



---

**Processos de convergência e modos de endereçamento na *TV Folha***

Dannilo Duarte Oliveira<sup>1</sup>

**Resumo**

A convergência de mídias tem alterado os hábitos de consumo de informação e de entretenimento da sociedade brasileira contemporânea. A Cibercultura ampliou as práticas televisivas e a forma de consumo de notícias na internet. Dessa forma, a Web TV se coloca como mais uma forma de comunicação midiática fruto dos processos de convergência entre as mídias tradicionais e as novas tecnologias. Assim, este artigo pretende discutir os processos de convergência que têm levado a uma produção televisiva desenvolvida especialmente para a internet, bem como, testar uma metodologia de análise a partir do conceito de modos de endereçamento e seus operadores que possa auxiliar na análise da programação da *TV Folha*, buscando entender as formas e práticas comunicativas do programa.

**Palavras-chave:** Webjornalismo, Convergência, Web TV, modos de endereçamento;

**Abstract**

The convergence of media has changed the habits of consumption of information and entertainment of contemporary Brazilian society. The Cyberculture expanded practices and form of television news consumption on the Internet. Thus, the Web TV stands as another form of media communication processes result of convergence between traditional media and new technologies. Thus, this article discusses the convergence processes that have led to a television production designed specifically for the Internet, as well as test a methodology of analysis based on the concept of addressing modes and their operators that can assist in the analysis of programming *TV Folha* seeking to understand the communicative forms and practices of the program.

**Key words:** webjournalism, convergence, Web TV, addressing modes.

---

1 Professor Assistente da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – Uesb/ dannilonet@yahoo.com.br

## Processos de Convergência e Webjornalismo

A difusão das tecnologias digitais e a convergência das áreas de comunicação, informática e telecomunicações têm promovido recorrentes transformações na atividade jornalística. As mudanças atingem a pesquisa, a produção e a difusão da informação. Possibilitam outras formas de relacionamento entre leitor e jornalista, exigindo a redefinição de técnicas e de práticas.

As mudanças atingem toda a área da comunicação, mas os olhos voltam-se especialmente para a Internet, que vem se revelando um ambiente propício para a convergência multimídia. A atração em torno da rede se justifica pelo acelerado crescimento em nível mundial e pelas suas potencialidades tecnológicas – difusão instantânea, amplo alcance, interação/interatividade e hipertextualidade – e, em parte, pela sua força mercadológica. Nesse sentido, revela-se uma mídia atrativa para atingir o grande público e públicos segmentados, além de ser uma promissora e rentável fonte de receita.

A convergência tecnológica é, *a priori*, um termo muito amplo, no entanto, pretendemos apresentar aqui, o conceito de convergência ligado as telecomunicações para designar a tendência de utilização de uma única infraestrutura tecnológica para prover serviços que, anteriormente, requeriam equipamentos, canais de comunicação, protocolos e padrões variados e independentes. As tecnologias envolvidas no processo de convergência são, de forma geral, tecnologias modernas de telecomunicações e microeletrônica tais como rádio, televisão, redes de computadores, telecomunicações e telefonia. A Internet se destaca diante das outras infraestruturas tradicionais por possibilitar um processo de convergência de mídias que não anula e nem exclui as mídias anteriores, a exemplo do rádio e da televisão.

Essa nova relação entre o homem e as tecnologias, conhecida como Cibercultura, tem alterado os hábitos de consumo de informação e de entretenimento da sociedade brasileira contemporânea, temos como exemplo o crescimento de pessoas consumindo notícias pela a Internet. Segundo pesquisa do IBOPE Nielsen Online, publicada no dia 03 de dezembro de 2010, os sites de notícias atingiram dois terços dos internautas brasileiro no ano passado.

Por causa da procura por informações sobre a eleição, também cresceram em outubro os sites de notícias. A subcategoria Eventos Correntes e Notícias Globais atingiu 27,5 milhões de usuários únicos no trabalho e em domicílios, equivalente a 66% do total de usuários ativos de outubro. Considerando

somente a navegação em casa, navegaram em sites de notícias 19,2 milhões de pessoas, ou 59% dos usuários domiciliares, índice superior ao de anos anteriores (IBOPE Nielsen Online,03/12/2010).

A Cibercultura ampliou as práticas comunicativas, especialmente, através da forma de consumo de notícias nos veículos tradicionais e na Internet. Dessa forma, a Web TV se coloca como mais uma nova forma de comunicação hipermidiática fruto dos processos de convergência de mídias.

Seguindo essa mesma linha de raciocínio, a *TV UOL*, especificamente, o programa TV Folha, lança mão dos recursos digitais e hipertextuais para disponibilizar para o público uma nova maneira de fazer telejornalismo na rede, a Web TV. Como veremos nas análises, será frequente o uso de imagens de celulares, de câmeras fotográficas e outros dispositivos móveis, muitas vezes operadas por amadores. Podemos estar diante da consolidação de um novo gênero midiático, que é a Web TV, a partir das reconfigurações das mídias e dos processos de convergência possibilitados pelos suportes digitais. Mas, essa é uma discussão que não será iniciada aqui.

Ao mesmo tempo em que a convergência tecnológica implica uma reorganização do processo de produção jornalística, com consequências sobre o que costumamos chamar de cultura jornalística, as tecnologias digitais têm favorecido, senão o surgimento, a consolidação do jornalismo de tipo cidadão, com a proliferação dos recursos de interatividade, dos blogs, chats, do jornalismo open source e de sites de disponibilização de vídeos que tendem a reconfigurar os valores jornalísticos e a relação entre jornalismo e público. No caso específico do telejornalismo, verificamos, por exemplo, que cada vez mais as grandes emissoras têm utilizado imagens de amadores, em particular de filmes produzidos com telefones celulares - imagens, portanto, que não seguem quaisquer dos critérios profissionais de controle e verificação da informação - como modo justamente de ampliar a autenticidade e a veracidade dos programas telejornalísticos (GOMES, Itania, 2007, p. 09-10).

Dessa forma, três processos ajudaram a transformar profundamente o campo da comunicação e as práticas jornalísticas, e esses processos se encontram presentes na base tecnológica da Internet, a saber: a digitalização, a convergência de mídias e a interatividade. A passagem do sistema analógico para o digital engendrou implicações no processo, armazenamento e recuperação de informações, bem como na sua distribuição e consumo. “Efetivamente, a digitalização é a apreensão numérica ou matemática da realidade para ser manipulada” (Romero, 1999). Segundo Lévy, as tecnologias digitais permitiram que a informação fosse “processada automaticamente, com um grau de precisão quase absoluto, muito rapidamente e em grande escala quantitativa” (Lévy, Pierre, 1999).

No que diz respeito ao crescimento do jornalismo na Internet, que a cada dia enfrenta novas transformações relativas às rotinas produtivas, sua forma de difusão e consumo, isso se deve em parte ao Hipertexto. Segundo Pierre Lévy (1993, p.33) tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, vídeos, gráficos ou partes de gráficos, sequencias sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. “Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Por que cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira” (p.33).

Pensar o telejornalismo na internet implica levar em consideração as características do próprio meio. De acordo com Gomes (2007, p. 10) “a notícia seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual aparece”. Essa premissa se aplica também a notícia veiculada na internet, seja ela em formato de texto, foto, vídeo ou áudio. Daí a importância, segundo Gomes, de entender a notícia enquanto um gênero discursivo em relação às características que ela carrega quando produzida para determinado meio, como a televisão ou para a internet. Assim, é preciso entender os programas televisivos ou na internet como gêneros midiáticos<sup>2</sup>.

### **Modos de endereçamentos**

O conceito de modos de endereçamento surgiu, inicialmente, da análise filmica, vinculada às pesquisas da screen theory, que tem procurado, desde os anos 80, interpretar o modo como, a partir dos textos, os programas televisivos constroem sua relação com os telespectadores. Autores como Morley & Brunson (1978, 1999), John Hartley (1997, 2000, 2001), Daniel Chandler (2003), Itania Gomes (2006, 2007), têm pensado o modo de endereçamento a partir de perspectivas diferenciadas para analisar a relação de interdependência entre produtores e receptores na construção do sentido dos textos.

Numa perspectiva da análise televisiva, que é a que nos interessa aqui, o conceito de modo de endereçamento tem sido apropriado para pensar como um programa televisivo específico se relaciona com a sua audiência a partir da construção de posicionamentos de leitura do programa que pode ser entendido como o *estilo* do programa, que o identifica e o

---

<sup>2</sup> Ver JANOTTI, Jeder (2005).

diferencia dos demais. A partir desta perspectiva, o conceito tem sido adotado pelos estudos de recepção para a análise comparativa dos discursos televisivos e dos discursos dos receptores.

Para Morley & Brunson (1999) os modos de endereçamento se caracterizam pela relação que o programa constrói com a sua audiência, ou melhor, pelas formas e práticas comunicativas de um programa, o modo como um texto específico busca estabelecer uma cumplicidade com o espectador. Portanto, “o conceito de modos de endereçamento designa as específicas formas e práticas comunicativas que constituem o programa, o que teria referência dentro da crítica literária como o seu ‘tom’ ou o seu ‘estilo’” (p.262)<sup>3</sup>. Morley & Brunson utilizaram a noção de modo de endereçamento pela primeira vez em sua pesquisa de recepção para analisar a revista eletrônica inglesa *Nationwide* e como ela se relacionava com o seu público.

Ao discutir o conceito de modo de endereçamento Daniel Chandler (2003) consegue agregar duas perspectivas de análise e chama a atenção para o fato de que a relação do olhar com as imagens – pintura, fotografia, cinema, televisão – é social e historicamente construída, pois o *modo de ver é uma construção*. Chandler, embora utilize o conceito a partir de uma perspectiva da análise da recepção nos produtos televisivos, não despreza a perspectiva da *subject position* utilizada no cinema. O autor consegue partilhar de ambos os conceitos e chama a atenção para a relação que o texto constrói com o espectador e associa ao modo de endereçamento aspectos sociais, ideológicos, além dos textuais. O autor investe na articulação entre a noção de gênero e o conceito de modos de endereçamento, também visto como possíveis posições de sujeito inscritas textualmente. O seu trabalho possui, ainda, uma relação estreita com o campo da semiótica, especialmente, com os estudos de Peirce, pois Chandler reconhece também uma espécie de endereçamento na constituição dos signos.

Para Chandler, os modos de endereçamento são definidos nas formas pelas quais as relações entre endereçador e endereçado são construídas no texto (Ibidem, p.6). Ou ainda, os modos de endereçamento seriam “um conjunto de formas de leitura compartilhadas por

---

3 Tradução para: “The concept of ‘mode of address’ designates the specific communicative forms and practices of a programme which constitute what would be referred to in literary criticism as its ‘tone’ or style (Morley & Brunson, 1999, p.262).

produtores e leitores” (Ibidem, p.16)<sup>4</sup>. Portanto, os modos de endereçamento carregam marcas textuais primárias, que são marcas do próprio gênero.

Ao estudar os programas jornalísticos, John Hartley (2001) também compartilha, em boa medida, com os estudos filmicos a concepção de que o conceito de modo de endereçamento se relaciona com a construção de uma imagem da audiência ao afirmar que “o modo de endereçamento, como temos discutido, parece bastante próximo da assunção sobre quem e o quê a audiência é” (p.93)<sup>5</sup>. Hartley vai buscar em Gramsci a noção de *senso comum*, para explicar o posicionamento social e cultural do público, ao dizer ‘quem e o quê a audiência é’. Desta forma, boa parte do conhecimento reconhecido como *senso comum* passa a ser reconhecido socialmente e utilizado pelos textos midiáticos como uma estratégia de endereçamento, ou seja, para Hartley “a mídia não apenas nos lembra sobre as noções consensuais das classificações que já temos, como também produz e reproduz essas em materiais reais selecionados do ambiente cultural e linguístico” (Ibidem, p.105)<sup>6</sup>.

O que deve ser levado em conta aqui é a apropriação feita pela mídia, de grupos, pessoas e instituições representativas ou de um idioma nativo, e argumenta que ao apelar para esses dispositivos associados ao senso comum, os programas investem numa linguagem baseada em uma espécie de conversação com a audiência como forma de se incluir nas práticas cotidianas. Este tipo de orientação é para Hartley a “orientação para o receptor” (Ibidem, p.88), que é o modo de endereçamento e é ele, em boa medida, que provê grande parte do *apelo* de um programa para os telespectadores.

---

4 Tradução para: “(...) a set of ways of reading which its producers and readers share” (Chandler, 2003, p.16).

5 Tradução para: “of mode address we have been discussing, then, seems closely bound up with assumptions about who and what the audience is” (Hartley, 2001, p.93).

6 Tradução para: “The media don’t so much remind us of commonsense notions and classifications that we already ‘have’ rather they produce e and reproduce them out of ‘raw materials’ selected from cultural and linguistic environment” (Hartley, 2001, p.105).

Segundo Gomes (2006), o modo de endereçamento, em Hartley, se refere ao *tom* ou *estilo* de um telejornal, àquilo que o distingue dos demais e nessa perspectiva, o conceito nos leva, não apenas à imagem da audiência, mas ao *estilo*, às especificidades de um determinado programa. Ou seja, marcas que são comuns do subgênero telejornalismo, mas que ao mesmo tempo, são específicas e particulares em determinados programas, diferenciando um do outro.

Aqui, portanto, adotamos o conceito de modo de endereçamento naquilo que ele nos diz, duplamente, da orientação de um programa para o seu receptor e de um modo de dizer específico; da relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido de um produto televisivo e do seu estilo (...). Ele permite verificar como instituição social e forma cultural se *atualizam* num programa específico (GOMES, Itania, 2007, p.22-23).

A partir desta perspectiva, o conceito tem sido adotado pelos estudos de recepção para à análise comparativa dos discursos televisivos e dos discursos dos receptores. Os modos de endereçamento se caracterizam pela relação que o programa constrói com a sua audiência, ou melhor, pelas formas e práticas comunicativas de um programa, o modo como um texto específico busca estabelecer uma cumplicidade com o espectador.

### **Operadores de Análise dos modos de endereçamento<sup>7</sup>**

**a) Mediador** – O apresentador é quem desempenha o papel de mediar a relação entre o programa, os telespectadores e os demais profissionais envolvidos em sua elaboração. Normalmente, o apresentador é quem representa a ‘cara’ do programa e é quem primeiro estabelece um pacto com a audiência. O modo de endereçamento diz respeito ainda aos vínculos que cada um dos mediadores (âncora, apresentadores, comentaristas, correspondentes, repórteres) estabelece com o telespectador no interior do programa e ao longo da sua história dentro do campo jornalístico. Assim, o mediador é o responsável pela predominância do verbal na televisão e, nesse sentido, temos adotado como ferramenta para observação do texto verbal dos mediadores as estratégias narrativas e argumentativas desenvolvidas, considerando os recursos retóricos e persuasivos empregados. É no texto

---

<sup>7</sup> O conceito de modos de endereçamento e os operadores de análises aqui apresentados é fruto das pesquisas desenvolvidas no grupo de pesquisa Análise do Telejornalismo, coordenado pela Dra. Itania Gomes.

verbal que podemos encontrar uma das principais estratégias empregadas pelos mediadores e repórteres para construir as notícias, interpelar a audiência e construir credibilidade.

**b) O contexto comunicativo** – Compreende a situação comunicativa dos emissores e dos receptores e, mais, as circunstâncias espaciais e temporais em que o processo comunicativo é social e mentalmente partilhado. Este operador está voltado, principalmente, para as instruções de uso do texto televisivo, ou seja, o modo como os emissores se apresentam, como se posicionam e como representam a sua audiência.

**c) Pacto sobre o papel do jornalismo** - A relação entre o programa e o telespectador é regulada por meio de uma série de acordos tácitos, por um pacto sobre o papel do jornalismo na sociedade. É esse pacto que dirá ao telespectador o que ele deve ver no programa. O pacto supõe acordos sobre o modo como o programa formula as ideias de verdade e relevância da notícia, com quais valores-notícia de referência opera, como lida com as questões de responsabilidade social, do direito público à informação e da liberdade de expressão e opinião. Assim, o pacto que melhor ilustra os programas policiais jornalísticos na televisão é a noção de vigilância – “o guardião” – interpretado pela metáfora do cão de guarda. Ou o jornalismo-denúncia em que o programa passa a ideia de que faz uma prestação de serviço à sociedade. A noção de pacto está também diretamente ligada à ideia de compromisso social, interesse público e de “Quarto Poder” do jornalismo. O pacto diz respeito ainda aos formatos de apresentação da notícia – Os programas jornalísticos costumam se apropriar de formatos convencionais e socialmente partilhados pelos jornalistas, seguindo as normas dos manuais de redação, como por exemplo os formatos: *nota simples*, *nota coberta*, *notícia*, *reportagem*, *entrevista*, *indicador*. Além disso, as fontes de informação são importantes para entender o programa e se referem às vozes acessadas pelos programas para a construção da notícia. Há dois tipos elementares de fontes nos programas jornalísticos, a autoridade/especialista – que costuma ser vista sempre como uma voz oficial ou autorizada para tratar de determinados temas; e o cidadão comum – que costuma aparecer de três modos básicos: quando ele é afetado pelas notícias; quando ele próprio se transforma em notícia, quando ele autentica a cobertura noticiosa e é tratado como *vox populi*.

**d) Organização temática** - Está voltada, principalmente, para os critérios empregados pelo programa jornalístico para selecionar, organizar e apresentar o que vai ser notícia. Nos casos dos programas de jornalismo temático, parece quase óbvio dizer que a temática é um dos operadores de maior importância para a análise do modo de endereçamento. De acordo com



Gomes (2007) para os telejornais, entretanto, a análise da organização temática demanda maior atenção e por vezes só pode ser compreendida através da observação do modo específico de organizar e apresentar as diversas editorias e do modo específico de construir a proximidade geográfica com sua audiência.

A nossa pretensão a partir desse momento é fazer uma articulação entre os operadores do modo de endereçamento para analisar a programação da *TV Folha*. No entanto, chamamos a atenção para o fato de que os operadores supracitados foram desenvolvidos exclusivamente para a análise de produtos televisivos, especificamente, telejornais. Assim, a nossa pretensão é fazer um teste dessa metodologia para ver se ela se adéqua à análise do “webtelejornalismo” ou se teremos que desenvolver operadores específicos para esse novo gênero que se apresenta.

### Estrutura da *TV Folha*

O programa *TV Folha*, que está hospedado dentro da *TV UOL*, na categoria notícias. A estrutura da *TV UOL* é bastante complexa e extensa. O site se organiza a partir dos links principais: + Recentes; + Vistos; Melhor do Público; Entretenimento; Esportes, Notícias, Canais de TV; Desenhos; Humor; Música; Receitas e Programas. Cada um desses links disponibiliza uma série de novos links de programas específicos como o que acontece no link Notícias, que descreveremos abaixo.



Dentro da categoria Notícias fica hospedado o link *Folha.com* e links específicos de outros programas como Carro; Cotidiano; Economia; Internacional; Política; Tecnologia; AFP; AP; BBC Brasil; Band News; EFE; JC Online; NY Times e Reuters.



A diversidade de conteúdos disponibilizados pela *TV UOL* segue o padrão do próprio portal Uol.com.br, pois, encontramos conteúdos diversos, fornecidos por muitos parceiros para o maior portal do Brasil.

A escolha do programa *TV Folha* se justifica pelo fato de que é uma programação desenvolvida especialmente para a internet, ao contrário da programação da TV Globo na Internet, da Band News e dos parceiros da *TV Uol* que produzem para a televisão e replicam as notícias na internet. Além disso, o programa *TV Folha* traz as marcas do próprio portal Uol.com.br, como o enquadramento das notícias e a variedade de temas.

A programação da *TV Folha* e seus conteúdos carrega as principais características das notícias publicadas na internet, a saber: são hipertextos independentes, possuem espaços para comentários, aborda notícias variadas e não há separação das notícias por editoriais claramente. Além disso, o programa não possui cenário e nem apresentador para chamar as matérias. As matérias são disponibilizadas por meio de links com uma barra de rolagem na vertical. Cada matéria é independente, possui seu próprio link e é o internauta que irá decidir onde clicar e assistir o que mais lhe chamou a atenção, ou seja, a leitura é multilinear<sup>8</sup>, criando assim a sua própria de programação. São mostrados em cada página seis links de vídeos, ao final da barra de rolagem o internauta pode clicar para ir para a página seguinte ( Postagem de notícias mais antigas). A estrutura da página se assemelha muito com a de um blog.

---

8 Ver PALÁCIOS, M. 2005.



## Análise da programação da TV Folha

Para começar entender a *TV Folha* é preciso abrir mão de conceitos pré-concebidos sobre o que venha a ser um telejornal na internet. *A TV Folha* não possui um cenário como os telejornais tradicionais, não possui um apresentador na clássica bancada ou de pé no estúdio. Não existe uma vinheta de abertura do programa e nem um repórter com um microfone na mão. As matérias são apresentadas, geralmente, direto da redação da *Folha Online* pelo repórter responsável pela matéria. Não há uma preocupação com uma boa produção jornalística das matérias. O uso de vinhetas de abertura e encerramento dos programas telejornalísticos, os cenários e a figura do apresentador são importantes elementos de endereçamento dos programas para a sua audiência<sup>9</sup>. No entanto, essas características são deixadas de lado na *TV Folha*.

As matérias analisadas aqui foram publicadas no dia 22 de julho. Essa escolha se deu de forma aleatória. A preocupação era analisar todas as notícias publicadas num dia inteiro para ter uma noção de como a *TV Folha* se comporta e quanto era produzido por dia. Analisando as publicações dos dias seguintes, foi possível perceber, que não há uma produção de notícias consolidada, pois a quantidade de postagem varia bastante.

<sup>9</sup> Ver OLIVEIRA, Dannilo D (2007).

A primeira publicação do dia 22 de julho tem como manchete: “Vera Magalhães: Carta de vereador liga PR a denúncias em SP”. A matéria trata sobre uma carta enviada pelo vereador e cantor, Agnaldo Timóteo, denunciando uma suposta propina envolvendo políticos do PR. A matéria é apresentada por meio de uma entrevista concedida pela própria responsável pela matéria, a jornalista da Folha Vera Magalhães. A notícia é gravada na redação da Folha, onde a jornalista aparece sentada em sua baia de trabalho. Os enquadramentos de câmera são simples e em plano americano. A matéria é basicamente ilustrada com a sonora da jornalista e fotografias da carta, do vereador Agnaldo Timóteo e da “feira da madrugada”, na cidade de São Paulo, na região do Brás. A propina era paga pelos feirantes a vereadores do PR para continuarem comercializando os seus produtos na feira. Não há um repórter fazendo a entrevista, não há créditos para as imagens, não há apresentador para chamar a matéria e muito menos estúdio. A matéria é assinada na sua abertura quando aparece o nome de Vera Magalhães no vídeo e a assinatura da TV Folha, acompanhada de um música de abertura (*bg*) específico para a repórter. A matéria tem duração de 1min21seg e é gravada em HD.



Cada repórter possui um *bg* de abertura no momento dos créditos da reportagem.

Assim como outras postagens de reportagens de texto na internet, o webespectador tem a oportunidade de comentar as matérias, enviar para outras pessoas e acompanhar a programação nas redes sociais como o Facebook e o Twitter. Aparece ainda, o número de pessoas que acessaram a matéria e todos os comentários. Do lado direito do vídeo, são mostradas as novas postagens com matérias diversas.

A segunda postagem do dia, feita pela jornalista Keila Jimenez, intitulada “Estreia de A Fazenda 4 surpreende”, apresenta um formato de apresentação da notícia parecida com a

anterior. A matéria fala basicamente do lançamento e das inovações do programa A Fazenda 4, da rede Record.



A repórter Keila Jimenez utiliza uma linguagem despojada ao comentar as novidades do programa A Fazenda, ao dizer: “eu apostei ontem um almoço com uma pessoa, uma fonte, eu falei, oh, vai dar 15, e a pessoa falou, se der mais de 15 eu te pago um almoço, pronto, ganhei o almoço. A média do programa, a previa, não veio ainda consolidado está em 17 pontos do ibope. (...) o que eu ouvi as pessoas falando, é que o compadre Washington tem uma torcida bizarra por ele, o João Kleber tem gente que gosta dele e as pessoas estão muito incomodadas com o puritanismo da Bruna Surfistinha. As pessoas achavam que ela iria entrar lá arrepiando, e ela tá uma coisa muito certinha, muito santinha. (...) eu sempre me surpreendo com esses reality shows porque assim, quando eu penso que eles chegaram no fundo do poço, eles conseguem cavar mais fundo, eles fazem um buraco mais fundo, eles entram na lama total”. No crédito final da matéria sempre aparece a assinatura “Realização TV Folha”.

Em outra reportagem intitulada “Em show na web, Chico Buarque tenta explicar o que é um “meme””, a jornalista Alexandra Moraes é quem apresenta a notícia, novamente, o formato de apresentação da notícia utilizado é o da repórter falando para a câmera, em tom de bate-papo e sem nenhum mediador. A matéria é gravada direto da redação da Folha, no ambiente de trabalho da jornalista e é ilustrada com as falas e com as imagens do vídeo disponibilizado pelo site do Chico Buarque, que aparece falando e cantando para os fãs. Os planos de câmera variam entre o plano americano e o close, pois, a jornalista tenta passar uma ideia mais intimista ao falar do Chico Buarque. Ao final da matéria sobe o crédito “realização TV Folha” A linguagem utilizada pela repórter é coloquial e procura dar um tom informal e divertido à matéria:

“O Chico Buarque lançou hoje na internet uma espécie de showzinho. Bom, a crítica é que ele fez uma apresentação para um público na internet, aberta, sem depender de assinatura no site dele, ao lado de João Bosco. Ele cantou duas músicas, Sinhã e Nina, e entre elas fez vários comentários sobre as músicas, sobre o disco e, principalmente, sobre a imagem dele, a relação dele com a internet e com a própria zueira na internet. E o que foi mais surpreendente, foi que ele resolveu explicar o conceito de meme, que é tipo um purgão da internet que as pessoas começam a replicar frase ou imagem para tirar sarro de alguma coisa. Ele começou explicar como as pessoas pegavam uma frase dele e transformavam numa piada, ou fazia uma música, como recurso daquilo com recurso de itunes, e meio explicando isso para o João Bosco. E uma das frases marcantes ali do vídeo dele, foi ele falando de ser zuado na internet na primeira vez, que aquilo adquiriu um tom de coitadismo, mas que absolutamente não tinha relação com o que ele queria dizer. Assim, ele sabia, que ele falou, eu sei que não sou amado há muito tempo. Isso tudo ele falou entre risadas, conseguindo tirar sarro dos próprios tiradores de sarro da internet” (Alexandra Moraes - Folha).

Mais uma vez, o texto verbal da reportagem traz uma linguagem bem coloquial, mais e parece com um bate-papo. Não há uma preocupação da jornalista com o uso de gírias e neologismos.

Outra postagem intitulada “Barbara Gancia discute o comportamento dos donos de carros”. Apresentada pela colunista da Folha, Barbara Gancia, em frente do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, a matéria foge um pouco do formato de apresentação das notícias anteriores. Primeiro porque é realizada fora da redação da Folha e, segundo, porque entre todas as matérias do dia 22 de julho, foi a única que apresentou sonora com um entrevistado. Além disso, a matéria teve um tempo de duração de 3min29s, um tempo considerável seja para a televisão ou internet.

De forma muito descontraída e com uma linguagem coloquial e popular a colunista começa com um tom irreverente e uma exclamação hilária: “Eu estava pensando em fazer uma campanha assim: quem tem carrão tem pinto pequeno!”. Em seguida a matéria é cortada com a vinheta de apresentação da TV Folha e retomada com a jornalista e o seu entrevistado, o psiquiatra Dr. Arthur Guerra de Andrade, diretor do Programa de Álcool e Drogas do Instituto de Psiquiatria. Os planos de câmera variam entre o plano aberto, plano americano e o close. As imagens são tremidas e com a luz um pouco estourada. A matéria trata basicamente do comportamento agressivo e imprudente de alguns motoristas de carro nas cidades

brasileiras. A colunista e o médico discutem o acidente envolvendo um veículo porsche que estava sendo conduzido a 150 km na rua Itabapoã, na capital paulista, que colidiu com outro veículo, causando a morte de uma mulher durante a semana.

Para tornar a matéria mais dinâmica, a colunista vai até uma loja de carros de alta performance e conversa com um dos vendedores e pergunta para ele se a “molecada” que compra porsche hoje em dia sabe controlar ou dirigir esses carros. A resposta do vendedor é clara, a maioria dos proprietários de veículos esportivos não sabem conduzir esse tipo de veículo. Novamente conversando com o Dr. Arthur, a colunista faz uma pergunta irônica: “Será que hoje em dia, a gente tem necessidade de andar com carro de corrida no meio da rua, é um problema de pênis pequeno?” Em seguida o médico responde: “é um problema de pênis pequeno em geral, de onipotência, é um problema de uma insegurança crônica, é um problema de uma sensação de que com esse carro, absolutamente inapropriado para as vias públicas de São Paulo, ele ou ela, as vezes, vai ser mais considerado, vai ter mais respeito. É um problema de insegurança então, muitas vezes e que acaba dando essas situações bastantes negativas”. No final da matéria, a colunista mais uma vez apresenta um argumento irreverente ao dizer: “e tem mais uma coisa, o pinto pequeno não serve para assinar cheque”.

A matéria seguinte intitulada “BR Foods perde ao abrir mão do uso do nome das marcas”, apresentada por Mariana Sallowicz, repórter de mercado da Folha. Para essa matéria especificamente, a folha apresentou uma vinheta de abertura chamada “Por dentro do mercado”, um selo de editoria, para deixar claro que se trata de uma publicação da editoria de economia. Basicamente, a matéria relata a fusão entre as empresas Sadia e Perdigão. A reportagem é ilustrada apenas com imagens fotográficas dos produtos das empresas e do momento da assinatura da fusão pelos proprietários das empresas e costurada com uma entrevista realizada pela repórter Mariana Sallowicz que entrevista outra colega de editoria, Tatiana Freitas, também repórter de Mercado da Folha. A entrevista é realizada dentro da redação da Folha, onde elas aparecem sentadas numa mesa num bate papo sobre a fusão das empresas, cada uma com um bloco de papel tomando anotações. O que é mais interessante nessa reportagem é que ela foi feita pelas duas repórteres, mas, uma delas se transforma em fonte, passando os detalhes da fusão das multinacionais. Nenhum representante das empresas foi citado ou consultados. O formato de apresentação da notícia, deixa claro a economia de produção da TV Folha. A matéria tem um tempo total de 3min35s, mas, sem produção de imagens externas.

A matéria “Megafestival traz grifes lendárias da black music a SP”, apresentada por Kátia Lessa, serviu na verdade para divulgar o Festival da Black Music que aconteceria no fim de semana, na arena Anhembi, e reuniria grandes artistas da Black Music nacionais e internacionais. Mais uma vez, a matéria é apresentada pela repórter, sentada na redação da Folha, mais uma vez, o formato de apresentação da notícia acompanha o das publicações anteriores. Após divulgar o evento, a repórter diz: “quem não decorou pegue o guia da Folha, que tem todas as informações aqui”.

A última postagem do dia 22 de julho, intitulado de “Vídeo mostra destroços após explosão em Oslo”, tem uma duração de apenas 15 segundos e foi feito por uma pessoa com um celular. Foi um dos primeiros vídeos que circulou na internet logo após o atentado com bomba na capital da Noruega. O vídeo não tem falas, as imagens são ruins e mostra algumas vítimas do atentado andando de um lado para o outro.

Apesar do grande número de acontecimentos e de notícias que encontramos na internet, especialmente no portal Uol, o número de publicações diárias da *TV Folha* é pequeno. No dia 22 de julho foram publicadas sete matérias com tempo médio de 1min30s. No dia 23 de julho, foram postadas apenas duas reportagens. No dia 24 de julho não houve nenhuma postagem. No dia 25 de julho foram postadas quatro matérias e no dia 26 apenas duas. Ou seja, isso mostra que não há uma produção jornalística consolidada na *TV Folha*.

No que diz respeito ao papel do mediador, a programação da *TV Folha* não dispõe de um mediador padrão em uma bancada ou cenário definido. Geralmente, as reportagens são apresentadas numa espécie de bate papo pela repórter da Folha, que fala para a câmera. Percebemos que não há a marca do repórter entrevistando outras fontes, isso acontece com baixa frequência, a exemplo da matéria da colunista Bárbara Gancia, sobre o comportamento dos donos de carro. Diferente do telejornalismo tradicional, onde encontramos a imagem do apresentador que anuncia as notícias e seus repórteres, na *TV Folha*, cada repórter apresenta a sua matéria isoladamente, não há um programa específico ou editoria. Não existe a cara do programa, mas sim, a cara do repórter e da marca *TV Folha*.

O contexto comunicativo da *TV Folha*, traz consigo as marcas da produção jornalística na internet. Percebemos que é uma produção diversificada e heterogênea. As circunstâncias espaciais e temporais revelam as características das notícias na Internet, pois os conteúdos podem ser acessados a qualquer momento e de qualquer lugar do mundo. A leitura realizada



pelo internauta segue o princípio hipertextual da multilinearidade e não obedece nenhuma regra hierárquica. Cada reportagem é um nó independente na rede.

Como vimos, a relação entre o programa e o telespectador é regulada por meio de uma série de acordos tácitos, por um pacto sobre o papel do jornalismo na sociedade. No entanto, a *TV Folha* não tem um pacto claro, pois, não há uma preocupação com a relevância das notícias publicadas e nem com o interesse público, visto que, a programação é composta, principalmente, por soft news. Não há uma preocupação do veículo, por exemplo, em fazer um jornalismo de denúncia ou um jornalismo político ou se colocar como um programa que está vigilante sobre os problemas sociais do país. Digamos que – o “guardião” – interpretado pela metáfora do cão de guarda não faz parte da linha editorial do veículo.

Sem dúvida o formato de apresentação das notícias é um operador importante para entender a TV Folha e a produção jornalística do site. Os telejornais costumam se apropriar de formatos convencionais de apresentação de notícias e reportagens seguindo uma estrutura socialmente partilhada pelos jornalistas, por exemplo: *cabeça, off, sonora, passagem e nota pé*. Pudemos observar que não há preocupação com esse formato clássico de apresentação das notícias ou reportagens na TV Folha. O formato de apresentação da notícia mais recorrente é por meio do repórter falando diretamente para a câmera, como se fosse uma sonora. Não são utilizados a estrutura de *cabeça, off, passagem e sonora*. Outra característica é que não é comum a produção de imagens (vídeo) em áreas externas como ruas, instituições, órgãos públicos etc. O mais comum é a utilização de fotografias ou vídeos publicados na própria internet. As imagens produzidas pela TV Folha se restringem basicamente ao momento em que o repórter apresenta a reportagem. As fontes de informação adotadas pela TV Folha, no geral, se restringe ao próprio repórter do veículo. Das sete matérias analisadas apenas uma, apresentou uma fonte externa ao jornal. Outra característica é que não há espaço para o cidadão comum se manifestar como fonte. Além disso, a programação não conta com uma organização temática definida, pois, não há um encadeamento da notícia por blocos e não há separação por editoriais. As notícias são postadas independentemente.

Embora as matérias analisadas não apresentem a estrutura de *off*, a retórica do texto verbal se dá na fala dos repórteres. O texto verbal das reportagens são menos formais do que do no telejornalismo tradicional, ou seja, o texto é mais leve, com uma linguagem informal e com apelos gestuais para dar uma maior conotação às falas. Em algumas reportagens o texto

verbal chega a ser popularesco e carregado de gírias. O texto verbal tem um papel importante, pois a repórter passa um ar de intimidade e informalidade para o internauta.

Acompanhando as especificidades do webjornalismo, não há uma organização temática na programação da TV Folha. Ao contrário, a programação é variada e heterogênea. Podemos classificar como um programa de inserção nacional, mas há espaço para notícias internacionais. Por fim, não há um encadeamento das notícias por blocos. As notícias são postadas como hipertextos independentes.

### **Considerações finais**

Os operadores de análise do modo de endereçamento ajudam a compreender o funcionamento da *TV Folha*, no entanto, não são capazes de dar conta das peculiaridades do programa. A rotina produtiva do “webtelejornalismo” na *TV Folha* possui uma dinâmica própria da Internet. Fica evidente que é necessário o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de novos operadores que possam auxiliar numa análise mais aprofundada do programa, especialmente, no que diz respeito ao formato de apresentação das notícias, do mediador e que melhor explique o contexto comunicativo. Por fim, temos ainda os elementos da interatividade e da hipertextualidade próprios do ciberespaço, que não puderam ser analisados apenas com a metodologia proposta.

### **Referências**

BRUNDSON, Charlotte; MORLEY, David. **Everyday Television: “Nationwide”**. London: British Film Institute, 1978.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1).

CHANDLER, Daniel. **Modes of Address**. Disponível em <[www.aber.ac.uk/media/documents/intgenre/intgenre.html](http://www.aber.ac.uk/media/documents/intgenre/intgenre.html)>. Acesso em: 15/08/2003.

\_\_\_\_\_. **Semiotics for Beginners**. Disponível em <[www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html](http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html)>. Acesso em: 15/08/2003.

GOMES, Itania M. M. **Telejornalismo de qualidade: pressupostos teóricos-metodológicos para análise.** In **Compôs**, (GT de Estudos do Jornalismo no Encontro Anual da Compôs a se realizar em junho, em Bauru/Unesp), 2006.

\_\_\_\_\_. **Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise.** In ECompôs – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2007. Disponível em: [http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/Itania\\_Quest%C3%B5es-de-m%C3%A9todo\\_ecompos.pdf](http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/Itania_Quest%C3%B5es-de-m%C3%A9todo_ecompos.pdf)

JANOTTI JR., Jeder Silveira. **Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático.** In: XIV Encontro Anual da Compôs, 2005, Niterói.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

MORLEY, David; BRUNSDON, Charlot. **The Nationwide Television Studies.** London: Routledge, 1999.

PALÁCIOS, Marcos. **Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva.** 2005. Disponível em [www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/palacios/hipertexto.html](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/palacios/hipertexto.html). Colhido em 11/09/2005.

OLIVEIRA, Dannilo D. **Jornalismo Policial na televisão: gênero e modo de endereçamento dos programas Cidade Alerta, Brasil Urgente e Linha Direta.** 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Universidade Federal da Bahia.

\_\_\_\_\_. **As contribuições do hipertexto para o Webjornalismo.** In: **Diálogos e Ciência, Ano V, n. 11, Setembro de 2007 – ISSN1678-0493 – [WWW.ftc.br/dialogos](http://WWW.ftc.br/dialogos).**

ROMERO, Joaquín M<sup>a</sup>. A. **Las fronteras de la información en la era digital** [on line]. Julho de 1999. Disponível em [http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/era\\_digi.html](http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/era_digi.html)

#### Sites:

[www.tvuol.uol.com.br](http://www.tvuol.uol.com.br)

[www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br)