

# O telejornalismo na Internet<sup>1</sup>

Por

**S.Squirra**

O telejornalismo é um gênero jornalístico que representa uma prática de difusão de informações conhecida, estudada e já bem familiar para a sociedade. Por seu lado, a Internet é uma possibilidade midiática recente, sedutora e que vem cativando enormemente a atenção dos pesquisadores, apesar de configurar-se como recurso exclusivo de parte da população.

No cenário ciberespacial, muitos formatos estão sendo testados, tendo despertado o interesse das empresas jornalísticas em todos os cantos do planeta. A migração dos complexos de mídia impressos e radiotransmitidos em todas as suas formatações tem sido acachapante, trazendo para este novo sistema os jornais impressos locais e nacionais, as emissoras de rádio, as agências de notícias, as revistas semanais e até a televisão, que ainda não sabe direito o que fazer neste meio. Todavia, alguns portais e fornecedores de serviços de Internet decidiram convidar jornalistas conhecidos para apresentar noticiários televisivos típicos da TV aberta no novo suporte. Mas o que significa o conceito de telejornalismo na Internet? Por entender que pouca luz ainda paira na compreensão desta prática e, na contramão do lugar comum, tecerei alguns comentários visando entender melhor esta manifestação.

Sabe-se que o telejornalismo é veiculado no suporte midiático televisão. Esta mídia tem como atributos centrais a imagem cinética e o áudio, que trazem formas complementares de expressão com o uso de elementos intencionalmente facilitadores, tais como gráficos, animações e a edição. A TV usa cenários, vestimentas, efeitos luminosos e visuais, movimentos de câmera, além da atuação dos atores em cena. Por seu lado, a edição “recorta” os eventos originais, dando nova ordem e intensidade e, portanto, nova significação aos segmentos captados, numa alteração intencional do real que poder-se-ia considerar originalmente como “puro”, apresentando à audiência o real “elaborado” pelas estruturas de comunicação.

A televisão é entendida como um “veículo de difusão aberta”, quer dizer, chega indistintamente à casa de todas as pessoas, bastando ter a posse de um aparelho. É necessário pontuar que o programa televisivo pode ser transmitido em sistema “fechado”, como é o caso da TV por cabos.

---

<sup>1</sup> Texto publicado na **Revista Comunicação&Sociedade**, do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de S.Paulo. Editora UMESP. São Bernardo do Campo, no.38, ano 24, 2º. Semestre de 2002, p. 43-52 – ISSN 0101-2657

O telejornalismo tem linguagem e formas de expressão consolidadas nos dias atuais. No Brasil e fora dele. Manuais indicam como escrever, se posicionar para a câmera, como editar melhor e toda sorte de procedimentos para extrair do meio o máximo tecnicamente. As escolas de comunicação vêm reforçando seu parque de equipamentos, com o treinamento dos futuros profissionais. Nelas, além desse tipo de formação, pesquisas científicas revelam as intenções não explícitas que denotam facciosidades na contextualização da fala e de equilíbrio na representatividade dos seres e forças sociais apresentados na tela. No seu conjunto, o formato tem proporcionado à sociedade momentos de esclarecimento e de evolução cultural. Por tudo isso, pode-se dizer que o telejornal encontra-se consolidado num meio de comunicação que tem penetração e experiência mercadológicas. Todavia, turbulências editoriais e descaminhos atualmente presenciados revelam a fragilidade do sistema, já que as empresas sofrem forte influência dos índices de audiência que, todavia, não conseguem espelhar a dinâmica da adesão e, muito menos, expressar índices confiáveis.

Exatamente por causa disso, as emissoras (que são, na realidade, centros de difusão de conceitos e “verdades” em formato de mão única!) não estão imbuídas da missão de informar corretamente, muito menos em diminuir as inaceitáveis distâncias culturais e de discernimento no trato dos fatos de interesse à população, sobretudo para aquela de fácil manobra. As emissoras pertencem a empresários e conglomerados da representatividade elitista. São empresas que têm que dar lucro, como qualquer fábrica de sabão ou de comida para cachorro.

Para se manter, os distintos telejornais competem pelo espaço publicitário e pela preferência da audiência, mas, sobretudo, têm agido como estruturas confiáveis para a “manutenção” dos índices dos programas entre os quais estão inseridos, onde está, de fato, o lucro seguro. Por estas razões e pela credibilidade, recebem a adesão de expressiva parte da população, já que por causa do sinal aberto, atingem todas as classes sociais, aí incluídas as mais baixas, onde não requisitam seres alfabetizados, abastados ou cultos e, muito menos, pagantes. E a vida assim transcorria.

Mas, de repente, surge a Internet, na metade dos anos noventa. No início, apesar do receio do mercado, o ambiente acadêmico imergiu decididamente (sobretudo nos EUA), propondo novas formas de atuação, eficiência e controle. Recursos tecnológicos e procedimentos de acesso e usufruto surgiram da noite para o dia, consolidando boa parte das milionárias empresas hoje em cena. Todavia, a população (falo do ser humano comum) ficou à espreita para entender como -e porque- aderir ao sistema, tirando proveito da novidade, sem aumentar perigosamente as despesas.

E uma constatação tornou-se evidente: tratava-se da aquisição e exercício de uma nova cultura, com inevitáveis investimentos em tempo, conexões e dispêndio de dinheiro, uma vez que aumentaria a conta telefônica e teria que ser contratado provedor para os serviços. Mas, como não tornar-se “sócio” deste clube que oferecia a troca instantânea de correspondência e a ligação telefônica internacional com custo de impulso local? Além da consulta às bibliotecas da cidade e do muno inteiro, a partir das residências? O mais importante foi que se constatou que havia a mudança no formato da comunicação, agora viável no princípio do “muitos-para-muitos”. Com o passar do tempo, verificou-se que

finalmente mudara a relação no acesso à informação: passaríamos da informação restrita ao conceito da “sobrecarga” de informações. Por estas razões, os hábitos sociais de alguns começaram a mudar. A Era da Informação chegara.

Todavia, as maldades do mundo globalizado e capitalista já evidenciavam chagas ainda hoje incuráveis: a exclusão digital, que repetindo o passado, consolidava as divisões clássicas no acesso à informação do mundo analógico. E constatou-se o impensável: boa parte da população mundial ficaria de fora dessa nova descoberta, que começava a se caracterizar como “um elemento a mais”, no já farto mundo de informação das elites. Nesse sentido, expressão significativa foi cunhada: info-ricos e info-pobres. No cenário do trabalho, o não-acesso e o não-convívio cibernéticos passaram a barrar os trabalhadores definidos como analfabetos digitais, conforme indicava o Financial Times de julho de 2000.

Fala-se inclusive, de “apartheid da informação”, já que alguns dados impressionam: descobriu-se que a ilha de Manhattan possui mais aparelhos telefônicos que todo o continente Africano (Editorial do OESP, julho de 2000). Constatou-se, assim, que a Internet “é boa para desenvolvidos”. Então, como democratizar a informação? Mas, outras questões ainda mais básicas sobressaem-se: estudo da ONU constatou que cerca de dois bilhões de pessoas não têm eletricidade em casa (Folha de S.Paulo, setembro de 2000). Isto é, perto de um terço da população do globo. Esta é uma forma de exclusão ainda anterior à existência do próprio aparelho para a conexão. No Brasil, estudo descobriu que “só dois por cento da população das nove principais regiões metropolitanas do país têm capacidade de virar um internauta”, conforme informa o jornal Valor de setembro de 2000.

Mas, voltemos à Internet, deixando um pouco este tipo de dados de lado. Outras questões pontuais surgem parametrizando este cenário:

- a) o computador traz a necessidade de que o usuário seja alfabetizado, isto é que tenha domínio dos códigos próprios da expressão escrita. Que saiba o que significa a letra “a”, “b”, o número 1, e suas combinações;
- b) o usuário deve ter cultura mínima para o convívio e usufruto dos equipamentos informatizados. Precisa, portanto, ter condições de entender o computador e os pressupostos da virtualidade;
- c) o mesmo precisa ter conhecimento mínimo da língua inglesa, sem a qual estancará relativizada a eficiência de suas consultas e navegação;
- d) o navegante deverá ter tempo e recursos financeiros, uma vez que o acesso ao provedor e o custo das ligações requerem quantia com a qual muitas famílias se alimentam em um mês em nosso país. É lógico que precisa, ainda, ter dinheiro para comprar o próprio equipamento. Ressalto que o acesso em locais coletivos ainda é muito restrito em qualquer parte do planeta.

No ciberespaço, estes são alguns parâmetros essenciais. Apesar deles, proponho que nos concentremos na realidade que envolve aqueles que têm acesso a este recurso. A questão central é o telejornalismo na Internet. Assim, centremos nossa atenção em outras questões que inevitavelmente temos que encarar.

Pelas suas características técnicas, a informação na Internet é viabilizada na tela de um monitor, aparelho fortemente semelhante a um televisor, local onde assistimos aos

tradicionais programas de TV. Todavia, na tela do monitor estamos acostumados a interagir com letras e números (que são, na realidade, demandadores de baixo volume de processamento de dados), com imagens e sons ainda de baixa resolução. E então, surge a primeira dúvida: qual deverá ser a base de exposição (tela) que melhor se adapte ao processo de comunicação, trazendo custos e processamentos de dados em condições viáveis para o cidadão comum? Aqui, estamos falando da qualidade da informação na tela. E melhor qualidade requer maior processamento de dados e conexões mais rápidas e, portanto, transmissões complexas e caras.

É ainda inevitável abordar a questão da “largura de banda”, uma vez que deveremos estar online. E esta é a questão principal, pois como disponibilizar imagem e áudio de qualidade comparável com aquela existente nos aparelhos de TV sem conexões de alto padrão, em fibra ótica, contando só com o “par trançado” da linha telefônica tradicional? Nessas condições, e na maior parte das conexões existentes, a imagem será transmitida em 10 ou 15 quadros por segundo, em tela reduzida, com baixa resolução na imagem, tendo somente o áudio em tempo real e com legibilidade aceitável. Lembro que a imagem da TV é transmitida em trinta quadros por segundo.

É inevitável também lembrar a crise por que passam as empresas telefônicas, investidores naturais de recursos nestes tipos de conexões, com a retração da demanda e calotes dos usuários.

Assim, restam-me algumas ponderações, que devem ser entendidas como estimulantes intelectuais. Mas, primeiro tenho algumas pontuações a fazer: a) lembraria o pouco conhecimento existe no domínio do suporte midiático onde encontra-se a Internet; b) por não ser um veículo de difusão aberta, a comunicação informatizada requer patamar sofisticado para a extração dos seus recursos; c) por ser recente, dúvidas cruciais ainda persistem quanto às características da linguagem e formas de expressão do meio e, d) pela dinâmica e multiplicidade de atuações, o usuário comum encontra-se em meio a turbulência de ofertas, que impossibilita trânsito tranqüilo e objetivo.

A partir dos pontos aqui delineados, apresento as questões finais, apresentando alguns pontos para reflexão:

Qual a razão central suficiente que justifica a substituição da veiculação de notícias da televisão para a Internet? Qual seria, de fato, o “ganho” que teria um determinado assinante de um determinado provedor? Pondero que pelas suas características como consumidor elitista, o mesmo tem acesso a uma miríade de meios de informação e está, no dia-a-dia, suficientemente abastecido para tomar decisões variadas.

Porque deveria assinar um serviço que vem em um quarto de tela e com imagens saltitantes, pagando pelo serviço? Lembro que na TV clássica, quem financia são os anunciantes.

Porque o mesmo deveria abrir mão de um dos maiores atributos do mundo ciberespacial que é o acesso randômico, não linear? Porque, afinal, ficar esperando o relato jornalístico “clássico” seqüenciado (isto é, com o jornalista lendo as notícias na tela, com imagens

editadas, umas após as outras), se é possível acessar as notícias aleatoriamente, navegando à vontade pelos índices dos portais de informação, escolhendo indistintamente entre eles?

Qual o motivo real que justifica abster-se do dinâmico uso do hipertexto, que nos remete, como numa montanha russa, a bancos de dados infinitamente complementares e sedutores? Além do que, nestes, é possível fazer o “download” de textos completos, armazenando-os para uso futuro.

Estes são argumentos que, diagnosticando a manifestação, podem fornecer condições para algumas conclusões. Assim, resta-me a inevitável constatação de que os poucos jornalistas com espaço na Internet para programas formatados como os costumeiros telejornais das redes de televisão abertas de nosso país, podem estar somente servindo com “isca” para atrair audiência para os provedores de serviços a que pertencem.

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

Por todas as razões aqui singelamente delineadas, pode-se prever que estas experiências acabem se tornando insustentáveis, se caracterizando, em futuro próximo, como simples modismo -cultural ou marqueteiro- da área.