

**A nova face do telejornalismo:
o telespectador do jornal da cultura tornando-se emissor
de informação do processo comunicativo**

André Luiz da SILVA¹

Resumo

Na modernidade, com o avanço das tecnologias da informação, as mídias de massa convidam seu público receptor de mensagens para participarem do processo comunicativo de uma forma diferente da tradicional, onde a mensagem parte apenas em um sentido, do emissor para o receptor. Estas mídias em especial a TV, levam estes mesmo receptores, para serem também, emissores de informação no ciberespaço. Este artigo traz um estudo sobre: comunicação e informação, os vários modelos de processos comunicativos, mídia e comunicação de massa, e ciberespaço e a interatividade da informação. No final será analisado o objeto de estudo deste artigo, a nova face do telejornalismo: o telespectador do jornal da cultura tornando-se emissor de informação do processo comunicativo.

Palavras chave: Comunicação. Ciberespaço. Informação.

Introdução

A Comunicação está em tudo ao nosso redor. Está em qualquer ato que viermos a praticar, pois é nítida a sua essencialidade na vida humana. Várias ciências humanas, como da teologia á filosofia, da antropologia á sociologia, da lingüística á psicologia, elaboram conceitos sobre comunicação. Nas relações entre comunicação e sociedade, Wolton, distingue três sentidos de comunicação, são eles: a comunicação direta, que seria uma experiência antropológica fundamental, onde comunicar seria trocar algo com alguém. Em seguida a comunicação técnica, um conjunto de técnicas, onde no passado existiam as condições ancestrais de comunicação direta, sendo substituídas pela comunicação a distância.

Segundo WOLTON (2004, p. 10):

Hoje em dia entendemos por comunicação pelo menos tanto a comunicação direta entre duas ou mais pessoas, quanto a troca à

¹ Graduado em Comunicação Social. E-mail: andrecomunicaopb@yahoo.com.br

distância mediada pelas tecnologias (telefone, televisão, rádio, informática, telemática...).

Por último, Wolton, distingue a comunicação social, uma necessidade funcional das economias. A globalização e abertura dos mercados mundiais, principalmente após a queda dos regimes comunistas, onde tudo gira em torno da comunicação em nível de grandes grupos, sistemas técnicos, computadores e a grande rede, a chamada interação. Este é justamente o ponto comum entre os três níveis de comunicação, onde esta interação define a comunicação. A televisão é com certeza, um dos principais veículos de comunicação, onde as pessoas buscam informações de todos os aspectos. Ela atinge mais facilmente um grande número de pessoas de todos os níveis sociais, homogeneizado a informação e tornado-a acessível a todos.

Os telejornais são os carros chefes da informação através da TV e neste artigo iremos analisar a veiculação de um telejornal em especial, o jornal da cultura. A TV cultura inovou com o seu jornalismo criando um novo formato para o seu principal telejornal. Além da liberdade da informação, o telejornal tem como atrativos, comentários muito bem feitos por especialistas que dividem a bancada com a apresentadora Maria Cristina Poli. Mas o grande diferencial do telejornal é a interatividade com os seus telespectadores.

O formato dos telejornais tradicionais é o de emitirem informação para o seu receptor, o telespectador, já o Jornal da Cultura traz um formato que promove a interatividade com o telespectador, isto acontece devido aos computadores e ao ciberespaço, onde por intermédios das redes sociais e de e-mails os telespectadores passam a ser também emissores de informação. Esta realidade surge graças a une-presença da informática, onde os telespectadores buscam informação através de um telejornal, que em sí, traz um formato inovador e esta une-presença é chamada de computação ubíqua, uma comunicação em todos os lugares ao mesmo tempo, acessível a todos, sem limitações geográficas. Este termo foi usado pela primeira vez em 1988, pelo cientista de informática estadunidense Mark Weiser, em seu artigo intitulado: O computador para o Século 21.

Esta realidade tão presente no cotidiano dos que navegam no ciberespaço tem como objetivo tornar a interação pessoa-máquina invisível, ou seja, integrar a informática com as ações e comportamentos naturais das pessoas, de uma forma que as

peessoas nem percebam que estão dando comandos a um computador, mas como se tivessem conversando com alguém, no caso do Jornal da Cultura, os telespectadores conversando com a apresentadora, e com os convidados de bancada.

O avanço e surgimento das novas tecnologias facilitam esta computação abíqua, alicerçada através de computadores pequenos, baratos, e tecnologias de ligação com ou sem fios a computadores de maior dimensão, uma tecnologia de computador existente em “todo lugar” em diversos dispositivos. Na contemporaneidade, após uma transição pelo período da internet e da computação distribuída, surge a Era da computação ubíqua, muitos computadores compartilhando cada um de nós.

Na busca pela informação, as pessoas que navegam na internet, não utilizam mídias tradicionais como rádio, TV, jornal, mas sim o ciberespaço. Nesta realidade os meios de computação estão distribuídos, nas escolas, casas, cafés, ambientes de entretenimento e no ambiente de trabalho dos usuários, de forma perceptível ou imperceptível, não sendo mais uma maquina acima da mesa de um escritório. Neste contexto, dotados de sensores, o computador seria capaz de detectar e extrair dados e variações do ambiente, gerando automaticamente modelos computacionais controlando, configurando e ajustando aplicações conforme as necessidades dos usuários e dos demais dispositivos. Seria uma interação da informação, onde cada integrante do conjunto é capaz de detectar a mútua presença, tanto dos usuários como dos demais dispositivos, e interagir automaticamente entre eles construindo um contexto inteligente para sua melhor utilização.

A computação ubíqua beneficia-se dos avanços tecnológicos dos os ramos de pesquisa da computação pervasiva e também da computação móvel. Ela é a integração entre a mobilidade com sistemas e presença distribuída, em grande parte imperceptível, inteligente e altamente integrada dos computadores e suas aplicações para o benefício dos usuários, o que acontece com os navegadores do ciberespaço que buscam informação fora dos meios de massa tradicionais, como rádio e TV e jornal.

A palavra ciberespaço foi criada pelo romancista William Gibson, em sua obra de ficção científica *Neuromante*, que significa, ou designa, o universo das redes digitais, descrito como campo de batalhas entre multinacionais, nova fronteira econômica e mundial. O ciberespaço descrito por Gibson torna sensível a geografia móvel da

informação, uma situação normalmente invisível. O termo ciberespaço foi rapidamente absorvido pelos usuários e criadores de redes digitais.

Hoje em dia existe no mundo uma profusão de correntes artísticas sobre as formas literárias, musicais, e quem sabe, correntes até políticas, que se dizem fazer parte da cibercultura. Esta cibercultura seria a forma social que nasceu da relação de trocas entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônicas que surgiram na década de 70, isto devido às convergências das telecomunicações com a informática. O termo cibercultura é utilizado geralmente para definir os agenciamentos sociais das comunidades no ciberespaço. A interatividade do Jornal da Cultura é um diferencial que atrai telespectadores em especial, aqueles não se contentam em apenas receber informação, mas também gostam de participar do processo comunicativo contribuindo com novas informações e emitindo suas opiniões.

Enfatizando a importância da comunicação com interatividade este artigo apresenta e analisa o Jornal da Cultura, um telejornal que traz a nova face do telejornalismo brasileiro, com a participação do telespectador, isto graças à interatividade promovida pelo ciberespaço, uma nova forma de se fazer telejornal, chamando o telespectador para o debate da informação.

Comunicação e informação

A comunicação permite a abertura de vários horizontes, sejam eles nas relações empresariais, religiosas, midiáticas entre outras. Trata-se de um fenômeno que faz parte da natureza humana o qual exercitamos desde os primeiros dias de vida, tornando-se algo indispensável do nosso cotidiano e necessário para a nossa convivência em sociedade. ZEVALLOS (2011) afirmar que a comunicação está guiada por sentimentos e pela informação que transmitimos e compreendemos, e o autor completa:

A comunicação serve para estabelecermos contato com as pessoas, para dar ou receber informação, para expressar ou compreender o que pensamos, para transmitir nossos sentimentos, valores, comungar algum pensamento, idéia, experiência, ou informação com o outro, e nos unirmos ou vincularmos pelo afeto.

Seja através da linguagem oral, verbal ou escrita, ou ainda pela propagação de diversas mídias como: jornais, rádio, televisão, internet, entre outros, as relações

comunicativas tornaram-se diversificadas, facilitando a interação entre emissor e receptor. Não há comunicação ou ligação entre um emissor e um receptor se estes não compartilharem do código pelo qual a informação se organiza na forma de mensagem.

Uma das características primordiais da cultura das mídias é a ênfase que se coloca na informação como elemento substancial do processo comunicativo, que tem como fator dominante a acumulação diária de informação. Desta forma cria-se um mosaico jornalístico, um acúmulo de informação que cria vários pontos de vista sobre uma mesma informação, um detalhamento sobre o contexto em que se insere a informação. Mas existe um grande problema para se delimitar o que é comunicação, e o que é informação.

A diferença estabelecida entre comunicação e informação, embora ainda discutível, evidencia que, se um ato comunicativo e um ato em que a informação é intencionalmente transmitida, conclui-se que o ato comunicativo mantém uma margem de conteúdo informativo, que escapa a intencionalidade dos agentes envolvidos na comunicação.

Os vários modelos de processos comunicativos

Os processos de comunicação midiáticos acentuam a margem de informação que se transmite a revelia da intencionalidade dos atos comunicativos. A proliferação dos modelos de processos comunicativos ,presente, teve início na década de 50 e difundiram-se mais com o passar dos anos, todos esboçados por vários autores como; Lasswel, Fiske, Newton da Costa, Shannon etc. Cada um deles defendia seu ponto de vista, e diante dessa profusão de colocações, um autor resolveu dividir os modelos por categorias, este autor foi Noth.

Noth colocou os modelos nas seguintes categorias: categoria do modelo tradicional linear. Este modelo entra na composição que corresponde ao formulado por Shannon & Weaver, e teve origem na teoria da informação e da comunicação, através de trabalhos de engenharia e de telecomunicações publicado no ano de 1948. Esta teoria é sobre a transmissão otimizada da mensagem. A segunda categoria criada por Noth foi a dos modelos circulares, que teve seu primeiro esboço criado por Saussure, que

descreveu os caminhos dos sinais acústicos como fluxo de informação bidirecional: de um emissor, o modelo do diálogo.

Com o advento da cibernética, e a teoria do sistema, foram introduzidos novos conceitos sobre circularidade no modelo de comunicação. A última categoria criada por Noth foi o dos modelos interativos. Este modelo surgiu a partir de críticas sobre os avanços na cibernética e na teoria dos sistemas. A primeira destas críticas foi sobre o conceito de controle, teoria de sistemas. A segunda foi representação ainda inadequada do papel do receptor. Segundo SANTAELLA (2001, p. 54) para superar tais questionamentos, alguns modelos que dão importância a autonomia do receptor nos processos de comunicação estão sendo desenvolvidos, e a autora completa:

Não obstante as críticas e as modificações que foram, e continuam sendo inseridos no modelo original de Shannon, o que não se pode negar é que o esquema analítico por ele proposto, ou seja, a essência do modelo tem continuado como uma presença constante desde os anos 50.

A partir do agrupamento realizado por Noth, acrescentam-se mais três grupos, onde se inserem os modelos comunicativos. Estes grupos são o modelo lingüístico funcional, o modelo semiótico informacional, e por último, o modelo semiótico textual.

O modelo lingüístico funcional foi criado por Jakobson e não se reduziu a lingüística, a teoria da informação. Jakobson criou uma reta intermédia entre ambas sem produzir modificações substanciais no esquema analítico do modelo original. Para Jakobson a informação com ênfase no seu estatuto de mensagem parte de um emissor para um receptor, por intermédio de um canal, que tem base em um código comum. O modelo semiótico funcional critica a inoperância do modelo original em relação a processos de comunicação humanos.

Umberto Eco pôs ênfase na necessidade de tratamento da questão da significação ou produção do sentido. Segundo Eco, só a semiótica poderia ser capaz de explicitar a significação inserida ao processo através da variável de codificação e de sistemas de conhecimento e competência que a orientam. Mais a frente este modelo semiótico funcional se desdobrou em um modelo muito mais complexo, o modelo semiótico textual.

Mais complexo que os seus antecessores, o modelo semiótico textual salientava que os destinatários não recebem simples mensagens reconhecíveis a partir de códigos

compartilhados, recebem sim, conjuntos de práticas textuais originários da cultura por intermédio da semiótica da cultura. O modelo semiótico textual possibilitou a apreensão do modo como pela mediação da cultura, os dados sociológicos dos aparelhos da *mass media* se transformam em movimentos comunicativos que incidem sobre processos de interpretação. Nos anos 80, Wolf constatou que os modelos comunicativos informacional, e todos os seus desdobramentos, entraram em crise, isto devido presença de quadros de referência mais gerais para os estudos da *mass media*, a mudança de problemáticas consideradas principais.

Outra razão foi a progressiva esterilidade de pesquisas empíricas de baixo perfil, e por último a existência de abordagens disciplinarmente diferentes sobre o conceito de comunicação. Outro fator não constatado por Wolf, que desempenhou um grande papel na crise dos modelos comunicativos, foi a expansão da presença e da importância da dimensão da cultura e das mídias nas sociedades pós-modernas.

Outro tipo de modelo do processo comunicacional, surgido a partir das ciências cognativas, é o dos modelos cognativos. As ciências cognativas tiveram início nos anos 40 nos Estados Unidos, a partir da cibernética e teoria da informação e do progresso da lógica matemática, com o desenvolvimento dos computadores, a partir dos anos 50, e com os estudos sobre inteligência artificial, sofisticação de experimentos neurofisiológicos e neuropsicológicos. Para os cognativistas a mente é um sistema que recebe, arquiva, recupera, transforma, transmite e comunica a informação.

O que interessa aos cognativistas são os aspectos universais dos processos de informação buscando descobrir princípios fundamentais altamente gerais e explanatórios do processamento de informação. Deste modo pode-se pensar, podem surgir, a partir de modelos cognativos, outros modelos, graças aos avanços em pesquisas sobre comunicação.

Mídia e comunicação de massa

Os meios de comunicação de massa surgiram como fenômenos da industrialização. Para COELHO (1995, p. 6) não se poderia, de todo modo, falar em indústria cultural num período anterior ao da Revolução Industrial, no século XVIII.

Mas embora esta Revolução seja uma condição básica para a existência daquela indústria e daquela cultura, ela não é ainda a condição suficiente, e o autor completa:

É necessário acrescentar a esse quadro a existência de uma economia de mercado, isto é, de uma economia baseada no consumo de bens; é necessário, enfim, a ocorrência de uma sociedade de consumo, só verificada no século XIX em sua segunda metade, período em que se registra a ocorrência daquele mesmo teatro de revista, da opereta, do cartaz.

As mídias são os veículos de comunicação tradicionais como: TV, rádio, jornal, são veículos de informação para as massas, onde são divulgadas programações populares e de formato, na maioria das vezes de entretenimento. Muitos estudiosos da área de comunicação dissociam as mídias como produtoras de cultura, isto por um motivo bastante claro. É que as concepções tradicionais de cultura são extraídas de uma visão muito parcial. Esta visão concebe cultura exclusivamente como um patrimônio, herança, um acervo do passado. Desta maneira o termo cultura cabe apenas as atividades ditas como nobres ex: literatura, pintura, teatro, cinema e etc.

Por outro lado a cultura divulgada pela mídia seria a da indústria cultural, a indústria do consumo, que trata a cultura como produto trocável por qualquer coisa, onde o popular transforma-se em espetáculo para ser divulgado pela grande mídia, como acontece, por exemplo, com as transmissões dos desfiles das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, onde o popular sofre modificações para ser tornar um produto, neste momento o popular torna-se uma mercadoria.

A síntese da comunicação de massa é que ela ocorre de um emissor para vários receptores espalhados no campo geográfico e social, são receptores sem conexão, ela está em total contraste com a comunicação pessoa a pessoa, face a face, onde o emissor escolhe seu receptor, e o receptor aceita seu emissor. Na comunicação de massa uma pessoa fala para muitas, e ignora os traços distintos de cada um.

A comunicação de massa é anônima e considera seu público apenas como meta, cujas propriedades receptoras, em especial seu repertório de signos, são consideradas mais ou menos homogêneas, o que é levado apenas são seus traços gerais. A informação quando absorvida pela mídia passa a ter um caráter volátil, aparece e desaparece, a informação só dura de acordo com o ritmo do tempo que a própria mídia impõe, e os

ritmos são diferentes e variam de uma mídia para outra, ex: no rádio tem um determinado tempo, no jornal outro, e na TV também.

A TV se caracteriza como a mídia das mídias. Ela absorve qualquer outra mídia impondo a elas qualidades de organização, ritmo e aparência que lhe são próprios, e ao lado do rádio levou a cultura de massa ao clímax. O conteúdo da TV é universal, ela homogênea as nações tornando-as globalizadas, ela é pouco indicada para informar e educar, e muitas vezes são alienadoras, com relação a sua utilização como um veículo de informação. Podemos fazer um critério de avaliação sob o seguinte ponto: quando a TV transmite menos programas popularescos, menos futebol e menos novelas, e passa a apresentar mais programas de informação ela pode ser considerada um veículo de educação para as pessoas.

No passado este meio de comunicação era unidirecional unívoco, onde a informação por ela veiculada seguia apenas uma direção da fonte para o receptor sem retorno, na verdade não havia informação e sim formação. Mas com o advento da modernidade e das novas tecnologias, ciberespaço interatividade, esta realidade começa a mudar. A TV, hoje como meio de comunicação, possibilita, através da interatividade, que o telespectador também seja uma fonte de informação, democratizando o processo comunicativo.

Ciberespaço e a interatividade da informação

O mundo vive uma verdadeira revolução da informação e da comunicação que desafia métodos tradicionais de análise de ação. No centro destas transformações, os computadores e as redes de comunicação passam por uma revolução acelerada, catalisada na digitalização, compreensão de dados, multimídia e hipermídia.

Os primeiros computadores surgiram na Inglaterra e Estados Unidos, no início de 1945. Eram reservados aos militares para a realização de cálculos científicos, e seu uso civil foi se disseminando nos anos 60. Os computadores eram grandes máquinas de calcular, frágeis, isolados em salas refrigeradas. “A informática servia aos cálculos científicos, as estatísticas do Estado e das grandes empresas, ou tarefas pesadas de gerenciamento, folhas e pagamentos”. LEVY (1999, p.31).

Nos anos 70, aconteceu uma chamada “virada”, com o desenvolvimento e a comercialização de microprocessadores. Mais tarde as tecnologias digitais, surgidas por intermédio dos avanços das pesquisas em comunicação tecno-científica, surgiram como uma infra-estrutura do ciberespaço, o espaço de comunicação, sociabilidade, organização e transação, um mercado de informação e de crescimento navegável. Para LEMOS (2004, p.128) o ciberespaço é um espaço, sem dimensões, um universo de informações navegável de forma instantânea e reversível, e o autor completa:

Ele é dessa forma um espaço mágico, caracterizado pela ubiqüidade, pelo tempo real e pelo espaço não- físico. Estes elementos são característicos da magia como manipulação do mundo.

Os setores de pesquisa tecno-científicas emergem tendências surpreendentes como: realidade virtual e vida artificial. Os computadores e as redes interconectadas funcionam como verdadeiros cérebros humanos, um ciberespaço de informação, onde está, ou estão, informação e informações, que se encontram no virtual, com todos e com cada um. A cada dia os produtores de softwares tem se dedicado a construção de um espaço de trabalho de comunicação cada vez mais transparente, mais nítido para que todos possam ter mais facilidade para navegarem no ciberespaço, uma interatividade entre os milhares de usuários da grande rede.

A interatividade seria a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação, uma atividade que envolve interação, a ação de uma pessoa ou “coisa”, que desencadeia uma reação, um evento em outro humano, máquina, objeto, uma propriedade de ser interativo. Interatividade não é somente uma troca de comunicação, mas também geração de conteúdo. Como propriedade, interatividade pode ser abordada como sendo um atributo da tecnologia e é estabelecida por três fatores: estrutura tecnológica do meio usado (velocidade, alcance, flexibilidade do sincronismo e complexidade sensorial); característica do ajuste da comunicação; e percepção dos indivíduos (proximidade, velocidade percebida, ativação sensorial e tele-presença).

Interatividade é uma variável que flutua através de indivíduos e meios. Por exemplo, computadores, são mais interativos que jornais. Podemos assumir que a habilidade de induzir respostas não limitadas a uma comunicação de duas mãos, mas também considerando multi-vias de comunicação, é o principal requisito para chamar um meio de comunicação de interativo. Os sistemas que permitem acessos

compartilhados e a distância, fontes de informação ou espaços de trabalho, nos aproximam progressivamente da aproximação de um mundo virtual.

Escritores que participam de um debate, através de um *chat* (conversação), dando suas respectivas opiniões e contribuindo para o avanço de estudos sobre lingüística, diferentes, cada um com seu conhecimento e realidade de vida, mas todos se tornando iguais dentro do ciberespaço. Eles estão separados geograficamente no mundo, mas unidos em um debate de informação graças á interatividade proporcionado pelo ciberespaço.

Outro exemplo é o de um grupo de estudantes do Brasil que se reúnem em uma sala para assistirem as explicações de um cientista japonês que está do outro lado do mundo, graças a uma vídeo conferência através da internet. Hoje em dia numerosos projetos de pesquisa e de desenvolvimento generalizam a tele-presença a outras dimensões corporais como: imagens tridimensionais, tele-manipulação e etc. A troca de relações da interatividade presentes no ciberespaço tornou o conhecimento e a informação, sobre todos os aspectos, acessíveis aos navegadores da grande rede.

A nova face do telejornalismo: o telespectador do jornal da cultura tornando-se emissor de informação do processo comunicativo

O Jornal da Cultura é um noticiário produzido pela TV Cultura, uma TV fundada em 20 de setembro de 1960, pelos Diários Associados, e reinaugurada em 15 de junho de 1969, pela Fundação Padre Anchieta, uma fundação sem fins lucrativos que recebe recursos públicos, através do governo do estado de São Paulo, e privados, através de propagandas, apoios culturais e doações de grandes corporações.

A Cultura é uma emissora de televisão sediada em São Paulo, pública e comercial de caráter educativo e cultural, que produz programas de televisão, educativos, transmitidos para todo o Brasil via satélite, através de suas afiliadas e retransmissoras em diversas regiões do Brasil. O principal telejornal da TV Cultura é o Jornal da Cultura, que apresenta os principais acontecimentos do Brasil e do mundo e é transmitido de segunda a sábado á partir das 21h, sob o comando da jornalista Maria Cristina Poli. Com uma hora de duração o Jornal da Cultura é um telejornal com um tom mais analítico, quadros fixos e debates diários.

O telejornal já era apresentado pela emissora, mas desde 04 de outubro de 2010, traz um novo formato e uma nova vinheta, tornando-se uma espécie de telejornal com debates e comentários. A emissora apostou em uma nova apresentadora Ana Cristina Poli, anteriormente o jornal era apresentado por Laila Dawa.

O Jornal da cultura apresenta quadros especiais como: Jornal da Cultura Explica, Janelas para o Mundo, Arquivo da Cultura e In site, são as novidades nesta nova fase do telejornal. O conteúdo do telejornal, além de apresentar matérias, também traz pautas sobre economia, política, meio ambiente e saúde.

Ate ai nada de diferente com relação a outros telejornais, mas o de diferencial está justamente na a participação de comentaristas, que ao lado da apresentadora Ana Cristina Poli, enriquecem o conteúdo da informação. Os assuntos são discutidos durante a semana na bancada com participação de especialistas como o sociólogo Demétrio Magnoli, o historiador Marco Antônio Villa, o escritor e roteirista Paulo Lins, o professor do departamento de filosofia da Universidade de São Paulo (USP) Vladimir Safatle e o economista Alexandre Schwartzman. Estes especialistas têm liberdade para comentar e até criticar as próprias matérias do telejornal, um fato costumeiro por parte do sociólogo Demétrio Magnoli.

Na verdade Este é um diferencial do jornal da cultura, liberdade de expressão, tanto por parte de quem comenta na bancada, como por parte do telespectador que envia um comentário ou informação pelo ciberespaço. A principal inovação do jornal da cultura é justamente esta, a interatividade da informação com o telespectador. Se antes o telespectador apenas ouvia os principais fatos do dia através da cobertura jornalística, sendo um receptor de informação, hoje o Jornal da Cultura proporciona que este mesmo telespectador mude de posição e seja também um emissor de informação do processo comunicativo, graças ao ciberespaço, ou mais precisamente nas redes sociais, como o twitter, e o envio de emails.

Á partir de um assunto apresentado por Ana Cristina Poli, ela chama o especialista convidado do dia para tecer sua opinião, no mesmo instante o telespectador pode no ciberespaço, emitir a sua opinião ou entendimento sobre aquele determinado assunto.

O território do emissor ou fonte de informação, o objeto de estudo deste artigo, tem como referencia as questões como: por quem é produzida a mensagem?, ser

enunciado ou sujeito da mensagem?, se o anunciado é humano ou não?, se for humano se esse humano é complexo, coletivo, híbrido?, quais as funções físicas?, se está inserido em organismo, máquinas e sistemas, instituições corporações, e , muitas outras questões. Muitas vezes o telespectador enriquece o debate com um fato novo, uma interatividade de informação que faz a diferença na hora de escolher qual o telejornal o telespectador quer assistir.

Considerações finais

A grande área da comunicação é composta por alguns territórios que estão delimitados de acordo com os elementos do processo comunicativo. Estes territórios são: o das mensagens dos códigos, o dos meios e métodos de produção de mensagens, o do contexto comunicacional de mensagens, o de emissor de informação e o de recepção de mensagem. No campo dos emissores de informação se enquadram os questionamentos desconstrutores do sujeito falante como senhor do seu discurso.

O telespectador do Jornal da cultura utiliza o ciberespaço para interagir com a apresentadora, Maria Cristina Poli, os convidados e os outros telespectadores. O ciberespaço permite a comunicação de vários modos de comunicação, que são encontrados em graus de complexidade crescente como: correio eletrônico, conferências, os mundos virtuais multiusuários.

As classes que assistem este telejornal geralmente são as A e B, que possuem um nível econômico acima das outras, também possuem acesso as novas tecnologias e procuram programações diferenciadas, mesmo em canais de audiência aberta. O telespectador que escolhe o jornal da cultura participa de um debate virtual, uma busca sobre o conteúdo da informação. As realidades virtuais servem como mídias de comunicação, são compartilhadas e podem fazer comunicar milhares ou milhões de pessoas que devem ser consideradas dispositivos de informação. O ciberespaço proporciona, em tempo real, que o telespectador do Jornal da Cultura seja um emissor de informação do processo comunicativo, e não apenas um receptor, isso é típico da cibercultura, a interatividade.

Referências

- COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**; tradução de Carlos Irineu da Costa-São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LEWIS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**, 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 2000.
- _____. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrados e doutorados**/ Lúcia Santaella. São Paulo: Hacker editores, 2001.
- _____. **A ecologia pluralista da comunicação**. Conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.
- WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.
- ZEVALLLOS, Pablo. **Comunicação e diálogo**. Disponível em <http://br.guiainfantil.com/dialogo-na-familia.html>. Acesso em 11 de mar. de 2011.

Ciberliteratura

<http://bsi.cneccapivari.br/?q=node/41>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Chat>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cibercultura>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Interatividade>

http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornal_da_cultura

http://pt.wikipedia.org/wiki/Tv_cultura

<http://www.cesnors.ufsm.br/professores/chmoraes/comunicacao-digital/07Cibercultura...pdf>