente, dentro da redação, a inserção das novas tecnologias vai provocar alteração nas práticas jornalísticas, segundo Machado (2003) de duas formas. Numa, os recursos e possibilidades da tecnologia, evidenciados no uso dos recursos de digitalização da informação e na formação de redes, característica da Sociedade em Rede (Castells, 2003), são concebidos como ferramenta auxiliar, diz Machado (2003), na elaboração de conteúdos para o que chama de meios de comunicação clássicos, ou seja, que ainda são abastecidos com métodos clássicos de coleta de dados. É o meio de comunicação tradicional que se utiliza dos recursos tecnológicos em momentos e instâncias específicas, combinando novas tecnologias como o dito modelo clássico. E é neste modelo que se insere o telejornalismo de Tv aberta que, se constitui num meio clássico que se articula no processo produtivo com as novas tecnologias.

No segundo modelo, todas as etapas do sistema jornalístico de produção – desde a pesquisa e a apuração até a circulação dos conteúdos – estão circunscritas às fronteiras do ciberespaço (MACHADO, 2003). E nesse sistema de produção, uma das principais mudanças

---

<sup>82</sup> A ascendência da imagem como valor notícia justifica para ambos os autores, Marcondes Filho (2002) e Ramonet (1999), a valorização e também ascendência do telejornal sobre os outros suportes midiáticos na sociedade contemporânea e será oportunamente desenvolvida no próximo capítulo.

apontadas diz respeito ao papel do jornalista, que sai da condição de mediador, para se tornar fonte de informação a partir do novo cenário tecnológico. A matriz tecnológica do jornalismo digital implode com o modelo de produção de conteúdos centrado no profissional. E, embora essa condição tecnológica esteja mais evidente no Jornalismo Digital<sup>83</sup>, deixa claro que as transformações da tecnologia impactam no jornalismo como um todo em seus diferentes suportes, por conta do que chama de descentralização do processo produtivo de notícias. A estrutura descentralizada, diz o autor, complica o trabalho de apuração dos jornalistas nas redes devido à multiplicação das fontes sem tradição especializada no tratamento de notícias, espalhadas em escala mundial:

Nos sistemas convencionais de jornalismo, a preferência pelas fontes oficiais representa uma estratégia dos profissionais para obter dados fidedignos de personalidades reconhecidas, respaldadas pelo exercício de uma função pública. Uma característica que, mesmo decorrente da estrutura social que predomina nas sociedades industriais, quando elegida como critério decisivo para a definição das pautas, arrisca a credibilidade da publicação pelo tom oficialista dos conteúdos. Na medida em que a arquitetura descentralizada do ciberespaço desarticula o modelo clássico, o exercício do jornalismo nas redes telemáticas depende do estabelecimento de critérios capazes de garantir a confiabilidade do sistema de apuração dentro de um entorno com as especificidades do mundo digital (MACHADO, 2003, p.25).

Já Marcondes Filho (2002) diz que a tecnologia tem promovido grandes alterações no ambiente redacional. A adoção de computadores, sistemas em rede, acesso on line à Internet, fusão e mixagem de produtos na tela conduziram as empresas jornalísticas a uma reformulação completa de seu sistema de trabalho, adaptando em seu interior a alta velocidade de circulação de informações, exigindo que o homem passasse a trabalhar na velocidade do sistema. Ou seja, a tecnologia vai promovendo mudanças na prática jornalística, interferindo inclusive nos critérios de seleção e apuração das informações. Del Bianco (2004) ajuda a pensar essa questão tratando especificamente do uso da Internet na redação que está presente tanto nos modelos clássicos quanto na forma digitalizada de produção de conteúdo jornalístico:

Com a Internet, os jornalistas abandonaram a posição passiva de ficarem à espera de despachos e informes de agências de notícias e *releases* para assumirem a postura “ativa” na recolha de assuntos no ambiente online. Hoje fazem uma “busca orientada” por informação na rede guiada pelos valores e critérios definidos pela política editorial da emissora. O intuito é recolher notícias atuais e de interesse. O trabalho do jornalista não é apenas ler o material para se informar e constituir seu próprio relato dos acontecimentos. A leitura é confundida com a busca de notícia

---

<sup>83</sup> Jornalismo Digital é considerado aqui o jornalismo produzido, editado e posto em circulação em formato digital e nas redes digitais.

pronta. Obter o material de divulgação acabou por se converter num fim em si mesmo (DEL BIANCO, 2004, p. 8).

Por essas razões, Marcondes Filho (2002) entende que o jornalismo acaba por tornar-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa e/ou lingüística. O bom jornalista está mais identificado com aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências da produção de notícias do que quem sabe ou melhor escreve:

Exige-se uma capacidade redacional diversa, utilizável em qualquer editoria, já que as tecnologias não necessitam mais do grande especialista – ou, pelo menos, de “grandes especialistas” –, pois se satisfazem com um prestador de serviços jornalísticos, a saber, um simples e bom redator. A informatização e a operação em tempo real “terceirizam” a análise, o comentário, a interpretação, que passam a ser funções tiradas de outras fontes externas ao jornalismo. (...) a informação terceirizada é submetida à lógica do jornalismo, em que a opinião do especialista, do técnico, do pensador é misturada à argamassa de dados do jornal e assim perdida, tornada inócua, esquecida. A produção informatizada diária e contínua de um jornal tende a triturar os fatos – inclusive as análises –, transformando-os em um produto – apesar da aparência atraente, inodoro, incolor, insosso (MARCONDES FILHO, 2002, p. 36).

Nessa busca pela informação que, sobretudo precisa se dar no ritmo da aceleração contínua, onde a informação vale mais pela precocidade do que pela precisão, as redações buscam continuamente adaptar o processo produtivo ao funcionamento de softwares que agilizem o trabalho e tornem o profissional cada vez mais um cumpridor das demandas, dificultando o trabalho analítico e criativo no relato. Neveu (2006) chama a atenção para o fato de que essas mudanças objetivas tomam uma consistência redobrada quando são interiorizadas pelos próprios profissionais que as entendem como instrumentos de avaliação de sua competência medida pela velocidade<sup>84</sup>:

O trabalho jornalístico foi profundamente afetado por um conjunto recente de mudanças técnicas. O papel da informática é particularmente visível. Em numerosas redações, os jornalistas devem hoje encaixar seus textos em fôrmas pré-definidas (número de caracteres, tipo de colunagem), o que os leva de fato a integrar as funções de paginação. Essa pré-formatação das páginas leva os jornalistas a antecipar as demandas da hierarquia, o que permite, em certas publicações, um controle crescente pelos secretários de redação (Ruellan; Thierry, 1998). As possibilidades de transmissão de dados abertas pela informática também contribuíram para a aceleração sensível da velocidade de trabalho já que, por exemplo, um jornalista do *L'Équipe* (quotidiano esportivo) transmite muito rapidamente, depois do apito final de uma partida de futebol, sua reportagem (e as fotos que a ilustram) redigida em seu computador portátil. Através da multimídia,

---

<sup>84</sup> Segundo Neveu (2006), hoje 88% dos jornalistas britânicos apontam a rapidez de reação como a primeira qualidade profissional e 47% reivindicam a missão de “divertir e descontraír” (Esser, 1999). Os bordões de redação sugerem a interiorização dessas normas: *When it bleeds, it leads* (Quando sangra é sucesso)!

os efeitos da informática se traduzem hoje numa erosão das distinções entre mídia escrita e mídia eletrônica, mas também num desenvolvimento exponencial dos produtores de informação, já que esta pode hoje ser coletada numa grande diversidade de *sites* da *web* além de nos da própria empresa de comunicação. Essas evoluções deixaram o jornalismo mais próximo do acontecimento, reduziram os imperativos de releitura-reescrita das matérias, contribuíram para diagramações e imagens mais atraentes. Elas são também os suportes de novas tensões (NEVEU, 2006, p.166).

A convergência tecnológica e a constituição de redações onde atuam profissionais multimídia somadas ao conjunto das demandas comerciais dessas organizações têm gerado, portanto, a flexibilização não só do conceito do jornalismo, como também da própria produção de notícias. Segundo Bolaño (2006), na redação há uma forte flexibilização do trabalho e uma tendência ao apagamento das fronteiras entre as especialidades jornalísticas:

As atividades próprias do jornalista vão-se, assim, de um modo geral, esvaziando, sendo simplificadas, enquanto outras, antes ligadas a áreas como a informática, ganham relevância e passam a fazer parte das ferramentas intelectuais que o jornalista é obrigado a dominar. O resultado é um amplo processo de desqualificação e re-qualificação, em detrimento do instrumental crítico, anteriormente vinculado à formação desses profissionais (BOLAÑO, 2006, p. 2).

A possibilidade de digitalização dos conteúdos vai dando o tom do processo de flexibilização ao qual estão sendo adaptadas as redações jornalísticas, impondo novas demandas ao jornalismo que, como se disse, torna-se apenas um dos vários produtos informacionais e comunicacionais que compõem a oferta dos grupos de mídia:

Além da informatização da redação e dos processos produtivos em geral do jornalismo impresso radialístico e televisivo, os principais veículos desses meios incorporaram a internet como espaço de monitoramento e mesmo de visibilidade de suas organizações e estratégias, contando com sítios próprios, onde não só reproduzem parte dos materiais já disponibilizados em seus canais tradicionais, mas também ofertam conteúdos diferenciados, sobre a organização, suas atrações e também gerais, em certos casos (BOLANO; BRITTOS, 2006, p. 4). (...) O jornalista *on-line*, por exemplo, pode ser um profissional capaz de transportar as informações de outras mídias para a *web*, mas também alguém que simultaneamente atue em vários meios, uma característica solicitada pelos conglomerados com negócios em vários setores culturais (BRITTOS; BOLANO, 2006, p. 5).

Para Fonseca (2006), a flexibilização pode ser reconhecida como resposta estratégica às necessidades de desempenho das grandes organizações multimídia. Como diz a autora, o investimento da empresa no compartilhamento de conteúdos, que integra o processo de reestruturação produtiva, obedece à mesma lógica de aceleração do tempo de giro do capital. Significa a compressão espaço-temporal para o produtor de notícias (emissor) e para o leitor

(receptor), o que obedece a razões de natureza jornalística. Mas representa, sobretudo, uma forma de “enxugamento”, de redução de custos com recursos humanos e com a própria produção. Diz Fonseca (2006):

Fica clara por um lado, a contradição, inerente ao desenvolvimento capitalista, entre o avanço das forças produtivas, com seu potencial liberador, e a manutenção, em essência, das relações de produção alienadas. Assim, nos espaços alternativos do jornalismo on-line, ao maior controle dos processos produtivos por parte do jornalista, que lhe garante maior liberdade para criar, corresponde carga superior de trabalho, tendo que dominar mecanismos como programação básica para construção de páginas web e produção digital de áudio e vídeo, características crescentemente exigidas pelos grandes portais (FONSECA, 2006, p. 10).

É preciso lembrar, no entanto, que o impacto das novas tecnologias nas redações, como já se pontuou, diz respeito ao um tempo de transição, onde as mudanças tecnológicas, mesmo nos processos mais avançados, ainda não estão completamente implantadas. Machado (2000), por exemplo, ao estudar as práticas produtivas na redação observa que o essencial ainda não mudou nos veículos multimídia. A empresa, por exemplo, segue sendo o lugar de trabalho dos jornalistas. E, ainda que seja possível que o papel do jornalista já não corresponda estritamente ao que era, o repórter continua em contato com os fatos fora da redação. Ou seja, mesmo que os portais sejam efetivamente locais de onde se pode captar e selecionar notícias de agências, bases de dados, informações de rádio, imagens de Tv e informações que chegam por correio eletrônico, a hora de fechamento da edição, por exemplo, segundo Machado (2000), segue mantendo-se. Para o autor, o dead-line fixo inclusive pode ser visto como um conceito contraditório, especialmente para o jornalismo digital, uma vez que permite a atualização das informações durante as 24 horas, conforme vão chegando as notícias das agências.

No caso das emissoras de televisão, essa realidade de grandes inovações promovidas pela tecnologia digital na redação parece distante por enquanto. Os programas de notícias que precisam trabalhar com áudio e imagem em movimento ainda se mostram a partir de uma organização mais tradicional nesse aspecto, sem grandes alterações nesse início do processo de transição tecnológica conforme será visto no próximo capítulo mais detidamente.

Numa visão mais otimista, no entanto, Pavlik (2000) acredita que as mudanças tecnológicas, a partir da evolução do momento de transição vivido atualmente, poderão qualificar o jornalismo. A passagem de um mundo que usava meios de comunicação

analógicos para outro que utiliza meios digitais está mudando positivamente e mudará ainda mais a forma de produzir a informação, bem como a maneira como os jornalistas trabalham segundo o autor. Além disso, ele também aponta alterações no conteúdo das notícias, na estrutura da redação e da produção industrial da notícia ao tornarem-se globais, e as relações entre as empresas de comunicação e os seus públicos: as fontes, a audiência, os concorrentes e o governo que regulamenta os meios.

Essas mudanças poderão ser nitidamente sentidas em quatro movimentos conforme Pavlik (2006). O primeiro diz respeito ao fato de as tecnologias, por serem cada vez mais portáteis e eficientes, poderem trazer novas facilidades para os repórteres que estiverem em campo fazendo coleta de informações e entrevistas com fontes, o que só tende a contribuir com o jornalismo. Num outro aspecto, o autor também observa que a tecnologia pode tornar o estilo de narrar as notícias mais interessantes, especialmente para as audiências mais jovens. Na verdade, ele considera este um imperativo do jornalismo uma vez que os cidadãos de maneira geral se utilizam de recursos como blogs e programação feita para podcasts<sup>85</sup> no seu cotidiano, e por isso os jornais terão que dar conta dessa nova tendência no momento de produzir e editar as notícias.

Para o pesquisador, as novas tecnologias mexem também e mexerão progressivamente com as estruturas organizativas dos meios de comunicação. E dá exemplos ao tratar da possibilidade muito concreta de transformar as redações em escritórios virtuais onde os contatos não precisarão ser diários nem limitarem-se ao mesmo espaço físico. Uma vez que a redação pode se estabelecer em qualquer lugar com acesso à Internet de alta velocidade e sem fio, os repórteres, diz Pavlik (2006) poderão estar mais frequentemente no local dos acontecimentos, observando novos eventos e entrevistando fontes. Além disso, o escritório virtual representa uma significativa economia de custo e um aperfeiçoamento na cobertura das notícias segundo o autor.

Por fim, Pavlik (2006) aponta a necessidade do jornalismo se reafirmar como a salvaguarda das democracias enquanto provedor de informação. Diz ele que num tempo de grande crescimento nas publicações digitais, torna-se comum perguntar afinal quem é o jornalista. Essa transformação apresentada pelas tecnologias nas relações entre as

---

<sup>85</sup> Termo utilizado para designar a programação, especialmente de áudio, feita pelo próprio usuário a partir de dados disponibilizados na rede.

organizações de notícias e seus públicos, particularmente as audiências, fontes e concorrentes vai gerar uma altamente fragmentada e ativa audiência de notícias, além de intensa competição da mídia que, segundo Pavlik (2006) vai exigir um posicionamento ainda mais profissional dos jornalistas:

Através da inovação, o jornalismo profissional pode reafirmar seu papel como a salvaguarda da informação da democracia. A questão é que quaisquer que sejam os media de notícia e seus líderes, estes terão que adotar as tecnologias para ajudar a conduzir a transformação. Ou os “fazedores de notícia” simplesmente seguirão os outros, deixando o jornalismo profissional enfraquecer num limitado e secundário papel na sociedade<sup>86</sup> (PAVLIK, 2006, p. 9).

Para o pesquisador, diante de toda a informação disponível na rede, o papel do jornalista precisa ser reafirmado a partir de um trabalho que diz respeito à avaliação dos conteúdos disponibilizados e construção de um sentido destes conteúdos na organização e sistematização das informações, num movimento contrário à lógica atual da velocidade que impossibilita a análise das informações:

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*). Acredito que as funções do jornalismo devem se afastar do sistema *breaking news*, de valorização da rapidez na transmissão da notícia, e caminhar em direção à análise da informação. Nesse caso, o jornalista contribui para construir o sentido dos acontecimentos, situando-os dentro de contextos mais amplos. O jornalista precisa ter ampliado esse papel, como aquele que colabora para a construção do sentido das situações, e reduzir o tempo que gasta na competição em ser o mais rápido, mesmo porque para isso não é necessário um grau elevado de inteligência. Defendo que os jornalistas comecem a evoluir para o nível de colaboradores na construção do sentido dos acontecimentos, o que exige muito mais inteligência (PAVLIK, 2000, p. 149).

As pontuações de Pavlik (2000) mostram que a relação do jornalista com seus públicos caminha para uma tentativa de aprimoramento focada na possibilidade de uma diálogo mais estreito entre estas duas instâncias. O pensamento do autor vai ao encontro de outro fenômeno fruto das novas tecnologias que diz respeito ao crescimento das informações disponibilizadas na rede pelos ditos “cidadãos comuns”. Graças às possibilidades tecnológicas, a participação dos usuários nos conteúdos é um importante e impactante movimento contemporâneo por conta do seu grau de interferência nas estratégias midiáticas de produção e distribuição de informações. Tanto que alguns meios de comunicação passaram

---

<sup>86</sup> Tradução do autor.

a possibilitar a participação dos leitores, ouvintes, internautas e/ou telespectadores na produção de suas notícias, especialmente quando da ocorrência de grandes eventos midiáticos<sup>87</sup>, em que o cidadão comum esteve próximo ou testemunhou o fato.

Esse movimento de participação da audiência nos conteúdos tem sido paulatinamente motivo de discussão do que se convencionou chamar de jornalismo *Open Source*<sup>88</sup> ou Jornalismo Cidadão<sup>89</sup>. Em consequência das possibilidades oferecidas pelos recursos de interatividade, segundo Fonseca (2006), dá-se a participação do público, que é chamado a colaborar fornecendo conteúdos que repercutem, assim, no fazer jornalístico. O estreitamento desta relação entre a mídia tradicional e os receptores, especialmente nos jornais impressos, é a possibilidade dos meios convencionais convocarem e resgatarem a audiência que tem migrado cada vez mais para os meios de comunicação da Internet. Ou seja, embora a participação do leitor nos veículos de comunicação nunca tenha sido uma novidade<sup>90</sup>, segundo Alcântara (2007), a interferência do público sempre foi limitada pelo espaço e pelos filtros editoriais:

Com a convergência das mídias, promovida pelas constantes revoluções tecnológicas, um aparelho de celular com acesso à Internet pode abrigar várias formas de captação do conteúdo. É nesse contexto que surge o “jornalismo cidadão” (ALCÂNTARA, 2007, p. 32).

Já para Brambilla (2005), a participação do receptor na produção da notícia está sintonizada com as características do jornalismo contemporâneo situado na nova configuração da Sociedade em Rede. A autora considera a prática do Jornalismo Open Source ou Jornalismo Cidadão a possibilidade de retirar do pólo emissor a centralidade do processo jornalístico:

O que o jornalismo *open source* vem provocar é uma instabilidade em um modelo restritivo, instabilidade esta, que começa pela integração de dois pólos, até então opostos, do processo comunicacional midiático: o jornalista e o leitor/ouvinte/espectador. No jornalismo *open source*, o sujeito que lê é o mesmo

---

<sup>87</sup> Segundo Alcântara (2007) é possível exemplificar esta tendência com alguns eventos de grande repercussão midiática que promoveram a manifestação de muitos internautas em seus espaços de disponibilização de informações na rede como os ataques terroristas em Londres em 2005 e o furacão Katrina nos Estados Unidos no mesmo ano. (Imprensa: abril 2007).

<sup>88</sup> Jornalismo de fonte aberta. Tradução do autor.

<sup>89</sup> Segundo Foschini e Taddei (2006) as expressões Jornalismo participativo, Jornalismo colaborativo, Jornalismo código aberto e Jornalismo grassroots referem-se todas as diferentes formas de intervenção no receptor na produção da notícia.

<sup>90</sup> Alcântara (2007) se refere ao rádio que sempre foi, segundo ele, o meio de comunicação que melhor adotou o conceito de interatividade.

que escreve as notícias, compartilhando responsabilidades e tendo no envolvimento pessoal sua principal moeda de troca. O espaço que os *media* de massa abrem para o público, limitado às sessões de cartas, avança sobre o território editorial, assumindo as pretensões informativas de um noticiário padrão. Quebra-se, portanto, o monopólio do controle sobre os meios de publicação, ao que cabe um paralelo à produção colaborativa de softwares por comunidades que partilham os mesmos interesses e habilidades (BRAMBILLA, 2005, p. 92).

No entanto, esse entendimento do Jornalismo Cidadão como prática descentralizadora e emancipatória não é consenso. Ainda que o movimento pretenda se alinhar ao que propõem os recursos e a lógica operativa da Internet e das relações em rede, como a descentralização da produção do campo estrito dos emissores e a orientação da prática jornalística a partir dos pressupostos da democracia eletrônica, a prática não se traduz exatamente em emancipação informativa.

Moretzshon (2007), por exemplo, argumenta que a tecnologia não é capaz de alterar as relações sociais a ponto de superar, de modo tão simples quanto se faz parecer, a transição do que chama de modelo broadcast – um para muitos – para a “rede pensante” – de um para outro – produzindo o híbrido entre consumidor e produtor. Para a autora (2007), o movimento dos repórteres-cidadãos é influenciado pelo argumento de oposição entre o poder imperial, exclusivista, elitista e arrogante dos jornalistas – ou das grandes empresas jornalísticas – e as audiências, o público difuso. E por isso, diz ela, fica tão fácil desenhar-se o quadro de uma disputa entre “blogueiros” e o jornalismo tradicional. No entanto, é uma visão simplificadora e mistificadora.

Moretzshon (2007) diz que a prática do jornalismo colaborativo ou cidadão, ou ainda o Jornalismo Open Source, não pode, por si só, romper com as relações de poder já estabelecidas em sociedade. Na verdade, esse processo se reflete nas práticas comunicativas, inclusive no Jornalismo Cidadão ao não prever, por exemplo, o mesmo nível de qualificação entre os jornalistas e os cidadãos comuns. E dessa forma, promove-se continuamente a mistura entre fatos e opiniões, uma vez que não há a prática da verificação das informações disponibilizadas, um atributo esperado pelo público com relação ao jornalista profissional:

(...) o jornalismo participativo trabalha com a lógica inversa, publicando primeiro e filtrando depois. Porque isso faria parte da própria lógica de auto-correção propiciada pela troca de informações entre cidadãos ativos (...). Publicar primeiro e filtrar depois é propriamente o postulado do “*open source journalism*”, ou jornalismo de fonte aberta, em que a comunidade envolvida participa da elaboração da informação, complementando-a ou corrigindo-a – bem de acordo, aliás, com o “método wiki”. (...) esse tipo de jornalismo seria viável *apenas* nessas condições

que supõem um equilíbrio na qualificação de quem participa desse fórum e implicam um alcance limitado (MORETZSHON, 2007, p. 265).

Diante da impossibilidade da prática emancipatória do Jornalismo Cidadão, Moretzshon (2007) chama a atenção para a proposição mercadológica que tem esse movimento. Tomando como exemplo o site de notícias sul-coreano *OhmyNews* – pioneiro na prática de trabalhar com repórteres-cidadãos<sup>91</sup> como produtor de informação – a autora diz que o mais correto seria dizer que essa “revolução na história da imprensa mundial” seja mais propriamente um bom slogan para uma iniciativa empresarial como tantas outras, “que apenas tira proveito da agilidade proporcionada pelas novas tecnologias e estimula o público a alimentar o projeto em troca de uma remuneração simbólica e do status de “repórter”, ainda que não “profissional”” (MORETZSHON, 2007, p. 270).

Em movimentos de aproximação do receptor à produção, o jornalismo contemporâneo tenta transformar a prática jornalística do século XX num modelo vencido que, segundo a autora, encontra terreno fértil diante dos valores pós-modernos. O jornalismo, por conta da velocidade dos processos e da formatação cada vez mais mercadológica, foi recuando de sua função, tanto epistemológica e de mediação, quanto de engajamento nas grandes causas sociais, estas também enfraquecidas. Por outro lado, a globalização neoliberal e o recuo forçado do Estado promoveram a instabilidade e destruição dos direitos sagrados diz Moretzshon (2007). Nessa conjuntura, toma forma a desconstitucionalização das grandes verdades, em consonância com a fluidez e a virtualidade pós-modernas, afetando também o jornalismo e seus modos de produção centralizados e verticais. Dessa forma, destituído de seu sentido de referencialidade pelo senso comum, no jornalismo tudo passa a se equivaler:

(...) se tudo se equivale, não haveria por que conferir a essa atividade uma autoridade especial; é apenas um discurso, mais um entre tantos. Todos somos jornalistas, tudo é jornalismo, como todos somos artistas e tudo é arte (...), tudo é ciência, tudo é absolutamente importante e espantosamente banal (MORETZSHON, 2007, p. 274).

Esse discurso da equivalência, que pode retirar da prática jornalística sua particularidade enquanto atividade profissional é, para Ramonet (1999), parte integrante do processo de desconstituição do jornalismo de maneira geral. E a estrutura da sociedade contemporânea contribui para a pouca clareza do lugar do jornalismo que, por colocar para

---

<sup>91</sup> Segundo Moretzshon (2007), o site iniciou as publicações, em inglês e na versão internacional em 2004, com 1.300 “repórteres-cidadãos” em aproximadamente 100 países.

circular informações das grandes instituições e corporações comerciais na *world culture*, cada vez mais se confunde com a publicidade e as relações públicas com suas informações corporativas focadas na criação de valor:

Este tipo de comunicação acaba por perturbar, parasitar, confundir o trabalho do jornalista; ela lhe rouba sua particularidade, sua singularidade, sua originalidade. Além disso, estas instituições fornecem informações aos jornalistas, solicitando-lhes em troca que sejam seus porta-vozes. Não se trata exatamente de uma ordem, mas de uma sugestão que pode ser feita de maneira extremamente sedutora e convincente (RAMONET, 1999, p. 56).

Nessa perspectiva, o autor chama a atenção para o fato de que, justamente, é a fragilização do lugar singular do jornalismo que vai reafirmar a possível condição de igualdade entre o jornalismo e seus diversos campos, inclusive o receptor, por conta das novas tecnologias:

Também as novas tecnologias favorecem o desaparecimento da especificidade do jornalismo. Ao mesmo tempo que as tecnologias da comunicação se desenvolvem, o número de grupos ou de indivíduos que comunicam é maior. Assim, a Internet permite a qualquer pessoa não só ser efetivamente, à sua maneira, jornalista, mas até encontrar-se à frente de uma mídia de alcance planetário (RAMONET, 1999, p. 56).

Apesar da interferência das tecnologias na lógica da produção jornalística, no sentido de estabelecer as relações virtualizadas, interativas e em rede, ser mais comumente associada ao *media* on-line, esse processo se dá no grande conjunto dos meios de comunicação. Até porque, como já referido, o surgimento da nova mídia, no caso dos meios de comunicação na web, promove alterações também no funcionamento das ditas mídias convencionais, como por exemplo, o fato de terem, à disposição dos internautas suas versões on-line. Dessa forma, vê-se que, se a digitalização vai significar uma nova lógica organizativa e produtiva nos conteúdos informativos da Internet, essas mudanças também vão sendo sentidas no conjunto dos meios de comunicação.

No caso específico em estudo, a programação da televisão aberta é continuamente afetada tanto pelas tecnologias que dizem respeito ao seu suporte midiático – o meio audiovisual – quanto pelas tecnologias que interferem e afetam as mídias jornal, rádio e portais de Internet. E é nesse sentido que se busca entender o jornalismo de televisão neste intervalo da história da mídia contemporânea. As mudanças no jornalismo, na transição do papel de referencialidade – identificado com a Modernidade e seus pressupostos de

esclarecimento – em direção a um momento novo, a Pós-Modernidade, ainda em construção, mas com algumas marcas evidenciadas de relativização e flexibilização de seu conceito e de seus modos de fazer, bem ao gosto da sociedade contemporânea, deixa claro que, apesar de não ser mais o que era, o jornalismo ainda não se constitui exatamente no que ainda virá a ser.

Dentro da televisão, essa transição do jornalismo precisa ser vista a partir do fato de que as novas tecnologias a ela relacionadas, como a digitalização do sinal – desde a captação até a entrega –, ainda não foram completamente implantadas. E, ao mesmo tempo, por outro lado, também as possibilidades da Internet e seus meios – como interatividade, hipertextualidade e instantaneidade – vão produzindo interferências na sua linguagem e nos conteúdos. Esse movimento da televisão, de tentar se reconhecer neste contexto de transição, reafirma a proposição defendida neste trabalho de que o veículo e sua programação jornalística estão num intervalo experimental de recursos e possibilidades, buscando encontrar o caminho e a linguagem para a adoção da plataforma digital, em acordo com as necessidades e demandas de seu tempo. Essa conjuntura vai resultar na formatação muito particular do telejornal, nesse momento, por conta do programa ser resultante de um duplo jogo de forças, tanto da fase de transição da televisão enquanto veículo, quanto do jornalismo enquanto instância de produção simbólica da indústria cultural.

### 3.3 O QUARTO JORNALISMO NA TV ABERTA: ENTRE O PRESENTE E O FUTURO

Em consequência da dupla relação interposta no trabalho de produzir um telejornal diário, o programa de notícias na televisão resulta na confluência tanto das regras de funcionamento do mundo do jornalismo, quanto do mundo da televisão, uma vez que ambas processualidades incidem nas suas formas de produção e em seus formatos de endereçamento à audiência.

Dessa forma, ao ser pensado sob a perspectiva dessa dupla dimensão que o constitui, o telejornal está identificado com estas duas lógicas e seus condicionantes políticos, sociais, econômicos e tecnológicos. De um lado, impõe-se a lógica operativa do jornalismo contemporâneo, visto na transição de tradutor epistemológico e desvendador de verdades da modernidade em direção à fluidez dos conceitos contemporâneos; e de outro, a formatação

dos produtos audiovisuais, especialmente na Tv aberta, que tem estabelecido contornos e modos de produção específicos, configurando, um certo padrão tecno-estético (Herscovici, 1995) aos programas.

Do ponto de vista de produto audiovisual, o fato de produzir notícias para a televisão, dispensa ao telejornal um lugar distintivo dentro da grade heterogênea de programação das emissoras, composta por telenovelas, programas de auditório, filmes entre outros. A identidade e o reconhecimento dos telejornais estão associados ao efetivo trabalho de produção e tratamento de informações comprometidas com a referencialidade necessária à cotidianidade dos indivíduos. Seu diferencial no tratamento desta informação referencial, em relação aos outros media jornalísticos, é o uso do poder de sedução e abrangência do som e da imagem em movimento que, segundo Becker (2004), explica porque o telejornal torna-se a instância que desfruta de especial credibilidade e impacto, ao gerar “sentidos de verdade” à notícia:

Os telejornais são produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea e as principais fontes de informação para maioria da população brasileira. Uma das principais características da linguagem dos noticiários de Tv é garantir a verdade ao conteúdos dos discursos e também a própria credibilidade do enunciador. Produzem sentidos que resultam numa pretensa objetividade e no mito da imparcialidade. Os textos provocam efeitos de realidade. E as construções dos enunciados jornalísticos se confundem com o real porque os personagens são reais e a matéria-prima da produção são os fatos sociais (BECKER, 2004, p. 9).

Também dito por Vizeu (2005):

Os noticiários televisivos ao apresentarem as notícias diariamente de uma forma sistematizada e hierarquizada constituem-se em um referente importante na construção desse mundo do cotidiano. Ao assistirem um telejornal, as pessoas também procuram sentidos para a realidade que as cerca. Elas aprendem ativamente e atribuem significados, ressignificam o mundo do telejornalismo, na experiência do seu dia a dia. (...). Na produção de parte da realidade, os efeitos que o desenvolvimento da televisão produz no campo jornalístico e submetido as suas regras e economia de produção são incomparavelmente mais importantes que aqueles que o surgimento da literatura industrial, com a grande imprensa e o folhetim provocaram nas definições modernas da cultura (VIZEU, 2005, p.7).

É justamente com base na idéia de que os telejornais são uma das principais fontes de informação para a grande maioria da população que Arnanz (2002) diz que os programas têm se tornado cada vez mais estratégicos para as emissoras por terem se firmado como programas indissociáveis da grade de programação reconhecida pelos telespectadores:

Os informativos se consolidaram na televisão como um dos principais conteúdos, com a virtude de ser, sem diferenças, uma contribuição original do meio. Seus efeitos sociais são notórios se se aceita que um terço da população de países como a Espanha conhece as notícias diárias só através da televisão convencional. Isso é assim por uma razão básica de utilidade, ou se se prefere, de simplicidade de acesso, que se relaciona também com hábitos, níveis socioeconômicos e outros itens do repertório sociológico de explicações para a audiência (ARNANZ, 2002, p. 122).<sup>92</sup>

Também Bustamante (1999) reforça a idéia de Arnanz (2002) sobre a representatividade do telejornal de Tv aberta, lembrando que, mesmo custando caro para as emissoras, os programas de notícias são muito importantes às emissoras. Tão importantes a ponto de ser impossível pensar na grade de programação de uma emissora sem seu telejornal diário. Por essa razão, a perspectiva da representatividade dos programas de notícias fez com que eles fossem naturalmente transpostos para os canais por assinatura, integrando a programação:

Sem dúvida, a estabilização dos operadores privados veio mostrar que a informação era um elemento capital para legitimar sua presença e que, inclusive em casos de falta de rentabilidade direta, resultam imprescindíveis para a imagem da cadeia. Internacionalizados seus componentes (agência de imagens da UER, grandes agências internacionais), seus formatos exigem, sem dúvida, uma nítida maneira de executar nacional, embora estejam formatados a partir de perspectivas de entretenimento e gênero cada vez mais intensas (BUSTAMANTE, 1999, p.115)<sup>93</sup>.

Dentro do processo de globalização, essa condição estratégica dos telejornais é continuamente fortalecida a partir da oferta da grade televisiva, porque são programas importantes tanto do ponto de vista institucional como formador da opinião pública, quanto por conquistarem, em função disso, também um papel central nas negociações comerciais das emissoras. Num tempo onde a informação é a matéria-prima (Castells, 2003), a produção simbólica do telejornal, por conta de seu grande alcance proporcionado pelas novas tecnologias, além do foco no comprometimento com a referencialidade, reafirma seu valor (Vilches, 2006) a partir da importância que assumem os fluxos e trocas comunicacionais na contemporaneidade.

Como se tratou ao longo deste trabalho, as mudanças que caracterizam a Sociedade em Rede ou Sociedade da Informação (Castell, 2003) ou ainda, o Tecnocapitalismo (Kellner, 2006), dizem respeito ao fato de os produtos culturais, entre eles o telejornal, que antes tinham seu valor associado à sua função enquanto superestrutura, agora serem também a

---

<sup>92</sup> Tradução livre do autor.

<sup>93</sup> Tradução livre do autor.

infra-estrutura por onde os fluxos de comunicação e informação percorrem o mundo. Ou seja, os telejornais bem representam Castells (2003) quando o autor diz que a Sociedade da Informação aproxima as forças produtivas da cultura, produzindo um encontro entre espírito e matéria. Retomando Arnanz (2002):

Os canais generalistas encontraram na informação um sinal de identidade facilmente transformável em marca e um mecanismo para aumentar seu prestígio e visibilidade de seu compromisso com o serviço público (e em ocasiões para acentuar sua suposta influência social e política). Se trata além disso de um recurso de programação que os canais realizam e exploram por si mesmo, que estrutura a oferta e canaliza os hábitos da audiência: os informativos regulares permanecem durante anos no mesmo lugar do fluxo da programação, imóveis como uma instituição pontual como um sinal inequívoco de vinculação com a realidade (ARNANZ, 2002, p. 123)<sup>94</sup>.

Também Souza (2005) ilustra a união da produção simbólica da cultura com a sua estrutura, no caso do telejornal, especialmente evidenciada em tempos globais:

A televisão de alcance mundial viabilizada pela tecnologia dos satélites, assume um papel significativo na construção da opinião pública internacional. O processo de globalização do jornalismo eletrônico está crescendo e promovendo um grande impacto em vários sistemas. (...). As redes de televisão internacionais são interligadas por meio de um complexo sistema de satélites de distribuição de troca de materiais jornalísticos (SOUZA, 2005, p.28).

O telejornal se torna, por assim dizer, expressão dessa aproximação cada vez maior da esfera cultural à dimensão econômica, característica da condição contemporânea. Como diz Zallo (1988), a comunicação e a cultura fundem-se na base produtiva que sustenta o capitalismo avançado por passarem a ser campos prioritários do regime de acumulação. No que diz respeito ao telejornal, ao vincular-se a uma emissora de televisão, o programa, por sua vez, entra em associação aos condicionantes da indústria cultural reorganizada na nova cena mundial, em relação direta com as mudanças sofridas na sociedade contemporânea, especificamente a globalização do setor de comunicações e a inserção das tecnologias de comunicação e informação.

O processo de desregulamentação e privatização da radiodifusão, face às alterações e ao enfraquecimento do Estado-Nação, e o cenário global competitivo, promoveram as megafusões e a formação de grandes holdings, inclusive das emissoras de televisão, que resultaram na configuração de oligopólios, onde a atuação corporativa torna-se a estratégia de

---

<sup>94</sup> Tradução do autor.

atuação mais adequada. Essas mudanças finalmente resultaram em reformas administrativas que buscaram enxugar as estruturas e estabelecer administrações caracterizadas pela racionalidade direcionada ao controle de custos que têm contribuído fortemente para a idéia de “produto” do telejornal.

Assim, nesta perspectiva de ser tratado como um produto competitivo – por vezes, em dimensão internacional – o programa tem procurado uma formatação de acordo com as novas demandas contemporâneas para que possa se garantir como negócio. No caso das novas tecnologias, com a entrada das Tvs que operam em sinal fechado – ainda que não impliquem em grandes quedas de audiência nas Tvs abertas – as emissoras significaram o surgimento de novos canais – alguns deles especializados em notícias 24 horas – que reafirmam a necessidade de garantir e manter a audiência do telejornal broadcast<sup>95</sup> como condição de sua viabilidade. Ou seja, o telejornal, como todo e qualquer programa de uma emissora de televisão, ao buscar responder eficazmente aos desafios de alta rentabilidade e grande competitividade dos negócios de mídia, não perde de vista, para isso, as demandas do público para atingir o objetivo de maximizar a audiência, visando por sua vez à publicidade<sup>96</sup>.

Também o aumento gradativo do espaço televisivo para os programas especializados em notícias (Bustamante: 1999) tem mostrado que o telejornal é uma fonte de receita para as emissoras e também coloca o programa num lugar de importância para além da questão institucional, ainda que represente ganhos indiretos e/ou não imediatos. Nas palavras de Lima (2004):

(...) o telejornalismo passou a ocupar um papel cada vez mais central na estratégia comercial das empresas de televisão. Isso pode ser constatado pelo recente aparecimento de canais nacionais (por exemplo, Globo News), regionais (por exemplo, CBS TeleNotícias) e globais (por exemplo, CNN) especializados em notícias; e também pelo espaço cada vez maior que os programas informativos passaram a ter na programação total (LIMA, 2004, p. 254).

---

<sup>95</sup> Terminologia americana para o sistema de televisão de sinal aberto, em contraposição ao narrowcast, caracterizado pela operação em sinal fechado e, por isso, segmentado.

<sup>96</sup> Segundo Vizeu Pereira Jr. (2005), o telespectador brasileiro é um dos maiores consumidores de televisão do mundo. Ele gastou diariamente em 2004 quatro horas, 53 minutos e 22 segundos assistindo a televisão aberta. Esse número vem aumentando a cada ano. Em 2003, o consumo médio individual de Tv ficou em quatro horas, 47 minutos e 29 segundos. Há quatro anos a média era bem menor: quatro horas 37 minutos e 15 segundos. A amostra nacional do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) representa 52 milhões de telespectadores em 15,9 milhões de domicílios nas principais cidades brasileiras.

Para Souza (2005), além da questão econômica e institucional, a importância do telejornal diz respeito também à sua vinculação ao conceito de rede de Tv que, em última análise, também se converte num valor oferecido ao telespectador:

A ampliação do telejornalismo na televisão se deu em vários segmentos da programação, passando a ocupar um espaço além dos noticiários, como novas fórmulas. A conquista da importância na grade horária da programação fez as grandes redes de televisão do mundo todo investirem no telejornalismo tanto quanto em outros gêneros. As grandes podem deixar de apresentar um ou outro gênero, mas o telejornalismo ocupa espaço e visibilidade fundamentais para o conceito de rede de televisão (SOUZA, 2005, p. 85).

O telejornal, portanto, desfruta de grande importância na programação das emissoras de sinal aberto. Tanto como produto estratégico de negociação, como elemento constitutivo da ideia de rede, como mobilizador da audiência e como fortalecedor da imagem institucional e de credibilidade da emissora. E neste sentido vai gerando no seu fazer, uma redefinição da cultura profissional do jornalista e da própria prática do jornalismo de televisão (LIMA, 2004).

A descaracterização gradativa do jornalismo como instância explicativa do mundo já discutida, potencializada pelos avanços tecnológicos e interesses econômicos, encontra no processo produtivo do telejornal, a necessidade de formatação de um produto audiovisual também submetido às regras do capitalismo internacional, onde os produtos culturais precisam ser, sobretudo, lucrativos. Em consequência disso, jornalistas trabalham sob a perspectiva de um programa de notícias cada vez mais produto global, tratado sob um determinado padrão, e cada vez menos instância de mediação de saberes e comprometimento público. Como diz Ramonet (1999), por ser comercializado dentro da lógica da otimização neoliberal das emissoras, o telejornal é submetido à concorrência entre grupos midiáticos, o que, em última instância, leva a mídia a relativizar a finalidade cívica em nome da rentabilidade econômica.

Em termos mundiais, a grande expressão desse fenômeno é a rede CNN que, além de prover seus próprios noticiários com produção internacional é uma das maiores fornecedoras para outras emissoras de matérias de cobertura internacional. A rede, que negocia sua produção simbólica em termos mundiais, busca um certo padrão produtivo mundial de telejornalismo para que o produto seja aceito pelo maior número de clientes. Segundo Souza (2005):

O horizonte de possibilidade aberto com a experiência da CNN tanto no solo da técnica jornalística quanto no da crítica da sociedade, características do pensamento neoliberal e pós-moderno, leva a uma circulação dos signos e dos jogos de linguagem por todas as emissoras que utilizam imagens da rede norte-americana em seus telejornais (SOUZA, 2005, p. 29).

O sucesso da proposta americana está ancorado na idéia de um modelo de telejornal (Jameson, 1991) capaz de oferecer uma explicação totalizante do mundo que, segundo Souza (2005), torna a CNN um exemplo de televisão mundial implantada no tempo e ao estilo de tantos outros empreendimentos da era da globalização. Como lembra Castells (2003), na Sociedade em Rede, as informações fazem parte de uma troca permanente, interdependente e interatuante em nível mundial que, no caso do telejornal, tornam sua produção simbólica muito importante, tanto por contribuir com a construção de um imaginário social, como por, ao integrar o conjunto dos produtos dos meios de comunicação.

Em conseqüência disso, o reconhecimento da produção jornalística dentro do universo da produção simbólica multimídia fica continuamente mais difícil. Segundo Vilches (2006), muitos dos grandes jornais pertencem a empresas submetidas ao intercâmbio de fluxos de informação, de recursos tecnológicos, de capital, de pessoal, que produz entre bens e serviços, também jornalismo. No que diz respeito ao telejornal, por ser um programa/produto associado a grandes organizações de mídia e poder que passam a atuar nos mais diversos setores da indústria cultural, o programa integra estas relações que estruturam a atividade dos grupos multimídia, tornando-se um dos produtos do grande setor de infoentretenimento constituído pela convergência multimídia e pelo processo de fusão das empresas de comunicação. E este processo que contribui significativamente para a diluição das fronteiras entre as produções jornalísticas e não jornalísticas, como diz Bucci (2004) é especialmente manifestado na Tv que, por conta da imagem, tende a tratar seus conteúdos a partir de uma orientação mais ficcional e de entretenimento.

É preciso lembrar, nesta perspectiva, que a sobrevalorização da imagem é uma marca contemporânea (Jameson, 1997), uma vez que o “ver” possibilita o “compreender” de forma mais rápida do que em outras linguagens e formas narrativas. Essa condição, como dizem Ramonet (1999) e Marcondes Filho (2002), impõe ao programa que seja, sobretudo, esteticamente envolvente em detrimento de seu valor jornalístico. O telejornal é produzido segundo um padrão que o torna um bom produto do ponto de vista publicitário porque seduz

sua audiência, e este padrão diz respeito a um tratamento estético rico, bem cuidado, podendo resultar na espetacularização e na teatralização das notícias.

Neste sentido, também as novas tecnologias reafirmam a já frágil identidade do jornalismo contemporâneo na medida em que a produção da notícia é tratada cada vez mais como um “show” que precisa encantar, perseguindo uma formatação marcada pela sobreposição da forma ao conteúdo.

Como refere Marcondes Filho (2002), ao valer mais pela imagem do que pelo conteúdo informativo, o telejornal recebe tratamento de cores, efeitos, animações, vinhetas tridimensionais e trilhas sonoras. Esses efeitos estão em consonância com as características da produção jornalística atual que está pautada justamente por este lugar pouco preciso e não mais identificado com o interesse público e mais como um conceito de serviço ou produto. Dessa maneira, o formato do telejornal contemporâneo indica características que vêm expressar o resultado tanto desse tempo de transição e de mudança do paradigma jornalístico, quanto das alterações do veículo e negócio televisão que, enfrentando grande competitividade, também impõe a necessidade de apresentar um programa de notícias sedutor e envolvente.

O telejornal coloca-se, dessa maneira, em acordo com as necessidades contemporâneas, fazendo com que as notícias apresentadas sob esta modalidade narrativa ganhem especial destaque. Sobretudo, o recurso imagético especialmente explorado, nesse momento, faz do telejornal, uma das fontes de informações mais importantes da atualidade, na medida em que são oferecidas e tratadas esteticamente numa combinação pouco clara entre informação e entretenimento e porque, paradoxalmente, pretendem-se mais “epistemológicas” e menos “ilusórias”, por mostrarem os fatos “ao vivo” (Ramonet, 1999). Ou seja, a lógica do telejornal é a lógica contemporânea, porque oferece conexão permanente com o presente, no ritmo veloz de mercadoria, de acordo com a demanda do sistema global e com os valores atuais. Souza (2004) também explica as razões pelas quais este modelo de prática jornalística que chama de “cennenização do jornalismo”, onde a análise das informações se submete à velocidade, numa alusão ao modelo CNN, impõe-se:

Uma delas diz respeito ao custo de produção. Outra é a rapidez e a recepção imediata da mensagem de uma forma que até então nunca foi produzida e recebida. Antes, os repórteres tinham tempo de contemplar uma história. Agora, chegam ao fato no momento da ocorrência e devem transmitir o que estão presenciando para o

mundo todo. Por isso o ingrediente básico é sua capacidade de entender e sintetizar a notícia, de modo que não perca o “charme” da história (SOUZA, 2004, p. 85).

O telejornal expressa, dessa forma, o conflito de reafirmar seu grande valor, por ser a instância de oferecimento da informação referencial – defendendo, para isso, os ideais de imparcialidade e da objetividade – ao mesmo tempo em que se rende à necessidade de ser, também, bonito, encantador, e esteticamente rico em recursos visuais. A sofisticação visual é fruto especialmente das novas possibilidades tecnológicas, como de resto acontece com todos os outros programas da grade da emissora. Segundo Sá Marques (1997) o jornalismo:

(...) chega à década de 90 com um a percepção da realidade voltada para uma construção mais subjetiva dos acontecimentos, onde a ficção e a simulação confundem-se com a referência e a relatividade das categorias de neutralidade, objetividade, imparcialidade e equilíbrio. Amparado pelas possibilidades infinitas da técnica e pressionado pela concorrência midiática, o texto jornalístico luta para manter seu poder contextualizador e recontextualizador da realidade num campo informativo pautado pela globalização da informação e pela mundialização da cultura. Assim, sem perder de vista sua função de textualizar a realidade, referenciando o mundo através da mediação dos consensos e do ensombramento dos conflitos, busca novas formas de atuação para sobreviver em meio a um universo discursivo liderado pelo texto televisivo (SÁ MARQUES, 1997, p. 528).

Um programa cada vez mais “produto”, num tempo onde o jornalismo não mais se pauta pela defesa do interesse público e pela mediação dos saberes, em uma televisão cada vez mais competitiva, resulta em uma produção cada vez mais orientada por critérios jornalísticos que privilegiam a emoção da narrativa. E para isso, o telejornal tem que provocar emoções e ser espetacular. Há, assim, diz Marcondes Filho (2002), uma reinterpretação do real dentro de um modelo palatável e sedutor, capaz de provocar emoção, envolvimento, moldando-se à ficção para se tornar “telejornalizável”. Também Ramonet (1999) trata deste fenômeno no telejornalismo atual ao dizer que adequação dos fatos brutos à linguagem do programa implica tornar as notícias interessantes, instigantes, capazes de fixar a audiência:

Os eventos produtores de imagens fortes – violências, guerras, catástrofes, sofrimentos de todo tipo – tomam portanto premência na atualidade: eles se impõem aos outros assuntos mesmo que, em termos absolutos, sua importância seja secundária. O choque emocional provocado pelas imagens da TV – sobretudo aquelas de aflição, de sofrimento e de morte – não tem comparação com aquele que outros meios podem provocar (RAMONET, 1999, p. 27).

O imperativo das imagens produz a hiperemoção do discurso jornalístico e contribui decisivamente na exploração da natureza da Tv para o espetáculo, especialmente

potencializada pelas possibilidades de virtualização do trabalho com o uso de recursos de computação gráfica, 3D e efeitos sonoros advindos das novas tecnologias:

Quando a matéria visual faz falta, as emissoras não hesitam em fabricá-las artificialmente, apresentando imagens de síntese “mais verdadeira que as verdadeiras”. “Muitas vezes não há imagem de alguma forma (...) então cria-se uma imagem abstrata que pode ser um mapa geográfico, um carro desenhado, etc. Está em expansão um serviço nas redações, o serviço *Paintbox* (paleta gráfica) (RAMONET, 1999, p. 91).

Outra característica do telejornalismo atual apontada por Marcondes Filho (2002) diz respeito ao que chama de lógica da velocidade que está relacionada tanto à rapidez com que cada emissora traz um fato ao público, quanto ao ritmo de apresentação das notícias. Ou seja, a notícia tem mais importância pelo “furo” e pela possibilidade de ser veiculada antes dos outros telejornais, do que pela sua expressão social, política ou econômica. O imperativo da velocidade também resulta na condição da notícia com defasagem mínima entre o fato e a narrativa do fato, diz o autor, que denomina esta situação de “tempo zero”, onde o ápice de eficiência dos sistemas informacionais seria a retransmissão de tudo ao mesmo instante para que os telespectadores pudessem ser testemunhas oculares.

A consequência disso é que a urgência é a condição substitutiva do melhor ou da alta qualidade. A velocidade, por sua vez, ao comprometer a análise, associa-se à emocionalidade e ao irracional, características prejudiciais para o jornalismo, diz o autor, por gerar potencialmente erros e juízos equivocados. E mais do que isso, segundo Marcondes Filho (2002), por causa da aceleração dos processos, o mundo deixa de ser uma realidade “que precisa ser investigada, explicada, conhecida, para tornar-se algo do qual se participa como um jogo de computador, algo que se assiste como um filme de aventura” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 80).

No caso do telejornal, a premência do tempo é regra, lembra Vizeu (2005). O autor segue as observações de Neveu (2006) e Marcondes Filho (2002), quando observam preocupadamente que o imperativo da velocidade torna-se para os jornalistas a tradução de sua própria competência, resultando num trabalho em ritmo de linha de montagem:

A preocupação em terminar apressadamente uma matéria na hora do fechamento, (...), acreditamos que esteja associada aos perigos que cada matéria traz para a redação e para a organização jornalística. É que cada notícia afeta potencialmente a capacidade dos jornalistas no desempenho de sua atividade diária, atinge também

sua competência profissional diante dos superiores e tem influência ainda nos lucros da empresa (VIZEU, 2006, p. 23).

Já Ramonet (1999) chama a atenção para o cenário do telejornal onde acredita ser possível perceber como este critério do instantâneo norteia a produção telejornalística. Num cenário de câmeras dispostas por toda parte, pontua, nada é mais importante que mostrar a rede à qual o programa está integrado, bem como sua rede de correspondentes; a multiplicação das conexões e a garantia de que qualquer coisa que aconteça no mundo será registrada e mostrada instantaneamente. Para o autor, todo esse contexto acaba por caracterizar o produto telejornal, especialmente em suas formas de legitimação de seu discurso de “venda” de credibilidade. Fechine (2006) também diz que o telejornal procura continuamente trabalhar com o conceito que chama de vigilância, ao fazer crer ao telespectador que nada ou nenhum acontecimento importante escapará do espectro de cobertura. Há um sentido de “prontidão” que a vigilância sobre os acontecimentos oferece através do telejornal, segundo a autora, e que ajuda também a reafirmar o compromisso com a notícia<sup>97</sup>.

O ritmo das notícias apresentadas também ajuda a pensar essa questão. Para Marcondes Filho (2002), as notícias são apresentadas segundo uma lógica de troca de planos muito rápida ao estilo da publicidade, o que produz um efeito de aceleração, que dificulta a percepção da audiência, além de demandar a fixação em minicenas, minirelatos, construindo narrativas rápidas e em tempo recorde.

As novas tecnologias têm contribuído significativamente para essa idéia de que o telejornal pode trazer qualquer informação de qualquer parte do mundo, reafirmando seu valor como fonte jornalística. Essa disponibilidade de captação e oferecimento de informações está associada a outra característica do telejornal contemporâneo, apontada por Marcondes Filho (2002): a preferência pelo ao vivo. É critério para os jornalistas optar pela transmissão ao vivo quando trata de um tema de grande impacto, para que essa modalidade de narrativa possa conceder ao telespectador a possibilidade de ver a história transcorrer a sua frente como se fosse ator no desenvolvimento da mesma.

---

<sup>97</sup> Fechine (2006) diz que os helicópteros usados pelos telejornais de grandes emissoras é um bom exemplo de como este sentido de vigilância é explorado. Os globocops, como são chamados, são a expressão, segundo a autora, da presença das equipes em todo lugar através de sobrevôos que garantem a cobertura de grandes eventos, especialmente dentro dos limites das cidades. Diz Fechine (2006, p. 149) (...) *uma sensação de presença que se instaura só pelo simples fato de nos fazerem saber que há um aparato esperando para nos revelar, a qualquer momento e de qualquer lugar o inesperado.*

Há, no “ao vivo”, uma ilusão da pureza plena de transmissão segundo Marcondes Filho (2002), uma vez que os jornalistas acreditam que assim podem substituir a reportagem, em que há sempre um comentário ou angulação particular. Essa conexão com o tempo real, segundo Neveu (2006), proporcionada pelas contribuições tecnológicas, acabou por redefinir o acontecimento associando-o ao “ao vivo”, tomando-o como referência e conceito. No entanto, o fato de se eliminar o processo de edição ao vivo e se trabalhar na perspectiva do instantâneo e do espontâneo, não corresponde à pureza que defendem os jornalistas e que está associada à crença nos ideais míticos de objetividade e imparcialidade.

Para Fechine (2006), a busca da conexão do presente através do “ao vivo” é um valor advindo da influência da linguagem digital na televisão, fruto dessa relação interposta entre o telejornal e as inovações tecnológicas. Ou seja, do ponto de vista das novas tecnologias, se os canais por assinatura trouxeram um reconhecimento de novas linguagens e da competitividade entre as emissoras e os recursos tecnológicos ofereceram possibilidades infinitas de tratamento visual do telejornal, com a Internet, a televisão vai em busca da atualização constante, na medida em que perdeu a exclusividade nas trocas comunicacionais em tempo real desde o surgimento da Web. Por isso, o oferecimento do instantâneo é entendido como uma influência direta da Internet e das aproximações feitas com as características da nova mídia. Além das entradas ao vivo durante o telejornal, os próprios canais de notícias 24h, no caso da Tv por assinatura, são um bom exemplo da busca pelo “fechamento” de edição em intervalos continuamente menores numa alusão à condição tecnológica dos sites de notícia.

A busca incessante por noticiar tudo de todos os lugares e em tempo real vai resultar, segundo Marcondes Filho (2002), na superabundância da informação e a sua conseqüente banalização, contribuindo para a dissolução do jornalismo como instância de referencialidade e de interpretação dos fatos. Esse movimento une-se ao jogo de espelhos que a informação reproduzida nos diferentes telejornais das diferentes redes acaba por produzir, resultando no mimetismo midiático, apontado por Ramonet (1999), ou na circulação circular da informação nomeada por Bourdieu (1997), já que, conforme o autor, no telejornalismo, para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram. E nesse jogo de espelhos opera-se um fechamento dos sentidos e interpretação dos fatos.

Já com relação à emergência da forma narrativa do “ao vivo”, Ramonet (1999) diz que a imposição da notícia em tempo real incidiu no telejornal a ponto de alterar o seu modelo de

representação. Segundo o autor, o jornal da televisão sempre teve como marca a estruturação como ficção e espetáculo, misturando dramaturgia em tons teatrais e cinematográficos em torno de três temas centrais – a morte o amor e o humor –, além de ter, até então, o apresentador como estrela principal<sup>98</sup> dizendo o que se passou. Hoje, este modelo foi substituído pelo que chama de “jornalismo esportivo”, no qual a vida é considerada um jogo e nada mais conta do que as imagens do acontecimento sobre o qual não há grande coisa a dizer. O comentário se restringe ao mínimo e o papel do apresentador é discreto.

Marcondes Filho (2002) também aponta esta característica dizendo que o telejornal atua segundo o modelo esportivo, seguindo um ritmo ao estilo de um jogo de futebol, onde a intervenção do narrador é mínima. Ou seja, os telejornais se utilizam das imagens, mas há pouco ou nenhum texto que os acompanha. Para o autor, essa marca da linguagem do telejornalismo atual está vinculada à idéia de que as imagens explicam tudo por si, levando o telespectador não ao entendimento do fato, mas à vivência do acontecimento. Em vez de compreender, sentir; em vez do intelecto, as emoções. Trata-se da visão de mundo em que a aventura, a emoção, a vivência virtual tornam-se a única razão de ser da comunicação pela Tv (Marcondes Filho, 2002), bem de acordo com um tempo de descaracterização da herança racional moderna.

Diante da adoção dessa linguagem no jornalismo de televisão, também Ramonet (1999) diz que o jornalista se limita a acrescentar o mínimo de informações – pois a força da imagem deve prevalecer, sobretudo – tornando-se possível seguir os eventos do telejornal, suprimindo o som. Diz o autor, “será por acaso que a transmissão mais emblemática da rede europeia de informações, a Euronews, se chama No comment e não comporta, de fato, nenhum comentário?” (RAMONET, 1999, p. 33).

Nesse modelo de telejornal que Ramonet (1999) chama de “jogo” e que diz respeito à busca incessante pela conexão com os acontecimentos “basta seguir a bola para ver o jogo” e o verdadeiro é, sobretudo, o “ao vivo”. No entanto o autor chama a atenção para o perigo da adoção dessa prática na medida em que o jornalismo não é um jogo e suas regras não estão codificadas como as regras do esporte. Ramonet (1999) alerta para o fato de que essa

---

<sup>98</sup> No telejornalismo americano Ramonet (1999) cita nomes de apresentadores consagrados como Walter Cronkite, Peter Jennings ou Dan Rather.

imprecisão dos limites do jornalismo e do entretenimento na contemporaneidade gerada pelo uso da imagem e do instantâneo, ao invés de construir a credibilidade do telejornal, conforme a proposição de origem, acaba por colocar em risco a própria importância e legitimidade dos jornalistas de televisão e por consequência do jornalismo:

Informar não é comentar um jogo. O jornalista que aceita isto se auto-anula admitindo que sua função é praticamente inútil e que, agora, o essencial é mostrar, como se o resto não fosse mais do que lengalenga, conversa para boi dormir (RAMONET, 1999, p. 33).

Também Bourdieu (1997) e Neveu (2006) se alinham a este pensamento dizendo que a simplificação dos assuntos, a velocidade dos processos, a imposição da rentabilidade e a orientação da notícia para o entretenimento incidem nos critérios jornalísticos do telejornal. Para os autores, essas condições fazem os media jornalísticos investirem no que chama de *soft news* (Neveu, 2006) e nos fatos *omnibus* (Bourdieu, 1997) que passam a integrar o telejornal porque atraem a atenção e são de natureza a interessar todo mundo:

Os fato-omnibus são fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante. As notícias de variedades consistem nessa espécie elementar, rudimentar, da informação que é muito importante porque interessa a todo mundo sem ter consequências e porque ocupa tempo, tempo que poderia ser empregado para dizer outra coisa. (...) E se minutos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas (BOURDIEU, 1999, p. 23).

Bustamante (1999) ajuda a pensar esta questão dizendo que os critérios editoriais que orientam a produção das *soft news* ou dos fato-omnibus estão vinculados também aos números da audiência que são, por sua vez, fruto de toda a conjuntura que caracteriza a televisão e o jornalismo e a busca por rentabilidade na sociedade contemporânea:

Os informativos diários se referenciam, pois, hoje em boa parte, pela disputa das audiências, expandindo-se, em muitos casos próximos aos 60 minutos, mas com misturas muito heterogêneas de infotainment (notícias hard, soft, de política, sucessos do coração e até autopromocionais) com um claro condicionamento de seus processos produtivos (BUSTAMANTE, 1999, p.115)<sup>99</sup>.

O imperativo de aceleração dos processos e sua consequente simplificação dos conteúdos, para Bourdieu (1997), também intervém na escolha dos entrevistados do

---

<sup>99</sup> Tradução livre do autor.

telejornal. Segundo o autor, se na urgência não se pode pensar, só os entrevistados que “superam” esta limitação e são capazes de falar na velocidade da Tv freqüentam a mídia e, para tanto falam por idéias feitas, aceitas por todo mundo:

As “idéias feitas” (..) são idéias aceitas por todo mundo, banais, convencionais, comuns; mas são também idéias que, quando aceitamos, já estão aceitas, de sorte que o problema da recepção não se coloca. (...). Quando emitimos uma “idéia feita” é como se isso estivesse dado; o problema esta resolvido. A comunicação é instantânea porque, em certo sentido não existe. Ou é apenas aparente (BOURDIEU, 1997, p. 40).

Para o autor, esses entrevistados, hábeis em encaixar falas no formato televisivo, muito dificilmente conseguem, de fato, desenvolver um pensamento analítico com proposições encadeadas que demandam tempo. Por essa razão, o autor os chama de *fast thinkers*, e diz que, quanto mais habilmente conseguem adaptar suas falas curtas e rápidas à linguagem do telejornal, mais recorrentemente são chamados pela televisão, tornando-se os *habitués* da mídia. São, portanto, capazes de “pensar”, diz Bourdieu (1997) em condições em que ninguém pensa porque propõem o *fast food* cultural, um alimento cultural pré-digerido.

Diante deste contexto, continuamente o critério da análise e interpretação dos fatos é submetido no telejornal às demandas do tempo, da aceleração dos processos e da imposição da imagem, tornando-se estruturas condicionantes da narrativa no telejornal. Esses condicionamentos, diz Marcondes Filho (2002), fazem dos jornalistas funcionários de uma linha de montagem, viciando-se em padrões de trabalho que geram sempre os mesmos enfoques e caracterizações das notícias e o jornalismo se torna uma máquina de produzir sempre o mesmo, qualquer que seja o conteúdo diferente do dia-a-dia. No caso do telejornal, além da especificidade da forma de produção e da linguagem, o trabalho de captação, tratamento e edição de uma notícia na Tv sob essa perspectiva da linha de produção também implica na dificuldade de trabalhar com nuances, complexificações e perspectivas.

Para Salomão (2004), o trabalho em linha de montagem é uma particularidade especialmente observada no jornalismo de televisão, com sua forma de produção dividida em tarefas e na sua linguagem resultante de um padrão narrativo a partir de uma fórmula pré-determinada:

As peculiaridades do telejornalismo – sua linha de produção excessivamente compartimentada – significam para o repórter, na verdade, obstáculos a serem enfrentados diariamente. Diferentemente do impresso e, principalmente, do rádio, o repórter de TV está submetido a uma cadeia de dependências que diretamente interferem no resultado de seu trabalho. Ele depende de imagens produzidas por outro profissional, uma edição que, também ao contrário dos outros veículos, geralmente percebe seu trabalho como um conjunto de fragmentos a ser estruturado – e ainda está, na essência, muito mais engessado dentro de uma lógica de obra fechada (o telejornal), que já está espelhada desde o início do dia, quando não já não vem assim do dia anterior (SALOMÃO, 2004, p. 1).

Para o autor, as novas tecnologias e os recursos de digitalização interferem na linguagem do telejornal, resultando na formatação de um programa/produto, com investimento na visibilidade técnica, em grandes eventos e na preferência pelo “ao vivo” e acabando por reafirmar a relativização do jornalismo. Mas ao mesmo tempo a prática produtiva na redação também traz marcas muito evidentes do sistema industrial, caracterizado, justamente, pelo trabalho de unir, num conjunto, os fragmentos que vão compor o programa. Ou seja, embora as inovações tecnológicas imprimam mudanças e novas formas de organizações do trabalho mais flexibilizadas e virtualizadas, sintonizadas com as demandas da Sociedade em Rede, estas estão se instaurando gradativamente, ao lado de antigos processos de ordem fordista, típicos da Sociedade Industrial.

Assim, a cena encontrada na redação do telejornal diz respeito justamente a esse encontro entre as novidades e recursos oferecidos pelas novas tecnologias ainda em implantação, utilizados em partes específicas dos processos de produção da notícia, com métodos mais convencionais de trabalho, identificados com a linha de montagem industrial, que resulta em um modelo híbrido de produção. A descrição de Ramonet, a respeito das primeiras inovações tecnológicas adotadas na redação ajuda a pensar nas mudanças futuras que se sucederão a este momento entendido como de transição:

(...) na televisão, desde o começo dos anos 80, o videocassete substituiu o filme e permitiu cobrar a atualidade muito mais rapidamente, com mais facilidade e custo mínimo. (...) Os caminhões de reportagem, último grito em matéria de cobertura da atualidade, custam caro. Mas basta colocar um jornalista diante deles, fazê-lo passar à antena e se obterá horas de transmissão ao vivo por quase nada. Tratando-se de imagens, hoje os videocassetes são por sua vez progressivamente substituídos pelos computadores. Nas salas de redação das emissoras de tevê mais modernas, os jornalistas redigem o texto e montam as imagens simultaneamente (RAMONET, 1999, p. 53).

É interessante recordar que esse processo de transição da televisão e do jornalismo reflete a distinção feita por Machado (2003) sobre as duas formas de trabalho no campo

jornalístico a partir do surgimento da plataforma digital. Para o autor, enquanto em uma forma, todas as etapas do sistema jornalístico de produção – desde a pesquisa e a apuração até a circulação dos conteúdos – estão circunscritas às fronteiras do ciberespaço (Machado, 2003), em outra, os produtos e programas jornalísticos se utilizam dos recursos e possibilidades da tecnologia - como digitalização da informação e na formação de redes – como ferramenta auxiliar.

Dessa maneira, neste segundo modelo, os recursos oferecidos pela digitalização são utilizados na elaboração de conteúdos para o que chama de meios de comunicação clássicos (que ainda são abastecidos com métodos clássicos de coleta de dados). E este é o caso justamente da televisão e, neste particular, do telejornal que, enquanto meio de comunicação tradicional, utiliza-se dos recursos tecnológicos em momentos e instâncias específicas, combinando novas tecnologias com o dito modelo clássico. Como a digitalização dos processos ainda não é completa e o recurso de rede funciona apenas como suporte à produção, está se tratando de um modelo intermediário de produção eletrônica de notícias, fruto do que Freitas (2005) chama de reestruturação tecnológica das emissoras iniciada nos anos 90:

(...) no final da década de 1990, o telejornalismo começa a incorporar os novos equipamentos de edição digitais, agora mais baratos, difundidos e acessíveis para as emissoras. Tais transformações inserem-se como parte de todo o processo de reestruturação tecnológica, pelo qual hoje as televisões passam com as discussões acerca da Tv digital e da convergência tecnológica (FREITAS, 2005, p. 143).

Para o autor, as novas possibilidades tecnológicas advindas da plataforma digital estão mudando e vão mudar ainda mais as formas e processos de trabalho por conta das possibilidades de flexibilização que oferecem, bem como o rompimento com a estrutura clássica de linha de produção analógica em etapas diferenciadas, mecânicas e sucessivas. A esse respeito, Freitas (2005) dá um exemplo ilustrativo, referente ao processo de edição da matéria, que mostra como o sistema tradicional analógico vai sendo substituído com a chegada da plataforma digital, dando origem a um processo chamado justamente de edição não-linear por conta de suas características de descentralização, horizontalização e virtualização:

Inicialmente esses equipamentos acabam por substituir as ilhas analógicas<sup>100</sup> de pós-produção, e espera-se que dentro de pouco tempo substituam também os

---

<sup>100</sup> Segundo Freitas (2005), nos equipamentos analógicos, a edição é feita por meio de fita magnética; isto é, um meio físico que permite apenas a edição linear. Ao editar uma matéria nesse equipamento, não é possível inserir um trecho entre outros dois já editados. Somente é possível fazê-lo, refazendo a edição posterior ou copiando

equipamentos de corte seco utilizados no telejornalismo diário<sup>101</sup>. (...) O microcomputador na edição de imagem apresenta um conceito completamente inovador: a possibilidade de se fazer uma edição não linear. Como as informações de áudio e vídeo estão armazenadas digitalmente dentro do computador, é possível dispor dessas informações de maneira aleatória, não fazendo diferença se é o fim ou o começo da matéria que se está editando (FREITAS, 2005, p. 145).

Este exemplo torna-se ilustrativo para compreender o encontro entre as duas formas de trabalho que colocam o telejornalismo num momento, exatamente, de intervalo na sua forma organizativa, caracterizado por uma transição entre o que já deixou de ser, em direção ao que ainda será. E, justamente por se encontrarem nesse momento transitório, a televisão e o jornalismo vão buscando experimentações que possam significar uma preparação a uma nova etapa do telejornalismo, quando da digitalização completa do processo produtivo, bem como da conseqüente convergência tecnológica que promete unir a Tv ao computador, resultando em uma nova mídia e em novas linguagens, formatos e conteúdos. Por essa razão, as inovações tecnológicas já disponíveis vão sendo testadas em associação ao processo produtivo analógico, como se disse, com o uso de recursos virtuais<sup>102</sup>, animações e recursos sonoros, além de influenciarem também, através das linguagens das novas mídias – Tv por assinatura e Internet – a linguagem da Tv aberta.

Uma das características da nova mídia Internet, com a qual a Tv atual já ensaia uma aproximação, é a interatividade (Primo, 2007). Enquanto oferece maior flexibilidade na seleção e fruição dos conteúdos do telejornal, no caso das Tvs por assinatura, na Tv aberta, a interatividade começa a aparecer como recurso de sedução ao telespectador, apontando para uma comunicação mais próxima com o programa, apesar das limitações impostas principalmente pelas restrições tecnológicas das emissoras analógicas. O chamamento ao telespectador diante dos conteúdos ofertados para que se manifeste tornou-se uma prática comum como estratégia principalmente porque a partir do surgimento da Internet, a televisão, conforme pontuado, perdeu a exclusividade nas trocas comunicacionais em tempo real.

---

para outra fita o que já foi editado, lembrando-se de inserir o que se deseja. Isso gera uma perda de tempo e de qualidade de imagem.

<sup>101</sup> Nesse caso apontado por Freitas (2005), a edição digitalizada - dentro do computador - que diz respeito ao momento de finalização da matéria, ainda está restrita à etapa de pós-produção nas emissoras, enquanto o processo de edição de corte seco, sem efeitos, típica do jornalismo diário, mantém-se no sistema analógico na maioria das redações.

<sup>102</sup> Em alguns telejornais já são feitas inclusive experiências com apresentadores virtuais que, graças às possibilidades tecnológicas, estão cada vez mais próximos do design e performance humanas através de detalhes de movimento, voz e da própria anatomia cada vez mais sofisticados.

Além disso, a convocação do telespectador torna-se uma preocupação das emissoras também por conta da tendência em curso do chamado Jornalismo Cidadão, já tratado neste trabalho, visto também como uma estratégia de sedução da audiência. Vê-se, atualmente, os canais buscando a interação contínua com seu telespectador, chamando-o a participar, especialmente a partir da popularização dos recursos tecnológicos que dispõem de áudio e vídeo. Câmeras digitais, celulares com câmeras e e-mail são utilizados como “pontes” de contatos com os telejornais que convidam seus telespectadores a contar suas histórias através de fotos, vídeos, e-mails ou de visitas a seus blogs, fotologs e videologs<sup>103</sup> que, eventualmente, tornam-se inclusive fonte de informação para os jornalistas. Através desses recursos, o telejornal busca despertar em seus telespectadores a idéia da participação na construção da notícia, em acordo com o que prega o Jornalismo Cidadão ou Jornalismo Open Source, embora, seja uma promessa discutível e polêmica, mas que pode funcionar do ponto de vista estratégico de conquista da audiência.

Outra forma de influência da Internet nos telejornais diz respeito ao investimento em sites ou na versão digital de seus programas para que o telespectador possa conferir ou se aprofundar no que já foi mostrado na televisão em consultas posteriores. É comum, dessa forma, convidar os telespectadores a visitar a página web ao final do programa para rever algumas matérias apresentadas ou o programa completo, ou ainda para conversar, através de chats, com os entrevistados que estiveram presentes no telejornal. Além disso, é possível mandar e-mails para buscar saber mais sobre o assunto, para sugerir pautas ou ainda participar de fóruns de discussão de temas mostrados na Tv, além de poder receber via e-mail, a partir de um cadastro, as notícias destaques que antecipam a edição do telejornal do dia, através de Newsletter.

---

<sup>103</sup> O primeiro vídeo mostrado pela CNN do massacre na Virginia Tech, em Blacksburg, nos Estados Unidos, em abril deste ano, foi feito por um estudante (Jamal Albarghuti) que estava no local e que gravou o ataque com a câmera de seu celular. O vídeo foi distribuído às televisões do mundo inteiro, justamente por ser o único que registrou o momento exato dos disparos. A CNN disponibilizou o vídeo em seu site, na seção *Watch the Vídeo*, na qual os internautas são convidados a participar enviando materiais. Além dessa seção, o site da emissora dispõe de outros dois canais chamados *Share your storie*, onde os internautas são convidados a contar o que está acontecendo no lugar onde estão, através de e-mail, vídeo ou foto, e a seção *I-Report*, onde além de enviar as histórias, o internauta pode vê-las publicadas e participar de um blog sobre o assunto. Disponível em [www.cnn.com](http://www.cnn.com). Acesso em 26/06/2007. De forma semelhante, o convite à participação do receptor com informações, fotos e vídeos foi feito no Brasil durante o acidente aéreo com o avião da empresa aérea TAM em 17 de julho de 2007 em São Paulo. Vários sites receberam e exibiram materiais dos usuários e mantiveram o convite à participação com material até uma semana depois do acidente. Alguns exemplos foram os portais de notícias UOL e Terra. No portal Terra, por exemplo, havia um link específico sobre o assunto chamado “Você repórter”. Disponível em <http://noticias.uol.com.br/ultnot/especial/acidentecongonghas/ultnot/2007/07/24/ult5258u362.jhtm> e <http://noticias.terra.com.br/brasil/criseaerea/interna/0,,OI1782651-EI10060,00.html>. Acesso em 24/07/2007.

Na formatação dos telejornais também pode ser percebida a influência da linguagem da web. Segundo Vilches (2003), os telejornais tendem a ser cada vez mais curtos, segmentados e divididos dentro de pacotes de gênero, como de resto a programação de maneira geral. Embora se trate da Tv aberta, para o autor há uma tendência de melhor atender o público, buscando criar faixas de programação com especificidades, inclusive dentro da Tv aberta, com telejornais focados em interesses de públicos específicos, na maioria das vezes, estratificados por classe social. Arnanz (2002) alinha-se a Vilches (2003) ao dizer que os programas de notícias são cada vez mais pensados para um determinado público alvo, por conta da influência da linguagem digital, ainda que se tratem de canais generalistas:

No entorno geral da evolução dos meios digitais a tendência mais assinalada tem a ver com a organização da oferta comunicativa em direção do consumo submetido à demanda, ainda que o espetáculo da atualidade nunca poderá prescindir de uma boa transmissão ao vivo, dessas que tanto têm contribuído a construir a mitologia da televisão material (ARNANZ, 2002, p. 126).

A chegada da Tv digital ao Brasil, prevista ainda para 2007<sup>104</sup>, faz parte desse grande conjunto de mudanças que a digitalização está promovendo no sistema midiático de maneira geral. Sua implantação vai contribuir na reorganização – já iniciada – das práticas jornalísticas, como se tem observado e, conseqüentemente, no que diz respeito ao telejornal, na reorganização dos seus conteúdos, formatos e linguagens por conta da transformação dos conteúdos analógicos em sinais binários. Essa implantação também será uma marca importante no processo de convergência multimídia, que poderá resultar na integração da Tv ao computador (Piccinin, 2006)<sup>105</sup> e, por sua vez, promover uma reestruturação importante no fazer jornalístico dentro das emissoras. E é justamente por conta disso que se pode afirmar que este se trata de um momento de preparação para a televisão e para o jornalismo em direção ao novo paradigma tecnológico. Especialmente porque a prática jornalística e a

---

<sup>104</sup> Os dados sobre a instalação da Tv digital no Brasil, bem como sistema de transmissão adotado e cronograma da implantação já foram explicitados no capítulo que trata sobre a televisão na primeira parte deste trabalho.

<sup>105</sup> Segundo Piccinin (2006), as mudanças acontecerão primeiro porque a produção e captação das imagens, associadas à lógica da virtualidade serão fruto dessa representação na medida em que tudo pode ser reduzido a zero e um, a unidade binária. Essa condição vai garantir a essa nova mídia recursos ilimitados de tratamento da informação. Depois, porque o armazenamento de sinal também será ilimitado uma vez que a reprodução será feita sem que se perca a qualidade no processo digitalizado. Os conteúdos estarão disponíveis ao telespectador em horários e da forma que melhor se aprouver, produzindo o sentido integral do processo de flexibilização já iniciado hoje por algumas emissoras analógicas, especialmente as segmentadas. Por essa razão, o telespectador fará um consumo individualizado da Tv a partir de grandes possibilidades interativas como compras, escolhas de horários para assistir à programação, ao contrário da relação estabelecida hoje essencialmente baseada na reação à programação. Significa dizer que tanto na programação, quanto na oferta de serviços viabilizados pela convergência, a Tv digital vai ser tornar uma fonte múltipla e rica de possibilidades. Ou seja, o aparelho unifica serviços e aglutina programação, enquanto o consumidor tende a se diversificar cada vez mais.

televisão estabelecem relações em suas estruturas, formas e práticas em associação a um contexto social, político e econômico que lhe é correspondente, conforme se procurou mostrar ao longo do trabalho.

A radiografia desse momento preparatório ou dessa passagem de um modelo de telejornal tradicional, por assim dizer, a um novo modelo que vem se impondo, foi feita a partir de um levantamento teórico que permitiu entender o papel da tecnologia nesse processo, em associação às outras dimensões da sociedade. E esse levantamento se constitui de uma parte do trabalho de investigação sobre o jornalismo de televisão da sociedade contemporânea que passa a ser, agora, complementado com a observação da experiência empírica do telejornalismo. Para tanto, a próxima etapa da pesquisa se constituiu da verificação, in loco, dos processos de trabalho e das conseqüentes formatações que o telejornal adquire na prática do dia-a-dia, sob a intervenção deste sem número de condicionantes contextuais que compõem o cenário da televisão e do jornalismo nesse momento de transição. Neste sentido, a investigação empírica buscou insumos e elementos que manifestassem, ou não, correspondência à tipificação feita do telejornalismo de Tv aberta no levantamento teórico.

Assim, para estabelecer essa correspondência entre a teoria e a prática, a emissora – Rede Globo de Televisão – seu posicionamento na cena contemporânea e sua caracterização, bem como a relação com o telejornalismo e o telejornal especificamente em estudo – “Jornal da Globo” – tornaram-se objeto de análise do próximo capítulo.

#### 4 A “FÁBRICA” DE NOTÍCIAS PARA TV

O trabalho de entender os reflexos das mudanças contemporâneas no telejornalismo a partir de um conjunto de transformações sociais, políticas e econômicas, analisadas sob o viés do novo paradigma tecnológico da Sociedade em Rede, constituiu-se, até aqui, de uma revisão teórica que buscou dar conta do debate a respeito, tanto do mundo da televisão, quando do jornalismo.

A análise trazida pelos autores sobre a complexa trama das mudanças que afetam as mídias e o jornalismo permitiu compreender que o telejornal, reconhecido de maneira muito semelhante pela grande parte das emissoras, assim se apresenta em seu formato e linguagem, como uma construção resultante de um determinado contexto e tempo que lhe correspondem. Ou seja, as marcas da sociedade contemporânea, fruto das mudanças conjunturais e estruturais, a partir da inserção das novas tecnologias de informação e comunicação, podem ser identificadas tanto na organização produtiva do telejornal, como nas características de forma e conteúdo apresentadas no produto que vai ao ar. E essa dinâmica assim se dá a partir de fenômenos como a aceleração dos processos contemporâneos, da ascendência da imagem nas trocas comunicacionais, na virtualização dos sistemas e na interconectividade proporcionada pelo intercâmbio informacional.

Uma vez colocadas estas questões no âmbito da reflexão teórica, a pesquisa passou ao estudo do programa na direção da perspectiva empírica mediante a seleção e observação do telejornal no seu cotidiano de produção e apresentação. Para tanto, foi feita a análise primeiro do posicionamento do programa na grade de programação, depois do trabalho de produção na redação, e por fim do programa que vai ao ar através do cruzamento com as informações teóricas, para compreender em que medida o telejornal efetivamente faz esse diálogo entre teoria e prática.

#### 4.1 TELEJORNAL DE “SEGUNDA EDIÇÃO” NA REDE GLOBO:

Para estabelecer o cruzamento da dimensão teórica com a dimensão da prática, é preciso fazer, neste momento, alguns esclarecimentos de ordem metodológica referentes às decisões tomadas ao longo da condução exploratória da pesquisa ou do também chamado trabalho de campo.

A primeira decisão tomada na etapa de investigação empírica tratou de selecionar um telejornal específico, entre os tantos existentes em diversas redes, que servisse de amostra para a análise a ser empreendida à luz do levantamento teórico. Neste sentido, a opção por um telejornal da Rede Globo diz respeito ao fato de a emissora ser, com sua liderança e abrangência no país e também no mundo, um exemplo muito claro do caminho percorrido pelas grandes empresas de televisão. E por estar assim inserida no panorama da indústria cultural do audiovisual, a partir das transformações econômicas, políticas, sociais e tecnológicas verificadas na transição do século XX para o século XXI.

Seguindo, portanto, a trilha das corporações de mídia que, sob a lógica da convergência tecnológica e das demandas do capitalismo contemporâneo, passam a atuar em diversos setores ligados à área de comunicação, a emissora brasileira se insere no conjunto dos diferentes negócios das Organizações Globo, hoje conduzidos pela *holding* Globopar.

Segundo Bolaño (2004), juntamente com o Serviço de Televisão Aberta oferecido pela Rede Globo, a Globopar administra também Serviços de Televisão Paga, Programação de Televisão Paga, Serviços de Telecomunicações, Imobiliária, Publicação, Fonografia, Sistema Globo de Rádio (15 estações), CBN - Central Brasileira de Notícias (cinco estações próprias e dezesseis afiliadas) e a Infoglobo (jornais *O Globo* e *Extra*), constituindo assim um importante oligopólio nacional.

Ao reunir vários segmentos de negócios sob seu comando, a Globo apresenta os três tipos de integração sinérgica tipificados por Richeri (1999) na atuação convergente das empresas do setor. O primeiro tipo de integração chamado de integração vertical ou monomídia pode ser verificado na Globo porque, segundo o autor, acontece quando a emissora tanto produz quanto veicula programas de televisão. Atuando, portanto, como

produtora e exibidora, a emissora tem possibilidade de ter aumento de ganhos por controlar mais etapas de um mesmo processo audiovisual.

A mesma avaliação se pode ter com relação ao segundo tipo de integração proposto por Richeri (1999), a integração horizontal que, no negócio televisivo, significa a ampliação do número de canais. Em consequência disso, tem-se uma economia parcial de alguns custos que passam a ser comuns, como por exemplo, a exibição dos mesmos programas em diferentes canais. Lembrando Zallo (1988, p. 144), é objetivando esta economia que muitas emissoras investem na difusão nacional e internacional, em diferentes canais pertencentes ao mesmo grupo ou corporação como é o caso da Globo. Duarte (2005) dá alguns exemplos de como o aproveitamento dos produtos pode ser oportuno para a emissora:

Tomando vantagem da sinergia com seus produtores de Tv aberta, a Globo passou a fazer uso de promoções cruzadas entre plataformas do cabo e radiodifusão: um mesmo anúncio pode ser visto nos jornais, revistas, Tv e cabo – todos da Globo. Os âncoras dos jornais de radiodifusão também podiam ser vistos no canal de Tv paga Globo. Os âncoras dos jornais de radiodifusão também podiam ser vistos no canal de Tv paga Globo News; eventos esportivos adquiridos passaram a ser repartidos entre as transmissão aberta e o canal do cabo Sport Tv; o canal de documentários GNT ganhou audiência comparável ao da Discovery Channel, e as cinco versões do Telecine ofereciam forte concorrência à HBO (DUARTE, 2005, p. 335).

Por fim, a integração multimídia, a terceira forma de integração apontada por Richeri (1999), também pode ser reconhecida na Rede Globo porque se trata justamente da diversificação de atuação em diferentes setores da comunicação e da cultura. A holding Globopar mostra que na Globo a concentração multimídia acontece tanto no conteúdo (diversidade de conteúdos genéricos, de conteúdos específicos, de conteúdos temáticos ou por sistemas de emissão), quanto no encontro de diferentes indústrias (cinema, edição, informação, música), e pelas relações entre programação e publicidade.

Vê-se que a emissora de Tv aberta, ainda que se constitua em apenas um dos negócios das Organizações Globo, é, neste contexto, uma das suas mais importantes áreas de atuação. Como pontua Vizeu (2005), nesses 42 anos, a Globo, enquanto rede privada tornou-se a maior rede de televisão nacional e a quarta maior rede de televisão do mundo, ficando atrás apenas das americanas CBS, ABC e NBC. Segundo dados da própria emissora, as organizações Globo têm 121 emissoras<sup>106</sup> entre geradoras e afiliadas e pode ser assistida em 99,84% dos

---

<sup>106</sup> Disponível em <http://redeglobo3.globo.com/institucional>. Acessado em 14/09/2007.

5.043 municípios brasileiros. Em termos de *share* – que é o número de aparelhos de televisão ligados em determinado horário – a emissora tem em média 74% de participação na audiência nacional<sup>107</sup> no horário nobre, o que a torna líder disparada em audiência em relação às demais emissoras. Além disso, segundo Vizeu (2005), os dez programas de maior índice de audiência da televisão brasileira são da Rede Globo de Televisão<sup>108</sup>.

Esses índices são cuidadosamente observados graças a uma série de movimentos e estratégias de conquista e manutenção da liderança nacional que a emissora adotou ao longo de sua história e que, neste momento estão orientadas para a adaptação às demandas de atuação no mercado global<sup>109</sup>. Nesta perspectiva, além de atuar sob a forma de corporação, reunindo vários segmentos de mercado na área multimídia, a Rede Globo tem buscado, ao se inserir no contexto das relações competitivas neoliberais, a exemplo das grandes redes mundiais, a expansão através do mercado internacional.

A orientação dos negócios da emissora para fora do país já havia sido iniciada na década de 80. Naquele momento, a Rede Globo fez alianças com emissoras européias para coproduções, além de investir também nas exportações de telenovelas em vários países da Europa, incluindo Leste Europeu, Ásia, África e América Latina. No entanto, a intensificação do direcionamento ao mercado internacional se deu nos anos 1990 do século XX, quando as Organizações Globo viram no ingresso de grupos globais no Brasil, especialmente na área de televisão por assinatura, uma estratégia do grupo para compor com outros negócios uma alternativa à relativa perda de espaço em seu principal setor de atuação – a Tv aberta nacional<sup>110</sup>.

Na verdade, mais que tornar a Rede Globo competitiva dentro de padrões operativos globais, segundo Duarte (2005), o investimento internacional tinha como objetivo saldar dívidas de empréstimos feitos para os negócios da Tv por assinatura na década de 1990.

---

<sup>107</sup> Segundo a emissora o share é de 56% no período matutino, 59% no vespertino e 69% no horário noturno. Disponível em <http://redeglobo3.globo.com/institucional>. Acessado em 14/09/2007.

<sup>108</sup> Mesmo na chamada fase da multiplicidade da oferta televisiva – a partir da entrada dos canais por assinatura – e grande concorrência internacional, a emissora tem mantido a liderança de audiência na Tv aberta em 50% do mercado (VIZEU, 2005).

<sup>109</sup> Segundo Capparelli e Lima (2004), merece destaque a sondagem e gerenciamento da audiência que a Globo tem feito desde seu início através de pesquisas próprias ou através do IBOPE. Dizem os autores também que a Rede Globo foi a primeira a dar importância decisiva aos levantamentos de opinião.

<sup>110</sup> Um dos exemplos destes investimentos diz respeito à criação da TV Globo Internacional (TVGi) em 1999, que visava atingir os brasileiros no exterior. Além disso, no mesmo período as Organizações Globo passaram a ter, 15% das ações da Tv SIC de Portugal (BOLAÑO; BRITTOS, 2005).

Naquele momento, a emissora investiu grande capital na criação de infra-estrutura para os serviços de cabo e satélite, ao mesmo tempo em que teve que gerar conteúdo aos novos canais, sem perder nenhuma parcela significativa de mercado às concorrentes:

(...) para se lançar nessas operações, um empréstimo inicial do Banco Mundial, por meio do IFC (International Finance Corp), que incluiu nessa operação a associação ou compra de operadoras menores, além de associar-se à News Corp., de Rupert Murdoch, e à Televisa Mexicana de Emílio Azcarraga, para exploração do DHT, com a marca Sky Latin América (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 88).

Para o autor, como todos esses investimentos aconteceram de maneira muito rápida, não houve tempo para amortizar os custos iniciais que, ao final da década, tiveram seus valores – contraídos em dólares – triplicados diante da desvalorização da moeda brasileira. Para complicar, os negócios da Tv por assinatura não alcançaram os índices imaginados para os primeiros anos, mantendo-se até hoje como serviços usufruídos na maior parte pelas classes A e B<sup>111</sup>. Dessa forma, segundo Capparelli e Lima (2004), o investimento trouxe ao grupo um endividamento com sérias repercussões, chegando, inclusive, a promover a venda de ativos, como emissoras do interior.

Na contrapartida, o contexto dos anos 90 coincidiu com o período relativo ao início do processo de desregulamentação do setor das telecomunicações que, por conta das pressões do mercado televisivo passou a favorecer acordos internacionais. A aprovação, a partir de 2002, da emenda constitucional que tornou possível a investidores internacionais a participação em 30% das ações dos meios de comunicação brasileiros foi um exemplo do clima de “oportunidade” com relação aos investimentos internacionais do período, fazendo com que a emissora que até então resistia à idéia de voltar-se para o mercado internacional, mudasse de idéia.

Além disso, esse direcionamento ao mercado exterior também foi reforçado, porque o mercado de televisão do período também teve que enfrentar a concorrência que a Tv por assinatura passou a exercer. Ainda que o próprio grupo – Rede Globo – explorasse os dois

---

<sup>111</sup> Conforme já se referiu na primeira parte deste trabalho, a 13ª edição da pesquisa TV por Assinatura Pop do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) aponta que 12% dos domicílios brasileiros dispõem do serviço de Tv por assinatura. Disponível em <http://www.ibopeloja.com.br/produtos.asp?ctg=13>. Acesso em 27/03/2007. Já segundo a ABTA, a partir de 2007, já são 15% dos domicílios brasileiros com serviço de Tv por assinatura. Disponível em <http://www.abta.org.br/site/content/imprensa/releasesDetalhes.php?codigo=193>. Acessado em 15/09/2007.

segmentos (Tv aberta e segmentada) e que a Tv por assinatura não tivesse alcançado os índices esperados em termos de faturamento, os novos canais de televisão significaram preocupação. Segundo Capparelli e Lima (2004), os canais privados contribuíram fortemente para a redução da audiência da Tv aberta na Globo de 65% para 55% entre 1995 e 2003. Foi a primeira queda considerável na história da emissora líder no sistema aberto, de maneira que os números a colocaram num tensionamento entre o popularesco e a manutenção da qualidade na sua programação, especialmente porque o recurso de programas apelativos para buscar audiência foi utilizado também pelos canais das outras Tvs abertas.

Assim, para a Rede Globo a estratégia de abertura ao mercado internacional precisava ser necessariamente uma ação exitosa. A emissora buscava, como pontua Richeri (1999) a respeito dos objetivos das corporações na ampliação das atividades no exterior, o fortalecimento competitivo, além de novas oportunidades de crescimento e da obtenção de economias de escala que já não eram mais possíveis no mercado nacional. No entanto, para que assim acontecesse, foi preciso buscar um novo posicionamento da emissora que se reestruturou a partir de então em padrões internacionais. Para Bolaño (2004) essa adequação à realidade da atuação em nível mundial foi seguida por muitas Tvs que precisaram abandonar a racionalidade política em direção à racionalidade econômica, valorizando a capacidade administrativa em detrimento da criatividade de seus profissionais, além de focar as preocupações no aumento da audiência:

Hoje, essa mudança radicaliza-se, com a substituição dos profissionais ligados à comunicação, mesmo que não originalmente procedentes do setor artístico ou jornalístico, como é o caso de Boni<sup>112</sup>. Representa também a necessidade de se definir uma estrutura profissional impessoal, que independa da capacidade de um profissional destacado (BOLAÑO, 2004, p. 251).

Para o autor, a Globo hoje se preocupa claramente com estratégias empresarialmente competitivas e com a adaptação às inovações tecnológicas, dominando um modo de realizar produtos televisivos em padrões internacionais, além de dispor de estoques de mercadorias necessárias à exportação no âmbito televisual<sup>113</sup>. Essa preocupação em ser competitiva diz

---

<sup>112</sup> Segundo Bolaño (2004), o afastamento de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho da vice-presidência das operações Globo em 1998 se deu ainda que fosse inegável seu gênio criativo. Mas no entendimento da emissora era incondizente com as preocupações e estratégias empresarialmente competitivas da Rede Globo.

<sup>113</sup> Segundo a própria emissora, atualmente, a produção em dramaturgia, shows, entretenimento, documentários e jornalismo é dublada em diversos idiomas e comprada por cerca de 130 países em todos os continentes. Disponível em <http://redeglobo3.globo.com/institucional/>. Acesso em 14/09/2007.

respeito, além do compromisso de dar conta das demandas internacionais, também de manter o chamado Padrão Globo de Qualidade. Isto porque o Padrão Globo de Qualidade é o grande valor distintivo da Rede Globo que, em conformidade com Brittos (2004) e Herscovici (1995), traduz-se em uma estratégia da emissora para estabelecer a fidelização a partir de uma marca ou sinal representativo de qualidade, para se fazer valer frente à concorrência através de um padrão tecno-estético:

No caso, a Globo incorporou a denominação padrão de qualidade para designar o que considera ser sua sobreposição produtiva e distributiva na área audiovisual. O discurso da qualidade comporta considerações de ordem estética, no âmbito da qual, nem só “se colocam critérios ligados à identidade e ao reconhecimento de uma rede, além de avaliações sobre padrões (standart) técnicos sobre a feitura dos programas” (BRITTOS, 2004, p. 29).

Além de se reorganizar administrativamente para dar conta da inserção na nova realidade internacional, a necessidade de aumento de produção tanto interna quanto para exportação levou a emissora a fazer investimentos em modernos centros de realização audiovisual. Um exemplo disso foi a imobilização inicial de US\$ 110 milhões na construção da Central Globo de Produções, no Rio de Janeiro. O Projac foi inaugurado oficialmente em outubro de 1995 e é o maior centro de produção da América Latina, em Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, onde trabalham 4 mil pessoas do total dos 8 mil funcionários da emissora, num ambiente de alta tecnologia, com estrutura para a produção simultânea de seis obras de ficção (BOLAÑO; BRITTOS, 2005).

Seguindo esse caminho do aprimoramento infra-estrutural, quatro anos depois do Projac, a Rede Globo fez outro grande investimento, desta vez na emissora de São Paulo. Em 1999, o grupo inaugurou a nova Tv Globo do estado, a partir de um investimento em uma primeira fase, de 200 milhões de dólares em área física, equipamentos e contratação de pessoal. Na seqüência, os investimentos se complementaram nos primeiros anos século XXI, com mais um aporte de verbas de 400 milhões de dólares<sup>114</sup> (CAPPARELLI; LIMA, 2004).

Esses investimentos objetivavam a capacitação de um dos principais produtos da emissora em São Paulo, o telejornalismo, que de maneira geral, em toda a programação da

---

<sup>114</sup> Segundo Scalzo (1999) foram investidos 200 milhões de dólares em 16.500 mil metros quadrados, 19 ilhas de edição, 600 profissionais, 3.500 aparelhos entre câmeras, mesas edição etc..., importados, 300 km de cabos instalados. Já naquele período, segundo Capparelli e Lima, a Rede Globo passa a investir o faturamento originário das exportações que vêm crescendo desde o fim dos anos 90 do século XX. De 20 milhões de dólares em 1990, passa a 25 milhões em 1998 e 35 milhões de dólares em 2000 (CAPPARELLI; LIMA, 2004).

emissora, sempre foi reconhecido pela sua qualidade técnica por seguir o Padrão Globo de Qualidade (SQUIRRA,1989). Junto com a abrangência de sinal<sup>115</sup>, o Padrão Globo tem ajudado a garantir a liderança de audiência dos telejornais em relação às demais emissoras abertas. Ou seja, a Rede Globo tem feito do investimento e apuro técnico uma tentativa contínua de fortalecer a programação jornalística e neutralizar o impacto das críticas ao longo de sua história na eleição e tratamento dispensado a alguns temas jornalísticos específicos. Dessa forma, a preocupação com a performance tecnológica e qualidade técnica, que pode ser observada nas atuais cinco horas de jornalismo diário<sup>116</sup> da Rede Globo produzidas para os nove telejornais da emissora, mostram, através dos números de audiência, que a emissora tem mantido a liderança e a credibilidade nos seus telejornais<sup>117</sup>:

A presença hegemônica da Rede Globo em âmbito nacional reflete-se no espaço dispensado pela empresa ao jornalismo, atividade responsável pelo emprego de aproximadamente 3,5 mil profissionais, espalhados pelo Brasil, ou cerca de 15% de seu efetivo total, e pela ocupação diária de cinco horas de sua grade de programação (CHAROUX, 2002, p. 22).

É importante lembrar que esse cuidado com o telejornalismo diz respeito ao seu significado para as emissoras de televisão. Como apontam Bustamante (1999) e Arnanz (2002), o investimento nos telejornais tem se tornado cada vez mais a possibilidade de conversão desses programas em moedas de negociação, enquanto produto da grade de programação, além de reafirmação da legitimidade da emissora como fonte explicativa dos fatos cotidianos, especialmente a partir da entrada em cena das supostas fontes concorrentes, como Internet e canais por assinatura.

---

<sup>115</sup> Como já se referiu no trabalho, o sinal da emissora chega 99,84% do território nacional. Disponível em <http://redeglobo3.globo.com/institucional>. Acessado em 14/09/2007.

<sup>116</sup> A programação jornalística começa às 6h15 com o Globo Rural Diário, seguido pelas edições locais do Bom Dia Praça (Bom Dia São Paulo, Bom Dia Rio etc.) e pelo Bom Dia Brasil. Ao meio-dia vêm os telejornais locais (SPTV, RJTV etc.), seguidos pelo Globo Esporte e o Jornal Hoje. À noite há a segunda edição dos telejornais locais, o Jornal Nacional e, mais tarde, o Jornal da Globo (Boletim Informativo para Publicitários da Rede Globo, nº 528, junho de 2006).

<sup>117</sup> Na publicação da própria emissora sobre a história do Jornal Nacional (Jornal Nacional: a notícia faz história: 2004), a Rede Globo cita dois dos grandes eventos que comprometeram a sua credibilidade da emissora com relação à produção jornalística. O primeiro se refere às intensas e (ainda) contínuas críticas que a Rede Globo sofreu por conta de retratar apenas nos noticiários locais a movimentação das eleições Diretas para presidente entre 1983 e 1984 no Brasil, bem como a cobertura do grande comício das “Diretas Já” em janeiro de 1984 que foi tratado apenas como o evento de aniversário da cidade de São Paulo. O segundo grande alvo de críticas à cobertura jornalística da emissora diz respeito ao debate eleitoral entre os candidatos à presidência da República Fernando Collor de Mello e Luís Inácio Lula da Silva, em 1989, que teria sido editado e exibido nos telejornais da emissora de maneira parcial pró Collor. O diretor da Central Globo de Jornalismo da época, Armando Nogueira, diz que, embora não se saiba ao certo quem fez, a edição parcial representou (...) *uma deslealdade de um escalão abaixo da minha direção. Eu tinha um diretor chamado Alberico Souza Cruz que, à minha revelia, juntamente com um editor chamado Ronald de Carvalho, deformou a edição (...)* (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 215).

No caso da Rede Globo, esse investimento no telejornalismo nos anos 90 integra um processo que tem sido constante na emissora desde o começo da sua história, com destaque para alguns marcos específicos. Um deles diz respeito, por exemplo, à estréia do “Jornal Nacional” – o telejornal mais importante da programação da emissora – que foi o primeiro telejornal da televisão brasileira a ser exibido em rede nacional, do Oiapoque ao Chuí, produzindo, no âmbito jornalístico, esta associação entre a Rede Globo e a integração do país viabilizada pela tecnologia.

Desde então, a idéia de unir todo o Brasil através do telejornal tem se tornado um valor distintivo do jornalismo da Rede até os dias de hoje, funcionando extensivamente a todos os outros programas jornalísticos. Neste sentido diz Charoux (2002, p. 23) “a supremacia dos recursos da companhia também lhe garante, em (...) frentes noticiosas, uma forte presença institucional entre os consumidores de informação (...)”. Dessa forma, juntamente com a abrangência de sinal, como já se pontuou e a qualidade técnica das imagens, esta idéia vai integrando elementos estruturadores de um imaginário de apuro e busca contínua pela informação na cobertura noticiosa da Rede Globo (BOLAÑO, 2004).

#### 4.2 “JORNAL DA GLOBO” NA TV DE SÃO PAULO

E é nesta perspectiva que se deve compreender a significação dos investimentos feitos em São Paulo, na virada do milênio, como mais um movimento em que a tecnologia vem se traduzir em qualidade e cuidados técnico e estético. A partir de uma conjuntura de reestruturação da emissora em direção à racionalidade econômica para fazer frente ao acirramento da concorrência tanto da Tv por assinatura quanto das outras redes abertas de televisão e da Internet, o telejornalismo da Globo estava preocupado em promover alterações para manter os números da audiência, ameaçados pela emergência dos novos canais, alguns deles, inclusive especializados em notícias 24 horas. Assim, segundo Bolaño (2004), as novas instalações da Tv Globo em São Paulo e os novos estúdios permitiram que o telejornal “Hoje” passasse a ser gerado na capital paulista e que o “Jornal da Globo” ganhasse em dinamismo, podendo ser transmitido diretamente da redação. Segundo Scalzo (1999):

Ao lado dessas mudanças estão alterações tecnológicas que agilizaram as produções. Por exemplo, antes havia a possibilidade de entrar com seis chamadas independentes ao vivo dentro do telejornal. Agora esse número cresceu para 14, que podem ser simultâneas, ou seja, um ou mais repórteres podem conversar com um âncora ou com outros repórteres no ar, facilitando grandes coberturas. Seis novas unidades móveis foram equipadas com sistemas de transmissão de microondas ou satélite para gerar imagens ao vivo de qualquer ponto da cidade. Elas se juntam às outras 42 unidades de produção de jornalismo, menos modernas, que podem entrar ao vivo eventualmente, com a ajuda de um helicóptero. Para driblar o trânsito da cidade, uma rede de fibra óptica foi instalada em vários pontos da cidade (Pacaembu, Anhembi, Avenida Paulista e no Centro, por enquanto). Desses locais, uma equipe móvel pode plugar o equipamento numa espécie de tomada e transmitir imagens e áudio para a central (SCALZO, 1999, p. 86).

Na esteira desse processo, vê-se que as operações relativas ao telejornal “Jornal da Globo” quanto à sua formatação e linguagem fizeram parte das mudanças geradas pelos investimentos em São Paulo. Assim, no que tange ao “telejornal de segunda edição”, ou seja, o telejornal que, na grade de programação, vem após o telejornal considerado de horário nobre<sup>118</sup>, essas transformações resultaram em características muito particulares ao programa dentro do cenário televisivo e, juntas, foram responsáveis por torná-lo objeto de estudo deste trabalho.

A primeira dessas características diz respeito ao fato de o programa ter 15 pontos de audiência em média e o número de aparelhos ligados na emissora no horário do programa, o *share*, ser de 39%<sup>119</sup>. No caso do Jornal da Globo<sup>120</sup>, essa liderança de audiência significa uma diferença de 10 pontos à frente, em média, em relação ao segundo colocado, convertendo-se em índices bastante representativos para o horário e programa que luta, de certa maneira, com o fato de ter que noticiar de forma diferente, o que já foi noticiado, anteriormente, no mesmo dia.

Além disso, o telejornal vai ao ar tarde da noite, entre 23h30m e 24h30m, podendo sofrer ainda outras alterações de horário de exibição porque está condicionado às variações dos programas que o antecedem, o que se configura num problema em termos de fidelização da audiência. Assim, nas segundas-feiras (filmes) e quarta-feiras (jogos de futebol), o horário do telejornal está submetido à duração dos programas anteriores que podem sofrer variações na sua duração como é o caso dos jogos de futebol (prorrogação e pênaltis). Já nas terças, quintas e sextas, o programa vai ao ar mais cedo porque as atrações que o antecedem são mais

---

<sup>118</sup> No caso da Rede Globo, o horário nobre está destinado ao “Jornal Nacional”.

<sup>119</sup> Dados do IBOPE TeleReport Light publicado em Zero Hora de 20/10/2007, p. 41.

<sup>120</sup> Dados do IBOPE de abril de 2006. Disponível em <http://www.almanaqueiboep.com.br/asp/index.asp>. Acesso em agosto de 2006.

curtas e com duração invariável. Há ainda inserções na programação, durante períodos especiais que acabam também por interferir no horário de exibição do telejornal<sup>121</sup>.

Todos esses desafios que precisam ser continuamente transpostos somam-se a outra característica importante que afeta o telejornal e a relação com a audiência e que diz respeito, justamente, à chegada da Internet e da Tv por assinatura.

O telejornal tem estabelecido ao longo do tempo um foco específico de público voltado para as classes mais altas da população em um movimento de segmentação de sua audiência que se põe, inclusive, em acordo com a proposição defendida por Vilches (2006). Segundo o autor, os telejornais, ainda que em sinal aberto, tendem a ser, com a chegada das novas tecnologias e particularmente da Internet, cada vez mais segmentados e divididos em pacotes de gênero. No caso do “Jornal da Globo”, o público segmentado que assiste ao telejornal, conforme o IBOPE (2006)<sup>122</sup>, é constituído em 37,6% de telespectadores das classes A e B, e 44,9% da classe C. Ou seja, boa parte do público (82,5%) está nas classes mais altas da sociedade brasileira (classes A, B e C).

Ocorre, no entanto, que a segmentação do telejornal faz com que esses telespectadores das classes mais altas que compõem o público do “Jornal da Globo” acabem sendo os mesmos que dispõem também dos serviços de Internet e Tv por assinatura, o que justamente poderia promover um tensionamento maior do programa em relação às novas tecnologias na disputa pela audiência, conforme pontuado por Bolaño (2000). Segundo o autor, foi justamente esta faixa considerável de público<sup>123</sup> que migrou para as novas tecnologias, a partir de seu surgimento na década de 90, causando inclusive a queda no nível de programação da

---

<sup>121</sup> Durante os meses de agosto e setembro de 2006, quando iniciaram as observações mais intensivas do telejornal, a Rede Globo inseriu, no horário que antecede o telejornal, a reprise da minissérie “A Casa das Sete Mulheres”, que acabou “empurrando” o horário da exibição do telejornal para mais tarde. Nesse período, também a propaganda eleitoral obrigatória contribuiu para essa mudança no horário. Dessa maneira, nos meses de agosto e setembro do ano passado, o telejornal, apesar de não ter horário fixo de exibição, nunca entrou no ar antes da meia-noite.

<sup>122</sup> Fonte: Ibope telereport Light - Gde POA 01 a 30/04/2006. Abril a setembro/2006. Fonte RBS TV Santa Cruz.

<sup>123</sup> Segundo o relatório do IBGE de 2006, 21% dos brasileiros têm acesso à Internet no país. O IBGE não definiu a pesquisa por classe social, mas apontou que 69,5% dos internautas estavam dentro da faixa de rendimento estipulada como mais alta da pesquisa - mais que cinco salários mínimos. Acessado em [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/sintese\\_pnad2005.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/sintese_pnad2005.pdf) No caso da Tv por assinatura, 15% dos domicílios brasileiros dispõem do serviço, segundo a Associação Brasileira de Tv por assinatura. 78% pertencem às classes A e B, 18% à classe C e 4% à classe D. Disponível em <http://www.abta.org.br/site/content/imprensa/releasesDetalhes.php?codigo=193>. Acesso em 14/09/2007.

Tv aberta. Dessa maneira, para o “Jornal da Globo”, essa configuração poderia significar que os telespectadores das classes A, B e C assistem o telejornal em um horário não nobre e tampouco fixo para receber informações, provavelmente, disponíveis de outras formas e antecipadamente através dos canais de jornalismo 24 horas e/ou da própria Internet que faz a atualização contínua dos conteúdos, gerando um desafio ainda maior para o programa.

Como resposta a isso, em consequência deste novo cenário comunicacional, o telejornal tem reafirmado sua aposta na estratégia de fidelização do público que tornou sua marca desde o início, em 1979. O posicionamento editorial do programa sempre esteve associado à análise mais aprofundada das notícias, por conta, justamente de atender um público diferente no final da noite. Para a emissora, o “Jornal da Globo” nasceu justamente desta preocupação:

Um noticiário de fim de noite recheado de análises, grandes reportagens, séries e entrevistas de estúdio. As informações internacionais eram apresentadas diretamente de Londres e Nova York pelos correspondentes da Rede Globo, e o tempo de duração do programa era sempre determinado pela principal entrevista do dia, com o mínimo de 30 minutos. Fábio Perez era o editor-chefe e Sérgio Chapelin, o apresentador, mas o programa contava ainda com a participação de repórteres especiais, analistas, e entrevistadores (JORNAL DA GLOBO, 2006).

Na verdade, foi visando continuamente o direcionamento ao público – tido como mais exigente por integrar em boa parte as classes A e B e C que, em tese, têm acesso a outras fontes de informação – que fez com que o telejornal passasse por várias fases ao longo desses 27 anos, sem abandonar nunca seu foco na interpretação da notícia. A primeira mudança se deu em 1982, depois de 11 anos no ar, quando o telejornal sofreu uma pequena mudança no formato. Um dos blocos do jornal passou a se dedicar à análise da notícia mais importante do dia. Pequenas entrevistas ao vivo complementavam o material gravado sobre o assunto e Renato Machado, Belisa Ribeiro e Luciana Villas Boas formavam o time fixo do telejornal. Carlos Monforte também fazia parte da equipe como comentarista. Em seus 30 minutos de duração - 25 nacionais e cinco de noticiário local - o “Jornal da Globo” falava de política, economia e cultura, no Brasil e no mundo, além de abrir espaço para o esporte.

No ano seguinte o telejornal investiu no humor com a contratação do humorista Jô Soares e do cartunista Chico Caruso. Jô Soares participava com comentários diários, e as charges de Chico iam ao ar uma vez por semana. Era o tempo necessário para a montagem de cada animação, naquela época em que os equipamentos não eram tão sofisticados.

Segundo a Tv Globo<sup>124</sup> (2006) houve nova mudança em 1986, quando o telejornal passou a ser apresentado por Eliakim Araújo e Leila Cordeiro. O casal ficou na apresentação do telejornal durante três anos até que, em 1989, uma nova alteração no programa resultou na contratação de Fátima Bernardes. Fátima foi escolhida para apresentar o “Jornal da Globo” ao lado de Eliakim Araújo, substituindo Leila Cordeiro, que foi deslocada para a bancada do Jornal Hoje. Mas logo depois, em julho, Eliakim e Leila deixariam a emissora, e William Bonner, que apresentava o Fantástico e o *SPTV*, foi escalado para o Jornal da Globo, ao lado de Fátima.

No entanto, uma das alterações mais significativas no telejornal aconteceu em 1993, quando Lílian Witte Fibe voltava à Tv Globo, e assumia o posto de âncora do JG. E, num marco de descentralização da programação, o “Jornal da Globo” passou a ser editado em São Paulo, tornando-se o primeiro telejornal em rede gerado naquele estado:

O telejornal manteve o nome, mas mudou o conceito. Lílian era também editora do jornal, tendo autonomia para decidir e fazer comentários sobre determinados assuntos, quando necessário. Foi a primeira vez, também, que a Globo transmitiu um jornal de São Paulo. Num novo estúdio, três câmeras, sendo que apenas uma fixa, se movimentavam sobre trilhos ou guias, num recurso inédito do telejornalismo brasileiro. O cenário, projeto de Alexandre Arrabal, era baseado na alegoria do dinamismo da notícia. A intenção era dar a sensação de amplitude e movimento. Quanto ao conteúdo, o JG passou a priorizar notícias de Brasília e a prestação de serviços na área econômica. Alexandre Garcia (política), Joelmir Beting (economia), Juca Kfourri (esporte) e Paulo Francis (Nova York) passaram a atuar como colunistas fixos do JG (www.globo.com.br, 2006).

O jornalista Fábio Perez (2007) também pontua as razões para a transferência da exibição do telejornal para São Paulo:

As notícias de economia, as repercussões de Brasília aconteciam sempre em São Paulo. Os momentos sindicais aconteciam em São Paulo. As lideranças civis estavam quase todas em São Paulo. Então, (o telejornal) ficava perto desses acontecimentos ao mesmo tempo em que se valorizava a praça (PEREZ, 2007)<sup>125</sup>.

O conceito de âncora do jornalismo que é também editor e não só um leitor de notícias, juntamente com a mudança mais acentuada na proposta do telejornal e investimento no aperfeiçoamento técnico do programa, vêm “coincidir” com um momento da chegada das novas tecnologias no cenário comunicacional – Internet e Tv por assinatura – bem como com

<sup>124</sup> Disponível em <http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2745-p-2507,00>. Acesso em 14/11/2006.

<sup>125</sup> Fábio Perez foi Editor-Chefe do “Jornal da Globo” durante os anos 90 até 2003. Disponível em <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM723516-7823>  
JORNAL+DA+GLOBO+ANOS+A+HISTORIA+DO+TELEJORNAL,00.html. Acesso em 31/08/2007.

a desregulamentação da radiodifusão brasileira e a orientação para o cenário internacional. No entanto, mesmo sendo possível estabelecer essa correlação, os profissionais da emissora não consideram as mudanças ocorridas neste período como resultado de uma nova ambientação externa, conforme se verá na seqüência do trabalho.

Nesse período, de 1996 a 1997, Lílian apresentou o Jornal Nacional e Mônica Waldvogel assumiu seu posto como editora e âncora do “Jornal da Globo”. A estréia de Mônica foi no dia 1º de abril de 1996. Na época, o jornal ia ao ar às 24h30.

Ainda nos anos 90, outra troca de apresentadora. No dia 10 de março de 1997, a jornalista Sandra Annenberg estreou no “Jornal da Globo”. Ela acumulava a função de editora executiva com a apresentação e contava com a colaboração de Alberto Villas na coordenação do jornal. No ano seguinte, Lílian voltou a comandar o JG para sair dois anos depois. Em 2000, Carlos Tramontina assumiu interinamente a função de apresentador do “Jornal da Globo”. Após um período de negociações, a emissora anunciou o nome de Ana Paula Padrão para a vaga de titular na ancoragem do telejornal. Ana Paula assume a bancada do “Jornal da Globo” no dia 07 de agosto de 2000, onde ficou até maio de 2005.

A partir de 2003, o jornalista Mariano Boni passou a ser o editor-chefe do JG. O jornal passou a ter como comentaristas fixos Franklin Martins, Carlos Monforte e Arnaldo Jabor. Também ganhou a participação ao vivo de correspondentes de Nova York, direto da redação do escritório da Rede Globo. Em 30 de maio de 2005, William Waack e Christiane Pelajo assumem a bancada do “Jornal da Globo”. Eles realizam um antigo projeto do jornalismo da TV Globo, que é o de contar com uma dupla de repórteres na bancada para dar mais dinamismo ao telejornal, mantendo o propósito da emissora em oferecer informação mais qualificada ao telespectador do telejornal.

Segundo Mariano Boni<sup>126</sup>, atual Chefe de Redação da Tv Globo São Paulo, o telejornal é reconhecido como um jornal mais analítico e as pessoas esperam por isso. E os

---

<sup>126</sup> Os depoimentos que seguem de Erick Brêtas (Editor-Chefe do telejornal), Mariano Boni (Chefe de Redação), William Waack (apresentador do telejornal), Adriano Sorrentino (Coordenador do Setor de Arte) e Fernando Gueiros (Gerente de Operações da CGJ – Central Globo de Jornalismo da Tv Globo São Paulo) são resultado de entrevistas feitas pela pesquisadora em três visitas à redação da Tv Globo São Paulo durante o ano de 2006. Com relação especificamente ao editor-chefe, além dessas entrevistas na redação, ele também respondeu a perguntas por e-mail em diferentes oportunidades durante o ano de 2007. Nas entrevistas feitas por ocasião da primeira visita, percebeu-se um evidente cuidado por parte dos entrevistados na seleção das palavras e do conteúdo das respostas dadas que foi, no decorrer do tempo, suavizado.

comentaristas do telejornal Franklin Martins<sup>127</sup>, Arnaldo Jabor, Carlos Sardenberg<sup>128</sup> e Alexandre Garcia são exemplos do investimento dado pelo telejornal na análise da notícia.

Há dois anos, o telejornal conta com um novo Editor-Chefe. Erick Brêtas mantém a linha editorial do jornal orientando o trabalhando na análise dos fatos, além da preocupação de ir, continuamente, em busca de novas formas de noticiar as informações na tentativa de manter-se em sintonia com as demandas dos telespectadores. Esses desejos do público são conhecidos através de pesquisas quantitativas e qualitativas feitas pela emissora, conforme Brêtas (2006)<sup>129</sup>, que ratificam seu entendimento de que o telejornal não tem que noticiar tudo como o “Jornal Nacional”, mas o que há de mais importante no dia e, dentro desta perspectiva, o mais importante com análise:

Nós não temos que dar tudo. É uma coisa importantíssima. (...) Você pega os assuntos, dos 20 mais importantes, o JN tem que dar aqueles 20 assuntos mais importantes. A gente não tem que dar aqueles 20 assuntos mais importantes. A gente tem que dar desses 20, 5 ou 6 mais importantes de uma maneira aprofundada. (...) O JG precisa ter uma carga opinativa maior que o Jornal Nacional. (...) Cada telejornal tem sua personalidade (BRÊTAS, 2006).

Também o apresentador do telejornal William Waack segue na mesma linha de raciocínio quando explica o posicionamento do telejornal na grade de programação jornalística da emissora:

A característica do “Jornal da Globo” é ser o telejornal das notícias da noite num novo ciclo<sup>130</sup>. Quatro jornais, cinco diferentes num ciclo. (...). E o editorial é uma manifestação de opinião, é claramente identificado com opinião. Único que pode abrir com opinião. Mas o público quer opinião. E o telejornal sabe para quem fala. Para um público com exigências. Um pequeno público qualitativo que pede que o telejornal opine (WAACK, 2006).

---

<sup>127</sup> Franklin Martins foi comentarista do telejornal até maio de 2006 quando seu contrato com a Rede Globo acabou e não foi renovado. A partir de outubro de 2007, Heraldo Pereira, repórter da Tv Globo Brasília assumiu o lugar de Franklin passando a ser o comentarista político do “Jornal da Globo”. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u335746.shtml>.

<sup>128</sup> Nesse mesmo sentido de oferecer além dos fatos, também a análise, o telejornal passou a contar a partir de agosto de 2006, com a análise política e econômica das notícias feitas pelo comentarista Carlos Sardenberg. Carlos Sanderberg é jornalista, especialista em economia, e faz análises econômicas em rádio, televisão e Internet. Disponível em <http://www.sardenberg.globolog.com.br/>. Acesso em 25/07/2007.

<sup>129</sup> O Editor-Chefe disse ainda que as pesquisas mostram que os telespectadores do telejornal buscam, no programa, informações que possam lhes servir no gerenciamento cotidiano de suas vidas. Ou seja, informações para qualificação e conhecimento no que diz respeito ao trabalho, especialmente, além da vida doméstica também.

<sup>130</sup> Waack se refere aos quatro telejornais diários da emissora: “Bom dia Brasil”, “Jornal Hoje”, “Jornal Nacional” e “Jornal da Globo”.

Por conta do posicionamento como telejornal de opinião num processo construído e reafirmado ao longo do tempo, O Chefe de Redação da Tv Globo São Paulo, Mariano Boni, acredita que o “Jornal da Globo” é um programa consolidado e vitorioso. E as novas tecnologias de comunicação, segundo o jornalista, não alteraram a formatação do telejornal, fazendo-o apostar numa idéia contrária a de autores como Bolaño & Brittos (2005) e Capparelli e Lima (2004) quando tratam da queda da audiência a partir da entrada da televisão brasileira na fase da multiplicidade da oferta e conseqüentes aumento da concorrência no setor e popularização da programação. Para os profissionais responsáveis pela produção do telejornal, a chegada das novas tecnologias não significou acomodação do seu formato e nem briga pela audiência.

A respeito especificamente da Tv por assinatura Boni<sup>131</sup> diz que:

Não acho que a gente tenha que brigar pela audiência dos telespectadores que podem estar no cabo. A gente tem nosso trilha de audiência que tá na faixa dos 15 pontos, 16 pontos. No horário em que a gente tá ligado (...) o público que tá ligado no cabo é de 2 a 3 pontos (...). Você tem uma quantidade muito maior de gente que não tá no cabo<sup>132</sup>. (...) Não vejo o cabo como concorrente (BONI, 2006).

Também Waack compartilha da mesma visão, acrescentando como prova disso o fato de os telespectadores assistirem na Tv a cabo a reprise do “Jornal da Globo”. A afirmação de Waack tende a se alinhar à proposição feita por Bustamante (1999), quando diz que os telejornais consolidados na Tv aberta passam por um processo de reafirmação de sua própria identidade e marca a partir da chegada das operadoras de televisão privadas. Diz Waack:

O telejornal não perdeu audiência por causa da Tv por assinatura. Não faz concorrência. Alguns telespectadores vêm na Tv aberta e depois vêm na GloboNews ou só na GloboNews por causa da qualidade de sinal (WAACK, 2006).

Essa idéia da rerepresentação do telejornal da Tv aberta na Tv por assinatura também é um bom exemplo de um dos tipos de sinergia apresentado pela emissora. Conforme a classificação adotada por Richeri (1999) trata-se da sinergia horizontal, evidenciada no

<sup>131</sup> A respeito dos números de audiência, Boni (Chefe de Redação) diz que o “Jornal da Globo” é um projeto consolidado se pensado a partir de seu horário. Diz o jornalista que é um telejornal com comercial e preço que ajudam e que o tornam um produto bom de ser vendido, ainda que na redação não haja uma cobrança direta (da direção para com eles) em relação à audiência. No entanto há, (da parte da equipe de jornalismo), uma atenção constante com relação a isso.

<sup>132</sup> Segundo Boni (Chefe de Redação) e Brêtas (Editor-Chefe), os 15 pontos médios de audiência significam uma audiência de 11 a 15 milhões de pessoas. Na contrapartida, segundo eles, a participação de assinantes no cabo ainda é muito pequena no Brasil e menor ainda no horário do telejornal.

cruzamento de profissionais e da produção televisiva da Tv aberta com o sistema de cabodifusão. E no caso da Tv Globo se mostra como uma estratégia exitosa na medida em que se traduz, segundo Boni (2006), em mais uma indicação, através da audiência, do prestígio e da força da marca do programa na Tv aberta:

O “Jornal da Globo” na Tv a cabo dá muito mais audiência que o da GloboNews<sup>133</sup> (BONI, 2006).

Com relação à Internet, da mesma forma, Waack não a vê como mídia concorrente. Seu entendimento, na verdade, é de que os meios de comunicação se estimulam promovendo uma condução do telespectador do telejornal aos sites de notícias, e dos sites de notícias ao telejornal. Também esta idéia repercute a proposição de Ramonet (1999) quando diz que a mídia e seus aparatos tecnológicos, ao oferecer uma infinidade de recursos e em consequência disso, também de notícias, fala dos mesmos assuntos e produz um jogo de espelhos no cenário comunicacional que o autor chama de mimetismo midiático. Para Waack, esse “jogo de espelhos” funciona a partir de um movimento que se dá no sentido das notícias da Internet em direção ao telejornal, onde estas são reafirmadas, uma vez que a rede ainda não desfruta da mesma credibilidade da Tv. Além disso, nesse ciclo de consulta à Internet, à Tv e de volta à Internet, para Waack, a rede colabora com a permanência dos conteúdos no ar, o que a Tv não pode fazer:

O G1<sup>134</sup> vai jogando o cara pro vídeo e vice-versa. Então a Internet ajuda. E não desaparece instantaneamente. Ao mesmo tempo, as pessoas cotejam o que se diz na internet. O telejornal tem mais legitimidade. (...) O telejornalismo em geral, em particular no Brasil, tem mais credibilidade que as instituições. É mais respeitado que o presidente da República (WAACK, 2006)

Vê-se que, a partir da perspectiva apresentada pela redação, ou seja, por quem está envolvido no processo de feitura do programa e sob a responsabilidade de gerência dos números de sua audiência, as novas tecnologias não se apresentam apenas como concorrentes. Funcionam também, a partir do olhar dos jornalistas e do ponto de vista da atuação estratégica da emissora enquanto parte de um conglomerado multimídia, como instâncias reafirmadoras do lugar já legitimado do telejornal no sinal aberto. Ou seja, nesse momento, as novas tecnologias parecem se inserir no contexto comunicativo a partir de um movimento de adaptação sinérgica às mídias já estabelecidas, típico das corporações

<sup>133</sup> Canal de Notícias da Rede Globo do sistema de cabodifusão. No canal GloboNews o “Jornal da Globo” é apresentado (reprise) às 3h05m.

<sup>134</sup> Portal de Notícias da Globo.

multimídia. E, por isso, o entendimento de quem faz o telejornal da Tv aberta é de que o programa é mais um produto da emissora. Com sua marca fortemente estabelecida ao longo do tempo, o programa é oferecido na grade a partir de um foco específico de público que, diante das possibilidades tecnológicas e comerciais, une-se, sinergicamente a outros produtos explorados nas diferentes mídias que integram a holding Globopar.

É importante lembrar que a sinergia diz respeito a um certo tipo de desempenho esperado pelas empresas do setor, na medida em que os produtos culturais assumem maior valorização e rentabilidade na nova conjuntura sócio-econômica e tecnológica, especialmente se provenientes da televisão. Conforme Richeri (1999) e Vilches (2006), uma vez que se vive um período de assunção da “economia do imaterial” e da “criação de valor” gerada pela indústria das mídias, o telejornal converte-se num exemplo do reaproveitamento dos produtos culturais. Para Brittos (2002), a prática de reaproveitar a produção é essencial à geração e volume de produtos multimídia pelas empresas do setor, inseridas nas competitivas leis do capitalismo internacional.

Em conseqüência desse movimento, mais do que adequação à nova economia, em última análise, a atuação sinérgica das mídias passa a compor, sobretudo, um encontro de dois momentos, conforme se tem procurado mostrar ao longo deste trabalho. De um lado, há um momento que diz respeito ao início de um processo de flexibilização da programação em direção a uma proposta rizomática de organização dos programas e produtos, em consonância com as necessidades da Sociedade em Rede, proposta por Castells (2003). De outro lado, e em conseqüência do primeiro, a programação vai, gradativamente, afastando-se do modelo rígido axiomático e vertical de grade de programação vigente até o momento, identificada com os pressupostos de organização da Sociedade Industrial.

Por isso, vê-se que o telejornal faz parte de um projeto de Tv aberta, com sua programação fixa, portanto centralizada e rígida em sua formatação, tanto na verticalidade quanto na horizontalidade<sup>135</sup>. Dessa maneira, vale-se de seu conceito construído ao longo do

---

<sup>135</sup> A horizontalidade e a verticalidade são dois conceitos que fundam a concepção de grade programação de uma emissora de Tv aberta e suas estratégias para a conquista e fidelização do público a partir da idéia de faixa horária. A horizontalidade diz respeito à exibição do programa no mesmo horário todos os dias, ou semanas, ou meses, dependendo de sua periodicidade. Já a verticalidade diz respeito ao posicionamento e encaixe do programa na grade de programação em relação aos programas que vêm antes e depois. Diferentemente deste processo, na Tv por assinatura, a grade de programação não funda-se na verticalidade e nem na horizontalidade. As Tvs por assinatura adotam uma grade de programação diagonal, ou seja, os programas mudam de horário, apresentado reprises, o que possibilita alcançar a audiência em vários horários (ARONCHI, 2005).

tempo sob referenciais ainda modernos e valores estabelecidos mediante a organização, racional, centralizada e hierarquizada, para adaptar-se à realidade de incorporação multimídia<sup>136</sup> - Tv por assinatura e Internet – ao atuar como produto integrante da corporação. E assim, torna-se uma instância de representação desse encontro ou dessa hibridização dos dois processos em curso no cenário comunicacional.

Ao observar essa dinâmica, cabe dizer, portanto, que no contexto contemporâneo, as diferentes mídias passam a dialogar entre si. Ora reafirmam a vocação segmentada do telejornal de Tv aberta – já não mais exclusivamente estabelecido pela a lógica de produção e consumo em massa, sob a forma de mensagens padronizadas e em série – ora reapropriando-se de sua marca e credibilidade em uma nova forma de atuação e conseqüente lógica de horário, canal e localização na grade de programação.

Diante deste contexto, a radiografia do “Jornal da Globo”, enquanto produto da Rede Globo de Televisão e seu conseqüente posicionamento na grade programação num novo ambiente comunicacional, a partir da inserção das novas tecnologias, configurou-se como a primeira etapa do estudo desse fenômeno na sua dimensão empírica. Deste momento de análise de seu posicionamento externo a partir deste novo cenário, partiu-se então para o estudo do produto/programa internamente, na fase relativa ao seu processo produtivo, de “chão da fábrica”. Neste sentido, na investigação da feitura do telejornal, um processo que começa quando os jornalistas entram em contato com a informação na redação, passando pelo tratamento para torná-la notícia, até a exibição do programa, buscou-se verificar a incidência das novas tecnologias nas processualidades e fazeres do telejornalismo nessa fase de transição entre os dois momentos da experiência societária.

---

<sup>136</sup> Na verdade, a partir de 1993, com a produção e exibição do “Jornal da Globo” de São Paulo como o primeiro telejornal gerado fora da cabeça de rede no Rio de Janeiro, a Rede Globo deu um pequeno e inicial passo no processo de descentralização da produção, assumindo uma perspectiva mais horizontal ao investir na produção de outra emissora que não a cabeça de rede. Conforme pontua Hoineff (2007), o conceito de “cabeça de rede” é um conceito “jurássico” e tende a ir gradativamente dissolvendo-se, na medida em que as emissoras descentralizarem a programação. Depois do “Jornal da Globo”, a Rede Globo fez isso também com o “Jornal Hoje” em 1999, quando inaugurou os novos estúdios de São Paulo. Disponível em <http://jornalhoje.globo.com/JHoje/0,19125,3065-p-18518,00.html>. Acesso em 09/08/2007.

### 4.3 “JG” NA TRANSIÇÃO: O MODELO “HÍBRIDO”

Para entender como o telejornal vai sendo afetado pelas mudanças conjunturais e estruturais de um certo tempo compreendido aqui como de transição entre a modernidade e o momento contemporâneo, ou entre a Sociedade Industrial e a Sociedade em Rede, após a análise e posicionamento do programa frente ao novo cenário comunicacional, seguiu-se, nesta etapa, ao estudo do processo produtivo do telejornal. Ou seja, nesta segunda fase, tratou-se de reconhecer como se dá o movimento de encontro das marcas e valorações de dois paradigmas de organização societária e sua incidência na dimensão prática do telejornal, tomando-se como elemento norteador a perspectiva tecnológica, em associação a todos os seus desdobramentos sociais, políticos e econômicos. Para tanto, cabe mais uma vez detalhar os procedimentos metodológicos que deram origem às escolhas, formatações e operacionalidades do trabalho.

As observações do trabalho na redação do “Jornal da Globo” aconteceram em dois momentos. Num primeiro momento, em julho de 2006, foram feitas duas visitas à redação em dias subseqüentes, quando se fez uma parte das entrevistas além de uma incursão à redação para levantar informações exploratórias que serviram de base ao ajuste e amadurecimento de questões relativas ao projeto de pesquisa. Num segundo momento, seis meses depois, em novembro de 2006, voltou-se à redação para uma análise, dessa vez mais criteriosa, e focada nos objetivos já reconhecidos e afinados da pesquisa<sup>137</sup>.

---

<sup>137</sup> Como são muito freqüentes, os pedidos de entrada na redação do telejornal têm sido rigorosamente analisados pela Rede Globo de Televisão, já que a emissora entende ser necessário avaliar de acordo com seus critérios, quando deve ou não deve abrir ao exame público suas informações, bem como a sua forma de trabalho. No caso dos pedidos oriundos da academia científica, há um entendimento da importância de aceitá-los, uma vez examinada sua seriedade, juntamente com o pedido de uma série de documentos como cópia do projeto de pesquisa e assinatura de um acordo que determina as condições da visita. Para gerenciar esse processo, há um setor responsável pela análise dos pedidos de pesquisadores (que vão de estudantes de graduação a doutorandos) chamado Globo Universidade onde o presente trabalho foi inserido. No caso da pesquisa, a adesão do Editor-Chefe ao pedido se deu, nas palavras do próprio, por tratar-se de uma tese de doutorado e da seriedade da instituição superior à qual a pesquisadora está ligada. A partir da aprovação do pedido, os dias de observação bem como a forma e as condições foram negociadas com a emissora.

Nas diferentes oportunidades, a observação aconteceu desde o início da produção do telejornal, às 16h30m, até o momento final, quando o programa vai ao ar, a uma hora da manhã, para acompanhamento de todas as etapas do trabalho<sup>138</sup>.

Para sistematizar as informações colhidas tanto a partir das observações feitas na redação, quanto nas entrevistas com os profissionais a respeito da intervenção das tecnologias nas novas práticas de trabalho, estas foram organizadas a partir de três classificações resultantes de análise e subsequente agrupamento do material por tema e por cronologia, conforme a sucessão de acontecimentos ao longo dia da redação. Dessa maneira, a primeira delas tratou da organização do trabalho na redação, a segunda da construção do telejornal e a relação com as fontes de informação e a terceira, da edição e da tecnologia a serviço dos recursos visuais e sonoros.

#### **4.3.1 Da organização do trabalho na redação**

A primeira categoria concebida na sistematização das informações investigou a organização do trabalho da redação onde foi possível muito claramente, observar o fenômeno da transição dos dois paradigmas de organização societária e suas marcas a partir da constituição do planejamento e das ações de cada edição do telejornal. Ou seja, na observação ficou evidente o reconhecimento da convivência simultânea entre elementos, valores e formas de organização do trabalho do período moderno, ou da Sociedade Industrial, com as marcas e valorações da sociedade contemporânea, também entendida como Sociedade da Informação, ou ainda Sociedade em Rede.

Além disso, o encontro entre estes “dois tempos” permitiu comprovar que o surgimento de uma nova etapa de organização societária, com seus valores e formas próprias,

---

<sup>138</sup> Como já se pontuou, além das observações do dia de produção do telejornal, nas idas à redação em São Paulo, também foram feitas entrevistas com os jornalistas que ocupam os cargos mais importantes na hierarquia do programa (Editor-Chefe e Apresentador), com o gerente de operações da emissora e com o coordenador do setor de Arte. As entrevistas foram feitas sempre num período considerado como intervalo durante a produção do telejornal, mais ou menos definido pelos jornalistas entre as 18h30m e 19h30m, a fim de não atrapalhar o andamento das atividades. Além dessas entrevistas feitas quando das visitas à redação da emissora em São Paulo, algumas informações também foram repassadas através de entrevista feita por telefone, ao longo da produção do trabalho com o Editor-Chefe do telejornal, Erick Brêtas.

não se dá com o rompimento completo com a anterior, mas do movimento de gradativo apagamento das marcas da primeira, dando lugar às novas possibilidades da segunda. E neste sentido, a prática na redação refletiu justamente essa hibridização de lógicas e processos, mostrando-se a partir de uma alternância contínua entre as marcas racionalizadas e axiomáticas da Sociedade Industrial, ou Moderna, e da sociedade contemporânea e seus processos de flexibilização e descentralização.

Já na chegada à redação, as primeiras características percebidas dizem respeito ao modelo industrial de organização, evidenciadas na verticalização e hierarquização dos processos na redação. As atividades de maneira geral são divididas por cargos e funções e há separação entre a concepção e execução das atividades, caracterizando um tipo de empresa fordista, conforme retrata Harvey (2001). Os jornalistas, que desempenham funções específicas, batem cartão para o cumprimento de uma carga horária fixa, abrindo os trabalhos do dia com a primeira reunião onde o jornal começa a ser planejado.

O “dia” na redação começa às 16h30m quando os editores do telejornal se reúnem para a “reunião de caixa” ou videoconferência em uma sala específica para tal. Nessa reunião, a equipe de editores de São Paulo, num primeiro momento, conversa com os jornalistas responsáveis pela cobertura das notícias nas 21 praças – emissoras afiliadas da Globo<sup>139</sup> – espalhadas pelo país, para discutir as ofertas de matérias de cada uma para o telejornal. A comunicação é feita com as praças através de um aparelho de intercomunicação que permite a todos os editores escutarem, e eventualmente falarem, com todas as praças. Mas, para fins de organização do processo, quem representa a equipe de São Paulo nessa comunicação com as praças é o Editor-Chefe que vai chamando cada jornalista de cada estado do país para ouvir sua oferta de matéria para o dia que depois, se aceita, será gerada por um sistema de microondas via Embratel.

Nessa negociação das tarefas na reunião de caixa, no entanto, tem-se já um primeiro exemplo de que a estrutura hierárquica e vertical da redação, reconhecida nos cargos e funções dos jornalistas, convive com processos e situações de descentralização, horizontalização e virtualização, próprias da conectividade possibilitada pelas redes.

---

<sup>139</sup> Das 21 praças, com quatro delas a comunicação é feita não por rádio, ou seja, não só por voz, mas com imagem através da videoconferência. Isso porque estas quatro não são emissoras afiliadas, e sim emissoras de propriedade da Rede Globo. São elas: Brasília, Rio de Janeiro, Recife e Belo Horizonte.

Além dos cargos e funções muito bem definidos, a organização fordista pôde ser observada no fato de a estrutura de comunicação ser utilizada nos moldes de uma estrutura vertical e axiomática, ainda que tenham à sua disposição estruturas de redes que permitem a conexão de todos os participantes de diferentes localizações geográficas. Mesmo assim, nesse modelo comunicativo, só o editor-chefe fala com as praças, enquanto os jornalistas que estão em São Paulo apenas acompanham sem intervir na negociação com cada praça. E esta negociação, por sua vez, também se estabelece verticalmente na medida em que os jornalistas que são chamados em cada estado do país, precisam esperar sua vez – seu tempo e lugar – para negociar suas ofertas de matéria com o editor-chefe, numa dinâmica tipicamente fordista.

Mas essa dinâmica, onde se observa apenas o processo vertical e centralizador de trabalho e a estrutura das redes não é explorada, não se mantém nas demais instâncias da produção do telejornal. Em muitas delas, na verdade, o que se verifica é a convivência entre a linha de produção fordista com estruturas rizomáticas, produzindo uma alternância das duas formas. Um exemplo é o uso das redes de Internet e Intranet pelo editor-chefe nas reuniões da videoconferência. Enquanto comanda a negociação com as emissoras afiliadas, Brêtas (2007) utiliza-se das redes que oferecem conectividade e agilidade para a tomada de decisões editoriais na medida em que, conforme lembra Castells (2003), possibilitam a atualização contínua e a mudança rápida das operações em curso. No caso da Internet, a rede é utilizada para consultas aos principais portais de notícias como “O Globo”, “UOL News” e “BBC News” servindo de orientação e subsídio para a avaliação da pertinência dos assuntos ofertados pelas emissoras afiliadas. Ou seja, a conectividade à rede que descentraliza e virtualiza o processo produtivo, ajuda a nortear o julgamento do editor-chefe a respeito da pertinência das ofertas das praças e da seleção do que vale como notícia. E dessa forma, ajudando a tomar decisões agilmente sobre o que vai ou não entrar no telejornal, uma vez que este é sempre “menor” do que o número de matérias oferecidas para o dia.

Já na Intranet, ao abrir o arquivo do dia no software “inews”<sup>140</sup> usado para edição do telejornal, o editor-chefe verifica o que o “Jornal Nacional” – editado e exibido antes do “Jornal da Globo” e a partir do Rio de Janeiro – tem em sua previsão para o dia e o que vale a pena continuar a repercutir. No arquivo do inews, enquanto negocia com as praças, o editor-chefe vai registrando cada assunto que virá de cada região do país, com previsão de duração e

---

<sup>140</sup> Segundo o Editor-Chefe Erick Brêtas (2006), o inews é um software usado na maior parte das televisões do mundo para editar telejornais. Ver anexo B.

formato narrativo da notícia, dando início ao processo de construção do “espelho<sup>141</sup>” do telejornal, isto é, do menu de assuntos previstos, a princípio, para a edição daquele dia. E apesar da dificuldade em delimitar preliminarmente a duração das matérias, o editor-chefe sempre põe no “espelho” do telejornal uma previsão de tempo tanto para o “VT”<sup>142</sup>, bem como para a “cabeça do VT”, ou seja, o texto que deverá ser lido pelo apresentador e a suposta ordem de apresentação ao longo dos blocos do telejornal.

Novamente aqui é possível reconhecer na adoção de processos padrão, características típicas da Sociedade Industrial na medida em que as tarefas tendem a ser racionalizadas, neste caso, a partir da medida do tempo (entendido aqui como duração) pré-determinado para as matérias do telejornal. Sobretudo, essa dinâmica torna-se interessante por conta da dificuldade de se alcançar este grau de racionalização em áreas como a produção de notícias que lidam com linguagens e subjetividades, além de variáveis na sua operacionalidade de tempo e espaço.

Com a previsão das ofertas das diferentes praças do país já negociadas, as possibilidades apontadas pelos sites de notícias e a consulta ao menu do “Jornal Nacional”, o editor-chefe dá início à reunião de pauta exclusivamente com a equipe de São Paulo. Além do editor-chefe, participam um dos apresentadores, o coordenador do setor de Arte da emissora e os editores definidos a partir de suas editorias específicas: Rio de Janeiro (1), internacional (2), esportes (1), política (1), economia (1), geral (2), São Paulo (1) e Recife (1)<sup>143</sup>.

Tanto a divisão do trabalho em editorias especializadas, quanto as próprias orientações em função disso, repassadas pelo editor-chefe aos editores, evidenciam os traços de uma estrutura fordista e taylorista de redação por conta da fragmentação e especialização das atividades, onde cada um é responsável por uma etapa do processo. Além disso, vê-se que os jornalistas, na individualidade de suas tarefas, têm o compromisso de garantir, sobretudo, as condições de exequibilidade do programa dentro do tempo e da velocidade exigida pelo sistema, movendo todos os seus esforços neste sentido. Dessa maneira, há, para cada

---

<sup>141</sup> Nome técnico usado para designar a ordem de assuntos previstos para a edição do telejornal. Ver anexo B.

<sup>142</sup> Abreviatura de vídeo-tape. Diz respeito ao material que será produzido pela equipe de reportagem.

<sup>143</sup> Há uma série de departamentos e setores dentro da emissora que servem aos mais diferentes programas, bem como dentro do jornalismo, há também muitos setores que trabalham para vários telejornais. Dessa maneira, neste trabalho, quando se fala do número de pessoas que compõem a equipe do “Jornal da Globo” está se considerando aqui apenas os 18 jornalistas – editores, apresentadores e comentaristas - que trabalham especificamente para este telejornal, ainda que se tenha em mente que para colocar o jornal no ar é preciso contar com o trabalho de uma série de pessoas de vários outros setores da casa.

jornalista, uma preocupação tanto com a execução da tarefa no seu particular como com o geral nessa grande empreitada de colocar o jornal no ar, onde a consciência de que uma etapa não cumprida significa o comprometimento de todo o programa.

Essa preocupação com o bom andamento e execução do programa pode ser claramente observada nas discussões operacionais e pragmáticas que tratam da elaboração de um planejamento que precisa ser necessariamente muito “amarrado” para dar conta de as matérias estarem a tempo e à hora de volta à redação. A atenção minuciosa nesse planejamento para que garanta eficácia e eficiência é tão grande que, muitas vezes, suplanta até mesmo as preocupações mais subjetivas como, por exemplo, as questões éticas e/ou de enfoque e formatação da matéria.

Assim, para que isso funcione dessa forma e as subjetividades sejam agilmente objetivadas, é possível imaginar que os jornalistas já tenham em mente estruturas e formatos de notícia “prontos”, ou seja, padrões de narrativa da história a ser contada e que, eventualmente se repetem, ainda que a matéria-prima – a informação – seja subjetiva. Esta observação reafirma o que diz Salomão (2003) a respeito da “linha de montagem” do telejornalismo, marcada pela divisão e compartimentalização das tarefas e pela conseqüente instituição de padrões de trabalho que conduzem sempre aos mesmos enfoques das matérias. Ou ainda ao que diz Virillio (1996) quando chama essa dinâmica de “industrialização da percepção”.

Esta forma de trabalhar que é nitidamente fordista (Harvey: 2001) também faz lembrar Marcondes Filho (2002), Neveu (2006) e Vizeu (2006) quando dizem que esse processo, apesar ser característico da Sociedade Industrial, parece não mudar com a reestruturação das organizações a partir da flexibilização oportunizada pelas novas tecnologias da sociedade contemporânea. Na verdade, os autores dizem que as redes, ao permitir mais agilidade e velocidade no trabalho da redação, agravam a situação dos jornalistas, porque passam a impor como valorização do profissional sua capacidade de executar tarefas e ser tecnicamente disciplinado para as incumbências que lhe são repassadas de maneira mais rápida possível. Essa aceleração dos processos acaba por diminuir a possibilidade de reflexão e de discussão sobre este fazer, como diz Marcondes Filho (2002), esvaziando os dilemas éticos da redação.

O disciplinamento técnico é evidenciado na fala do Editor-Chefe Erick Brêtas que reafirma a preocupação e a necessidade de que o telejornal, acima de tudo, “aconteça”, ou esteja pronto a tempo e a hora, e que os imprevistos sejam continuamente gerenciados da melhor forma possível. Para tanto, a sintonia com o setor de operações, que é responsável por garantir a infra-estrutura técnica do programa, precisa ser muito grande:

A gente faz o possível para o operacional dar sempre certo. A gente tem uma equipe de operações muito competente aqui. Às vezes você tem alguma coisa que foge do teu controle. Isso acontece numa margem de 10% (BRÊTAS, 2006).

Também o Chefe de Redação Mariano Boni diz que o compromisso coletivo da equipe é de, acima de tudo, colocar o jornal no ar de alguma maneira, ainda que, às vezes, não seja da forma como se previu:

Prendeu a fita na ilha de edição? Rompeu a fita antes de o jornal ir para o ar? Então isso atrapalha. Mas a notícia a gente dará. Se ele (telejornal) não tiver a imagem, (a notícia) ele vai dar (BONI, 2006).

Quando termina a reunião com a equipe de São Paulo, tem-se a primeira versão do espelho<sup>144</sup> do telejornal do dia que servirá como guia no trabalho da redação, mas que, como todos já sabem, devido à série de acontecimentos possíveis, mudará ainda muitas vezes até a exibição do programa. Ao saírem da reunião, os editores, especializados em seus temas e tarefas, recebem a incumbência de gerenciar essas informações que se transformarão em notícias para o telejornal. E dentre elas, às que couber um investimento maior com captação de material fora da redação, os editores encomendarão a tarefa aos repórteres, a partir de um contato feito com outro setor dentro da redação. É a Central de Reportagem que gerencia as chamadas equipes de externa.

Observa-se, nesse caminho que a informação percorre, mais uma compartimentalização da estrutura bem como uma dissociação entre a concepção da tarefa e sua execução, própria da linha de produção que caracteriza empresas da era industrial.

Após o contato dos editores com os repórteres fica estabelecido o assunto, formato da matéria e duração e, sobretudo, a entrega do trabalho dentro do prazo, o dead-line<sup>145</sup>, integrando a série de etapas que marcam o trabalho em linha de montagem na redação. Na

---

<sup>144</sup> Ver anexo B.

<sup>145</sup> O dead-line é o termo técnico utilizado para designar tanto o prazo máximo para a chegada das matérias na redação quanto o prazo limite para o fechamento do telejornal (PATERNOSTRO, 1994).

esteira desse processo de disciplinamento técnico e do imperativo de agilidade e velocidade que o telejornal exige, verifica-se que os critérios de noticiabilidade<sup>146</sup> tendem a ser “automatizados” na tomada de decisões, apesar de sua natureza subjetiva. A esse respeito o editor-chefe Erick Brêtas diz:

Nossa operação é muito semelhante à operação de todos os outros telejornais. Primeiro você monitora todas as agências de notícias, todos os sites na internet. Você já sabe as ofertas das outras (emissoras) Globo do país e das nossas afiliadas. Precisa fazer uma avaliação crítica, uma peneira daquilo que você tem que fazer para o jornal e qual o cardápio. (...) O critério (de escolha) é uma mistura de fatores que aí tem que entrar nossa sensibilidade de acertar. Nossos fatores são a importância, a atualidade (BRÊTAS, 2006).

Na volta à redação, após a reunião de pauta, os editores assumem seus postos frente aos computadores. Apesar dos computadores estarem em rede interna, os editores sentam sempre, cada um no mesmo computador todos os dias. O que chama a atenção nesse momento é o fato de a redação do telejornal ser muito silenciosa. A comunicação entre os editores e o editor-chefe é quase que exclusivamente feita através do serviço de comunicação virtual, disponibilizado junto ao editor de texto do inews, além de e-mails<sup>147</sup> e do uso também de um rádio – em seu formato semelhante a um celular – por todos os jornalistas e que é levado por eles em seus deslocamentos dentro da redação<sup>148</sup>.

Mais uma vez se trata de uma configuração que prevê essa mescla entre processos estandarizados, fragmentados em especializações, verticalizados e hierárquicos com elementos, marcas, estruturas e processos típicos de uma redação organizada a partir de uma estrutura de rede mais flexível como neste exemplo observado nas redes de comunicação interna do telejornal.

Cabe aqui retomar Machado (2003), quando trata justamente da existência de dois sistemas de trabalho na redação a partir da entrada das redes na redação. Enquanto num

---

<sup>146</sup> O Editor-Chefe diz com muita segurança que o espelho do telejornal é construído a partir dos critérios de importância e atualidade, como se estes fossem objetivos, mas tem certa dificuldade em objetivá-los quando perguntados sobre o que são.

<sup>147</sup> Segundo o Editor-Chefe do telejornal Erick Brêtas, o uso da Intranet e dos recursos de comunicação entre os editores foi adotado a partir da segunda metade da década de 90 na redação juntamente com a chegada do inews. Já os rádios ou intercomunicadores estão na redação há quatro anos e têm a função de dar mais agilidade ao trabalho.

<sup>148</sup> Apesar da atenção contínua aos fazeres de todos os editores e do Editor-Chefe, durante a observação do trabalho, na visita à redação, o uso do rádio e da comunicação por Intranet entre os jornalistas, naturalmente, não permitiu que uma série de informações e supostas discussões sobre o telejornal durante seu processo de fechamento pudesse ser captada pela pesquisadora.

modelo todas as etapas do sistema jornalístico de produção estão digitalizadas e organizadas sob a forma de rede, em outro, os produtos e programas jornalísticos se utilizam dos recursos e possibilidades da tecnologia de forma complementar, produzindo, entende-se, um modelo híbrido de sistema. E este é o caso da redação do “Jornal da Globo” que combina, enquanto meio de comunicação tradicional, recursos tecnológicos em rede em momentos e instâncias específicas, com a organização clássica de produção.

Ou seja, o telejornal opera a partir da simultânea adoção de estruturas de rede em combinação com estruturas racionalizadas e verticais, constituindo em última análise um típico exemplo da convivência e da transição entre os dois momentos de experiência em sociedade. Em consequência disso, o “Jornal da Globo” constitui-se assim de um encontro entre os valores da Sociedade Industrial – que por isso mesmo já não mais se apresenta na sua forma “pura” – em associação com inovações que, ainda que seminais, apontam para um movimento de adaptação em direção às demandas e marcas da Sociedade em Rede.

#### **4.3.2 Construindo um telejornal: as fontes de informação**

A preparação efetiva do telejornal, depois da distribuição das tarefas, diz respeito a um momento de redação silenciosa e de muita imersão de cada jornalista em seu trabalho, uma vez que o tempo (prazos) se estabelece sempre como um imperativo a ser vencido. Por conta disso, o silêncio não significa tranquilidade já que o clima torna-se tenso à medida que as horas passam e se aproxima o dead-line do telejornal.

Nesse processo de produzir e editar as matérias, observa-se que os editores alternam suas telas de edição de texto no computador com consultas contínuas aos sites de notícia da Internet e a qualquer site que eventualmente possa também servir como fonte de pesquisa de informação<sup>149</sup>. Essa observação também permite concluir, como dizem Ramonet (1999) e Marcondes Filho (2002), que a consulta à Internet em busca da atualização contínua é mais um exemplo de que a notícia, inserida dentro da lógica da velocidade, vale mais por ser

---

<sup>149</sup> Durante a visita foi possível verificar que, por conta da consulta à Internet feita pelos jornalistas, não há mais rádio-escuta na redação e nem mesmo consulta aos jornais impressos.

recente e atualizada. Um valor que parece estar acima da precisão e de confiabilidade, já que na rede, qualquer informação pode ser postada, seja verdadeira ou falsa.

Além disso, atendendo a demanda da velocidade, os jornalistas cumpridores de tarefas, conforme se pontuou, tendem a cada vez mais automatizar as decisões comprometendo, segundo Marcondes Filho (2002) e Moretzshon (2007), em consequência disso, a interpretação e a análise dos fatos.

Alguns exemplos dos dias de visita à redação ilustram bem essa dinâmica em que as fontes formais de informação se mesclam às fontes oriundas da rede, afetando de forma evidente o trabalho na redação. O primeiro deles diz respeito à cobertura dos conflitos no Líbano<sup>150</sup> para a qual não seria possível, naquele dia, contar com o correspondente internacional para o Oriente Médio, que estava fora do seu horário de trabalho, além de já ter enviado produções para os três telejornais do dia<sup>151</sup>.

Diante da necessidade de dar esta notícia e ainda ter que apresentá-la de uma maneira diferente do “Jornal Nacional”, o “Jornal da Globo” decidiu trazer as últimas informações do Líbano a partir de blogs de internautas que estavam vivenciando a crise no local e a estavam reportando virtualmente em seus diários. O telejornal então usou, ao final de cada bloco, um excerto do texto do blog de cada um dos internautas, selecionados aleatoriamente na rede, que dessem conta da situação vivida no local e das conseqüentes dificuldades da população durante o conflito e nomeou a pequena série de “Pílulas da Guerra”.

Chamou a atenção, neste caso, a decisão editorial tomada, tanto por conta da informação ser oriunda da rede, como sobretudo o fato de nem ter mesmo vindo de uma agência de notícias, e sim de blogs de internautas que não têm comprometimento com a fiabilidade dos fatos em suas transcrições, pontuadas por subjetividades e avaliações pessoais. Ou seja, neste caso, o risco de se usar uma informação pouco precisa era grande. No entanto, o Editor-Chefe, ao ser perguntado sobre o assunto, entendeu que o uso da Internet como fonte

---

<sup>150</sup> A crise no Líbano, em julho de 2007, foi desencadeada depois que a milícia xiita do país, o Hezbollah, seqüestrou dois soldados israelenses, desencadeando uma violenta retaliação por parte de Israel que respondeu com um mês de ataques ao país.

<sup>151</sup> O correspondente internacional, conforme a editora de internacional, já havia feito matérias sobre o conflito para os jornais “Bom dia Brasil”, “Jornal Hoje” e “Jornal Nacional” além de, por conta da diferença de fuso horário, encontrar-se no Oriente Médio em plena madrugada durante a produção do telejornal.

de informação, seja em sites de notícias ou não, faz parte da dinâmica de cobertura noticiosa atual em que correr o risco “faz parte do jogo”.

Outro exemplo diz respeito ao tratamento dispensado à notícia da morte do ator Raul Cortez. Conforme as decisões editoriais, a equipe de externa traria para a redação imagens e informações sobre o velório do ator, enquanto a editora na redação ficaria responsável por levantar imagens de arquivo da peça “Rei Lear” encenada por Raul Cortez. O material de arquivo de Cortez em cena, segundo as instruções do Editor-Chefe, deveria encerrar a matéria. Para tanto, foi selecionada uma imagem do ator sozinho no palco, interpretando Rei Lear no momento exato em que a personagem fala da sua morte. E sobre as imagens da interpretação foi colocado em caracteres (texto sobre a imagem) referente à fala do ator.

Nesta situação, mais uma vez, o que chamou a atenção foi o fato de o texto da peça Rei Lear de William Shakespeare ter sido buscado na Internet. A editora jogou as palavras-chave em um site de busca até encontrar o texto que se apresentava como “Rei Lear” e utilizou o fragmento desejado, sem discutir o fato de que a Internet seja uma fonte sob suspeita quanto à sua fiabilidade. Ou seja, uma vez encontrado, acreditou-se que aquele era o texto original de William Shakespeare.

Em outra situação, a editora de internacional, ao receber o material do correspondente Jorge Pontual, sobre a repercussão da crise do Líbano nos Estados Unidos, refez o texto do repórter, atualizando-o, porque quando o material chegou à redação o cenário já era outro, segundo ela. E a atualização, naquele momento, deu-se com base em informações oriundas dos sites das agências de notícias.

Esses exemplos reafirmam a busca pela atualização contínua da notícia, além do valor jornalístico implícito na lógica das redes que trata justamente da necessária interconectividade na produção do telejornal. Dar a última informação significa ratificar o telejornal enquanto instância representativa da idéia de interconexão com o mundo conforme Ramonet (1999) ou de vigilância como diz Fachine (2006), onde nada escapa ao programa em termos de cobertura. Mais do que isso, recuperando Ramonet (1999) mais uma vez, o balizamento das informações pela Internet traduz-se em exemplo do que a atuação em rede gera, e que o autor nomeia de mimetismo midiático. A mídia fala da própria mídia produzindo um jogo de espelhos, onde os mesmos fatos acabam reafirmados ao serem repercutidos, enquanto outros

“deixam de existir” por não integrarem esse ciclo. Ou seja, a Tv corrobora as notícias da Internet e esta por sua vez, também as notícias da Tv que depois serão reafirmadas nos jornais e assim por diante.

Outra questão importante verificada a partir dos exemplos citados é o fato de as redes oportunizarem a necessária flexibilidade que essa atuação rizomática permite, tanto na busca pela atualização das notícias demandada pelas organizações contemporâneas, quanto nas possibilidades geradas em formatos inovadores de narrativa. Ou seja, diante dos novos acontecimentos conforme diz Machado (2007), a Internet se apresenta como fonte de informação e de recursos com infinitas possibilidades e trajetórias para construir o que o autor chama de hipernarrativa. E é exatamente o caso dos exemplos citados, onde a construção da notícia resultou de uma combinação de recursos de áudio, vídeo e texto provenientes das fontes convencionais de informação em associação às possibilidades oferecidas pela Internet.

O apresentador William Waack corrobora a proposição de Machado (2007) quando fala do impacto das novas tecnologias no seu fazer, bem como das facilidades que a disponibilidade de dados da Internet proporciona. Mas, ao mesmo tempo, agrega novas repercussões ao uso da rede na redação. Waack preocupa-se com a relação estabelecida entre os repórteres da “nova geração” e a redação a partir da introdução da Internet no trabalho. Para ele que tem mais de 25 anos de experiência em reportagem, a Internet pode ser boa, mas é ruim para os novatos por desenvolver o que chama de dependência:

Para repórteres veteranos como eu, ela (Internet) simplificou um trabalho de buscar um bando de dados. É o lado bom. Fonte boa ou não sempre foi um problema que a Internet não mudou. (...) Mas (a Internet) também mudou (o trabalho jornalístico) para pior. (Com a Internet), aqui em São Paulo ou no país, o repórter manda para a redação o texto para que seja corrigido. O repórter tem que ser autônomo. Tem que avaliar a matéria se vale ou não. Ou seja, a Internet dá poder para a redação, um poder que ela não deveria ter.

Ainda tratando das redes, também a Intranet vai definindo uma nova forma de trabalho na redação. Através do inews<sup>152</sup>, todos os editores podem acompanhar o andamento de todas as matérias de seus pares, além de todos eles poderem também mexer efetivamente no texto de qualquer um dos colegas. Para tanto, o software nesse caso possui um recurso de marcação da última alteração feita na matéria, bem como de indicação de quem fez a mudança e quando a fez.

---

<sup>152</sup> Ver anexo B.

Essa dinâmica representa bem a idéia de velocidade e agilidade que as organizações precisam ter em tempos globais. Assim, o trabalho em linha de produção verticalizado e centralizado está em alguns momentos associado à estrutura capilar e horizontal da rede permitindo a necessária flexibilidade e agilidade nessa operação. E esta dinâmica, por sua vez, possibilita também a mudança e a atualização constante das informações por qualquer um dos editores.

Segundo Machado (2007), esta é a típica situação de uma organização jornalística que ao atuar em rede e, portanto, a partir de uma Base de Dados, permite esse acesso simultâneo ou concorrente por vários usuários na produção da notícia, bem como a interação entre si. No entanto, é possível verificar que este sistema mais uma vez não é aplicado em sua integralidade no caso do “Jornal da Globo”, porque segundo o autor, isto requereria o fim da segmentação, por exemplo, das editorias em suas especializações, a fim de que o trabalho pudesse ser ainda mais ágil e descentralizado.

Assim, a atuação por editorias específicas como se pôde observar na redação do “Jornal da Globo” não só não combina com o trabalho interativo e em rede dos jornalistas, como na verdade obstaculiza a otimização do recurso capilar que a nova estrutura oferece especialmente em termos de flexibilidade, de redução da hierarquia e descentralização dos processos, onde mais pessoas poderiam desempenhar mais tarefas, melhor se adaptando por isso a sistemas flexíveis e dinâmicos (MACHADO, 2007).

Por essa razão, mais uma vez, reafirma-se nestes exemplos que o “Jornal da Globo” precisa ser compreendido como um telejornal resultante de um modelo “híbrido”, porque toda sua organização está pautada pela mistura, pela convivência alternada de duas organizações diferentes. Nessa situação, as redes misturam-se a estruturas ainda verticalizadas e hierárquicas, assumindo o papel apenas de suporte na produção, ao contrário de algumas organizações jornalísticas que já operam integralmente sob a estrutura das redes passando a ser constitutiva nos processos de trabalho.

No caso do “Jornal da Globo”, a interatividade entre os editores proporcionada pelo inews, além dos serviços de comunicação virtuais do sistema e do uso do rádio, segundo Brêtas (2007), significam economia e praticidade para a redação onde estão vários jornalistas. As novas formas de comunicação dão agilidade à equipe tanto quanto estão em seus

computadores, como quando precisam se deslocar pelos vários setores fisicamente dispersos da redação durante a produção do telejornal. No entanto, vê-se que, mesmo podendo ser claramente identificáveis, as operações baseadas na estrutura das redes são algumas instâncias pontuais do processo produtivo do telejornal que é marcado na maior parte do seu fazer por uma estrutura ainda convencional da redação, onde as funções permanecem bem divididas e segmentadas.

No entanto, do ponto de vista da redação, as mudanças da prática jornalística a partir das novas tecnologias nem sempre entram em sintonia com o entendimento dessa questão por parte dos jornalistas que vivenciam essa realidade. Ou seja, no que diz respeito ao processo produtivo do telejornal e aos impactos sofridos a partir dos avanços tecnológicos e do surgimento de um novo tipo de experiência societária, os jornalistas dizem não enxergar grandes mudanças, acreditando inclusive que as tecnologias, entendidas como ferramentas, não alteram a essência da prática jornalística. Segundo Brêtas (2006):

Eu acho que as ferramentas, tanto faz se são ferramentas, se é uma máquina de escrever, se é um computador, se é um servidor, se é uma fita, se é um disco óptico. Isso não mudou o essencial de nossa profissão. (...) Mas em linhas gerais, eu acho que a mudança de ferramenta, ela não interfere fundamentalmente nas premissas éticas e estéticas do nosso trabalho hoje (BRÊTAS, 2006).

Erick Brêtas e Mariano Boni reconhecem o impacto das novas tecnologias – neste caso a Internet e especificamente a possibilidade de envio de imagens através do sistema de banda larga – em um aspecto muito particular do jornalismo de televisão que diz respeito ao trabalho do correspondente internacional. Segundo eles na cobertura jornalística internacional as mudanças são visíveis em termos de praticidade, de redução de custo, de trabalho em rede e a partir da rede, promovendo uma atuação mais descentralizada e, eventualmente, “encolhida” da equipe por conta do surgimento do “kit correspondente”:

Mudou fantasticamente para melhor. (Kit correspondente) é um equipamento que foi desenvolvido pela própria Globo que permite que você faça transmissão de som e imagem pela internet; que mudou inclusive a própria estrutura da emissora da cobertura internacional da Globo. Antigamente a gente tinha dois escritórios, um em Nova York, outro em Londres. Tinha um repórter na Itália que fazia matéria de vez em quando. Hoje a Globo tem correspondente. Isso é melhor porque antigamente você tinha que cobrir o assunto da Alemanha, por exemplo, a partir de Londres. Se fosse o caso, se fosse um grande evento, você até poderia mandar teu correspondente aí se tivesse disponível uma *facilitie* para fazer a transmissão ao custo astronômico de 4.000 dólares, 5.000 dólares, dependendo da coisa. Em alguns anos isso acontecia. Nós cobrimos a queda do muro e o fim, o colapso da União Soviética desse jeito em Moscou, pagando um custo altíssimo. Só que você não faz

isso numa cobertura de cotidiano, faz para grandes coberturas. Então, se a gente não tivesse tecnologia hoje, poderia até cobrir a eleição na Alemanha mandando teu repórter uma semana antes. Mas se surge uma política nova... Ângela Merkel... Essa mulher é uma personagem interessante para a gente fazer matéria dela, para mostrar esse novo personagem na política alemã que tá surgindo. Se a gente não tivesse a tecnologia que a gente tem hoje, talvez a gente não fosse mandar o repórter lá só para fazer uma matéria porque eles não sabem se, não têm certeza se ela vai vingar ou não. Hoje não. Hoje a gente pode fazer (BRÊTAS, 2006).

Boni (2006) lembra que neste caso a tecnologia já interfere editorialmente na cobertura jornalística, reduzindo a equipe e fazendo com que cada integrante assuma mais tarefas, ou seja, terceirizado mas, sobretudo, tornando-a mais barata e ágil, e podendo estar presente, por isso, em mais lugares, bem de acordo com as tendências de flexibilização das organizações jornalísticas contemporâneas:

O fator econômico, tecnológico mudou o jeito de trabalhar no telejornalismo. A cobertura de inter (internacional), o barateamento dos equipamentos de banda larga da internet no mundo permitiu que a Rede Globo descentralizasse tremendamente a cobertura. Antes você tinha dois grandes escritórios de repórteres, correspondentes internacionais de Londres e Nova York. Hoje nós temos 5, 6 repórteres em Pequim, Jerusalém, Buenos Aires, Paris, Roma, Berlim. Uma solução mais leve e mais econômica. É um jornalista, uma câmera, um laptop com acesso à banda larga contratando localmente o trabalho de um *frila* de cinegrafista quando é necessário. Se fosse muito legal você pagava passagem para o cara ir lá com cinegrafista. Hoje não. Você tem que estar baseado lá acompanhando o dia-a-dia do país. Aí chega a mexer um pouco no editorial. Você cobria isso com imagens e texto de agência Reuters que a gente assina. A gente tem repórter brasileiro da Tv Globo lá interpretando aquilo, segurando o *logo* (logotipo) da Globo, fazendo perguntas que nós faríamos (BONI, 2006).

O reconhecimento da mudança substancial do trabalho telejornalístico do correspondente internacional expressa muito significativamente a configuração de como estão acontecendo as alterações no jornalismo de televisão nesse tempo de transição. A existência das redes dentro da redação e de seus impactos ainda que pontuais no trabalho – como no caso específico do correspondente internacional – está produzindo modificações que, mesmo ainda iniciais, mostram-se aparentemente isoladas, mas que tendem ao longo do tempo a tomarem cada vez mais espaço, importância e interconexão com as estruturas já estabelecidas. Em outras palavras, as marcas do Industrialismo e sua organização vertical e mecânica vão pontualmente cedendo espaço a estruturas em rede, descentralizadas e capilares que o trabalho em rede exige e tende a tornar irreversível.

### 4.3.3 Edição: a tecnologia a serviço dos recursos visuais e sonoros

Também na etapa da montagem do telejornal, especificamente das matérias que vão compor o programa, foi possível verificar essa convivência entre diferentes plataformas de trabalho representantes de dois modelos organizativos de sociedade a partir dos impactos promovidos pelas tecnologias no fazer jornalístico.

Para compreender como, na etapa da edição do telejornal, acontece esse encontro entre dois momentos marcados por contextos tecnológicos, políticos, sociais e econômicos específicos – respectivamente entre a Sociedade Industrial e a Sociedade em Rede – foi preciso atentar para a especificidade desta fase do trabalho. Isto porque esta etapa, ao se utilizar de diferentes recursos tecnológicos, bem serve para refletir e ilustrar o processo de transição observado no telejornal. Ou seja, também a etapa concernente à edição do telejornal traduz-se num claro exemplo de como diferentes tecnologias se apresentam, num microcosmo – a redação do telejornal – como reflexo dos diferentes contextos em cruzamento nesse reconhecido momento de transição na esfera macrossocial.

Por tratar especificamente com a imagem nesta fase do trabalho da redação, essa “hibridização” de diferentes paradigmas tecnológicos é identificada no arranjo resultante da aplicação de estruturas analógicas e ondas eletromagnéticas com estruturas em rede e sinais digitalizados. Esse encontro entre os formatos tecnológicos operacionais – analógico e digital – está presente em todas as etapas de trabalho que constituem os dois principais e distintos processos executados durante a produção do telejornal.

O primeiro processo diz respeito à transmissão de sinal do telejornal, ou seja, do sinal que é captado, produzido e entregue pela emissora aos seus telespectadores. O segundo processo trata das atividades concernentes ao efetivo trabalho de produção do telejornal, neste caso pontualmente entendido aqui a partir da edição e montagem dos textos do telejornal e dos VTs.

Com relação ao primeiro processo, do ponto de vista do armazenamento, transmissão e entrega de sinal, desde 2004 a Rede Globo de São Paulo já opera com câmeras digitais (Freitas: 2005). Isto significa que, não importando a mídia utilizada, seja fita ou DVD, as

câmeras digitais da emissora captam o material na rua não mais em ondas eletromagnéticas – ou analogicamente – mas a partir da decodificação do sinal em unidades binárias (zero e um). E uma vez captado na plataforma digital, todo o caminho que o sinal percorre dentro da redação, em diferentes etapas, é digital até chegar à exibição. Segundo Brêtas (2007), somente na exibição, quando é dada “a saída” do sinal para a casa do telespectador, este passa a ser analógico:

O que é dar saída? Essa fita que vai ser lida pelo equipamento que faz a exibição, ela é feita no equipamento analógico. Então, a gente tem um pequeno pedaço do processo de produção todo que ainda é analógico, embora tenha várias outras etapas que sejam digitais (BRÊTAS, 2007).

Assim, no que diz respeito à transmissão de sinal, compreende-se que ainda que a emissora lide com material informativo a partir de unidades binárias durante o seu processo produtivo, na etapa da entrega, o sinal passa a ser analógico. E, conforme Brêtas (2007), justamente é este trecho, ainda analógico, que vai passar a ser também digital com a introdução do sistema de Tv digital a partir do final do ano de 2007:

Quando a gente fala de Tv digital, quando você quer dizer que o Brasil vai ganhar Tv digital, que as transmissões vão começar, isto tem a ver com que sai da emissora de televisão e chega na casa do telespectador (BRÊTAS, 2007).

Vê-se que no processo de transmissão, como uma das etapas ainda é analógica, o telejornal também se articula enquanto “sinal oferecido ao telespectador” a partir de um composto híbrido entre o digital e o analógico, constituindo-se em mais um exemplo de transição vivida pelo telejornal em associação a tantos outros como se tem visto.

Apesar da importância enquanto avanço tecnológico, na verdade, esta mudança para a digitalização completa, integralizando todas as etapas – da captação até a transmissão – segundo Brêtas (2007), num primeiro momento, vai significar apenas a melhoria do sinal para o telespectador em associação a pequenas possibilidades interativas. E neste caso, a melhoria da qualidade do sinal ainda será acessível somente ao telespectador que puder dispor, ou de uma Tv digital, ou de um conversor de sinal digital para a Tv analógica. Por conta disso, nesse âmbito, o jornalista não acredita que a tecnologia vá gerar interferências na formatação do telejornal:

Não tem nenhum sinal que diga que a entrada da Tv digital irá mudar o telejornal. Essas pequenas possibilidades de interação são apenas isso, pequenas possibilidades de interação (BRÊTAS, 2007).

Já com relação ao processo produtivo do telejornal – edição de texto, imagem e áudio – as mudanças geradas por conta da digitalização dos sinais também têm resultado num sistema de operação híbrido na emissora de São Paulo, segundo Brêtas (2007). A edição de texto é digitalizada, feita num software específico – o inews – que, por sua vez, está ligado às redes interna e externa, permitindo uma atuação descentralizada, horizontal, interativa e, sobretudo, ágil. No entanto, este sistema não dialoga com o processo de edição dos VTs, que se dá separadamente, conforme explica Brêtas (2007):

Nesse sistema que você vê no inews, ele é uma rede basicamente para quem tá cuidando da informação escrita, a informação apurada. É um sistema onde a informação vai para uma lauda e por isso a gente não mexe com imagem nesse sistema. Até têm sistemas que são integrados. Já estão fazendo sistemas em que você consegue ver um frame, mas a gente não lida com estes sistemas aqui (BRÊTAS, 2007).

Na etapa da edição do áudio e vídeo, o trabalho é feito a partir de um misto de tecnologias virtuais e em rede com tecnologias analógicas e lineares, refletindo neste processo o próprio momento de transição evidenciado em todo o jornalismo de televisão, assim como na própria sociedade contemporânea. Assim, embora o sinal seja armazenado digitalmente, a montagem pode acontecer tanto mecanicamente em ilhas de edição analógicas ou lineares quanto virtualmente em ilhas não-lineares através de softwares específicos.

No caso da ilha de edição linear, esta se chama assim, justamente, porque cada “pedaço” ou “fragmento” da matéria – da fita neste caso – precisa ser montado a partir de uma ordem ou sucessão, um após o outro, numa estrutura nitidamente verticalizada e por isso pouco ágil. Este trabalho na ilha de edição é feito, em cada matéria, pelo montador, sob as orientações do editor que, por sua vez, leva em conta o roteiro de montagem sugestão que recebeu do repórter. Após montadores e editores concluírem este trabalho na ilha de edição, a fita pronta é entregue para que o editor-chefe faça a última revisão. Ao lado do computador dele, na redação, há um VT “player” onde Brêtas (2006) olha todas as matérias que vão chegando, catalogadas devidamente com assunto, tempo e nome do repórter. Nessa revisão cuidadosa do material, o editor-chefe pode determinar a “refazenda”, caso ache necessário.

Essa sistemática observada na redação, no caso da edição linear, mais uma vez, traduz-se num exemplo claro de como estruturas verticalizadas e fordistas condicionam o trabalho, fragmentando-o em diferentes tarefas e dando a cada um a responsabilidade por “um pedaço” do grande trabalho de colocar o telejornal no ar. Além disso, a racionalização do trabalho mostra também que a especialização das atividades em editorias e a hierarquia entre os editores, resultam na centralização das operações de maneira que apontam para uma estrutura tipicamente formatada dentro da idéia de linha de montagem.

Já na edição não-linear que está chegando gradativamente à redação do “Jornal da Globo”, a dinâmica vertical e centralizada do processo de montagem das matérias tende a se alterar, em boa parte. É um claro exemplo de como a tecnologia, de fato, vai mudar as práticas produtivas na redação – a exemplo do que se tem observado ao longo do trabalho – em áreas e situações que atuam sob a perspectiva digital. Pelo novo sistema, imagens e áudio são transformados em sinais binários e “colocados para dentro do computador”, possibilitando a edição não mais rigorosamente numa sucessão de fragmentos que se unem, um após o outro, mas de forma aleatória, agilizando infinitamente o processo.

Essa mudança de plataformas está em curso na emissora de São Paulo, segundo Brêtas (2007). Atualmente, a maior parte das matérias ainda é editada nas ilhas lineares e, portanto, sob uma perspectiva mecânica e analógica, enquanto somente matérias consideradas especiais passam por um processo de edição mais sofisticado, feito não linearmente, dentro do computador. Segundo Boni (2007), a mudança da plataforma linear para a plataforma não-linear precisa se dar de maneira lenta e gradativa:

A Tv Globo não vai apostar tudo numa transição direta. Ela está mudando. Os softwares mudam a cada dois meses. Você não pode fazer uma aposta numa tecnologia que você não sabe se vai ser hegemônica. Então você tem vários softwares, programas que a gente já usa na edição digital. No esporte muito pouco, nos telejornais ainda não. Você usa em algumas matérias especiais. São coisas que são editadas com mais tempo, mas um dia mudaremos (completamente).

Também Brêtas (2007) explica por que essa transição precisa ser gradativa em direção ao novo sistema que vai ser implantado e que prevê o fim do uso de fitas e da edição mecânica no telejornalismo:

A gente, aqui, para fazer essa mudança, tem que ser muito aos poucos porque se você faz tudo de uma vez, você não consegue produzir na mesma quantidade que você produzia antes, porque as pessoas têm que se acostumar com as rotinas, têm que ser treinadas. Então, hoje as nossas câmeras são digitais, há ilhas lineares e não-lineares, estas usadas em matérias especiais, mas ambas usam o sinal captado digitalmente. (...). Nós estamos em transição e vamos passar para um ambiente tapeless que é uma ambiente de trabalho sem fita. Isso deve estar concluído em 2009. Essa transição começa agora. A gente já está no modelo híbrido e isso deve durar mais de um ano e meio (BRÊTAS, 2007).

Com relação às matérias especiais que são editadas nas plataformas não-lineares, este trabalho acontece em conjunto com o departamento de Arte que funciona contíguo à redação. Este setor é responsável pela pós-produção, ou seja, por um tratamento mais sofisticado na montagem que prevê uma série de recursos oferecidos especialmente pela edição digital e que tem, justamente por isso, tornado-se cada vez mais importante e demandado pelo telejornal.

No departamento trabalham 20 pessoas distribuídas entre designers, arquitetos, artistas plásticos, publicitários que têm em comum o domínio apurado dos mais importantes softwares de edição e computação gráfica, animação, 3D e que desempenham as funções de videografistas e ilustradores, além de contarem com o trabalho de um maestro para a composição de áudios.

Adriano Sorrentino é coordenador do setor e participa, no trabalho de produção do telejornal, desde a reunião de caixa quando recebe as demandas do Setor de Arte para as matérias, até a edição final do telejornal do dia. Ele diz que o trabalho no setor já é grande e tem tido uma demanda continuamente aumentada, permitindo concluir que os recursos visuais, de fato, têm ganhado importância crescente no telejornal dentro da perspectiva de investimento nas suas preocupações estéticas:

A arte é importante para se trabalhar com temas áridos. A tentativa é deixar menos chato. E há cada vez mais demanda para o telejornal. A arte precisa ser menos fria e mais cúmplice, mas sofisticada. Menos texto e mais imagem. Precisa ser o reforço do off. Tem que ser inovadora nos gráficos e nas texturas. (...). A Arte ajuda a informar. Tem que melhorar o visual, ter elegância já que o “Jornal da Globo” tem um público diferenciado. Não precisa ser tão literal nas coisas. Às vezes a matéria já foi no “Jornal Hoje” e “Jornal Nacional”. Então tem que inventar uma costura diferente para o mesmo assunto, contando de outra maneira (SORRENTINO, 2006).

Além de trabalhar na edição de matérias especiais, o setor também é responsável pelo tratamento estético do telejornal como um todo, fazendo vinhetas de vídeo e de áudio específicas para as séries especiais do programa. Conforme disse o coordenador, no caso do

“Jornal da Globo”, cada vez mais usa-se dos recursos de computação gráfica para ajudar a contar a história para a televisão, especialmente em situações de falta de imagem que, neste caso, são concebidas virtualmente. Como exemplo, pode-se citar os mapas virtuais, as ilustrações específicas para temas abstratos para os quais não existem imagens, visualização de números e tabelas com uso de ícones e símbolos que tornam a informação mais didática e bonita, enfim. Além disso, o setor também cuida da composição de áudios originais utilizados nas matérias que ajudam a dar o tom da história através de sons pensados especificamente para a situação.

As matérias especiais, aliás, são uma prática relativamente freqüente no telejornal. Por conta de seu posicionamento estratégico em relação à audiência, de oferecer-se como o telejornal de análise de fim de noite, o “Jornal da Globo” tem que apresentar a mesma notícia do dia, mas de forma diferente, apostando em matérias especiais que investem tanto no aprofundamento do tema (mais tempo, mais fontes, etc.), quanto no trabalho da Arte, com recursos visuais e sonoros também especiais.

Durante a visita à redação, viu-se esse tratamento especial pensado para a série “Pílulas da Guerra”, feita para a cobertura da crise do Líbano. A vinheta de imagens de tanques de guerra foi cuidadosamente montada em acordo com as marcações de som da vinheta de áudio também composta para esse trabalho. Essa vinheta, então, passou a ser rodada antes do início de qualquer matéria sobre a crise do Líbano, demarcando o assunto. Além disso, em muitas oportunidades, foram utilizados mapas virtuais para indicar a localização do conflito, também elaborados pelo setor de Arte.

No momento da visita também estavam sendo preparadas, já há algum tempo, vinhetas especiais, muito trabalhadas e ricas em efeito, para o início de uma série de reportagens sobre os “Sete Pecados Capitais da Política”. Por tratar-se de temas abstratos e muito difíceis de serem mostrados na televisão, a série, na verdade, usou de recursos de computação gráfica tanto nas vinhetas quanto no corpo das matérias que extraordinariamente tinham entre 7 e 12 minutos<sup>153</sup>, contra os 2 a 3 minutos usuais das matérias do telejornal.

---

<sup>153</sup> Neste caso, usou-se muito dos recursos visuais por conta da dificuldade de conceber imagens para ilustrar os pecados da gula, ira, orgulho, inveja, preguiça, luxúria e avareza associados à política, por se tratarem de temas muito abstratos.

Vê-se dessa maneira que a preocupação em contar uma história na Tv de uma maneira sedutora está presente desde a reunião de pauta até o produto final. Os jornalistas naturalmente reconhecem a necessidade de tratar de uma narrativa precisa e verdadeira, mas também a pensam do ponto de vista de sua “embalagem”, para que seja plasticamente cuidada. Essa idéia faz lembrar Jameson (1997) quando fala da importância que a imagem adquire na contemporaneidade. Além de estar na velocidade do sistema – permite o “ver” e o “compreender” rapidamente – a imagem é sedutora pelo impacto emocional. Ou seja, a imagem que oferece a síntese da história e de forma impactante recebe, em função disso, um cuidado e tratamento especial no “Jornal da Globo”.

De fato, este empenho em produzir um telejornal esteticamente cuidado a partir das possibilidades oferecidas pelos recursos de computação gráfica, 3D, animação, áudio, além de softwares que permitem a correção das imperfeições dos apresentadores<sup>154</sup> traduz-se num exemplo evidente da intervenção tecnológica na linguagem e nos conteúdos do programa.

Da mesma forma, a marca do imperativo visual no telejornal também reafirma as proposições de Berger (2002) e Marcondes Filho (2002) quando dizem que o jornalismo – inclusive impresso, mas especialmente o televisivo – ao investir na produção e formatação da notícia, caminha para um “show” visual, para que encante e seduza a ponto de tornar inclusive discutível o limite entre jornalismo e entretenimento. Assim, na medida em que o telejornal recebe um tratamento estetizado oferecido pelos recursos originários das novas tecnologias, a visibilidade técnica passa a ser priorizada em detrimento da notícia, dizem os autores.

Também Ramonet (1999) diz que por conta do encanto que provoca, a imagem justifica a ascendência do próprio telejornal em relação às outras mídias. E diante deste potencial efeito que tem, a imagem é especialmente cuidada ao reproduzir o real estetizado, segundo Ramonet (1999).

Essa idéia é muito clara para os jornalistas da redação do “Jornal da Globo”, especialmente porque precisam em seu trabalho dominar a linguagem da notícia concebida a partir da dupla dimensão áudio e vídeo. E por isso, suas competências se associam à

---

<sup>154</sup> Os cuidados com a composição plástica do telejornal vão desde um bom trabalho de iluminação e maquiagem dos apresentadores até a adoção atualmente do software Skin Detail, utilizado na correção das imperfeições dos rostos dos artistas das telenovelas que foi adotado também no telejornalismo.

capacidade de melhor explorar o recurso especialmente imagético, bem como de entender o potencial narrativo da imagem, conforme diz o editor-chefe do telejornal:

A televisão, ela tem uma “febre de vontades” em relação a outras fontes de informação. Ela é imagem. A força da imagem não existe paralelo em nenhum outro meio. A força da imagem em movimento mostra uma guerra, um conflito. Você mostrar a hora que cai um míssil, você mostrar, olha tá aqui, isso é...Por isso que tanta gente acha que é, que só vai acreditar que tal coisa é verdade quando vir na televisão, né? 11 de setembro. Se você tivesse ouvido no rádio ou na Internet, você não acreditaria no que, na dimensão do que era o 11 de setembro até você ver as torres caindo. Só a Tv pode fazer isso. Ninguém pode fazer isso que não a televisão. A Tv pode fazer isso porque ela pode fazer uma transmissão ao vivo. Ela pode mostrar a coisa em toda a riqueza de detalhes sem ninguém te contar como tá sendo (BRÊTAS, 2006).

Assim, vê-se que a força do veículo enquanto instância narrativa das notícias produz grande impacto e coloca o telejornal numa posição de destaque em relação aos outros meios, conforme dizem Ramonet (1999) e Marcondes Filho (2002). E uma vez tendo isso claro, é com essa força que os jornalistas também contam ao produzir o telejornal que, sobretudo, é um produto da emissora e como tal precisa manter bons índices de audiência. Neste sentido, o investimento na plasticidade e no potencial das imagens vem integrar as estratégias adotadas pela equipe para convocar e manter a atenção da audiência, correndo o risco de muitas vezes transformá-la num produto artístico ou num “show” como diz Bucci (2004). Esse movimento, além de fazer correspondência com as ponderações sobre a importância da visibilidade técnica sobrepondo-se ao valor notícia feita também por Marcondes Filho (2002), muitas vezes, também diz respeito à tradição da própria emissora no zelo quanto à formatação técnica de seus produtos ou o que Herscovici (1995) nomeia de padrão tecno-produtivo que consolidou o Padrão Globo de Jornalismo.

Tomando a perspectiva da importância da imagem na sociedade atual, vê-se que no telejornal há um apuro neste sentido tanto na edição de cada matéria como no programa como um todo, indicando a combinação de valores contemporâneos como a velocidade associada ao apelo emocional do recurso visual, com modos de fazer ainda racionais e verticalizados da Modernidade. Por isso, em todo o processo de feitura do telejornal esses movimentos analógicos e digitais, mecânicos e virtuais, verticalizados e horizontalizados, em linha de produção e em rede acabam se encontrando e constituindo o momento de transição vivido pelo programa.

Assim, percebe-se que a condição de momento de “encontro” ou de “hibridização do telejornal vem sendo reafirmada em toda a investigação empírica feita na redação. Tanto a primeira etapa da análise, relativa ao posicionamento do programa no seu ambiente externo a partir das relações com a Tv por assinatura e Internet, quanto quando se buscou entender o processo produtivo da redação a partir da inserção dessas novas tecnologias no cenário comunicacional, a idéia de transição entre dois paradigmas tecnológicos, bem como de suas repercussões políticas, sociais e econômicas vivenciadas pelo programa foi reafirmada.

E foi com base nessas proposições e nesses entendimentos do telejornal, como produto da grade de programação e como produto construído dentro da redação da emissora num contexto de mudança, que se estabeleceu o encaminhamento para a terceira e última etapa de análise. Com o objetivo estudar especificamente as emissões – isto é, o conteúdo que é oferecido aos telespectadores – esta etapa respondeu pela integralização da estratégia metodológica desenvolvida na busca de entender o telejornal “Jornal da Globo” e o impacto da tecnologia no seu fazer.

#### 4.4 NO AR: NOTÍCIAS DE “INTERMEZZO”<sup>155</sup>

Depois de empreender a análise do “Jornal da Globo” do ponto de vista de seu posicionamento enquanto produto da grade de programação da emissora a partir da inserção das novas tecnologias – Tvs por assinatura e Internet –, bem como observar a relação do impacto da tecnologia no fazer diário do telejornal, a partir da observação da rotina da redação, o trabalho encaminhou-se para o terceiro e último estágio relativo à análise das emissões que são ofertadas aos telespectadores pelo telejornal “Jornal da Globo”.

Também nessa etapa de análise das emissões do telejornal, buscou-se entender como a tecnologia vai produzindo impactos e efeitos na sua narrativa neste momento. Uma etapa da história entendida aqui como de transição entre duas formas organizativas tecnológicas –

---

<sup>155</sup> *Intermezzo* é uma palavra de origem italiana que significa intervalo (Polito, 1993) e neste trabalho foi utilizada, justamente, para evocar este conceito de transitoriedade pelo qual o telejornal e as notícias estão passando, a partir da confluência de dois tempos ou de um tempo de “intervalo” entre dois padrões organizativos.

respectivamente identificadas pelo Industrialismo e pela a Sociedade em Rede – bem como suas conseqüentes repercussões sociais, econômicas e políticas.

De fato, esta simbiose entre as características desses dois momentos que foi possível ser reconhecida tanto no posicionamento do programa frente ao cenário de novas tecnologias – Internet e Tv por assinatura – quanto na redação da emissora, também foram observadas nas emissões do telejornal, em sua forma como vai ao ar.

Como todos os telejornais da Tv Globo, o “Jornal da Globo”, apesar de ter um horário ligeiramente variável de exibição, está fixado todos os dias – de segunda a sexta-feira – na mesma posição da grade de programação da emissora. Da mesma maneira, o programa tem 30 minutos em média e é sempre apresentado em 4 blocos, que têm seus tempos de duração sempre variáveis, ainda que mantenha os primeiros 2 blocos bem maiores que os dois últimos – quase o dobro de tempo em alguns casos.

Ou seja, o telejornal tem um número de blocos fixos e mantém a média de duração enquanto programa para poder se encaixar na rígida grade de programação da Rede Globo. Mas os tempos dos blocos são variáveis e muito irregulares, mantendo como única característica fixa o fato de os dois primeiros serem maiores que os dois últimos<sup>156</sup>. Essa variação pode significar – em um programa onde os segundos são preciosos e muito disputados – que as regras severas da formatação do telejornal vão, aos poucos, encontrando-se com as possibilidades de flexibilização dos novos tempos. E já indicando, assim, a mistura entre os traços verticalizados e rígidos da lógica Industrial e a horizontalização e descentralização da Sociedade em Rede.

Na seqüência, o momento em que o telejornal entra no ar é marcado pela exibição da vinheta<sup>157</sup> de abertura que, através de sua composição de áudio e vídeo dá uma idéia de movimento e, sobretudo, de agilidade. Após exibi-la, o programa ainda mantém o áudio da vinheta quando se inicia a partir de uma imagem feita por uma câmera pendurada em uma

---

<sup>156</sup> Essa diferença de duração entre os dois primeiros e os dois últimos blocos apresenta uma variação tão grande que pode chegar até 10 minutos, um tempo bastante representativo para um telejornal que tem 30 minutos no total.

<sup>157</sup> A vinheta marca a abertura ou o intervalo do telejornal. Normalmente é composta de imagem e música características, trabalhadas com efeitos especiais (Barbeiro & Lima: 2002).

grua<sup>158</sup> no teto do estúdio. Essa câmera que vem do fundo do estúdio em direção à frente, onde estão os apresentadores, vai passando por toda a redação e mostrando, nesse movimento, os jornalistas “ao vivo” em efetivo trabalho. E ao fim do passeio, após se estabilizar e enquadrar os apresentadores, a câmera passa a manter a redação como cenário ao fundo durante todo o telejornal<sup>159</sup>.

A ênfase em mostrar, já na abertura, a redação “ao vivo” e sem cortes, bem como em mantê-la durante o telejornal como cenário, ratifica a idéia defendida por Ramonet (1999) e Marcondes Filho (2002) sobre a tendência contemporânea dos telejornais de se mostrarem tanto quanto possível aos seus telespectadores. A intenção é continuamente construir e reafirmar o valor da transparência entre os fatos e sua narração. Assim, na medida em que a “redação cenário” se mantém durante toda a apresentação do telejornal, mantém também a contínua sensação de aproximação da produção e edição da notícia e sua apresentação ao telespectador.

Para Marcondes Filho (2002) as marcas que evidenciam a preocupação do telejornal com a atualização contínua das informações estão associadas às possibilidades tecnológicas atuais e à conseqüente “venda” da ilusão da transparência na sua produção para o telespectador. A proposta desta oferta – ainda que simbólica – é de, ao diminuir os tempos entre a captação e os processos de tratamento da notícia e sua apresentação, não sonegar nada ao público e assegurar a certeza de que o que de mais importante acontecer, rapidamente lhe chegará ao conhecimento.

Vê-se que tanto o efeito de vigilância explicitado por Fechine (2006), quanto a lógica da velocidade citada por Ramonet (1999) também estão implícitos nessa idéia de transparência. Para os autores, o telejornal contemporâneo em associação aos valores atuais que movem e organizam a sociedade, vê-se na premência de contemplar, em todo o transcorrer do programa, a atualização e a agilidade que as conexões com o presente podem oferecer. Neste caso, trata-se do telejornal ao vivo, em conexão com o seu próprio fazer – a

---

<sup>158</sup> Equipamento que permite içar a câmera e colocá-la em movimento do alto para tomadas de cima.

<sup>159</sup> O “Jornal da Globo” foi o primeiro telejornal de todos da Rede Globo a trazer a redação para dentro do estúdio. Disponível em <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM723516-7823-JORNAL+DA+GLOBO+ANOS+A+HISTORIA+DO+TELEJORNAL,00.html>. Acesso em 31/08/2007.

redação – sobretudo porque a nova condição tecnológica, mesmo que não integralmente em rede, permite alterações e inovações no programa durante a própria apresentação.

É interessante observar essa questão, porque na visita ao programa, na etapa em que o telejornal vai ao ar, o editor-chefe faz, do suíte<sup>160</sup>, alterações que precisam naturalmente ser operacionalizadas muito rapidamente e de forma precisa e que, por isso, só são possíveis por conta da agilidade e da velocidade dos recursos tecnológicos atuais. Esses recursos permitem, por exemplo, que uma notícia de última hora seja inserida no telejornal durante sua própria exibição.

Também em muitas matérias apresentadas pelo telejornal, observa-se o uso de expressões que remetem à informação recente – “agora à noite” ou “há pouco” - ainda que se saiba que o material, uma vez gravado, trazido para a redação, editado e depois colocado no ar, vai sofrer alguma defasagem de tempo. Ou seja, em todo o telejornal há um esforço contínuo, através da tentativa de atualização contínua da informação, em diminuir, como se disse, a distância entre os fatos e sua apresentação.

No mesmo sentido, mas de uma maneira ainda mais evidente, as entradas “ao vivo” buscam cumprir este papel de atualização contínua perseguido pelo telejornal e de, sobretudo, oferecimento da “realidade como ela é”, por conta da exibição ser sem cortes. Os “Nets”<sup>161</sup>, como são chamados, na redação são formas narrativas muito comuns utilizadas pelo “Jornal da Globo” que a cada edição conta com, pelo menos, de duas a três entradas ao vivo, sendo que uma delas, sempre é de algum dos correspondentes da emissora na Inglaterra, na Itália, nos Estados Unidos, no Oriente Médio ou na China.

Tradicionalmente os apresentadores chamam o repórter que está ao vivo de um determinado local para que este chame sua própria matéria, feita durante o dia e, portanto, não mais de última hora. No entanto, embora a matéria retrate o fato de algumas horas atrás, o

---

<sup>160</sup> Suíte do inglês Switcher é a sala de controle onde ficam o diretor de Tv, o sonoplasta e o editor-chefe do telejornal no momento em que está no ar (BARBEIRO; LIMA, 2002).

<sup>161</sup> Segundo Fernando Gueiros (2007), o momento de colocar o jornal no ar, bem como as entradas “ao vivo” de fora da redação são responsabilidade do setor coordenado por ele, chamado de Central de Operações. Em qualquer uma dessas situações – tanto para o “durante” a exibição do telejornal, quanto para as pontuais “entradas ao vivo” – o setor precisa fazer um planejamento muito bem articulado para a execução do trabalho a fim de que nada dê errado. Para tanto, segundo ele, é necessário na elaboração do plano de trabalho, a participação de engenheiros eletrônicos, profissionais da área de telecomunicações e profissionais da área de informática.

sentido da atualização se dá, justamente, pela “ancoragem” feita pelo repórter ao vivo. É ele que, ainda que agregue ou não novas informações, representa o sentido da necessária atualização.

Recuperando Fechine (2006) e Ramonet (1999), especialmente nessa questão do “ao vivo” – que passa a ser, ao invés de exceção, exatamente o ordinário – há no telejornal uma motivação específica que explica sua perseguição à atualização constante. Dizem os autores que esse deslocamento de atenção está relacionado ao novo ritmo que a Internet acabou produzindo no “timing” do telejornal, já que o programa deixou de ter a exclusividade das trocas de informação em tempo real com a chegada da Internet. Na medida em que na Web a atualização das informações pode ser feita a todo instante, o telejornal parte em busca de uma certa possibilidade de equiparação nesse aspecto, reduzindo as distâncias entre os fatos e o noticiar dos mesmos, banalizando, por isso, muitas vezes, o sentido do “ao vivo”.

Além disso, o “ao vivo” ganha força na Tv também porque, uma vez que reafirma a idéia de vigilância e de que nada escapa à cobertura do telejornal, também está “vendendo” outro valor contemporâneo, conforme diz Ramonet (1999) que diz respeito à sua atuação em rede. Só uma rede com muitos pontos de conectividade espalhados pelo planeta é capaz de garantir a atualização das informações e a agilidade necessária para estar presente a tempo e a hora nos diferentes locais.

Esta capacidade de conexão ágil e ramificada pelo mundo também é um valor central em uma sociedade que precisa noticiar tudo e de todos lugares para reafirmar a sua ligação com o presente. Por outras palavras, a concepção de um telejornal conectado a uma rede ramificada e eficaz, portanto, qualificada o suficiente para que nada possa escapar da perspectiva da cobertura, bem como a idéia da atualização e mudança constante das informações, está dentro da proposição dos valores da Sociedade em Rede. Na organização societária articulada através das redes as notícias são o capital simbólico utilizado no gerenciamento da vida cotidiana e como tais precisam ser oferecidas na velocidade do sistema.

Neste sentido, vê-se que efetivamente o telejornal é um exemplo do duplo papel de infra-estrutura e superestrutura desempenhado pelos meios de comunicação na Sociedade da Informação como diz Castells (2003). Isto porque se apresenta tanto como a representação

dos fluxos de produção simbólica, quanto é também a estrutura (em rede) através da qual estes fluxos se deslocam na sociedade atual, organizados a partir da descentralização desses caminhos, da conectividade e da horizontalidade com que se apresentam.

Com relação à preocupação do telejornal com um novo “timing” instituído pela Internet, observa-se que a rede enquanto nova tecnologia tem efetivo impacto no telejornal, produzindo em última instância uma aproximação entre a linguagem de ambos como bem pontua Arnanz (2002). Assim, o telejornal, em seu formato convencional, oferecendo-se a partir de uma programação verticalizada e rígida, vai, através da lógica rizomática, instituída tanto pela Internet enquanto meio de comunicação concorrente externo, quanto como infraestrutura interna de acesso à informação, produzindo uma nova situação narrativa pautada por essa atuação em conexão.

Dessa maneira, combina estruturas convencionais modernas e fordistas com estruturas flexibilizadas e conectivas numa aproximação entre as linguagens a ponto de fazer-se representar e estar presente também na versão on-line. O “Jornal da Globo” apresentado em uma rede de televisão aberta, a partir de uma estrutura axiomática de programação, num modo de operar claramente híbrido, resultante dos traços da organização fordista, analógica, com as marcas da flexibilidade oferecida pelas redes, também se combina em termos de linguagem com outra forma narrativa por unir o programa convencional à sua versão na web.

O telejornal tem um site na Internet que integra, na verdade, o Portal da empresa Rede Globo, que se chama Globo.com<sup>162</sup>, onde estão as versões digitais da grande maioria de programas da emissora. No caso do “Jornal da Globo”, o site mostra efetivamente muitos dos recursos possibilitados pelo novo suporte midiático, a Internet, que a Tv convencional analógica atualmente não pode oferecer. Além de informações sobre o telejornal, como história e equipe, o internauta tem acesso a Reportagens e Entrevistas Especiais, à íntegra do último programa, ao comentário dos colunistas do telejornal e a uma série de recursos interativos.

O trabalho na Internet é feito por uma jornalista que gerencia os conteúdos do telejornal no site desde a segunda metade da década de 90. Apesar de ter uma vida “bastante

---

<sup>162</sup> O endereço do site do telejornal é <http://jg.globo.com>. Ver anexo A.

autônoma” segundo o Editor-Chefe Erick Brêtas (2007), a produtora de Internet estabelece uma relação próxima com a redação, recebendo sugestões para o aproveitamento do material que pode ser disponibilizado no site através dos recursos interativos. Dentro dessa oferta de interação, o telejornal busca a aproximação com o telespectador – só possível on line – tentando, além de compensar as limitações da Tv aberta analógica, também preparar-se para as possibilidades que serão exploradas a partir da introdução do sistema digital<sup>163</sup>.

Assim, na perspectiva de melhor atender o telespectador, o site do telejornal permite que o material exibido na televisão possa ser revisto em horários à sua escolha, tanto o que está como sugestão pela própria equipe, quanto o que pode ser selecionado para nova exibição pelo próprio internauta através do site de busca, por dia e assunto. Também é possível opinar sobre matérias especiais do telejornal – estas escolhidas pela equipe da redação – assistir a vídeos onde repórteres e cinegrafistas contam a experiência na produção de matérias especiais, assinar um serviço de Newsletter<sup>164</sup> do programa, além de poder entrar em contato com a redação pelo endereço eletrônico.

Esse encontro entre duas formas narrativas – a do telejornal tradicional em Tv aberta, numa estrutura vertical e rígida de exibição em associação à sua versão on-line, digitalizada e interativa – diz respeito à aposta na maior flexibilidade e fruição dos conteúdos num movimento que busca melhor atender à demanda. Conforme dizem Arnanz (2002) e Vilches (2006), trata-se da tendência dos telejornais, ainda que de Tv aberta, de reafirmação da marca e de segmentação do público. E é mais um claro exemplo da transição vivida pelo jornalismo de televisão entre as duas formas organizativas, observadas a partir de marcas tanto do Industrialismo e sua verticalização como proposta original de formatação audiovisual, quanto da conectividade como valor central da Sociedade em Rede.

Além disso, também se vê, nesse contexto de aproximação entre a Tv aberta e a Internet, que o “Jornal da Globo” ao pautar seus movimentos pela perspectiva dos interesses do telespectador, ainda que faça do jornalismo sua matéria-prima, é reconhecido claramente como um produto que precisa ter audiência para manter-se viável dentro de uma emissora comercial. Esse posicionamento pode sacrificar, na visão de Marcondes Filho (2002),

---

<sup>163</sup> Ver Anexo A.

<sup>164</sup> A Newsletter se traduz num exemplo claro de como a Internet acaba por reafirmar a mídia convencional – a Tv aberta neste caso – e o telejornal, porque através de um e-mail com as principais manchetes do dia “convida” o internauta a assistir o programa. Ver anexo A.

Ramonet (1999), Fonseca (2005), Neveu (2006), o princípio do jornalismo, uma vez que a formatação de produto do telejornal em função das imposições mercadológicas e de busca em atender a demanda, afasta-o de sua vocação original Moderna de responsabilidade cívica e de comprometimento com o interesse público.

Ao segmentar-se, escolher um determinado público-alvo ao qual busca atender as expectativas e formatar-se a partir dessa perspectiva, o “Jornal da Globo” se posiciona como um produto da Rede Globo do gênero jornalístico, assumindo a necessária implicação disso em sua formatação, como por exemplo, a preocupação com o investimento na estética do programa, como salientam os autores. Assim, desde a vinheta de abertura, que logo chama a atenção pelas cores vibrantes e pelos efeitos visuais utilizados e esteticamente bem construídos, juntamente com o áudio escolhido para compô-la, indicam a preocupação em oferecer um programa que seduz a audiência por encantar plasticamente, além de vender, através do ritmo, o conceito de agilidade tão caro aos produtos culturais contemporâneos.

Na seqüência, com relação ao estúdio, evidencia-se claros cuidados com o apuro visual que trata de combinar elementos como cores e iluminação de forma sedutora, ao mesmo tempo em que equilibrados com o necessário conceito de “limpeza” ao qual a notícia precisa estar associada. Da mesma maneira, em todo o programa, também se percebe nas matérias que estas assumem um tratamento estético, como diz Ramonet (1999), “telejornalizável” e que, por isso, precisam valer tanto por sua importância jornalística quanto pela sua capacidade de adaptação à linguagem da televisão. Por outras palavras, a matéria precisa ter informações, mas precisa ter, sobretudo, belas imagens reafirmando o imperativo da visibilidade técnica apontado por Marcondes Filho (2002) como tendência atual.

Esse processo de adaptação à linguagem audiovisual acaba gerando um certo sentido de “show” à notícia por conta do encanto que o potencial imagético tem e pelo singular efeito que as imagens produzem na contemporaneidade. Recuperando Jameson (1997), as imagens são as efetivas formas de linguagem adequadas ao momento atual, na medida em que estabelecem a compreensão das informações na respectiva velocidade exigida. Naturalmente, essa formatação resulta num tratamento da notícia que mistura sua seriedade e comprometimento à idéia do “belo” e da sedução do olhar a partir do tratamento estético.

Ou seja, na televisão esse limite entre o jornalismo e a arte parece ser muito tênue por conta da força da imagem que, ao assumir a formatação dentro dos contornos da linguagem audiovisual, tende a assumir sentidos gerados pela oferta visual que vão além dos propostos. Dessa maneira, ainda que não se concorde integralmente com Ramonet (1999) e Marcondes Filho (2002) quando dizem que tudo é forçosamente espetáculo no telejornal por conta deste tratar com imagens em sua matéria prima, a notícia, de fato, tende a correr o risco no telejornal de não conseguir escapar do tratamento artístico. E, em função disso e da valorização contemporânea que a imagem assume, a informação sucumbe freqüentemente às demandas do critério estético.

No “Jornal da Globo” o uso do “sobe som”<sup>165</sup> com freqüência, deixando que as imagens e o áudio falem por si, além do uso também freqüente dos recursos da arte com animações sofisticadas, com movimento e profundidade, usadas em todos os momentos em que não existem imagens para ser mostradas, fazem pensar o quanto o ícone visual, de fato, ocupa um lugar distintivo no programa, representando a própria valorização atual, ainda que isso não seja uma regra integral em todo o programa. Assim, o valor e uso dispensados à imagem e aos efeitos provocados pelos apelos visuais na notícia da televisão, reafirmam o contexto contemporâneo onde a razão, por vezes, submete-se à emoção e por isso, como diz Ramonet (1999), aliados ao ritmo veloz de produção, também podem comprometer a capacidade de análise no trabalho jornalístico.

Nesta perspectiva também a observação de Marcondes Filho (2002) faz sentido quando diz que a apresentação do telejornal se dá a partir de um ritmo de troca de planos muito rápido ao estilo da publicidade, produzindo efeito de aceleração, que dificulta a percepção da audiência, além de demandar a fixação em minirrelatos, construindo narrativas rápidas e em tempo recorde.

No entanto, ao mesmo tempo em que se evidenciam esses movimentos no “Jornal da Globo”, cabe aqui fazer uma ponderação a respeito do imperativo da imagem que se situa entre as proposições feitas tanto pelos autores quanto pelo que a análise do telejornal foi capaz de mostrar. O fato de o telejornal assumir-se como produto e, portanto, “adotar” a velocidade do sistema na sua narrativa e fazer um grande investimento na sua formatação visual para

---

<sup>165</sup> Momento da matéria em que não há fala do repórter (off) e se deixa rodar apenas o áudio e as imagens que foram captadas sem cortes.

consolidar-se na grade de programação da emissora, pode não significar exatamente a ausência de investimento na análise das informações como propõem Ramonet (1999), Marcondes Filho (2002) e Fonseca (2005).

A base desta idéia que contraria os autores está assentada no fato de que o “Jornal da Globo” busca, além da sedução pelo “belo” ao tratar esteticamente as notícias, também sua valorização mercadológica naquilo que se pretende como um diferencial em relação aos outros telejornais – da Rede Globo e de fora da rede – e que trata justamente da sua identidade na grade da programação: a orientação para a análise dos fatos.

Ou seja, justamente por se entender como um produto, dependente, portanto, da fidelidade da audiência, o telejornal procura diferenciar-se na produção jornalística da Tv, agregando valor a si ao apresentar a análise e o aprofundamento dos fatos e fugindo ligeiramente dos modelos estritamente seguidos pelos telejornais de uma maneira geral. Em consequência disso, o próprio jogo de busca pela audiência, característica dos programas jornalísticos enquanto produtos de uma emissora de televisão, faz com que haja uma preocupação por parte dos jornalistas – ainda que estes digam não sofrer pressões com relação aos índices de audiência – no sentido de envidar esforços para que o telejornal saia da melhor forma possível. Neste sentido, buscam estar sintonizados com as demandas do público para manter e, eventualmente, aumentar sua pontuação de audiência, a partir do oferecimento da informação com análise.

Por outras palavras, é dizer que, ao estar inserido no complicado jogo da competitividade dos produtos culturais, o telejornal busca oferecer o que tende a ser raridade no jornalismo de televisão atual, assumindo inclusive os desafios do que parece um jogo até mesmo conflituoso. De um lado o telejornal precisa operar na velocidade no sistema, adotando um ritmo e linguagem adequados e correndo o risco de pecar pela falta de aprofundamento, enquanto de outro precisa também cumprir sua promessa de ser o telejornal comprometido com a análise como grande diferencial mercadológico, ainda que sejam informações pontuadas pela extratificação do interesse de um determinado público.

Uma dessas fortes marcas de distinção, diz respeito ao fato de que o telejornal inicia, logo após a abertura com o “Boa Noite”, com um comentário de uma das notícias mais importantes do dia. Esse comentário que abre o telejornal é chamado pelos jornalistas de

“abrão” e efetivamente tem tido o objetivo de tornar-se uma marca do programa no que diz respeito ao aprofundamento dos fatos, integralizando um conjunto de estratégias de fidelização da audiência. Ora, ao discorrer sobre a notícia buscando entendê-la de um ponto de vista mais analítico, o “abrão” obrigatoriamente torna-se um momento de investimento na informação, tratada apenas sob a forma de áudio (texto) e “pobre” em imagens e efeitos que estão resumidos ao enquadramento no apresentador.

Outra marca do telejornal a esse respeito é a frequência com que analistas de setores especializados – comentaristas – fazem parte do telejornal, bem como fontes especializadas em setores como economia e política são chamados para entrevista no estúdio “ao vivo” e com duração nitidamente maior que as entrevistas usuais feitas dentro do ritmo da televisão<sup>166</sup>. A respeito dos comentaristas, o “Jornal da Globo” conta com comentaristas fixos de esporte, economia, política que têm a responsabilidade de também trazer elementos agregadores à interpretação dos fatos que o telejornal pretende oferecer aos telespectadores. Ou uma estratégia para assim parecer e convencer seu público.

Na seqüência do “abrão”, vê-se que a variedade de assuntos priorizados no telejornal estão relacionadas a esse momento vivido atualmente com suas novas dimensões de tempo e espaço e, sobretudo, de exigência de cada indivíduo a respeito dos acontecimentos do mundo globalizado. O telejornal prioriza, especialmente nos três primeiros blocos, assuntos relacionados ao cenário político e econômico do país, um enfoque interpretativo dos fatos. Naturalmente, o investimento nas “hard news” está sempre orientado, além da interpretação, também pelo tratamento estético e didático da informação, como já se disse, tentando combinar a estratégia de sedução tanto pelo impacto visual quanto pela informação mais densa que os telejornais em geral. Essa preocupação com a informação aprofundada, além de estar em consonância com sua proposta editorial de jornal de segunda edição, também se explica pelo fato de as notícias assumirem grande importância na contemporaneidade enquanto instrumental de gerenciamento da vida cotidiana e instância de vinculação com a realidade, como salienta Arnanz (2002).

---

<sup>166</sup> Durante o mês de agosto de 2007, o telejornal tratou frequentemente da crise nas bolsas de valores do mundo inteiro, além de reportagens, também com entrevistas exclusivas sobre o tema. No dia 16 de agosto de 2007, por exemplo, o “Jornal da Globo” trouxe uma entrevista ao vivo no estúdio com Gustavo Loyola, ex-presidente do Banco Central e sócio-diretor da Tendências Consultoria (3min) e no dia 21 de agosto de 2007, com o presidente do Banco Central Fernando Meirelles (6min e 11seg). Disponível em <http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2742-p-20070821,00.html>

Por isso pode parecer paradoxal que o programa invista na forma a partir de um cuidado com a plástica e com os efeitos visuais, ao mesmo tempo em que se preocupe também com o conteúdo analítico.

Recuperando Zallo (1988) e Castells (2003), o telejornal, ao se propor diferente por ser mais analítico, objetiva tornar-se fonte de informação para as ações dos indivíduos justamente por saber o quanto esta condição o torna central para os telespectadores. Ou seja, como produto cultural, o telejornal dissemina conhecimentos fundamentais que estruturam imaginários e conceitos que são, em última análise, a própria garantia da sociabilidade contemporânea para os indivíduos. Dessa maneira, quanto mais qualificados forem esses conhecimentos, mais a sociabilidade neste sentido pode ser assegurada.

Diante deste contexto, também nesse âmbito que diz respeito a seu posicionamento editorial, o “Jornal da Globo” ocupa um lugar de trânsito entre duas tendências. Ainda que contenha traços de espetacularização no tratamento estético dispensado às notícias, o telejornal nem se converte integralmente em espetáculo como Ramonet (1999) e Marcondes Filho (2002) dizem ser a inexorável implicação da notícia na Tv em tempos de velocidade e ascendência da imagem, como também não se afasta da idéia de ser um produto da emissora e como tal, precisar atrair a audiência. Em toda a sua estrutura é possível perceber que esses condicionamentos estão presentes, delineando o trabalho num sentido de “caminho do meio” entre a notícia analítica, identificada com o jornalismo da Modernidade, ao mesmo tempo em que esteticamente bem cuidada, fruto da interferência de um valor contemporâneo.

Para Bustamante (1999) e Bourdieu (1997), essa condição de mistura de tendências, associada ao fato de que nunca há tempo suficiente para noticiar tudo, faz com que muitas informações sejam dadas numa “junção” de assuntos entendidos como sérios ou “hard news” com as variedades os “soft news”. Ou “feita da mistura da política com assuntos do coração”, como diz Bustamante. De fato, o “Jornal da Globo” se apresenta como a condensação desse “todo” em termos do que foi acontecimento no dia apresentado-se a partir de uma heterogeneidade de assuntos que vão da economia, política, ciência até acontecimentos internacionais, especialmente nos três primeiros blocos por questões estratégicas de audiência – já que esta vai gradativamente caindo devido ao horário do telejornal – enquanto o terceiro e especialmente o último bloco são dedicados às notícias de variedades e esportes que são as “soft news”, conforme Bourdieu (1997).

A análise dos autores, portanto, não se reflete rigorosamente na prática do “Jornal da Globo”. Enquanto dizem que o telejornal investe prioritariamente nas notícias de variedades e comportamento, o estudo tende a mostrar que o programa não se resume a isso, uma vez que as “soft news” estão presentes, embora não componham sua maior parte. Mais do que isso, as “soft news” parecem ser utilizadas como estratégia de encerramento do telejornal e como tal aparecem ao final do programa, depois que as notícias “pesadas” ou as “hard news” já foram exibidas.

Ao final, o encerramento do programa repete a proposição inicial da abertura. A câmera que enquadra os apresentadores sai desse enquadramento após o encerramento do telejornal, percorrendo um trilho na grua onde está em direção ao fundo do estúdio, e mostrando nesse caminho os jornalistas na redação em atividade em tempo real, enquanto rodam os créditos da equipe que integra o “Jornal da Globo”. Apesar da idéia de vigilância sobre os fatos nunca ter sido abandonada durante o programa, uma vez que a câmera que enquadra os apresentadores mantém a redação ao fundo, a exibição da redação de forma mais próxima ao final do programa, tende a reforçar a idéia de proximidade entre os fatos e a apresentação destes.

Também o próprio rol de créditos dos funcionários que integram a equipe com suas respectivas funções, deixa claro que um número considerável de pessoas é mobilizado para que seja possível colocar o jornal no ar, bem como indica setores e áreas que estiveram sob a vigilância e cuidado no programa durante sua produção. É mais uma forma de “vender” a idéia de que o telejornal tem uma grande e qualificada estrutura, ramificada em diversas atividades e setores, para dar conta de oferecer tudo o que há de mais importante para o telespectador.

Por fim, cabe dizer que a análise do programa, situado no contexto da passagem da Sociedade Industrial à Sociedade em Rede, radiografa o período mostrando como o telejornal se constitui da expressão das heterogeneidades dos dois tempos. Em consequência disso, analisado em seu momento de transição, o telejornal não se apresenta como resultado de um contexto único de formatações e características definidas, mas como reflexo desses encontros de diferentes formas e modelos organizativos que lhe dão origem. Por isso, o “Jornal da Globo” não é fruto nem só da racionalidade moderna e do compromisso com o interesse

público, como tampouco se resume a um produto esteticamente sedutor, plasticamente bonito e, portanto, sensacionalista e vendável.

Por outras palavras, conforme vem se pontuando ao longo do trabalho, a observação do telejornal nas suas diferentes perspectivas e etapas do processo, não se constitui apenas do reflexo do período moderno com sua organização axiomática, fordista e racional, organizada em termos de eficiência e eficácia, como também não se constitui somente dos valores e formas organizativas rizomáticas e flexíveis. O “Jornal da Globo”, na verdade, ilustra o momento específico da travessia, como foi possível observar no decorrer da análise, e como tal, vai buscando as adequações necessárias a um novo estágio organizativo da sociedade em que o contexto posto vai sendo gradativamente substituído por outra configuração, perdendo, por isso, suas características originais para dar lugar a uma nova realidade que vai se instituindo e tomando conta deste cenário.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória de buscar entender como o telejornal, em sua prática e formatação jornalística, vai sendo alterado frente às contínuas e intensas mudanças tecnológicas contemporâneas, veio comprovar que, de fato, nenhuma transformação – especialmente desse impacto e intensidade – acontece de forma linear e isolada. Dessa forma, o jornalismo e a televisão, integrantes do conjunto de instituições simbólicas que ajudam a organizar o ambiente contemporâneo através do tratamento e distribuição da informação, só puderam ser compreendidos em suas mutações nas práticas, rotinas e formações em sua inserção contextual, dando conta de seus “antes” e “depois”. Em consequência disso, ao se estabelecer a relação entre as mudanças tecnológicas no ambiente macrossocial e as repercussões destas na microrealidade do telejornal, a idéia de correspondência entre cada etapa histórica e o padrão tecnológico foi continuamente reafirmada.

Neste sentido, a primeira descoberta fruto desse entendimento diz respeito a uma idéia que passou a ser fundante da própria pesquisa. Trata-se do reconhecimento de que se está vivendo um momento de transição entre duas épocas históricas - que aqui foram vistas a partir da perspectiva tecnológica – mas que é observável em todas as dimensões do cenário social. Está falando-se precisamente de um momento de travessia entre a Sociedade Industrial, organizada a partir das tecnologias de produção lineares, verticais e fragmentárias, em direção à Sociedade em Rede, que passa a se organizar a partir de estruturas rizomáticas e capilares, permitidas pelas conectividades tecnológicas.

Na medida em que esse movimento se constitui na passagem entre duas formas organizativas de sociedade, estabelece a convivência entre as características de ambos os períodos. Além disso, implica pensar também que a sociedade contemporânea não pode ser nem puramente tipificada dentro dos valores industriais, dado o fato que novas lógicas das redes já são presentes, como também não pode ser plenamente reconhecida como uma nova forma organizativa por manter ainda padrões lineares e fordistas. E o momento atual, portanto, não é seguramente o que já foi, como também não é o que ainda será.

Diante desse contexto, esse trânsito entre os dois momentos passa a ser feito da simultânea presença das características dos dois padrões tecnológicos que, ao se encontrarem,

produzem continuamente hibridizações. Estas acontecem na combinação de processos marcados pela atuação em rede em alguns setores onde as conectividades já romperam com as estruturas lineares, com outros cenários em outras instâncias onde as linhas de produção mantêm-se por ainda não terem sido substituídas pelas novas estruturas rizomáticas.

A partir do reconhecimento dessa primeira idéia, que diz respeito à transição entre padrões tecnológicos e de todas as mudanças a ela associadas, a interpretação dos movimentos operados pelo telejornal contemporaneamente demandou entender como a mídia e o jornalismo especificamente comportam-se frente a este novo contexto. No que tange aos meios de comunicação, essa dinâmica se apresenta a partir de uma formatação particular, constituída de uma intervenção muito direta, uma vez que a tecnologia estabelece uma relação estreita com a mídia por ser, de fato, a estrutura operacional através do qual se articula e opera.

Na verdade, mais do que intervir em suas formas de operação e representação, as novas tecnologias de comunicação e informação que estão no cerne das mudanças contemporâneas, são responsáveis pelo lugar estratégico que a mídia passa a ocupar atualmente. Na medida em que são agentes capitais da estruturação simbólica da sociedade, nesse momento particular da história, as mídias passam a conquistar também a função de estruturação operacional por conta da inter-relação que estabelecem com as novas tecnologias. Passam a ser, portanto, tanto infra-estruturais quanto superestruturais em consequência do novo padrão tecnológico que lhes garante espaço ainda mais determinante na organização social, face à nova condição de conectividade.

Ou seja, a mídia do Industrialismo que tinha uma função, sobretudo, superestrutural de disseminação dos fluxos simbólicos passa, a partir da conectividade e velocidade das tecnologias digitais, a ser também a infra-estrutura por onde trafegam esses fluxos, na medida em que se funde às novas tecnologias. E essa dinâmica de instância articuladora dos processos simbólicos e operacionais através dos quais os indivíduos organizam suas vidas, intervindo diretamente em sua cotidianidade, é particularmente evidente na televisão, uma das mais importantes mídias do conjunto dos meios de comunicação, pela forma potencializada que isto ocorre. Por conta, sobretudo, da imagem, que estabelece correspondência com as valorações contemporâneas de velocidade (fruto da conectividade das redes) e da sedução

(uma vez que “ver” é “compreender”), a televisão passa a conquistar grande ascendência e representação na cotidianidade dos indivíduos.

Além disso, em consonância com o momento atual, portanto, como expressão da mídia contemporânea, a televisão também se reflete como um ícone da transição entre a linearidade das organizações produtivas fordistas e analógicas e mecânicas e as estruturas de trabalho em redes conectivas e virtuais da plataforma digital. Nesse caminho de adaptação a um novo modelo tecnológico, a mídia televisiva tem mostrado seu trabalho de experimentação e adequação, tentando buscar um posicionamento que lhe prepare para o novo tempo e suas respectivas demandas. E tende inclusive para uma interlocução com as outras mídias, afetando-as e sendo também afetada por ela, além da orientação para os interesses econômicos que a sustentam e direcionam.

Assim, também a televisão busca sua adaptação a esse novo tempo a partir da hibridização das duas formas organizativas presentes contemporaneamente. De um lado é possível perceber a incorporação de algumas possibilidades advindas das novas tecnologias como a descentralização dos processos operacionais e as iniciações com possibilidades interativas. E de outro lado, mantém estruturas convencionais e próprias do Industrialismo, enquanto produto da grade vertical e centralizada de programação, enquanto processo de trabalho e enquanto linguagem oferecida ao telespectador.

Na formatação do telejornal, essa condição de transitoriedade da Tv encontra-se com as mudanças também registradas no jornalismo contemporâneo. Da mesma maneira que a televisão, observou-se que a prática jornalística também se acha em transição a partir das inovações tecnológicas que têm alterado o cenário atual, permitindo evidenciar em seu modo de operar características tanto dos processos analógicos como digitais. E em função disso, o jornalismo também se apresenta como reflexo de seu próprio tempo e como tal, como instância afetada pelas mutações da travessia tecnológica.

Na verdade, através de um recuo na história, foi possível compreender que desde seu surgimento até a contemporaneidade o jornalismo, enquanto prática, sempre manteve uma caracterização fortemente atrelada ao momento particular de valores e lógicas tecnológicas que lhe corresponderam. Por isso, o jornalismo da Modernidade se constituiu como resultado de um momento de ascensão das lógicas racionais iluministas, organizando-se a partir de

padrões industriais vigentes em seu momento de consolidação como atividade. E dessa maneira, na medida em que o padrão tecnológico instaurou um certo tipo de fazer, a prática jornalística só fez refletir esse fazer organizado, naquele momento, a partir de uma linha de montagem.

No entanto, na transição atual, entendida entre a virada do século XX para o século XXI, mediante uma série de mudanças capitaneadas pelas novas tecnologias de comunicação e associação, o jornalismo descobridor de verdades e “guardador” dos limites da esfera pública, fundado na razão e na objetividade dos fatos, veio encontrar-se com um momento de relativizações e flexibilizações. O resultado deste encontro aponta para a fragilização de sua vocação original e até mesmo de sua identidade, por conta da introdução das novas articulações conectivas das redes e suas conseqüentes lógicas capilares que vão alterando os modos e práticas jornalísticas, até então pautados pela linha de produção analógica e vertical. A velocidade e conectividade das novas condições de trabalho em rede fazem o jornalismo e sua crença no papel de investigador e desvelador das verdades, ser rediscutido. Especialmente porque, diante da aceleração dos processos, o espaço para a investigação vai sendo limitado na prática jornalística cotidiana e substituído pela atualização contínua das informações e pelo investimento no tratamento estético da notícia.

O encontro de duas lógicas comunicativas – da Era Industrial e da Sociedade em Rede – portanto, manifesta-se duplamente no “mundo do telejornal”, tanto por ser um programa especializado no trabalho e operação com notícias, quanto por lidar com as mesmas dentro da televisão. As transformações tecnológicas que implicam em mudanças no jornalismo unem-se às transformações que também afetam a mídia televisiva configurando o duplo processo de transição. Se, contextualmente, a televisão analógica busca uma adequação de linguagem e formatação aos processos de trabalho em rede que a digitalização do sinal está permitindo, da mesma maneira também o jornalismo está abandonando sua identificação como instância desveladora das verdades na medida em que incorpora valorações mais adaptáveis ao “gosto” da velocidade contemporânea.

No caso do telejornal escolhido para análise – “Jornal da Globo” – especialmente este programa oportunizou pensar no momento atual como um momento de hibridização resultante da convivência de valores e lógicas organizativas relativas aos dois períodos. O “Jornal da Globo” ainda se apresenta de uma maneira fordista, inspirada na linha de montagem em sua

forma de organização na grade de programação, na sistemática adotada na sua produção e apresentação. Em todo esse fazer, portanto, a dinâmica do telejornal se funda em “negociações” entre estruturas convencionalmente estabelecidas a partir de padrões tecnológicos analógicos – e, portanto, verticais, centralizadores e fragmentados – com novas estruturas digitalizadas que estão se inserindo pontualmente nesse fazer e que são baseadas nas conectividades dos processos descentralizados e em rede.

Por conta disso, o telejornal se mostrou um efetivo reflexo desse trânsito tecnológico, situando-se exatamente no intermeio do processo. De um lado, submetido às contingências sociais, políticas e econômicas mundiais e por isso precisar ser mais competitivo enquanto produto cultural, adota padrões de trabalho em rede que lhe garantem agilidade e conectividade global, bem como investe na estética por conta do valor dispensado à imagem e sua capacidade de transmissão imediata e veloz da informação, evidenciando sua identificação com marcas e práticas típicas da Sociedade em Rede. De outro lado, enquanto investe em estratégias que lhe garantem as condições de competitividade, também mantém os valores tradicionais do Industrialismo como o cuidado com a sua marca de telejornal analítico, construída ao longo do tempo, desempenhando um traço distintivo em termos de jornalismo dentro do cenário de mudanças velozes e contínuas. Num contexto de inconstância e velocidade, o telejornal ainda procura vender a idéia da estabilidade e da análise informativa como valores diferenciais, que em última análise, são valores originários do jornalismo da Modernidade.

Dessa maneira, o “Jornal da Globo” caminha num estreito e desafiante caminho, ao buscar atender os valores de ambos padrões tecnológicos do Industrialismo e da Sociedade em Rede. Precisa adotar a linguagem da velocidade – tipicamente produto da conectividade das tecnologias digitais –, investe na formatação esteticamente cuidada por conta das possibilidades dos efeitos especiais, além de oferecer ao telespectador a promessa de contato contínuo em sintonia com os valores contemporâneos, como por exemplo, nas possibilidades interativas. Mas também continua trabalhando com a idéia de um jornalismo identificado com sua própria vocação moderna de compromisso epistemológico sobre a realidade que cerca os indivíduos e de busca da verdade, mantendo-se nesta questão, associado ao racionalismo moderno.

Esse diagnóstico do caminho escolhido pelo “Jornal da Globo”, ao fazer a travessia entre os dois momentos organizativos da sociedade, no entanto, é preciso dizer, refere-se a uma realidade específica, concernente a um momento particular, de um telejornal em particular. E por essa razão, é capaz de responder a uma tipificação própria deste recorte no tempo que mostra como este telejornal está fazendo a simbiose entre valores modernos, por ainda entendê-los pertinentes, com os valores contemporâneos que lhe garantem a competitividade dentro do cenário global.

Na medida em que assim se reconhece este trabalho – como a forma particular de um período de tempo determinado relativo à passagem de um telejornal de uma instância organizativa à outra, bem como da incidência disto nas suas práticas – a análise leva ao reconhecimento da sua própria efemeridade, por tratar do estudo de um fenômeno justamente transitório. Ou seja, em tempos de mutações contínuas, intensas e velozes, o estudo do período de transição poderia estar ameaçado pela sua própria defasagem na medida em que, estando em processo, dificulta a radiografia atualizada.

No entanto, ainda que se reconheça a ameaça do efêmero, cabe dizer que esta não compromete as intenções traçadas para esta pesquisa. Na verdade, a riqueza e originalidade dos processos transitórios residem exatamente na constituição do retrato de um intervalo, já que as diferentes épocas não se sucedem uma em substituição completa da outra. São os momentos de transição que lhes dão origem na medida em que as transformações acontecem gradativamente, numa travessia entre marcas postas que vão se desfazendo e assumindo novas feições face à entrada de elementos originais. Sendo assim, as transições acabam por desempenhar um papel fundamental – ainda que muito curto e fugaz nos tempos da velocidade atual – para o entendimento do antes e do depois, e por isso mesmo complexo de ser compreendido.

Especialmente neste trabalho, o risco da efemeridade cresce na medida em que a pesquisa foi ancorada na dimensão tecnológica, uma vez que esta parece capitanear as mudanças desse período, repercutidas em todas as outras instâncias da experiência em sociedade. São transformações tão rápidas e intensas oportunizadas pelas novas tecnologias da informação e da comunicação, que se impõem num *continuum*, sem que haja um tempo hábil para a elaboração adequada de seu entendimento muitas vezes, fazendo com que o esforço na busca de compreendê-las seja sempre ameaçado por um traço também de

especulação. Por conta disso, durante todo este percurso onde se buscou estudar o “Jornal da Globo” nessa travessia tecnológica, bem como de todas as mudanças a isso associadas, foi preciso manter a vigilância constante sobre as possibilidades do dizer frente à matéria em transformação, implicando assumir os conseqüentes perigos que poderia representar.

Em conseqüência disso, diferentemente de voltar-se ao passado para radiografar uma realidade já delimitada, entendida e formatada, a investigação do que se apresenta “acontecendo”, em absoluto, pode representar o esgotamento das significações desse momento, justamente pelo fato de se achar em processo. Antes pelo contrário, o sentimento é mais de “aberturas” do que de “fechamentos” de sentidos e explicações uma vez que, quanto mais se busca entender o fenômeno, tanto mais nuances e possibilidades este tem podido trazer. Por essa razão, a chegada ao fim do caminho assume um significado dialético, na medida em que resulta na chegada também ao início, neste caso, a um outro novo percurso, posto que as respostas encontradas são, ao mesmo tempo, razão e sentido às novas investigações.

O “começo” que nasce do “fim” está relacionado não só ao trabalho em si, mas a toda experiência construída em suas páginas e fora delas. Diz respeito ao sentido da pesquisa enquanto instância reflexiva feita do encontro entre a prática e a teoria. Tanto os questionamentos que moveram este trabalho, quanto a sua feitura estiveram permeados pela história pessoal da pesquisadora. Isto porque tendo passado por uma emissora de televisão, e na seqüência construído um caminho de interlocução desta experiência com a academia – tanto na pesquisa quanto no ensino – manteve a preocupação em construir uma práxis que, de alguma forma, pudesse posteriormente contribuir à qualificação do fundamental do trabalho dos jornalistas de televisão.

Assim, ao se construir a partir do diálogo entre a prática e a teoria, a pesquisa se mostrou uma oportunidade rica, ao mesmo tempo em que rara, de reelaborações significativas, resultantes das interações entre os pontos de vista do fazer e do pensar sobre o jornalismo, neste caso especificamente de televisão. Essas reelaborações, na verdade, contribuíram para o entendimento do telejornal e, por conseqüência, com a possibilidade de se exercer sobre ele a necessária crítica e a vigilância frente à sua intervenção na cotidianidade dos indivíduos. Isto porque só o estudo contínuo, sério e consistente permite conhecer os processos que dão origem e formatação ao telejornal, e por isso mesmo podem subsidiar a discussão sobre seu papel e seus respectivos compromissos com a sociedade civil.

## REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós Comunicación, 2005.
- ARNANZ, Carlos M. **Negocios de televisión: transformaciones del valor en el modelo digital**. Barcelona: Gedisa editorial, 2002.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Os segredos da notícia na Tv**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- BARBERO, Jesús Martin. **Ofício de Cartógrafo**. Travessias latino-americanas da comunicação e da cultura. São Paulo: Loyola, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**. Rio de Janeiro: e-papers, 2004.
- BELTRÃO, Luiz. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.
- BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Mercado Brasileiro de Televisão**. 2. ed. São Paulo/Aracaju, 2004.
- BORELLI, Silvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel (org.). **A Deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Jorge Zahar editor: Rio de Janeiro, 1997.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo**. 40 anos de hegemonia e poder. São Paulo: Paulus, 2005.

\_\_\_\_\_. **Comunicação, Informação e espaço público.** Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

BUSTAMANTE, Enrique. **Hacia um nuevo sistema mundial de comunicación.** Industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa Editorial, 2003.

\_\_\_\_\_. **La televisión econômica.** Financiación, estratégias y mercados. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Desafios da pós-globalização.** São Paulo: Hackers Editores, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** 7. ed., v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais.** 2. ed. São Paulo: Cortez, 1995.

DANTAS, Marcos. **A lógica do capital-informação.** 2. ed. Contraponto: Rio de Janeiro, 2002.

DARNTON, Robert; ROCHE, Daniel. **Revolução Impressa.** A imprensa na França. São Paulo: Edusp, 1996.

DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia.** 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

ESTEVES, João Piçarra. O campo dos media e o desenvolvimento da sociedade moderna. In: **A ética da comunicação.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.

FRANCISCATO, Carlos. **A fabricação do presente.** Aracaju: Universidade Federal do Sergipe, 2005.

FILHO, André Barbosa; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi. **Mídias Digitais.** Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GIDDENS, Anthony; HUTTON, Will. **No Limite da Racionalidade**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOLDENBERG, Miriam. **A arte de pesquisar**. 4. ed. São Paulo: Record, 2000.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

\_\_\_\_\_. **Teoria de la acción comunicativa II**. Crítica de la razón funcionalista. 2. ed. Madrid: Taurus, 1987.

HALIMI, Serge. **Os novos cães de guarda**. Petrópolis: Vozes, 1997.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 9. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

HERSCOVICI, Alain. **Economia da Cultura e da Comunicação**. Vitória: Fundação Ceciliano Abel de Almeida, 1995.

IANNI, Octavio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

INNIS, Harold. **Changing Concepts of Time**. Toronto: University of Toronto Press, 1952.

JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (orgs.). **Comunicação, informação e cultura**. Dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo**. A lógica cultural do capitalismo tardio. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.

JOHNSON, Steven. **A Cultura da interface**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

KUMAR, Krishan. **Da Sociedade Pós-Industrial à Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

LASH, Scott. **Crítica de la información**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 2005.

- LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1990.
- LIMA, Venício A. de. **Mídia: Teoria e Política**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MACHADO, Elias. **O Ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.
- \_\_\_\_\_. **O jornalismo digital em Base de Dados**. Florianópolis: Calandra, 2007.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Imprensa e Capitalismo**. São Paulo, Kairós, 1984.
- \_\_\_\_\_. **A saga dos cães perdidos**. 2. ed. São Paulo: Hackers, 2002.
- MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MATTELART, Armand. **A invenção da comunicação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.
- MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Ianamá, 2000.
- MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.
- MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional**. A notícia faz história. Jorge ZAHAR editor: Rio de Janeiro, 2004.
- MÍDIA DADOS 2006. **Grupo de Mídia de São Paulo**. São Paulo: 2006.
- MORAES, Denis (org.). **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Letra Livre: Campo Grande, 1997.

\_\_\_\_\_. **Por outra comunicação.** 2. ed. Mídia, mundialização e poder. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2004.

\_\_\_\_\_. **Sociedade Mídiatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORETZSHON, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”.** Rio de Janeiro: 2002.

\_\_\_\_\_. **Pensando contra os fatos.** Rio de Janeiro: Revan, 2007

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio (org.). **O Jornal.** Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo.** São Paulo: Loyola, 2006.

ORTIZ, Renato. **Cultura e Modernidade.** São Paulo: Brasiliense, 1991.

\_\_\_\_\_. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na Tv.** Manual de Telejornalismo. 4. ed. São Paulo, 1994.

POLITO, André. Michaelis. **Pequeno dicionário Italiano-Português.** São Paulo: Melhoramentos: 1993.

PORTELLI, Hughes. **Gramsci e o bloco histórico.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

QUINTANA, Mario. **Caderno H.** 2. ed. São Paulo: Globo, 2006.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação.** Petrópolis: Vozes, 1999.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil.** Um perfil editorial. São Paulo

RICHERI, Giuseppe. **La transición de la televisión.** Barcelona: Bosch Editorial, 1994.

RODRIGUES, Adriano. **A Experiência Cultural Na Era da Informação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

RODRIGUES, Ernesto (org.). **No próximo bloco...O jornalismo brasileiro na Tv e na internet**. Rio de Janeiro: PUC, 2005.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1997.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Webjornalismo, velocidade e precisão: o caso do site "UOL Eleições 2002"**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação: Porto Alegre, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e da Mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

\_\_\_\_\_. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó/Florianópolis: Argos, 2002.

SOUZA, Jose Carlos Aronchi de. **Seja o primeiro a saber**. São Paulo: Summus, 2005.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

THOMPSON, John B. **A Mídia e Modernidade**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e "Estórias"**. Lisboa: Veja, 1993.

\_\_\_\_\_. **O Estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

\_\_\_\_\_. **O que é Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos: 2004.

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

VIRILIO, Paul. **A arte do motor**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

VIZEU PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico. **Decidindo o que é notícia**. 4. ed. Porto Alegre: Edpuc, 2005.

\_\_\_\_\_. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio (orgs.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

\_\_\_\_\_. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O homem na era da televisão**. São Paulo: Loyola, 2005.

ZALLO, Ramón. **Economía de la comunicación y de la cultura**. Madrid: Ediciones Akal, 1988.

## **DISSERTAÇÕES E TESES**

BRAGANÇA, Maria Alice. **Rádio informativo, globalização e novas tecnologias**: o caso das rádios Gaúcha e Guaíba de Porto Alegre. PUC, 2003. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2003.

FONSECA, Virgínia. **Jornalismo no conglomerado de mídia**: a reestruturação produtiva sob o capitalismo global. Porto Alegre: UFRGS, 2005. Tese de Doutorado em Comunicação, Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

## ARTIGOS

ADGHIRNI, Zélia Leal. Routines produtivas do jornalismo em Brasília. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio (org.). **O Jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.

ALCÂNTARA, Alex Sander. **Nós, a mídia. Eu narro, você fotografa, ele edita**. Revista Imprensa. nº 222. São Paulo, Abril de 2007.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativa e temporalidade. In: BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo**. 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época da reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1990.

BERGER, Christa. Do Jornalismo: Toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio (org.). **O Jornal**. Da Forma ao Sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.

\_\_\_\_\_. Jornalismo na comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz Brittos. A Economia Política do mercado brasileiro de televisão. In: FILHO, André Barbosa; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (orgs.). **Mídias Digitais**. Convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

BRAMBILLA, Ana M. A Reconfiguração do jornalismo através do modelo *open source*. Cibercultura. Nº 13. Porto Alegre: Famecos/PUCRS, 2005, p. 87-94.

BRITTOS, Valério. A terceira fase da comunicação: novos papéis no capitalismo. In: BRITTOS, Valério (org.). **Comunicação, Informação e espaço público**. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002.

\_\_\_\_\_. Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério. **Comunicação, informação e cultura**. Dinâmicas globais e estruturas de poder (orgs.). Salvador: Edufba, 2004.

\_\_\_\_\_. Globo, transnacionalização e capitalismo. In: BRITTOS, Valério. **Rede Globo**. 40 anos de hegemonia e poder (orgs.). São Paulo: Paulus, 2005.

CASTELLS, Manuel. Tecnologia da informação e capitalismo global. In: GIDDENS, Anthony; HUTTON, Will. **No limite da racionalidade**. Convivendo com o capitalismo global. Rio de Janeiro: Record, 2004.

CHAROUX, Mônica. Telejornalismo. Boas notícias no ar. **Revista About**. nº 692, setembro de 2002.

COUTINHO, Iluska. O Jornal da Cultura percebido por seus editores – Relações entre tecnologia e produção de telejornal em uma emissora pública. **Lumina**. Revista da Faculdade de Comunicação da Universidade de Juiz de Fora. p. 84 – v. 5, n.2, p. 79-95. jul./dez.2002.

DUARTE, Jorge. Entrevista em Profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DUARTE, Luiz Guilherme. Pecado Capital: A novela dos Marinho com a Tv Paga. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Rede Globo**: 40 anos de hegemonia e poder. São Paulo: Paulus, 2005.

FECHINE, Yvana. Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Televisão**. Entre o mercado e a academia. Porto Alegre: Sulina, 2006.

FORD, Aníbal. O contexto do público: transformações comunicacionais e socioculturais. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. 2. ed. Record: São Paulo, 2004.

FREITAS, Rafael. Quem fica para contra a história? In: RODRIGUES, Ernesto. **No próximo bloco... O jornalismo brasileiro na Tv e na Internet**. Loyola: Rio de Janeiro, 2005.

GOMES, Itânia Maria Mota & GOMES, Luana. S. O contexto comunicativo nos telejornais da Globo: Uma análise do Bom dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Comunicação Audiovisual**. Gêneros e Formatos. Porto Alegre: 2007.

IANNI, Octavio. O príncipe eletrônico. In: DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A.; SILVA, Hélio (orgs.). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2000.

JAMBEIRO, Othon. Estado e regulação da informação e das comunicações no mundo globalizado. In: BRITTOS, Valério (org.). **Comunicação, Informação e Espaço Público**. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LAZARSELD, Paul F.; MERTON, Robert K. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1990.

McCHESNEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MIÉGE, Bernard. A multidimensionalidade da comunicação. In: BOLAÑO, César (org.). **Globalização e Regionalização das Comunicações**. São Paulo: Educ, 1999.

MORAES, Denis. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In: MORAES, Dênis. **Sociedade Mediatizada** (org.). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORIN, Edgar. Uma mundialização plural. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ORTIZ, Renato. Mundialização, cultura e política. In: DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octávio; RESENDE, Paulo-Edgar A. (orgs.). **Desafios da Globalização**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

PAVLIK, John V. e MOREIRA, Sonia Virginia. O impacto das novas tecnologias da informação na prática do jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, January/June 2000, Volume 23, Number 1, 139-150.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. Telejornalismo: das rotinas produtivas às audiências presumidas. In: PEREIRA JUNIOR, Alfredo Vizeu, PORCELO, Flavio Antônio Camargo; MOTA, Célia Ladeira (orgs.). **Telejornalismo**. A nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

PICCININ, Fabiana. Tv digital e convergência: da essência da tecnologia à aplicabilidade. In: CIMADEVILLA, Gustavo (org.). **Comunicación, tecnología y desarrollo**. Discusiones del siglo nuevo. Vol. 3. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto, 2006.

RAMONET, Ignácio. O poder midiático. In: MORAES, Dênis (org.). **Por outra comunicação**. Mídia, mundialização cultural e poder. 2 ed. Record: Rio de Janeiro, 2004.

RAMOS, Murilo César. A força de um aparelho privado de hegemonia. In: BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo**. 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.

SÁ MARQUES, Francisca Ester de. O processo de televisamento do texto jornalístico. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio (org.). **O Jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.

SABBAH, Françoise. The new media. In: CASTELLS, Manuel (org.). **High Technology, Space and Society**. Beverly Hills: Sage, 1985.

SCALZO, Mariana. **Jornalismo High-Tech**. Revista Época. Novas instalações agilizam noticiosos da Rede Globo e trazem o *Jornal Hoje* para São Paulo. nº 38. São Paulo, fevereiro de 1999.

SODRÉ, Muniz. O globalismo como neobarbárie. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

STEINBERGER, Margareth. A ética do jornalismo latino-americano na geopolítica da pós-modernidade. In: DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A.; SILVA, Hélio (orgs.). **Desafios da comunicação**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

TUCHMANN, Gaye. Métodos cualitativos em el estudio de las noticias. In: JENSEN, K. B.; JANKOWSKI, N. W. (Eds.). **Metodologias cualitativas de investigacion em Comunicaciones de Masas**. Barcelona: Bosch Editorial, 1993.

VILCHES, Lorenzo. Migrações midiáticas e criação de valor. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

ZERO HORA. **Os programas de maior audiência da Tv estão na RBS Tv**. p. 41, publicação em 20 out. 2007.

## PUBLICAÇÕES ON LINE

BIANCO, N.R. Radiojornalismo em Mutação na Era Digital. In: **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunica o**. Trabalho apresentado no NP 6 – Rádio e M dia Sonora, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. 2004. Acesso em 12/04/2007. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17663/1/R0278-1.pdf>

BOLANO, Cesar. **Jornalismo Online**: reflexões a partir da Economia Política da Comunica o. Verso e Reverso, São Leopoldo, n. 43, jan.-maio 2006. Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=7&s=9&a=60>. Acesso em: 24 maio 2007.

BOLANO, César; BRITTOS, Valério. Digitaliza o, flexibilidade e reordena o dos processos jornalísticos. In: **e-comp s**. Revista Nacional dos Programas de Pós-Gradua o em Comunica o. Dezembro de 2006 - 2/16. Acesso em 23/05/2007. Disponível [www.compos.com.br/e-compos](http://www.compos.com.br/e-compos)

DIREC O GERAL DE COMERCIALIZA O DA REDE GLOBO. **Boletim de informa es para publicitários**. O Brasil se informa na Globo. n  528. Junho de 2006. Disponível em <http://comercial.redeglobo.com.br/download/bip528.pdf>. Acesso em 19/07/2007.

COUTINHO, Iluska. A busca por critérios de editoriais em telejornalismo. **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunica o**, Belo Horizonte, MG, 2003. Disponível em [www.reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4396/1/NP2COUTINHO.pdf](http://www.reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4396/1/NP2COUTINHO.pdf). Acesso em 25.08.2006.

FONSECA, Virgínia. O jornalismo na lógica do capital: media o ou presta o de serviço? In: Associa o Nacional dos Programas de Pós-Gradua o em Comunica o – COMP S. **GT Estudos de Jornalismo**, 2005, 16, Niterói. Acesso em 13/02/2006. Disponível em <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/2005>.

\_\_\_\_\_. O declínio da notícia no jornalismo p sfordista dos conglomerados multimídia. In: **e-comp s**. Revista Nacional dos Programas de Pós-Gradua o em Comunica o. Dezembro de 2006 - 2/16. Disponível em [www.compos.com.br/e-compos](http://www.compos.com.br/e-compos). Acesso em 23/05/2007.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. **Jornalismo Cidadão. Você faz a notícia**. Colec o Conquiste a Rede. Disponível em [http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste\\_a\\_Rede\\_Jornalismo\\_Cidadao.pdf](http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Rede_Jornalismo_Cidadao.pdf). Acesso em 25/05/2007.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPOS. GT **Estudos de Jornalismo**, 3, 2002, Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/2002>. Acesso em 10/07/2006.

GIL, Felipe. **Crise aérea Infraero**: 81,2% dos vôos são cancelados em Congonhas. Vc. Repórter: seu vôo atrasou? Relate. Disponível em <http://noticias.terra.com.br/brasil/criseaerea/interna/0,,OI1782651-EI10060,00.html>. Acesso em 24/07/2007.

---

HOINEFF, Nelson. **Migalhas de um modelo caduco**. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?editoria=237&idnot=38144>. Acesso em 09/07/2007.

---

JORNAL DA GLOBO. **História do Jornal da Globo**. 1982: Uma nova fase. Disponível em <http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2745-p-2507,00.html>. Acesso em 14/11/2006.

---

MACHADO, Elias. La estructura de la noticia en las redes digitales. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. In: **Grupo JOL**. Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line. Teses 2000. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000\\_goncalves\\_tese\\_doutorado.zip](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_goncalves_tese_doutorado.zip). Acesso em 24/05/2007.

NOBLAT, Ricardo. Franklin Martins sai da Globo. In: **Blog do Noblat**. Disponível em [http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?a=111&cod\\_blog=129&palavra=Franklin%20Martins&pagAtual=2](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=Franklin%20Martins&pagAtual=2). Acesso em 04/08/2007.

PAVLIK, John V. **Journalism and new technology**: an uneasy alliance. Verso e Reverso. Ano XX. 2006/1, Número 43. Disponível em <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?E=7&s=9&a=63>. Acesso em 25/05/2007.

REDE GLOBO. **História do Jornal Hoje**. Nova Linguagem. Disponível em <http://jornalhoje.globo.com/JHoje/0,19125,3065-p-18518,00.html>. Acesso em 09/08/2007.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador**: Comunicação, cibercultura, cognição. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/livroimc/oquee.htm>. Acesso em 04/08/2007.

SALOMÃO, Mozahir. **O repórter e as armadilhas da narrativa**. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em 06/07/2004.

UOL NEWS. **Tirou alguma foto da tragédia em São Paulo?** Envie para o UOL. <http://noticias.uol.com.br/ultnot/especial/acidentecongonghas/ultnot/2007/07/24/ult5258u362.jhtm>. Acesso em 24/07/2007

VIZEU PEREIRA JR., Alfredo. Telejornalismo: conhecimento do cotidiano. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS. GT **Estudos de Jornalismo**, 1, 2005, Niterói. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos>>. Acesso em 06/01/2006.

## SITES

### ABINEE

<http://www.abinee.com>.

### ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TV POR ASSINATURA

<http://www.abta.org.br/>.

<http://www.abta.com.br/site/content/panorama/tecnologia.php>

### BIBLIOTECA ON LINE DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BEIRA INTERIOR

<http://www.bocc.ubi.pt>.

### CAPES

[http://www.capes.gov.br/capes/portal/conteudo/10/Banco\\_Teses.htm](http://www.capes.gov.br/capes/portal/conteudo/10/Banco_Teses.htm)

### COMPÓS

<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos>.

### CNN

[www.cnn.com](http://www.cnn.com)

### COMUNIQUE-SE

<http://www.comunique-se.com.br/>

### FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

[http://www.fndc.org.br/arquivos/Decreto\\_SBTVD-T.pdf](http://www.fndc.org.br/arquivos/Decreto_SBTVD-T.pdf).

### IBGE

[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/sintese\\_pna\\_d2005.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/sintese_pna_d2005.pdf).

**IBOPE**

<http://www.almanaqueibope.com.br/asp/index.asp>

**INTERCOM**

<http://www.reposcom.portcom.intercom.org.br>.

**JORNAL DA GLOBO**

<http://jg.globo.com/>.

**MICHAELIS**

<http://michaelis.uol.com.br>

**OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA**

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

**REVISTA VERSO E REVERSO**

<http://www.versoereverso.unisinos.br>

**UOL – UNIVERSO ON LINE**

[www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u111605.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u111605.shtml)

**WORDREFERENCE.COM**

<http://www.wordreference.com/>

**ENTREVISTAS**

BONI, Mariano. Chefe de Redação da Tv Globo São Paulo. Entrevista à Fabiana Piccinin. São Paulo: julho de 2006.

BRÊTAS, Erick. Editor-chefe do Jornal da Globo. Entrevista à Fabiana Piccinin. São Paulo: julho de 2006.

BRÊTAS, Erick. Editor-chefe do Jornal da Globo. Entrevista à Fabiana Piccinin. São Paulo: novembro de 2006.

BRÊTAS, Erick. Editor-chefe do Jornal da Globo. Entrevista à Fabiana Piccinin (telefone). Santa Cruz do Sul: julho de 2007.

GUEIROS, Fernando. Gerente de Operações da CGJ – Central Globo de Operações da Tv Globo São Paulo. Entrevista à Fabiana Piccinin. São Paulo; novembro de 2006.

SORRENTINO, Adriano. Coordenador do setor de Arte. Entrevista à Fabiana Piccinin. São Paulo: julho de 2006.

WAACK, William. Apresentador do Jornal da Globo. Entrevista à Fabiana Piccinin. São Paulo: novembro de 2006.

## ANEXO A - Páginas do “Jornal da Globo” na Internet

### Newsletter do “JORNAL DA GLOBO”

#### Redação Jornal da Globo

De: **Jornal da Globo** (news.jg@globo.com)

 Você pode não conhecer este remetente. [Marcar como confiável](#) | [Marcar como não confiável](#)

Enviada: sexta-feira, 28 de setembro de 2007 5:03:25

Responder-Para: news.jg@globo.com

Para: fabianapiccinin@hotmail.com

27 de Setembro de 2007

Boa noite.

#### Veja nesta quinta-feira no Jornal da Globo:

##### **Mortes no Rio de Janeiro**

Prédio desaba e deixa duas crianças mortas em Marechal Hermes. Bombeiros procuram outras vítimas sob os escombros.

##### **Novo recorde**

Em mais um dia de euforia nos mercados, Bolsa de São Paulo bate novo recorde e fecha acima dos 60 mil pontos. Dólar é o mais barato em sete anos.

##### **Repressão violenta**

Ditadura militar de Myanmar reprime manifestações pró-democracia e mata nove pessoas. Houve protestos em Paris, Roma e Londres em solidariedade ao movimento pela democracia no país.

##### **Show feminino, tristeza alvinegra**

As meninas da seleção de futebol do Brasil dão show, goleiam os Estados Unidos e se classificam para a final da Copa do Mundo da China. Já o Botafogo entrega o jogo no último minuto e está fora da Copa Sul-americana.

**Esses e outros destaques no Jornal da Globo, com William Waack, depois de *Linha Direta*, e também em nosso [site](#).**

Equipe **JG**.

Caso não deseje mais receber a newsletter do Jornal da Globo [clique aqui](#).

## Último Programa – (Capa)

Jornal da Globo - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço: <http://globo.com/>

globo.com NOTÍCIAS ESPORTES ENTERTENIMENTO VÍDEOS ASSINE JÁ TODOS OS SITES

PARA MUDAR A EDUCAÇÃO NO BRASIL

**JORNAL DA GLOBO**

Segunda-feira, 24 de Setembro de 2007

**Bush mais flexível**

*Em Nova York, Bush mostra-se disposto a compromissos com metas para reduzir gases poluentes e sobre a flexibilização de subsídios para agricultura.*

[leia a matéria](#)

**Legalidade de aluguel**

*No Rio de Janeiro, onde a vitória de automóveis é obrigatória, motoristas alugam pneus e pagam de ambulâncias só para passarem pela fiscalização.*

[leia a matéria](#)

**Bolsa de São Paulo se recupera**

*Após crise de crédito nos Estados Unidos, bolsa fecha em alta e bate novo recorde.*

[leia a matéria](#)

**Entrevista com Ferran Adrià**

O *Jornal da Globo* leva você agora a um encontro com Ferran Adrià, considerado o melhor chefe de cozinha do mundo.

[leia a matéria](#)

**Futebol no JG**

Lois Roberto comenta a rodada do fim de semana do Campeonato Brasileiro e a escrita telefônica em que o ex-presidente do Corinthians Alberto Quadri levanta suspeitas sobre o título de 2005 do clube.

[leia a matéria](#)

**Credito na praça**

O volume de dinheiro para empréstimos oficiais bate recorde no país e chega a quase R\$ 850 bilhões.

[leia a matéria](#)

Outras Matérias Desta Edição [1](#) | [2](#) | [próxima >>](#)

Reportagens do mês de setembro

SETEMBRO / 2007		
S T Q Q S	S T Q Q S	S T Q Q S
03 04 05 06 07	10 11 12 13 14	17 18 19 20 21
		24 25 26 27 28

Busca no JG   [Busca Avançada](#)

**Ferran Adrià**

Teleconferência

Saiba como se inscrever para a palestra gratuita com o ícone da gastronomia, que foi tema da reportagem do JG.

**Fale conosco**

E-mail para a redação

Mande sua mensagem, crítica ou sugestão para o *Jornal da Globo*.

**25 anos de JG**

Reportagens especiais

**25 ANOS**

Uma relação de momentos marcantes dos 25 anos de história do *Jornal da Globo*.

**Newsletter JG**

Destaques da edição

Receba no seu e-mail uma carta da redação com as notícias que serão destaque no *Jornal da Globo*.

© Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. | Política de Privacidade

Internet

Iniciar

Caixa de entrada - O...

Meu computador

Páginas Internet Jor...

ANEXO I - Último Pro...

Jornal da Globo - Mic...

08:50

## Reportagens Especiais

http://jg.globo.com - Jornal da Globo : Especiais

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2756,00.html

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 26 de Setembro de 2007

**Reportagens Especiais**

27/08/2007

**25 anos de JG**

Os 25 anos de existência do Jornal da Globo lembrados em reportagens especiais com grandes nomes e grandes momentos da história do jornal.

[leia a matéria](#)

**ENERGIA e FUTURO**

12/07/2007

**Energia e Futuro**

O JG discute o gargalo no setor energético brasileiro e como superá-lo, passando pelas possibilidades e vantagens de usinas hidrelétricas, termelétricas e nucleares.

[leia a matéria](#)

**Amazônia Azul**

10/07/2007

O Jornal da Globo conheceu os novos limites dos mares brasileiros e mostra a preparação da Marinha Brasileira para defender este território.

[leia a matéria](#)

**FRONTEIRA**

28/05/2007

**Fronteira**

O JG percorreu a fronteira dos Estados Unidos com o México e mostra uma série de reportagens sobre a aventura de tentar ganhar a vida do lado americano.

[leia a matéria](#)

**Entrevista com José Saramago**

22/05/2007

O maior escritor contemporâneo de língua portuguesa recebeu a equipe do JG em sua casa nas Ilhas Canárias.

[leia a matéria](#)

Outras Matérias | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | [próxima >>](#)

Busca no JG:  OK

[Busca Avançada](#)

Arquivo Completo:

Mês:  Ano:  OK

Menu do JG

- Último Programa
- Reportagens Especiais
- Colunas
- Opinião
- Bônus do JG
- Painel do Internauta
- Serviços
- Equipe
- História do Programa
- Newsletter
- Fale Conosco
- Vídeos

Telejornais

- Bom Dia Brasil
- Jornal Hoje
- Jornal Nacional
- Globo Rural
- Globo Repórter
- Fantástico
- DFTV
- RJTV
- SPTV
- PEGN
- Ação
- Globo News

Outros Veículos

- Jornal O Globo
- Diário de São Paulo
- Revista Época
- Rádio CBN

© Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. | Política de Privacidade

Internet

Iniciar

CorelDRAW X3 - [Fig...]

http://jg.globo.com - ...

Microsoft Word

16:55

# Colunas

**Jornal da Globo : Colunas**

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2754,00.html>

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 26 de Setembro de 2007

**Colunas**

25/09/2007  
**Muleta econômica**  
**Amaldo Jabor**  
*Lá atrás, em tempos de FHC, Lula e Aloísio Mercadante, eram contra a CPMF. Por que precisam tanto dela hoje?*

21/09/2007  
**A "Bolsa-Miami"**  
**Carlos Alberto Sardenberg**  
*Carlos Alberto Sardenberg explica o efeito Bolsa-Miami: o dólar barato, os recentes ganhos de renda e a facilidade de crédito permitem que a classe média viaje mais.*

19/09/2007  
**Em nome do bem**  
**Amaldo Jabor**  
*O mal não precisa do ódio. O mal sempre vem apoiado por alguma idéia de bem.*

13/09/2007  
**Aula de política**  
**Amaldo Jabor**  
*A incompetência do governo petista foi salva pela competência do baixo clero corporativo de quatro séculos.*

12/09/2007  
**Boas perspectivas**  
**Carlos Alberto Sardenberg**  
*Carlos Alberto Sardenberg comenta o crescimento de 5,4% do PIB no segundo trimestre do ano.*

11/09/2007  
**Comentário secreto**  
**Amaldo Jabor**  
*Amigos, este comentário não é para todos: é só para os senadores. Vossas Excelências devem tomar cuidado.*

**Busca no JG**

OK

**Busca Avançada**

**Outros Colunistas**

Escolha aqui

OK

**Arquivo de Colunas**

Colunistas...

OK

**Menu do JG**

- Último Programa
- Reportagens Especiais
- Colunas
- Opinião
- Bônus do JG
- Painel do Internauta
- Serviços
- Equipe
- História do Programa
- Newsletter
- Fale Conosco
- Vídeos
- Telejornais
- Bom Dia Brasil
- Jornal Hoje
- Jornal Nacional
- Globo Rural
- Globo Repórter
- Fantástico
- DFTV
- RJTV
- SPTV
- PEGN
- Ação
- Globo News
- Outros Veículos
- Jornal O Globo
- Diano de São Paulo
- Revista Época
- Radio CBN

**ASSISTA AO VÍDEO** [leia a matéria](#)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27			
Outras	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39			
Colunas	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51			
	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63			
									64	65	próxima	>>			

[ © Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. ] [ Política de Privacidade ]

Internet

Iniciar

CorelDRAW X3 - [Fig...]

Jornal da Globo : Col...

Microsoft Word

17:02

## Opinião

**Jornal da Globo : Opinião**

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://jg.globo.com/Jglobo/0,19125,2755,00.html>

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 26 de Setembro de 2007

**Opinião**

**Políticas sociais**

*Toda sociedade tem que cuidar dos mais vulneráveis, isto é, das crianças e dos idosos.*

[leia a matéria](#)

**Nós viramos vidraça também**

*Nunca tantos líderes mundiais discutiram tanto sobre aquecimento global.*

[leia a matéria](#)

**Haja CPMF**

*Embora o governo tivesse aprovado sem problemas a prorrogação da CPMF na Câmara, ninguém comemorou.*

[leia a matéria](#)

**O Brasil está mudando**

*Dois números em reportagens desta edição do Jornal da Globo dão uma boa ideia de como o Brasil está mudando.*

[leia a matéria](#)

**Euforia nos mercados**

*Houve uma reação eufórica nos mercados do mundo inteiro depois que o Banco Central americano decidiu reduzir a taxa de juros.*

[leia a matéria](#)

**Política e negócios**

*Se você acha que ninguém peita as grandes empresas mundo afora, é bom prestar atenção no que fez a União Européia nesta segunda-feira.*

[leia a matéria](#)

**Busca no JG**

[Busca Avançada](#)

**Arquivo Completo**

Mês:

Ano:

**Menu do JG**

- Último Programa
- Reportagens Especiais
- Colunas
- Opinião
- Bônus do JG
- Painel do Internauta
- Serviços
- Equipe
- História do Programa
- Newsletter
- Fale Conosco
- Videos

**Telejornais**

- Bom Dia Brasil
- Jornal Hoje
- Jornal Nacional
- Globo Rural
- Globo Repórter
- Fantástico
- DFTV
- RJTV
- SPTV
- PEGN
- Ação
- Globo News

**Outros Veículos**

- Jornal O Globo
- Diário de São Paulo
- Revista Época
- Radio CBN

**Outras Opiniões**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
			15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	

[próxima >>](#)

[ © Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. ] | [ Política de Privacidade ]

Internet

Iniciar

CorelDRAW X3 - [Fig...]

Jornal da Globo : Opi...

ANEXO 4 - Opinião.d...

17:24

## Bônus do JG

Jornal da Globo

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://jg.globo.com/Jglobo/0,19125,2927-p-62-0,00.html> Ir



Quarta-feira, 26 de Setembro de 2007

### Bônus do JG

**25 anos de JG: Chat especial**



Na semana de comemoração do aniversário do Jornal da Globo, a equipe do JG participou de um bate-papo pela Internet com os telespectadores.

[leia a matéria](#)

**25 anos de JG: histórias inusitadas**



Reveja algumas das histórias e personagens inusitados que passaram pela tela do Jornal da Globo.

[leia a matéria](#)

**25 anos de JG: Jô Soares**



Assista a duas colunas de Jô Soares que fizeram história no Jornal da Globo, no período da redemocratização.

[leia a matéria](#)

**25 anos de JG: cartoons**



Assista a uma coluna de Henfil no Jornal da Globo de 1982, em que ele comenta a falta de médicos no Brasil da época.

[leia a matéria](#)

**25 anos de JG: Paulo Francis**



Nesta série dos momentos marcantes do JG, Paulo Francis canta "Summertime" em pleno Central Park, em 1986.

[leia a matéria](#)

Outras Matérias [1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | [6](#) | [7](#) | [8](#) | [9](#) | [10](#) | [próxima >>](#)

Busca no JG

 OK

[Busca Avançada](#)

[Arquivo Completo](#)

Mês:

Ano:

OK

Concluído

Internet

Iniciar

CorelDRAW X3 - [Fig...]

Jornal da Globo

ANEXO 4 - Opinião.d...

17:29

© Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. | Política de Privacidade

## Painel do Internauta

Jornal da Globo: Painel - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2744,00.html> Ir Links



**Menu do JG**

- Último Programa
- Reportagens Especiais
- Colunas
- Opinião
- Bônus do JG
- Painel do Internauta
- Serviços
- Equipe
- História do Programa
- Newsletter
- Fale Conosco
- Vídeos

**Telejornais**

- Bom Dia Brasil
- Jornal Hoje
- Jornal Nacional
- Globo Rural
- Globo Repórter
- Fantástico
- DFTV
- RJTV
- SPTV
- PEGN
- Acão
- Globo News

**Outros Veículos**

- Jornal O Globo
- Diário de São Paulo
- Revista Época
- Rádio CBN

Quinta-feira, 27 de Setembro de 2007

**Painel do Internauta**

**ESTE PAINEL ESTÁ ENCERRADO. LEIA A SEGUIR A OPINIÃO DOS INTERNAUTAS OU MANDE UM E-MAIL PARA O JORNAL DA GLOBO.**

Os senadores decidiram não cassar o mandato do presidente do Casa, Renan Calheiros.

Você acredita que a imagem do Senado sai prejudicada com esse resultado?

17/09/2007  
Com certeza prejudica, e o mais revoltante é que ele estão agindo como se não tivesse acontecido nada. Esse é nosso sistema político, falido, vergonhoso e cínico ao extremo de não cassar um LADRÃO!

**BRUNO SENA**  
FORTALEZA - CE

---

17/09/2007  
há isto é uma vergonha mas faz ok eles e quem descide pelo nosso futuro ne.... abçõs

**rodrigo gomes rodrigues**  
patos de minas - MS

---

17/09/2007  
REALMENTE O SENADO DEVERIA SER ERA FECHADO!!ERA UM BASTA AQUELES QUE DEFENDEM SEUS INTERESSES PARTICULARES!!! CHEGA BRASIL!

**MARCO MATOS**  
SAO LUIS - MA

---

17/09/2007  
Com certeza a imagem do Senado não será masma , mas em compensação temos o que merecemos. Essa nozso País é tão bom, que se melhorar estraga.

**Juarez Filho**  
fortaleza - CE

---

17/09/2007  
Um absurdo, estes senadores sao uns covardes. Onde esta a tal falanda democracia, como vou saber se meu "representante" agiu corretamente? Esta sessao secreta é ditadura, eles estão fazendo a população de palhaços, sinceramente estou procurando um com a proposta de fechar este Senado e esta Câmara. Estes lugares são um foco de ladrão.

**Haroldo N pinheiro Junior**  
Vigosa - MG

---

17/09/2007  
Quem defende ladrão também é ladrão, espero que a policia federal veja as contas deles

**joaquim coelho**  
lausanne swiss - AC

---

17/09/2007  
Acho que o Senado não merece passar por tantos descasos e humilhação como vem sofrendo ultimamente. Fica prejudicada sim porque é uma vergonha para nós brasileiros, tudo por causa desses politicos ladrões e corruptos.

**Edelmario Ribeiro da Silva**  
Tesoero - MT

---

17/09/2007  
É realmente triste que interesses pessoais sempre estão acima de tudo e todos, + uma vez o povo brasileiro fica sem uma resposta daqueles que vivem traindo aqueles que lhe confiaram o seu voto. Mas sempre vai ser assim, é realidade de nozso Brasil que os pobres sempre ficaram + pobres e os ricos sempre ficaram mais ricos, porque eles têm facilidades para tudo! Acorda Brasil, ainda é tempo!!!!!!

**marco antonio mendes de matos**  
São LUIS - MA

---

17/09/2007  
É uma vergonha nacional, o senador faz suas falcatruss e continua impune. O pior de tudo é ver o presidente acobertar tamanha imoralidade

**Valmir Feijó**  
Eunápolis - BA

**Busca no JG**

 

[Busca Avançada](#)

---

**Faça seu comentário**

Nome

E-mail

Cidade

Estado

**Comentário**

\* Essa é uma área de debates sobre assuntos atuais. As opiniões dos internautas não refletem a posição da Rede Globo de Televisão no que tange a tais assuntos, sendo certo que os internautas desde já autorizam à Rede Globo de Televisão a utilizar nessa área, a seu exclusivo critério, seus comentários ou trechos desses.

**Outros Comentários** | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | próxima >>

© Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. | Política de Privacidade

Internet

Iniciador Windows Live Mes... Jornal da Globo: Pa... CorelDRAW X3 - [Fi... 10:31

## Serviços

**Jornal da Globo - Microsoft Internet Explorer**

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço: <http://jg.globo.com/3Globo/0,19125,2927-p-61-0,00.html>

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 3 de Outubro de 2007

**Serviços**

**Ferran Adrià**  
Confira mais informações sobre a teleconferência com o ícone da gastronomia de vanguarda, que foi tema da reportagem do JG.  
[Leia a matéria](#)

**Turnê "Alegria"**  
O Cirque du Soleil volta ao Brasil para uma turnê em seis capitais com o espetáculo "Alegria". Confira a data das apresentações na sua cidade.  
[Leia a matéria](#)

**Recall da Mattel**  
Um mês depois de anunciar o recolhimento de 850 mil brinquedos no Brasil, a Mattel anunciou um novo recall.  
[Leia a matéria](#)

**Recall de brinquedos da Mattel**  
A maior fabricante de brinquedos do mundo anunciou o recall de 21 milhões de produtos em todo o mundo, 850 mil no Brasil.  
[Leia a matéria](#)

**Vôos cancelados em Congonhas**  
Veja a lista de vôos da TAM cancelados no dia 31/07, em cumprimento a novas determinações do governo federal.  
[Leia a matéria](#)

**Outras Matérias** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | próxima >>

**Menu do JG**

- Último Programa
- Reportagens Especiais
- Colunas
- Opinião
- Bônus do JG
- Panel do Internauta
- Serviços
- Equipe
- História do Programa
- Newsletter
- Fale Conosco
- Vídeos
- Telejornais**
- Bom Dia Brasil
- Jornal Hoje
- Jornal Nacional
- Globo Rural
- Globo Repórter
- Fantástico
- DFTV
- RJTV
- SPTV
- PEQN
- Ação
- Globo News
- Outros Veículos**
- Jornal O Globo
- Diário de São Paulo
- Revista Época
- Rádio CBN

**Busca no JG**

OK

[Busca Avançada](#)

**Arquivo Completo**

Mês:

Ano:  OK

Concluído

Internet

11:49

# Equipe

Jornal da Globo: Equipe - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2746,00.html

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 3 de Outubro de 2007

**Equipe**

**Apresentadores**

**William Waack** [Perfil](#)

**Christiane Pelajo** [Perfil](#)

**Arnaldo Jabor** [Perfil](#)

**Carlos Alberto Sardenberg** [Perfil](#)

**Alexandre Garcia** [Perfil](#)

**Expediente**

**Diretor da CG**  
CARLOS HENRIQUE SCHRODER

**Diretor Executivo de Jornalismo**  
ALI KAMEL

**Diretor Jornalismo/SP**  
LUIZ CLAUDIO LATOÉ

**Diretora Adjunta/SP**  
CRISTINA PIASENTINI

**Chefia de Redação**  
MARIANO BONI  
DENISE CUNHA SOBRINHO

**Diretor Jornalismo/SP**  
LUIZ CLAUDIO LATOÉ

**Diretora Adjunta/SP**  
CRISTINA PIASENTINI

**Chefia de Redação**  
MARIANO BONI  
DENISE CUNHA SOBRINHO

**Editor-Chefe**  
ERICK BERTAS

**Editor Executivo**  
RICARDO VILHELA

**Editores**  
ANDRÉ BASBAUM(Rio de Janeiro)  
BETINA ANTON(internacional)  
CÁTIA LUZ (economia)  
EVANE BERTOLDI(Política)  
FERNANDO BUARQUE(Recife)  
JOSÉ ALAN DIAS (internacional)  
LUCIANA BISTIANE (geral)  
MAURICIO SETUBAL (São Paulo)  
MIGUEL FORTUNATO (esporte)  
PATRICIA CARVALHO (geral)  
PEDRO TADEU ZORZETTO(esporte)  
TONICO DUARTE(geral)

**Coordenação de rede**  
GIGLIONE TINTI

**Produção**  
ANTÔNIO STOTZ  
HAPPY CARVALHO (Rio de Janeiro)

**Coordenação de Internet**  
EVANI VIALE

**Produção de Internet**  
DENISE GALVANI

**Gerente de Operações**  
FERNANDO GUERROS

**Supervisor de Operações**  
MILTON ENCARNAÇÃO

**Coordenador de Operações**  
JULIO CÉSAR TUNUSSI

**Editores de Imagem**  
BETO BRINCO  
DARIO DE OLIVEIRA  
GUILHERME AMATUCCI  
RICARDO RIZZUTTI

**Coordenador de Operações**  
JULIO CÉSAR TUNUSSI

**Editores de Imagem**  
BETO BRINCO  
DARIO DE OLIVEIRA  
GUILHERME AMATUCCI  
RICARDO RIZZUTTI

**Coordenador de Telejornais**  
RODRIGO DE CARVALHO SILVA

**Assistente de Produção**  
JOSE ARNAUD  
RODRIGO AHARO DE SOUZA

**Estagiária de Produção**  
BEATRIZ CAHOS

**Diretor de Imagem**  
ARAUJO FRANCISCO JÚNIOR

**Operador de Áudio**  
JULIO AUGUSTO

**Arte**  
CRISTIANO SOBRINHO  
(Ilustrador)

**Equipe Técnica**

**Busca no JG**

OK

[Busca Avançada](#)

**Arnaldo Jabor**

A longo prazo



Administrar o presente é chato. Bom é delirar, sonhar a longo prazo.

**25 anos de JG**

Reportagens especiais



Uma seleção de momentos marcantes dos 25 anos de história do Jornal da Globo.

**Fale conosco**

E-mails para a redação

Mande sua mensagem, crítica ou sugestão para o Jornal da Globo.

**Newsletter JG**

**Destaques da edição**

Receba no seu e-mail uma carta da redação com as notícias que serão destaque no jornal da noite.

**Destaques da edição**

Receba no seu e-mail uma carta da redação com as notícias que serão destaque no jornal da noite.

© Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. | Política de Privacidade

Internet

Iniciar

Mixer

Páginas Internet Jor...

ANEXO 8 - Equipe do...

Jornal da Globo: Equi...

CorelDRAW X3 - [Fig...

11:53

## História do Jornal da Globo

Jornal da Globo: História - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço: <http://jg.globo.com/3Globo/0,19125,2745,00.html>

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 3 de Outubro de 2007

**História do Jornal da Globo**

**A ESTRÉIA DO JORNAL DA GLOBO**

No dia 2 de abril de 1979, ano em que a Rede Globo comemorou o seu 14º aniversário, estreou o **Jornal da Globo!**

Um noticiário de fim de noite recheado de análises, grandes reportagens, séries e entrevistas de estúdio. As informações internacionais eram apresentadas diretamente de Londres e Nova York pelos correspondentes da Rede Globo, e o tempo de duração do programa era sempre determinado pela principal entrevista do dia, com o mínimo de 30 minutos.

Fábio Perez era o editor-chefe e Sérgio Chapelin, o apresentador, mas o programa contava ainda com a participação de repórteres especiais, analistas, e entrevistados.

Versão para impressão Enviar matéria

**LEIA MAIS**

- 1982: uma nova fase
- Jô Soares e Chico Caruso: reforço de peso
- Apresentadores: muitas mudanças
- A fase atual

**BUSCA no JG**

OK

Busca Avançada

**Arnaldo Jabor**

A longo prazo

Administrar o presente é chato. Bom é delirar, sonhar a longo prazo.

**25 anos de JG**

Reportagens especiais

Uma seleção de momentos marcantes dos 25 anos de história do Jornal da Globo.

**Fale conosco**

E-mails para a redação

Mande sua mensagem, crítica ou sugestão para o Jornal da Globo.

**Newsletter JG**

Destques da edição

Receba no seu e-mail uma carta de redação com as notícias que serão destaques no jornal da noite.

Internet

Inicio

Mixer

Páginas Internet: Jom...

ANEXO 9 - História do...

Jornal da Globo: Hist...

CorelDRAW X3 - [Fig...

11:58

# Newsletter

Jornal da Globo: Newsletter - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,2747,00.html>

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 3 de Outubro de 2007

**Newsletter**

De segunda a sexta, algumas horas antes do Jornal da Globo ir ao ar, o internauta poderá receber um e-mail com o resumo das principais notícias que o telejornal vai exibir.

Se você está interessado, responda o formulário abaixo. Mas não se preocupe: esse cadastro é preenchido apenas uma vez. Todas as perguntas são obrigatórias e, após terminar de respondê-las, clique em "Enviar". Pronto: você já estará cadastrado e passará a receber a Newsletter.

**Cadastrar**

Nome completo:

E-mail:

Sexo:  Seleção aqui ▼

Idade:

Estado civil:  Seleção aqui ▼

Profissão:

Cidade:

Estado:  Seleção aqui ▼

Assiste ao JG com que frequência?  Todos os dias ▼

Como classifica o JG?  Excelente ▼

Formato da Newsletter?  HTML ▼

**Descadastrar**

Para deixar de receber a Newsletter, basta preencher o campo abaixo e clicar em enviar.

E-mail:

Busca no JG:  OK

Busca Avançada

**Outras Newsletters**

Jornal Hoje  
 RTV  
 SPTV  
 Globo Repórter  
 Globo Rural  
 PEGN

**Menu do JG**

Último Programa  
 Reportagens Especiais  
 Colunas  
 Opinião  
 Bônus do JG  
 Painel do Internauta  
 Serviços  
 Equipe  
 História do Programa  
 Newsletter  
 Fale Conosco  
 Vídeos

**Telejornais**

Bom Dia Brasil  
 Jornal Hoje  
 Jornal Nacional  
 Globo Rural  
 Globo Repórter  
 Fantástico  
 DFTV  
 RTV  
 SPTV  
 PEGN  
 Ação  
 Globo News

**Outros Veículos**

Jornal O Globo  
 Diário de São Paulo  
 Revista Época  
 Rádio CBN

Concluído

Internet

iniciar

Mixer

Páginas Internet Jom...

ANEXO 10 - Newslett...

Jornal da Globo: New...

CorelDRAW X3 - [Fig...

11:59

Copyright 2007 - Globo Comunicação e Participações S.A. | Política de Privacidade

## Fale conosco

Jornal da Globo: Fale Conosco - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço: <http://jg.globo.com/3Globo/0,19125,2748,00.html>

**JORNAL DA GLOBO**

Quarta-feira, 3 de Outubro de 2007

**Fale Conosco**

*Os campos com \* são de preenchimento obrigatório.*

**Nome: \***

**Email: \***

**Sexo:**

feminino  masculino

**Data de Nascimento:**

 Formato da data de nascimento dd/mm/aaaa

**Pais:**

Brasil

**Estado: \***

Escolha aqui

**Cidade: \***

**Telefone:**

 -  Formato do telefone xxxxxxxx-xxxxxx

**Assunto: \***

Escolha aqui

**Mensagem: \***

**ENVIAR**

**Menu do JG**

- Último Programa
- Reportagens Especiais
- Colunas
- Opinião
- Bônus do JG
- Panel do Internauta
- Serviços
- Equipe
- História do Programa
- Newsletter
- Fale Conosco
- Vídeos

**Telejornais**

- Bom Dia Brasil
- Jornal Hoje
- Jornal Nacional
- Globo Rural
- Globo Repórter
- Fantástico
- DFTV
- RJTV
- SPTV
- PEGN
- Ação
- Globo News

**Outros Veículos**

- Jornal O Globo
- Diário de São Paulo
- Revista Época
- Rádio CBN

**Busca no JG**

 **OK**

[Busca Avançada](#)

**Outros Emails**

- Bom Dia Brasil
- Jornal Hoje
- Jornal Nacional
- RJTV
- SPTV
- Fantástico
- Globo Repórter
- Globo Rural
- PEGN

Concluído

Internet

Iniciar

Mixer

Páginas Internet Jorn...

ANEXO 11 - Fale con...

Jornal da Globo: Fale ...

CorelDRAW X3 - [Fig...

12:01

# Vídeos

Globo Vídeos - Busca - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://video.globo.com/Videos/Busca/0,,7959,00.html?l=Jornal+da+Globo>

globe.com NOTÍCIAS ESPORTES ENTRETENIMENTO VÍDEOS ASSINE JÁ TODOS OS SITES

VIDEOS BUSCAR  OK FILTRAR POR DATA DICAS PARA VER VÍDEOS AJUDA

Resultado

Mostrando de 1 a 10 de 1472 vídeos encontrados, ordenados por Relevância

Titulo	Data	Nota
<b>Jornal da Globo</b> <b>Spice Girls tem a fama de volta em 30 segundos</b> Esse foi o tempo necessário para a venda de todos os ingressos do show que marcará a volta do grupo britânico aos palcos. Elas venderam 20 mil entradas para a etapa de Londres da turnê mundial. Duração: 1m03s	02/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Médo domina o mundo político</b> Políticos que trocaram de partido aguardam com ansiedade o julgamento do STF. O Supremo decidirá se quem mudou de legenda já perdeu o mandato. Para aprovar a CPMF, o governo pode ter de pagar caro. Duração: 7m36s	02/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Justiça gaúcha decreta prisão de torcedores neonazistas</b> Os dois presos são acusados de agredir um jovem, com socos, pontapes e tacadas após uma partida entre Grêmio e Internacional. Diego Santa Maria e Renan do Amaral Pereira confessaram as agressões. Duração: 1m48s	02/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Bíblia salva policial em Pernambuco</b> Numa troca de tiros entre policiais e bandidos em Belém de São Francisco, na região do polígono da maconha, um sargento levou três tiros e uma quarta bala foi parar dentro de uma Bíblia. Duração: 2m26s	02/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Passageiros fazem conexão informal em Congonhas (SP)</b> O aeroporto está proibido de receber aviões que façam conexões. Mas muitos passageiros que desembarcaram em Congonhas correm para o setor de check in, compram outra passagem e voam para o destino final. Duração: 2m17s	02/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Vai começar a guerra de preços das companhias aéreas</b> A Anac abriu consulta pública sobre a política de tarifas cobradas por passagens para destinos na América do Sul. Em pouco menos de um mês, os preços podem cair pela metade. Duração: 2m19s	02/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Ética</b> <b>Jornal da Globo - Edição de terça-feira, na íntegra</b> Apesar da proibição de escalas em Congonhas (SP), muitos passageiros fazem o que pode ser considerada uma conexão informal entre voos. Senadores batem boca no Conselho de Ética. Duração: 27m48s	02/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Gerúndio está sendo demitido</b> O governador do Distrito Federal, José Roberto Arruda, resolveu acabar com o tempo verbal por decreto. Com isso, fica proibido o uso do gerúndio para desculpadas de ineficiência. Duração: 2m39s	01/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>Luis Roberto comenta o fim de semana no futebol</b> Luis Roberto comenta as jogadas incríveis vistas nos jogos do futebol feminino. No Campeonato Brasileiro, ele observa que na última rodada o São Paulo teve sorte de campeão. Duração: 2m8s	01/10/2007	★★★★★
<b>Jornal da Globo</b> <b>As duas caras da novela digital</b> A nova novela da Globo, Duas Caras, já é gravada em tecnologia digital, mas as TVs ainda não estão adaptadas para a inovação. O novo formato poderá ser visto em São Paulo a partir de dezembro. Duração: 1m54s	01/10/2007	★★★★★

Refine sua busca

Não encontrou? Selecione abaixo para filtrar os resultados.

Área

- Notícias (1467)
- Entretimento (4)
- Esportes (1)

Acesso

- aberto (1007)
- fechado (465)

Formato

- Vídeo On Demand (1395)
- Íntegra (77)

Assunto

- Programas jornalísticos (1469)
- Jornal da Globo (1488)
- Jornalismo (649)
- Governo e Política (566)
- Sociedade e Comportamento (349)
- Personalidades (311)
- Crimes e violência (296)
- Justiça e segurança pública (267)
- Entretimento (214)
- Economia e Finanças (212)
- (+) Mais

Programa

- Jornal da Globo (1462)
- Jornal da Globo na Cuna (5)
- Rede Globo (2)
- Altas Horas (1)
- Brasileirão Histórico (1)
- Globo Vídeo Chat (1)

1 2 3 4 148

Central de Relacionamento Todos os Sites Meus Dados Política de Privacidade

2000-2007 Globo.com. Todos os direitos reservados.

Internet

Iniciar

Mixer

Páginas Internet Jorn...

Globo Vídeos - Busca...

CorelDRAW X3 - [Fig...

12:05

## ANEXO B – Espelho do “Jornal da Globo”

Espelho do “Jornal da Globo” de 27-10-2007

PAG	NOTAS	RETRANCA	LOC	tCAB	tVT	tMAT	FITA	MODI	APV	TEMPO	OK	EDIT
70	** NET 02	RIO MOLICA	WAA	0:15	0:40	0:55		rodrigo	erick	00:33:22	OK	LUCI
70a	* VT 03	RIO DESABA FM	====	0:00	1:26	1:26		rodrigo	erick	00:34:17	OK	LUCI
09	* VT	PRÉ-PASSAGEM	WAA	0:08	0:07	0:15		rodrigo	erick	00:35:43	OK	RVIL
10	* VT	PASSAGEM 1/RECORDE	WAA	0:05	0:03	0:08		rodrigo	wlivel	00:35:58	OK	RVIL
10A	2:24	====INTERVALO 1====	====	0:00		0:00		rodrigo		00:36:06	OK	====
11	* VT	SPO MERCADO EB	WAA	0:06	2:13	2:19		rodrigo	wlivel	00:36:06	OK	CATI
12	* EST+VT	SARDENBERG	WAA	0:04	3:00	3:04		rodrigo	wlivel	00:38:25	OK	CA
14	* VT	RIO FÓRUM ALA	WAA	0:09	1:27	1:36		rodrigo	erick	00:41:29	OK	GIGI
20	* VT	PASS 2/CARGOS	WAA	0:16	0:04	0:20		rodrigo	wlivel	00:43:05	OK	RVIL
20A	2:05	====INTERVALO 2====	====	0:00	0:00	0:00		rodrigo		00:43:25	OK	====
21	* VT	BSA BARGANHA JM	WAA	0:17	2:07	2:24		rodrigo	wlivel	00:43:25	OK	TDUA
22	* NET	BSA HERALDO	WAA	0:09	0:54	1:03		rodrigo	erick	00:45:49	OK	RVIL
23	* VT	MARES GUIA	====	0:00	1:52	1:52		rodrigo	RVIL	00:46:52	OK	RVIL
24	* NET	BSA VOLTA HERALDO	WAA	0:16	0:40	0:56		rodrigo	erick	00:48:44	OK	RVIL
30	* VT	PASS 3/MARTA	WAA	0:09	0:10	0:19		rodrigo	erick	00:49:40	OK	RVIL
30A	2:46	====INTERVALO 3====	====	0:00		0:00		rodrigo		00:49:59	OK	====
31	* VT	RIO CONVOCA JI	WAA	0:14	1:28	1:42		rodrigo	erick	00:49:59	OK	ESP
32	* VT	GOLS	WAA	0:17	1:17	1:34		rodrigo	erick	00:51:41	OK	ESP
33	* VT	BOA NOITE	WAA	0:19	0:30	0:49		rodrigo	erick	00:53:15	OK	WW
40	=====	=====BOA NOITE=====	=====	0:00	0:20	0:20		rodrigo		00:54:04	OK	=====
40A	=====	=====CRÉDITOS=====	=====	0:00		0:00		rodrigo		00:54:24	OK	=====

Exibição é buraco de 14:36:43, segmento é estouro de 1:25:42

NUM

Iniciar Caixa de ... 1 Lembrete RES: RES... 19:10

## Espelho do "Jornal da Globo" de 27-10-2007

INews

Arquivo Editar Exibir Ir Para Retranca Formatar Ferramentas Comunicações Janela Ajuda

Para: \_\_\_\_\_

[SPO]ARQUIVO.SCRIPTS.JG.BSA BARGANHA JM

PAG	NOTAS	RETRANCA	LOC	tCAB	tVT	tMAT	FITA	MODI	APV	TEMPO	OK	EDIT
53	=====	=====STAND-BY=====	=====	0:00	0:00	0:00		rodrigo		00:25:04	OK	
1	**JG**	QUINTA = 27/09/2007	=====	0:00	0:00	0:00		erick		00:25:04	OK	=====
1	**JG**	QUINTA = 27/09/2007	=====	0:00	0:00	0:00		erick		00:25:04	OK	=====
2	24 MIN	( NO AR = 00:02h )	=====	0:00	0:10	0:10		rodrigo		00:25:04	OK	=====
00	* ESTÚDIO	***** ABERTURA *****	WAA	0:31		0:31		rodrigo	erick	00:25:14	OK	WWW
01	* VT	ESCALADA	=====	0:00	0:49	0:49		rodrigo	erick	00:25:45	OK	ERIK
01a	* VT 04	SPO CANTAREIRA CG	WAA	0:11	1:47	1:58		rodrigo	erick	00:26:34	OK	MSE
05	* VT	SPO AVALIA CMz	WAA	0:18	2:20	2:38		rodrigo	erick	00:28:32	OK	SER
05C	* NOTA	PÉ/AVALIA	WAA	0:12		0:12		rodrigo	erick	00:31:10	OK	
06	* VT	NYC MYANMAR JP	WAA	0:15	1:45	2:00		rodrigo	erick	00:31:22	OK	BETI
70	** NET 02	RIO MOLICA	WAA	0:15	0:40	0:55		rodrigo	erick	00:33:22	OK	LUCI
70a	* VT 03	RIO DESABA FM	=====	0:00	1:26	1:26		rodrigo	erick	00:34:17	OK	LUCI
09	* VT	PRÉ-PASSAGEM	WAA	0:08	0:07	0:15		rodrigo	erick	00:35:43	OK	RVIL
10	* VT	PASSAGEM 1/RECORDE	WAA	0:05	0:03	0:08		rodrigo	willel	00:35:58	OK	RVIL
10A	2:24	=====INTERVALO 1=====	=====	0:00		0:00		rodrigo		00:36:06	OK	=====
11	* VT	SPO MERCADO EB	WAA	0:06	2:13	2:19		rodrigo	willel	00:36:06	OK	CATI
12	* EST+VT	SARDENBERG	WAA	0:04	3:00	3:04		rodrigo	willel	00:38:25	OK	CA
14	* VT	RIO FÓRUM ALA	WAA	0:09	1:27	1:36		rodrigo	erick	00:41:29	OK	GIGI
20	* VT	PASS 2/CARGOS	WAA	0:16	0:04	0:20		rodrigo	willel	00:43:05	OK	RVIL
20A	2:05	=====INTERVALO 2=====	=====	0:00	0:00	0:00		rodrigo		00:43:25	OK	=====
21	* VT	BSA BARGANHA JM	WAA	0:17	2:07	2:24		rodrigo	willel	00:43:25	OK	TDUA

Exibição é buraco de 21:04:50, segmento é estouro de 24:54

NUM

Iniciar Caixa de ... 1 Lembrete RES: RES... 19:05

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P588v	Piccinin, Fabiana "Veja a Seguir": a transição do telejornal entre a linha de montagem e a rede / Fabiana Piccinin. — Porto Alegre, 2007. 242 f.  Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação Comunicação Social. PUCRS, 2007.  Orientador: Dr <sup>a</sup> . Doris Fagundes Haussen  1. Jornalismo. 2. Telejornalismo - Brasil. 3. Televisão - Brasil. 4. Comunicação e Tecnologia. I. Título.  CDD : 070.486
-------	---

### **Bibliotecário Responsável**

Ginamara Lima Jacques Pinto  
CRB 10/1204