



## **Condições de experimentação da linguagem jornalística audiovisual no blog<sup>1</sup>**

Fabiola Gerbase<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo analisa o blog jornalístico como espaço de experimentação e de quebra de paradigmas da comunicação em massa. Aborda a incipiente produção audiovisual nesse ambiente e discute possibilidades de desenvolvimento de novas linguagens a partir do fenômeno da transformação do receptor tradicional em emissor. Busca-se discutir em que medida o uso do vídeo no blog pode contribuir para revigorar a linguagem jornalística audiovisual, cuja referência é o discurso televisivo, acreditando que, num ambiente marcado pelo hipertexto, pela subjetividade e pela informalidade, opera-se uma flexibilização do projeto da objetividade clássica.

### **Palavras-chave**

Blog jornalístico; jornalismo audiovisual; personalização da informação; exibição da esfera privada; formatos web.

### **1. Quebra de paradigma: dos meios de massa à massa de meios**

Antes de entrarmos em uma discussão sobre a linguagem do vídeo na internet, é fundamental contextualizar o processo de transformação da comunicação desencadeado pela web e, com maior profundidade, expor o papel determinante do blog na atual mudança de paradigma dos meios de comunicação em massa e seu potencial enquanto espaço de experimentação.

A prática jornalística na web ainda é muito recente e a maior parte dos estudos sobre o assunto, como aponta Luciana Mielniczuk<sup>3</sup>, ainda têm forte caráter descritivo – procuram conhecer e entender a questão.

Sem negar a profundidade das mudanças que o jornalismo vem sofrendo no novo contexto, Marcos Palácios<sup>4</sup>, ao analisar algumas características que a atividade assume no meio digital, no entanto, ressalta a importância de afastar “qualquer tentação de se considerar que a internet, ou outros suportes telemáticos, estejam a se constituir

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à Divisão Temática de Comunicação Multimídia, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Fabiola Gerbase é graduada em Jornalismo pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) e em Desenho Industrial pela Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (Esdi/Uerj).

<sup>3</sup> <http://ciberjor.files.wordpress.com/2007/09/o-link-como-recurso-da-narrativa-jornalistica-hipertextual.pdf>. Acesso: 16 de março de 2009.

<sup>4</sup> PALÁCIOS, 2002, p. 4.



em oposição e em um movimento de superação dos formatos midiáticos anteriores”. O teórico alerta para os riscos de uma visão evolucionista e da tendência simplista de encarar os desdobramentos da internet como um triunfo da tecnologia.

Propondo a compreensão do surgimento de novos formatos midiáticos como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, Palácios<sup>5</sup> defende que as características do jornalismo online, tais como interatividade, personalização, memória, multimídia/convergência, hipertextualidade e instantaneidade, não representam rupturas com os antigos modelos, mas “continuidades e potencializações”. Ele exemplifica no artigo “Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate” características de suportes como o rádio, a TV e o jornal impresso que já acenavam para movimentos agora em evidência com a internet. Palácios<sup>6</sup> mostra que a ruptura inovadora promovida pela web sobre o jornalismo é justamente o de combinar essas características potencializadas para gerar novos efeitos. No diálogo dessas possibilidades podem surgir narrativas e formatos outros.

No mesmo sentido das “continuidades e potencializações” de Palácios, Asa Briggs e Peter Burke<sup>7</sup> defendem que, com a introdução de novas mídias, “as mais antigas não são abandonadas, mas ambas coexistem e interagem”. Segundo os teóricos, “a mídia precisa ser vista como um sistema, um sistema em contínua mudança, no qual elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque”. Briggs e Burke apontam que o surgimento das publicações não tornou menos importantes os manuscritos. De forma análoga, livros e rádio não acabaram com a idade da televisão. No entanto, cada um tem funções reconfiguradas, assim como se reformulam as relações da sociedade com essas mídias.

A questão a ser destacada é que formas peculiares e revigorantes de comunicação podem surgir com a internet. As possibilidades da linguagem multimídia têm sido exaustivamente discutidas no âmbito da comunicação. Está clara a tendência de incorporar, cada vez mais, o audiovisual, o hipertexto, o áudio, o comentário do leitor, a fotografia, o *slide show* e afins, ao discurso jornalístico na internet. A convergência de mídias é uma possibilidade incontestável de experimentação. Mas o desenvolvimento de um código comunicacional próprio ao meio, como sugere o teórico

---

<sup>5</sup>PALÁCIOS, 2002, p. 6.

<sup>6</sup>Ibidem, p. 7.

<sup>7</sup>BRIGGS e BURKE, 2004, p. 17.



Roger Fidler<sup>8</sup>, ainda se encontra em estágios iniciais. Continuamos reproduzindo na web um contexto que segue a lógica da comunicação impressa, no que se refere à predominância de textos, tratamento e organização da notícia, ou segue a lógica televisiva, pensando mais especificamente no assunto deste artigo, os vídeos.

A análise das fases da produção de emissoras de TV voltada para a internet feita por Leila Nogueira<sup>9</sup>, a partir de uma pesquisa de Marcos Palácios sobre as fases do webjornalismo, aponta que as iniciativas na área encontram-se em diferentes estágios. Ela classifica como emissoras de primeira fase aquelas que “somente transferem o mesmo conteúdo audiovisual exibido em rede aberta de televisão para bancos de dados da internet”. Num segundo momento, há emissoras que já produzem conteúdo exclusivo para a rede, “mas usam a internet apenas como um suporte para a transmissão — ao vivo ou não — dos programas, que são produzidos ainda de acordo com a lógica da TV convencional”. Nesse caso, não há espaço para uma renovação de linguagem e, como aponta Palácios, não se exploram “as potencialidades oferecidas pela Internet ao jornalismo desenvolvido para a web”<sup>10</sup>. De forma análoga, o blog tem sido usado predominantemente como espaço de veiculação de conteúdo audiovisual “externo”, geralmente hospedado no You Tube. A incipiente produção de alguns jornalistas blogueiros, como a de Jorge Antônio Barros, titular do blog “Repórter de Crime”<sup>11</sup>, hospedado no site do jornal O Globo, já esboça — ainda que timidamente — uma superação dessa segunda fase, com uma linguagem menos formatada do que a usada pelo telejornal. Mas ainda há um longo caminho a percorrer até o terceiro estágio apontado por Nogueira em que, além da produção de conteúdo audiovisual exclusivo e com linguagem própria, há a exploração dos “recursos de convergência, interatividade, hipertextualidade e memória”<sup>12</sup>.

É no hipertexto que se percebe um traço mais nítido das particularidades da linguagem web em formação, ainda que seja possível encontrar indícios anteriores da leitura não-linear, ou melhor, multi-linear na literatura e no cinema. A recursividade

---

<sup>8</sup> FIDLER apud ALVES, 2006, p.94. Segundo Fidler, com o surgimento de uma nova mídia, depois do terremoto inicial que abala os meios tradicionais, estes se transformam para se adaptar à nova realidade midiática, enquanto “o meio novo, que a princípio simplesmente reproduzia o que se fazia nos meios tradicionais, encontraria sua própria linguagem, ou seja, o seu código comunicacional”.

<sup>9</sup> NOGUEIRA, 2004, p.3.

<sup>10</sup> PALÁCIOS apud NOGUEIRA, 2004, p.3.

<sup>11</sup> Jorge Antônio Barros veicula vídeos próprios, em *posts* com a legenda “TV Repórter de Crime”, nome que deixa bastante claro o papel da televisão como referência audiovisual no meio.

<sup>12</sup> NOGUEIRA, 2004, p.3.



promovida pelo hipertexto leva ao cotejo de múltiplas versões e termina por colidir com o projeto jornalístico clássico centrado na objetividade, que, já tão discutido, precisa ser pensada mais especificamente no âmbito da internet. Segundo os teóricos Brenda Dervin e Robert Huesca<sup>13</sup>, o hipertexto acolhe a noção de contradição, fragmentação, justaposição e pluralismo, em vez de priorizar a busca pela “verdade”, que se encontra no cerne do modelo jornalístico. Radicalizando a experiência de leitura multi-linear, o hipertexto abre novas possibilidades de narrativa. As unidades mínimas de texto dos blogs, os chamados *posts*, com frequência, são formados pela indicação de um *link* para outro blog ou site, seguida de um comentário sobre o conteúdo sugerido. Na blogosfera, ser referenciado é sinônimo de prestígio e, assim, o hipertexto estabelece uma dinâmica de credibilidade.

É importante ressaltar que não há padrões ou modelos consagrados na internet — a falta de parâmetros específicos, somada à riqueza de estímulos do ambiente comunicacional contemporâneo, gera cenário muito favorável à experimentação. Essa busca por formatos é evidenciada por Marcos Palácios:

É igualmente importante que se ressalte que não acreditamos existir um formato canônico, nem tampouco “mais avançado” ou “mais apropriado” no jornalismo que hoje se pratica na Web. Diferentes experimentos encontram-se em curso, sugerindo uma multiplicidade de formatos possíveis e complementares, que exploram de modo variado as características das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC). Se alguma generalização é possível, neste momento, ela possivelmente diria respeito ao facto de que todos esses formatos são ainda altamente incipientes e experimentais, em função do pouco tempo de existência do novo suporte mediático representado pelas redes telemáticas<sup>14</sup>.

Nesse contexto, o padrão de emissão-recepção estabelecido pelos meios de comunicação em massa começa a ser subvertido pelo blog, um espaço de microaudiência (frente aos grandes veículos), que coloca o tradicional receptor no papel de emissor de mensagens. A ferramenta, que entrou em atividade em 1998<sup>15</sup>, ainda sem uma face definida, dá voz e espaço de expressão a qualquer indivíduo com acesso à rede, mudando, assim, definitivamente talvez o maior paradigma da era da comunicação em massa. Tal operação implosiva confere ao blog uma condição privilegiada de experimentação.

Cada vez mais, o receptor da era da internet se autentica no ato da emissão. Da função de interlocutores diretos à participação no processo de produção de conteúdo

---

<sup>13</sup> DERVIN e HUESCA, 2007, p.298.

<sup>14</sup> Ibidem, p. 2.

<sup>15</sup> BLOOD, 2000, p. 1.



eletrônico, a internet tem assegurado a seus usuários essa posição mais prestigiosa que a de meros consumidores de notícias, constata Elias Machado<sup>16</sup>. No caso dos blogs jornalísticos, além de o sujeito poder ser o autor de um veículo de comunicação (sem entrar aqui nas questões dos subtipos de blogs ou da divisão apontada por alguns teóricos entre blogueiros amadores e profissionais, secundárias neste contexto), a outra possibilidade de emissão está no comentário, que passa a ser inclusive incorporado na consolidação de matérias. A voz do internauta é cada vez mais integrada ao discurso jornalístico na web, seja na forma de texto ou vídeo. Esses novos emissores produzem mensagens, apontam *links* para outros sites e participam de uma conversação, formando o que Rosental Calmon Alves classifica como uma complexa relação simbiótica entre os muitos pontos que formam uma massa de meios de comunicação (em oposição aos meios de comunicação de massa)<sup>17</sup>. Alves cita o teórico Dan Gillmor para abordar a ideia do diálogo com os leitores. Segundo Gillmor, o jornalismo deixa, cada vez mais, de ser uma aula para se transformar em uma conversação<sup>18</sup>. O blogueiro jornalista é um interlocutor. O ganho de poder do internauta fica clara ainda na definição de Rosental:

Neste início da segunda década do jornalismo digital, estamos percebendo com mais clareza essa extraordinária transferência de controle do emissor para o receptor. Isso abre caminho para uma comunicação que poderíamos chamar de eu-cêntrica, pois está baseada nas decisões individuais do receptor, diante do enorme leque de opções que a Internet lhe abre. A comunicação se torna eu-cêntrica porque tenho acesso somente ao que eu quero, na hora em que eu quero, no formato em que eu quero e onde eu quero.<sup>19</sup>

## **2. Marca “eu-cêntrica”: visibilidade, personalização da informação e subjetividade**

A comunicação centrada no receptor/internauta/emissor, somada à referida facilidade de emissão, gera, por outro lado, um panorama de intensa exposição do privado na rede. Essa, aliás, é uma crítica recorrente — embora simplista — ao blog: produto de narcisismo. Mais próximos dessa faceta do blog, alguns usuários da ferramenta veiculam relatos e imagens íntimos no espaço. A tendência à exibição ou ao que poderíamos chamar de facilitação da visibilidade é, de fato, cada vez mais intensa na internet, principalmente nos sites de relacionamentos:

<sup>16</sup> MACHADO apud CHAGAS, 2007, p 59.

<sup>17</sup> Rosental Calmon Alves falou a respeito na palestra "A (re)construção do jornal para a Era Digital", proferida em agosto de 2008 no Congresso da Associação Nacional de Jornais.

<sup>18</sup> GILLMOR apud ALVES, 2006, p. 100.

<sup>19</sup> ALVES, 2006, p.96-97.



A troca e a exibição de conteúdo pela rede vem alterando nossa relação com as imagens. Tornou-se tão fácil mostrar que o estranho passa a ser não mostrar. Em qualquer comunidade virtual ou serviço de chat, o comum é ver uma imagem “icônica” e ideal identificando o outro. Em *photoblogs*, *blogs*, no *Orkut*, no *Multiply*, entre tantos outros, os indivíduos constroem suas identidades com a exibição de fotos pessoais. A imagem digital permite a migração da fotografia do “álbum de família” para o espaço público. Vemos o acirramento do que Michael Foucault anunciou como “regime de visibilidade”. Agora, o interesse pela intimidade do outro, incentivado pelos *reality shows* e por redes de comunidades como o *Orkut*, é acompanhado pelo desejo de ser visto e se diferenciar em meio a tantos outros *profiles*, objetivo angustiante que volta a estimular o processo.<sup>20</sup>

O universo subjetivo de cada um, ainda que totalmente banal<sup>21</sup> (ou irresistível justamente por ser banal), abandona os limites privados e invade a rede, espetacularizando o eu, sob o imperativo do gozo constante, para alimentar a “avidez de bisbilhotar e ‘consumir’ vidas alheias”<sup>22</sup>. Fazendo um paralelo com a análise de Consuelo Lins e Cláudia Mesquita<sup>23</sup> de que “com a deterioração das formas de representação política e de reconhecimento social tradicionais, a imagem televisiva se tornou um dos meios mais potentes de legitimação, onde basta aparecer para existir”, na internet basta exibir-se para existir.

O jornalista Dan Gillmor, ao abordar a produção fotográfica no meio digital, afirma: "Assistiremos a brutais invasões de privacidade"<sup>24</sup>. Enquanto ampliam-se as possibilidades de controle da esfera privada, sofremos a invasão, mas também exercemos controle sobre o outro. Trata-se de via de mão dupla. Os blogs, destino dessa produção de vigília do outro e de si, abarcam, assim, enorme parcela de subjetividade.

A teórica Raquel Recuero aponta que no blog configura-se a personalização da informação, no sentido de que esta está imbuída da *persona* de seu autor, daquele que a divulga<sup>25</sup>. Para Recuero, esse movimento “tem a particularidade de gerar empatia, ou seja, instigar a compreensão e a visão, por parte do leitor, de que do outro lado do veículo existem pessoas”<sup>26</sup>.

A marca “eu-cêntrica” amplia os recursos do blog jornalístico. Além da abertura para textos mais opinativos e menos comprometidos com as fórmulas tradicionais do texto jornalístico, vemos conteúdo com aparições da vida pessoal do blogueiro em *posts* cotidianos ou, ainda, dos bastidores da notícia. Divertido exemplo de traços de

---

<sup>20</sup> GERBASE, 2006, p. 21.

<sup>21</sup> SIBILIA, 2003, p. 5.

<sup>22</sup> Ibidem, p. 9.

<sup>23</sup> LINS e MESQUITA, 2008, p.45.

<sup>24</sup> GILLMOR, 2004, p. 51.

<sup>25</sup> RECUERO, 2003, p. 3.

<sup>26</sup> Ibidem, p. 4.



pessoalidade se encontra no espaço do notório blogueiro de política Ricardo Noblat. Seguido pelo *post* intitulado “Pré-sal e a política de defesa nacional”, vê-se outro de título mais inusitado: “Estado de emergência aqui em casa - Luana está doente”<sup>27</sup>:

Luana está enferma. Por telefone, de São Paulo onde passei metade da semana, cheguei a ouvir, não sei se de Rebeca ou de Sofia, que ela estava "gravemente" enferma. Diante do meu espanto, suprimiram o "gravemente". Disseram-me então que o estado de saúde de Luana inspirava cuidados. Menos mal. Ela pegou uma virose. Como, onde e por quê? Ninguém sabe. Nem os médicos. Desconfio que virose é tudo aquilo que os médicos não sabem diagnosticar...

Luana é a pequena neta de Noblat. A virose da menina, retratada com foto, motivou, ainda, 54 comentários de leitores preocupados com seu estado de saúde.

Essa subjetividade que já marca o conteúdo escrito do blog pode contaminar também o vídeo nesse espaço. Um diálogo com a produção caseira e amadora presente no You Tube, caracterizada por uma informalidade, pode estimular a desconstrução de padrões.

Essa desconstrução se dá também no plano técnico. A proliferação de olhos eletrônicos sob a forma de câmeras digitais compactas, celulares, dispositivos de vigilância e outros tipos de *gadgets* miniaturizados e portáteis, além de tornar o registro audiovisual mais acessível e imediato, dissemina uma imagem de baixa qualidade, especialmente se comparada à imagem televisiva. Esses aparelhos implicam em menor definição, mas, ao mesmo tempo, permitem uma interação diferente com o fato jornalístico, já que o objeto em uso para captação da cena se camufla no cenário contemporâneo cada vez mais dominado por todo tipo de *gadget*. O observador não fica tão em destaque, o que, muitas vezes, é intensamente desejado pelo jornalista, que encarna o papel de *vouyer*. Um blogueiro pode veicular, por exemplo, sem grandes dificuldades, conteúdo audiovisual colhido informalmente com um celular na rua. O digital, ao facilitar bastante a captação de imagens, sejam fotográficas ou audiovisuais, intensifica em níveis radicais a produção de informação, mas também cria uma faceta bastante libertadora para quem filma e fotografa. As cameretas parecem, de alguma forma, blocos de anotação visuais.

O blog, no entanto, ainda é muito mais ligado à palavra. Fazendo uma análise histórica, Paula Sibília<sup>28</sup> afirma que os diários pessoais publicados em blogs estão na

<sup>27</sup> [http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?t=estado\\_de\\_emergencia\\_aqui\\_em\\_casa\\_-\\_luana\\_esta\\_doente&cod\\_Post=126105&a=111](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?t=estado_de_emergencia_aqui_em_casa_-_luana_esta_doente&cod_Post=126105&a=111). Acesso: 28 de fevereiro de 2009.

<sup>28</sup> SIBILIA, 2003, p.1.



origem dessa ferramenta e parecem recriar o hábito da “escrita de si” que teve seu auge nos séculos XVIII e XIX. Assim como um diário íntimo, o blog, incluindo-se o tipo em análise aqui, o blog jornalístico, é feito quase exclusivamente de textos. Naturalmente, a palavra é o maior e mais íntimo recurso do jornalista, mas talvez no ambiente digital essa palavra deixe de ser apenas escrita para ser também audiovisual. Não se trata de excluí-la, mas de desdobrá-la e acompanhá-la de informações com outros tratamentos.

### **3. Vídeo-guerrilha: possível estratégia de jornalistas blogueiros**

O conceito “vídeo-guerrilha” foi usado por Rosental Calmon Alves na já referida palestra “A (re)construção do jornal para a Era Digital”. Para ele, os repórteres de internet e blogueiros, com suas máquinas mais leves, sua maior agilidade e liberdade de linguagem e, principalmente, a informalidade do meio, podem instaurar uma guerrilha em relação aos telejornais. Alves afirma que o vídeo da web não pode ser entendido como o vídeo da TV sob o risco de se criar uma cópia pobre de uma linguagem estabelecida e consagrada em outro espaço. Ele argumenta: “Se você der uma câmera e um microfone a alguém, ele imitará a TV e fará uma TV pobre”. Não adianta tentar se contrapor a gigantes com a mesma estratégia de combate. Por isso, a comparação com a guerrilha, que, com menos recursos, surpreende com outras formas de aproximação. Mais interessante, para Alves, é trabalhar na simplicidade da produção para ganhar, inclusive, em velocidade em relação aos telejornais. A vídeo-guerrilha defendida por ele pretende tornar os telejornais obsoletos, tanto em termos de atualidade da notícia quanto no que se refere à linguagem.

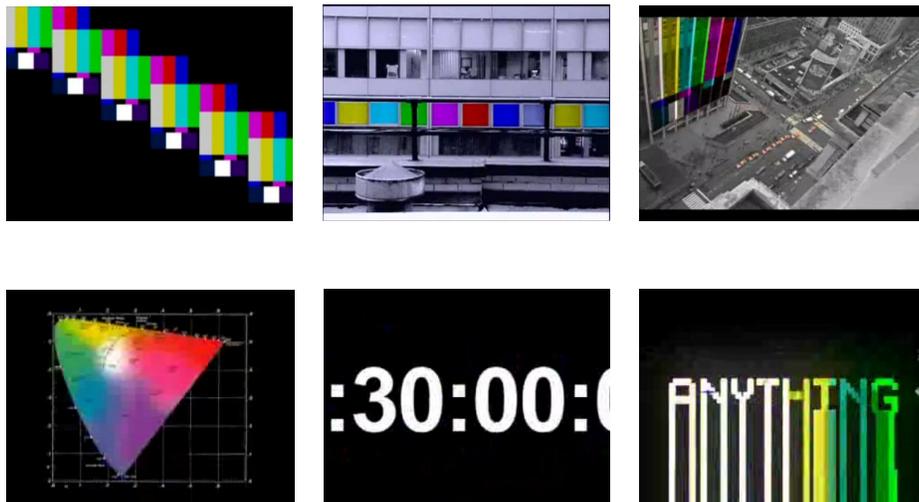
Retomando a ideia de “continuidades e potencialização” de Palácios<sup>29</sup>, não está em jogo um rompimento com a linguagem televisiva, mas é necessário refletir sobre a grande padronização do meio. Crítica do excesso de cuidados e do planejamento obsessivo na produção televisiva brasileira, a jornalista Miriam Leitão, em palestra no jornal O Globo, em outubro de 2008, afirmou que a TV no país é muito “salto alto” e que o vídeo na internet pode ser mais algo como “jeans e tênis”. Ela, que fez sua estréia como *videomaker* produzindo um material de três minutos com uma câmera compacta sobre os igarapés na Amazônia, ressaltou o prazer em fazer “do seu jeito, criando a sua forma”. Miriam Leitão criticou a falta de experimentação na televisão:

---

<sup>29</sup> PALÁCIOS, 2002, p. 6

Durante minha primeira experiência televisiva, em determinada ocasião, fiz uma entrevista com o Maluf e ele sempre dava respostas completamente diferentes do conteúdo da minha pergunta. Uma das perguntas o irritou tanto que ele ficou completamente calado. Meu cinegrafista e eu esperamos e filmamos o silêncio dele. A câmera ficou fixa nele, na expressão de raiva, até que o rosto começou a se alterar, se constrengar e se acalmar. Levamos ao ar 45 segundos de silêncio, o que só pode acontecer no jornalismo quando se está disposto a inventar. É a melhor coisa. Acabamos ganhando um prêmio por aquela reportagem.

A liberdade do formato do audiovisual na web é o assunto central de “Broadcast standards”<sup>30</sup>, vídeo de um minuto e meio feito para divulgar um concurso de programas para a internet da produtora Independent Film Channel (Figura 1). De maneira bem direta, o material compara os padrões técnicos televisivos de cor, duração e som com a internet para explicitar a ausência de padrões e restrições na produção audiovisual na web. Mais interessante do que a questão técnica e do que afirmar que o “vídeo na web pode ter qualquer duração, qualquer cor, pode ser qualquer coisa”, porém, é a abordagem sobre as diferentes relações do produtor com o vídeo nos dois casos. Coloca-se: “As pessoas que fazem TV são profissionais. É o trabalho delas. As pessoas que fazem vídeo na web são entusiastas. É o que eles fazem depois do trabalho, depois da aula, depois das coisas que eles fazem porque têm que fazer”.



<sup>30</sup> <http://br.youtube.com/watch?v=1Rrzv2nHdeM>. Acesso: 14 de março de 2009.



**Figura 1:** Os quadros selecionados mostram parâmetros técnicos da TV como cor e duração sendo comparados à ausência de padrões na internet, que pode diluir os modelos (como no último quadro).

Não se trata de exaltar a baixa qualidade e a falta de profissionalismo, mas de destacar que hoje existem menos barreiras à criação e emissão de audiovisual por pessoas que não vivem disso, mas que, ainda assim, produzem, integram esse cenário de experimentações e procuram estabelecer seus padrões, referências e formatos, mesmo que vivenciando um *hobby*. Para Ivana Bentes<sup>31</sup>, a incorporação da “baixa qualidade” está relacionada à crescente proliferação das imagens privadas na produção audiovisual industrial:

É interessante observar que a aceitação dos filmes do Dogma [movimento cinematográfico dinamarquês que questiona o cinema comercial], com suas imagens sujas, escuras, instáveis, essa aceitação de um olho “amador”, não adestrado, não profissional, está diretamente ligada à crescente proliferação, no regime da produção audiovisual industrial, das imagens privadas, a imagem “doméstica”, o vídeo caseiro, o registro familiar, a foto de família invadindo o domínio do profissional e industrial. Essas imagens “falhadas” estão, com todos os seus ruídos e pouca definição, na televisão, no cinema, no vídeo, na internet. Trata-se da destituição ou enfraquecimento de um dos mais arraigados “dogmas” do cinema clássico: o fetiche pela perfeição técnica e pela alta definição da imagem, que apenas um olho tecnológico poderia realmente “apreciar” (depois de uma resolução x não percebemos mais nenhum ganho na imagem, a “alta definição” torna-se cult).<sup>32</sup>

É justamente a simplificação das etapas de produção característica da produção caseira que permite na internet a realização do que Alves chamou de “vídeo-guerrilha”.

Voltando à comparação entre o vídeo na TV e na web, a própria relação do espectador com a tela de exibição nos dois casos produz contextos de fruição diferentes, como apontou Alves na referida palestra: enquanto o telespectador costuma assistir às notícias confortavelmente sentado, o público da internet lida, cada vez mais, com suportes que o permitem estar em trânsito, de forma dinâmica. Natural que esse fator, entre tantos outros, crie condições de possibilidades específicas para a produção do webjornalismo audiovisual.

<sup>31</sup> BENTES in: MACHADO, 2007, p. 125-126.

<sup>32</sup> Idem.



A já citada predominância da informação escrita nas telas implica em outra questão importante: não se pode negar o desconforto de ler sobre esse suporte. Possivelmente, ele ainda encontrará manifestações mais agradáveis à fisiologia humana, em novas bases, diretas e simples como uma folha de jornal.

Tal desconforto não é devido apenas à materialidade, mas se relaciona ainda com a própria origem histórica da tela enquanto suporte. Ela foi difundida durante o período do Renascimento e assimilada como o plano ilusório da perspectiva. A abstração da tela, configurada em limites físicos e concretos, permitiu o isolamento da realidade e a fruição visual de uma cena específica. Esse isolamento trouxe um novo estatuto para o real. A possibilidade de contemplar uma cena eleita, escolhida e destacada do real se desdobra na questão do belo. A imagem na tela aponta o que é digno de se tornar obra de arte.

Nesse período, a tela amplia na arte ainda a noção de objeto transportável e mercadoria circulável, dado o uso de tecido em sua constituição e a conseqüente leveza (o surgimento da tinta óleo foi determinante para a pintura sobre tela). Essa novidade, que ecoa até os dias atuais no contexto radical da globalização, permitiu, por exemplo, com a circulação da informação visual contida nas telas, que as técnicas e sistemas de representação de pintura desenvolvidos pela Renascença italiana chegassem aos povos da Europa Setentrional<sup>33</sup>. A tela-mercadoria levou influências às representações e soluções formais desses povos, modificando tradições autóctones, o que constitui claro exemplo do caráter comunicacional da tela pictórica.

Em sua análise sobre a crise da pintura na era da reprodutibilidade técnica, Walter Benjamin<sup>34</sup> mostra, porém, que o meio pictórico não foi capaz de promover uma verdadeira comunicação em massa. Segundo Benjamin, “a reprodutibilidade técnica da obra de arte modifica a relação da massa com a arte”<sup>35</sup>. Para ele, a natureza reprodutível e mecânica da fotografia e do cinema possibilitou uma produção de imagens que estava em sintonia com a nova sociedade industrial. Benjamin identifica a crise da pintura nos salões de arte típicos do século XIX:

A contemplação simultânea de quadros por um grande público, que se iniciou no século XIX, é um sintoma precoce da crise da pintura, que não foi determinada apenas pelo advento da fotografia, mas independentemente dela, através do apelo dirigido às massas pela obra de arte.

---

<sup>33</sup> GOMBRICH, 1999, p. 78.

<sup>34</sup> BENJAMIN, 1985, p. 188.

<sup>35</sup> *Ibidem*, p. 187.



Na realidade, a pintura não pode ser objeto de uma recepção coletiva, como foi sempre o caso da arquitetura, como antes foi o caso da epopéia, e como hoje é o caso do cinema.<sup>36</sup>

A tela do cinema tornou-se o símbolo da recepção coletiva, a que se somou posteriormente a tela da televisão. A tela audiovisual, no entanto, não deixou de se relacionar com a origem pictórica do suporte e com a fruição visual de cenas eleitas. A exploração da potência plástica da luz e da imagem – aqui fotográfica – no cinema é parte essencial da busca pela construção de uma linguagem audiovisual singular.

Originada como um retângulo-janela na pintura, a tela hoje é luminosa, multiforme e onipresente. Essa abstração alcançou níveis radicais, assumindo o papel de interface em diversos contextos e exacerbando a função de exibir informação. Convivendo com a amplitude da recepção coletiva, temos hoje a experiência das telas luminosas individuais, disseminadas, por exemplo, em aparelhos como o iPod (da fabricante Apple) ou nos monitores exclusivos a cada passageiro de aviões.

Ainda que cada vez mais a função de exibir informação na tela se exacerbe e ganhe formatos variados, o histórico artístico e pictórico da tela, além de sua relação com a experiência do cinema, a arte das massas, e com a televisão, a comunicação em massa por excelência, torna a fruição visual a marca desse suporte e reforça a necessidade da exploração do recurso de vídeo na produção online.

#### **4. Considerações finais**

Não é possível apontar uma direção para o desenvolvimento de uma linguagem audiovisual nos blogs sem avaliar o contexto de saturação de informação em que essa ferramenta está inserida. O site Technorati, que monitora a blogosfera desde 2002 e produz, desde 2004, estudos anuais chamados “State of Blogosphere”<sup>37</sup>, estimou em junho de 2008 que existam 112,8 milhões de blogs na rede. O site aponta, ainda, que 175 mil blogs são criados diariamente. O ritmo de atualização dos blogs foi estimado em 1,6 milhão de *posts* por dia, o que equivale a mais de 18 atualizações por segundo.

Nesse cenário, pode a busca por uma marca autoral ser uma forma de se destacar em meio à babel? Podem a subjetividade e alguma inserção de experiências pessoais ser fatores diferenciais? Entre múltiplas vozes, vêm ganhando crédito os emissores que

---

<sup>36</sup> BENJAMIN, 1985, p. 188.

<sup>37</sup> Links para todos os estudos do Technorati estão disponíveis em:  
<http://www.sifry.com/stateoftheliveweb/>. Acesso: 20 de março de 2009.



estão perto do acontecimento, vivenciando a notícia, registrada com todo tipo de *gadgets*<sup>38</sup>. A procura pelo testemunho pessoal do autor explica o sucesso dos *warblogs*, que trazem relatos do *front* feitos por um repórter — jornalista ou cidadão.

Além da questão da subjetividade, o exercício dessa linguagem mais autoral pode buscar outras formas de abordagem dos acontecimentos. Um caminho, por exemplo, seria trabalhar num “esforço para se acercar de uma temática não apenas através do discurso verbal e da interação com os personagens, mas por meio de ensaios audiovisuais”, como apontam Consuelo Lins e Cláudia Mesquita<sup>39</sup> em uma análise da produção documental brasileira contemporânea. Essa busca por uma expressividade diferenciada nas imagens captadas pode estar presente na produção audiovisual nos blogs, inclusive numa tentativa de integrar outros elementos ao tradicional discurso telejornalístico, muito baseado na comunicação verbal. A experimentação narrativa, mas também formal, é uma maneira de agregar valor em um momento em que o conteúdo é cada vez mais crucial dada a enorme e variada oferta de informação.

Para a parcela de blogueiros que siga nessa direção, o descondicionamento em relação à narrativa do telejornal é uma questão central na busca por novos formatos de vídeo. O diálogo abrangente com o universo audiovisual, notadamente com o documentário, dada sua ligação com o “real”, pode ser fundamental nesse sentido.

### Referências bibliográficas

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua.** In: *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10, 2006, pp. 93-102.  
[http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/cs\\_um/article/view/4751/4465](http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/view/4751/4465). Acesso: 10 de março de 2009.

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna.** Tradução: Denise Bottmann e Federico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica.** In: *Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura.* São Paulo: Brasiliense, 1985. p.165-196. v. 1.

BENTES, Ivana. **Vídeo e cinema: ruptura, reações e hibridismos.** In: MACHADO, Arlindo (org.). **Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro.** São Paulo: Itáu Cultural, 2003.

---

<sup>38</sup> Vídeo evidencia o “eu estive lá” em um tempo em que se faz tudo pela internet, por e-mail, em que se vive o simulação, a desconfiança, a fraude, a cópia.

<sup>39</sup> LINS e MESQUITA, 2008, p. 64.



BLOOD, Rebecca. **Weblogs: a history and perspective**. In: Rebecca's Pocket, 2000.  
[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html). Acesso: 4 de março de 2009.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

CHAGAS, Viktor Henrique Carneiro de Souza. **A Blague do blog: interatividade, subjetividade, e horizontalidade nos blogs jornalísticos de política**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2007. Série Estudos: Cadernos da Comunicação 18.

DERVIN, Brenda e HUESCA, Robert. **Hypertext and Journalism: Audiences respond to competing news narratives**. In: H. Jenkins e D. Thorburn (Eds.), **Democracy and new media** (pp. 281-307). MIT Press: Cambridge, 2003.

GERBASE, Fabíola. **Imagem digital: novos paradigmas**. Trabalho de conclusão do curso de desenho industrial na Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (Esdi/Uerj), 2006.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora, 1999.

LINS, Consuelo e MESQUITA, Cláudia. **Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**.  
<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc>. Acesso: 13 de setembro de 2008. Acesso: 16 de fevereiro de 2009.

#### **O Link como Recurso da Narrativa Jornalística Hipertextual.**

<http://ciberjor.files.wordpress.com/2007/09/o-link-como-recurso-da-narrativa-jornalistica-hipertextual.pdf>. Acesso: 16 de março de 2009.

NOGUEIRA, Leila. **O jornalismo audiovisual on-line e suas fases na web**. Trabalho apresentado no V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet. Salvador, 2004.  
[http://www.periodistaseninternet.org/docto\\_congresos-antteriores/VcongresoBrasil/AIAPI%202004%20Leila%20Nogueira.pdf](http://www.periodistaseninternet.org/docto_congresos-antteriores/VcongresoBrasil/AIAPI%202004%20Leila%20Nogueira.pdf). Acesso: 20 de março de 2009.

PALÁCIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Artigo apresentado nas Jornadas de Jornalismo Online, no Departamento de Comunicação e Artes da Universidade da Beira Interior (Portugal), 2002.



[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf). Acesso: 18 de fevereiro de 2009.

RECUERO, Raquel. **Warblogs: os blogs, a Guerra no Iraque e o jornalismo online**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26., 2-6 set. Belo Horizonte, 2003.  
<http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=1&s=9&a=8>. Acesso: 28 de março de 2009.

SIBILIA, Paula. **Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica**. In: André Lemos; Paulo Cunha (org.). Olhares sobre a Cibercultura. 1ªed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003, p. 139-152.