

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
JORNALISMO BACHARELADO

AMANDA SPOHR DEMAMANN

**MARCAS TELEJORNALÍSTICAS EM NARRATIVAS AUDIOVISUAIS
PRODUZIDAS PARA O CIBERESPAÇO:
ANÁLISE DE VÍDEOS DO PORTAL BBC NEWS BRASIL NO
YOUTUBE**

Frederico Westphalen, RS
2023

Amanda Spohr Demamann

**MARCAS TELEJORNALÍSTICAS EM NARRATIVAS AUDIOVISUAIS
PRODUZIDAS PARA O CIBERESPAÇO:
ANÁLISE DE VÍDEOS DO PORTAL BBC NEWS BRASIL NO
YOUTUBE**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Jornalismo, do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM Campus Frederico Westphalen (UFSM/FW), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Jornalismo**.

Orientador: Prof. Me. Fabio Silva

Frederico Westphalen, RS

2023

Amanda Spohr Demamann

**MARCAS TELEJORNALÍSTICAS EM NARRATIVAS AUDIOVISUAIS
PRODUZIDAS PARA O CIBERESPAÇO:
ANÁLISE DE VÍDEOS DO PORTAL BBC NEWS BRASIL NO YOUTUBE**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Jornalismo, do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM Campus Frederico Westphalen (UFSM/FW), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Jornalismo**.

Aprovado em ____ de julho de 2023:

Fabio Silva, Me. (UFSM)
(Orientador/Presidente)

Leila Nogueira, Dra. (UFRB)

Joel Felipe Guindani, Dr. (UFSM)

Luis Fernando Rabello Borges, Dr. (UFSM)
(Suplente)

RESUMO

MARCAS TELEJORNALÍSTICAS EM NARRATIVAS AUDIOVISUAIS PRODUZIDAS PARA O CIBERESPAÇO: ANÁLISE DE VÍDEOS DO PORTAL BBC NEWS BRASIL NO YOUTUBE

AUTORA: Amanda Spohr Demamann

ORIENTADOR: Fabio Silva

Esta pesquisa busca investigar de que forma o jornalismo audiovisual veiculado no ciberespaço inspira-se no telejornalismo, aqui entendido como tradicional, para produzir os seus materiais. O referencial teórico da pesquisa faz, primeiramente, um resgate histórico da radiodifusão audiovisual e depois centra os olhares sobre como as novas práticas audiovisuais não lineares apropriam-se da linguagem tradicional para compor suas narrativas no ciberespaço. A metodologia emprega os pressupostos teóricos abordados pela Análise de Conteúdo, propostos por Bardin, e o *corpus* da pesquisa é constituído de quatro vídeos publicados no canal do YouTube da BBC News Brasil. A hipótese sobre a qual se debruça a observação, é a de que os novos produtos mantêm um padrão da televisão aberta referente às questões do formato informativo e da exploração de unidades comunicacionais, mas percorre o seu caminho em direção a uma linguagem própria de produção.

Palavras-chave: Radiodifusão. Ciberespaço. Jornalismo audiovisual. Ubiquidade. Análise de Conteúdo.

ABSTRACT

TRADITIONAL BROADCAST TELEVISION ELEMENTS IN AUDIOVISUAL NARRATIVES PRODUCED TO INTERNET: AN ANALYSIS ABOUT THE BBC NEWS BRASIL PORTAL ON YOUTUBE

AUTHOR: Amanda Spohr Demamann

ADVISOR: Fabio Silva

This research aims to investigate how audiovisual journalism broadcast at cyberspace inspire itself on open broadcast television journalism here acknowledged as traditional for produce your news. The research theoretical reference does, firstly an audiovisual broadcasting historical rescue and after focus your eyes about how the new no linear audiovisual practices appropriate itself from traditional language to compose your narratives in cyberspace. The methodology employs the theoretical assumptions approached from Content Analysis, proposed from Bardin and the research corpus is constituted from four videos published at BBC News Brazil's YouTube channel. The hypothesis about which looks into this investigation is that new products keep an open television standard in the matter about informative format and the communicative unit exploration, but runs your own path in directed to a production own language an audiovisual.

Keywords: Broadcast. Internet. Audiovisual Journalism. Ubiquity. Content Analysis.

AGRADECIMENTOS

Escrevi este trabalho em terceira pessoa por meros conformes acadêmicos. Mas, a verdade é que ele configura o resultado das múltiplas relações afetuosas com as quais tive/tenho o prazer de compartilhar minhas vivências. Então, nada mais justo do que dedicar uma seção a estas.

Começo por mim mesma. Não me cabe adentrar no discurso da autossuficiência (até porque, se cheguei aqui foi por estar muito bem acompanhada nos últimos dez meses), mas agradeço à Amanda de quatro anos atrás que levou à sério o desejo de cursar jornalismo em uma Universidade Federal e se dedicou plenamente aos estudos no último ano do ensino médio, vivendo intensa rotina da escola e do cursinho ao mesmo tempo. Agradeço à Amanda de cinco anos atrás que pegou a primeira recuperação na escola e achou que o mundo fosse desabar (porque pasme: ela acreditava que uma única matéria poderia medir o seu desempenho nas provas de ingresso ao ensino superior). Cá estou eu (repleta de todas as minhas versões anteriores), prestes a me tornar jornalista e descobrindo dia após dia que existem coisas bem mais importantes que notas altas e validações acadêmicas. É também com gratidão que olho para a Amanda de doze anos de idade que adorava brincar de repórter de televisão ou de dona de revista. Talvez eu esteja próxima de fazer com que essas brincadeiras se tornem reais.

Entretanto, eu não posso falar de mim mesma sem agradecer àqueles que são meu suporte diário, minha família. À minha mãe, Rosmeri, a maior referência pessoal e profissional que a vida poderia ter me dado, agradeço imensamente pelo incentivo constante ao estudo, por embarcar comigo em todos os meus sonhos e pelas orações que me mantiveram até aqui. Ao meu pa(i)drasto, Claiton, que me criou e me amou como filha legítima, pela prestatividade e pelo coração extremamente generoso que me acalentam, principalmente nos dias difíceis. Ao meu irmão caçula, Arthur, por ter se revelado uma pessoa valiosa, pelo carinho e cuidado com nossos pais que me tranquilizam, mesmo distante. À minha avó, “dona” Elza, pela rede de apoio oferecida à minha mãe quando a vida nos impôs certas circunstâncias. À minha tia, Bernadete, minha segunda mãe. Pelo apoio que nos foi dado quando estas mesmas circunstâncias se fizeram presentes, por acompanhar o meu crescimento (mesmo que nem sempre de perto) e também por embarcar nos meus sonhos. Nesta seção, por fim, faço um agradecimento especial: ao meu pai, Geraldo, que há mais de dezenove anos não se faz mais presente em carne, mas sei que me protege e me conduz de onde estiver. Espero estar te orgulhando daqui.

Por falar em família, o carinho com quem quero construir a minha também merece um agradecimento especial. Ao Leo, por entrar na minha vida quando eu ainda era uma adolescente indecisa sobre o futuro, e por, incansavelmente, me fazer crer no meu potencial e incentivar a

ir sempre mais longe. Depois de tantas histórias, aqui estamos. Eu, colocando um ponto final neste trabalho, e ele, nos finalmentes também. Além de companheiros, nos tornamos colegas de classe, e muito em breve, de profissão. Que bom que nossos caminhos se cruzaram. O mundo ainda vai ser pequeno pra nós.

E agora me dedico àquela parte da família que segundo a máxima, a gente escolhe. Gabriel, Isabella e Maria Eduarda, meus amigos desde os primórdios do ensino fundamental, que ainda permanecem (raro, né?). Pelos quase quinze anos de amizade que não podem ser reduzidos a este texto, pelos incontáveis momentos juntos e, principalmente, pelos ombros que me foram emprestados quando precisei. À Camila, Isa, Carol e Luiza, minhas parceiras de palco. Pelos conselhos e angústias compartilhados, pelas experiências trocadas e por terem feito parte de uma época importante da minha vida. À Isa, Rafa e Duda, que chegaram na minha vida por terceiros e aqui permaneceram. Pelo acolhimento, pelas trocas e por permitirem que eu me tornasse parte da vida de vocês. Ao Diego, Fernanda e Matheus, ex-colegas do primeiro estágio, que se tornaram amigos valiosos. Pelas oportunidades e conselhos que me foram dados enquanto pessoa e profissional.

Finalizados os agradecimentos da minha vida ijuiense, parto para a vida acadêmica. Meus sinceros reconhecimentos ao Professor Fabio, sobretudo pela serenidade com que me conduziu na realização deste trabalho, pelas valorosas contribuições e correções e por me permitir a autonomia desta pesquisa. À UFSM/FW por proporcionar valores e educação pública de qualidade. Aos demais professores que marcaram presença durante minha trajetória acadêmica e com certeza também contribuíram, de forma ou outra, com a minha formação profissional. À banca, Professor Joel e Professora Leila, pelo aceite em contribuir com a minha pesquisa.

E por fim, às amigas que me foram dadas pela academia (e que por sinal estão no mesmo barco que eu!). O quão maravilhoso é poder encontrar pessoas boas pelo caminho que, por vezes, é meio tortuoso... e que bom que a gente se encontrou, Giulia, Lucas, Kelvin, Júlia, Carol L, Carol S, Mari e Bruno. Pelos momentos de desabafos e trocas de conselhos, pelos almoços no RU, pelas crises de riso na aula, nos encontros e no ônibus. Por terem tornado tudo mais simples, mesmo quando parecia ser improvável e por permitirem que eu vivesse um pedacinho dos sonhos de vocês. Guardo com carinho tudo o que vivemos nestes últimos quatro anos (mesmo que dois deles tenham sido através das telas dos computadores) e desejo, de todas as minhas múltiplas versões que cada um possa alcançar aquilo que tanto almeja. Foi bom demais pode sonhar junto de vocês.

Agora, partimos para as próximas seções.

*Slow down, you crazy child
You're so ambitious for a juvenile
But then if you're so smart
Tell me why are you still so afraid?*

Billy Joel

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Utilização de gráfico na construção da reportagem	46
Figura 2 - Entrevista evidenciando o efeito “tela na tela”	49
Figura 3 – Linha do tempo 1	50
Figura 4 – Linha do tempo 2	50
Figura 5 – Estratégias didáticas utilizadas através de recursos gráficos 1	55
Figura 6 - Estratégias didáticas utilizadas através de recursos gráficos 2	55

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tabela de análise	42
------------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 TELEJORNALISMO	15
2.1 O PRODUTO AUDIOVISUAL	15
2.1.1 A palavra e o texto telejornalístico	16
2.1.2 A imagem e a síntese noticiosa	17
2.1.3 O som	18
2.1.4 Unidades comunicacionais telejornalísticas e formatos televisivos	20
2.2 A TELEVISÃO NA HISTÓRIA DO AUDIOVISUAL	22
2.3 RADIODIFUSÃO: UM BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO BRASILEIRO	24
3 JORNALISMO AUDIOVISUAL NO CIBERESPAÇO	29
3.1 A INFORMAÇÃO VIRTUAL	29
3.1.1 A narrativa audiovisual	30
3.1.2 O YouTube	32
3.2.1 O caso da BBC News Brasil	33
4 JORNALISMO E UBIQUIDADE	35
4.1 A UBIQUIDADE DO AUDIOVISUAL	35
5 METODOLOGIA	39
6 ANÁLISE	44
6.1 O MEGAPRESÍDIO DA POLÍTICA DE 'GUERRA ÀS GANGUES' DE EL SALVADOR	44
6.2 COMO SURTIU O DINHEIRO - E COMO O DÓLAR VIROU A PRINCIPAL MOEDA GLOBAL	49
6.3 ANTES DE LULA IR À CHINA, EUA AUMENTAM PRESENÇA NO BRASIL E MOSTRAM PREOCUPAÇÃO	52
6.4 EM 4 PONTOS, O QUE EXPLICA AS CENAS DE CAOS NA FRANÇA	54
6.5 SÍNTESE	57
7 CONSIDERAÇÕES	61
REFERÊNCIAS	64

1 INTRODUÇÃO

As possibilidades oferecidas pelas transformações constantes e instantâneas no ciberespaço têm proporcionado modificações significativas nos processos comunicativos. Esse cenário, caracterizado pela interseccionalidade dos meios, adquire tendências que vão se renovando a cada momento e transformando, aos poucos, as práticas jornalísticas já tradicionais e estabelecidas. É diante dessas modificações que ocorrem nos cibermeios, que as práticas de produção passam a incorporar novos modos de produzir e veicular a informação.

Pode-se, eventualmente, compreender esse fenômeno como uma transição jornalística, cujos efeitos refletem, diretamente, nas formas de apuração, tratamento, disseminação e no consumo da informação referida, principalmente no jornalismo audiovisual. Dada essa circunstância, a convergência das novas tecnologias, a mobilidade, a ubiquidade e a adaptabilidade tornam-se características dominantes do *webjornalismo*, cujas narrativas utilizadas, muitas vezes, derivam e adaptam-se a partir das referências já consolidadas do jornalismo praticado/veiculado via radiodifusão¹. Ante essa cena, o presente trabalho tem por objetivo geral detectar como recursos característicos do jornalismo audiovisual de radiodifusão são apropriados e adaptados para o cenário digital de publicação/postagem/circulação. Entre os objetivos específicos estão: observar como se dá a utilização dos elementos de composição audiovisual nos produtos analisados, mas sempre levando em consideração o ideal imposto pelo telejornalismo; detectar a inserção de unidades comunicacionais telejornalísticas recorrentemente utilizadas na radiodifusão audiovisual; reconhecer e identificar os formatos que compõem a narrativa audiovisual digital; discorrer sobre os princípios da instantaneidade, simultaneidade e ubiquidade tipicamente praticados na radiodifusão que permanecem no jornalismo audiovisual digital.

O YouTube, plataforma digital escolhida para análise, criado em 2005 com o intuito de compartilhamento e distribuição de materiais audiovisuais de entretenimento, hoje apresenta grande relevância para fins jornalísticos. Suas potencialidades detêm maior flexibilidade de

¹ Neste trabalho, entende-se por jornalismo audiovisual de radiodifusão ou **jornalismo audiovisual radiodifundido** todos os materiais produzidos e veiculados audiovisualmente tendo como plataforma primeira de publicação o sistema de televisão aberta **via radiodifusão por ondas hertzianas**. Este entendimento toma por base o que prevê o Ministério das Comunicações, que assim define: “os serviços de radiodifusão sonora (rádio) e de **radiodifusão de sons e imagens (TV)**, de recepção livre e gratuita, são explorados diretamente pela União ou mediante outorgas, deferidas para entidades legalmente habilitadas. Compete ao Poder Executivo, entretanto, outorgar e renovar esses serviços, observando os princípios da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” [grifo meu].

trabalho para os que o realizam de forma independente e também predispõe de alcances específicos para determinados públicos. Não obstante e ultrapassando os planos da televisão aberta, grandes emissoras nacionais já possuem projetos disponíveis e operantes na plataforma, proporcionando um modo diferente, se comparado com o conteúdo audiovisualmente radiodifundido, de fazer jornalismo através de suas combinações potenciais. De acervos caseiros, passando pela transposição de conteúdos da televisão tradicional, até a produção de vídeos nativos, o YouTube impactou diretamente na construção dos produtos, inovando, principalmente, as práticas e rotinas produtivas do jornalismo.

A relevância desta pesquisa justifica-se pelo momento em que ela é estudada, em que plataformas on-line de mídia estão em ascensão e são amplamente utilizadas para a disseminação de conteúdos informativos, adaptados exclusivamente para cada formato. Ademais, por ser um estudo de produtos audiovisuais, o YouTube foi escolhido justamente por se configurar como uma plataforma exclusiva de compartilhamento de vídeos.

Para tanto, o objeto de análise é composto por uma sequência de quatro vídeos publicados pelo canal da BBC News Brasil na plataforma. Oriunda de Londres, capital da Inglaterra, a Corporação Britânica de Radiodifusão instituiu sua primeira redação no Brasil em 2006 e não conta com programações radiodifundidas nacionalmente. Assim, a escolha deve-se ao fato de que este *corpus* abrange um material produzido exclusivamente para ser veiculado no YouTube, utilizando de suas potencialidades, mas incorporando tendências já estabelecidas ou consolidadas pela radiodifusão e adaptando-as para o ciberespaço.

Na tentativa de atingir o objetivo geral e discorrer sobre as especificidades, a investigação foi dividida em sete capítulos, sendo, este aqui, o primeiro. O segundo, intitulado “telejornalismo”, busca identificar os elementos constituintes das matérias audiovisualmente radiodifundidas a partir dos elementos icônicos, sonoros e verbais, necessários para obtenção de uma narrativa audiovisual. Cabe aqui ressaltar que, como sinônimo do termo telejornalismo, também são utilizadas as expressões ‘jornalismo audiovisual de radiodifusão’ ou ‘jornalismo audiovisual radiodifundido’, sempre sendo consideradas radiodifundidas por ondas hertzianas. Em seguida, há uma seção que centra as observações para o surgimento da plataforma televisiva e seus primeiros contatos com o telejornalismo. Por fim, a última parte preocupa-se em realizar uma breve retomada do histórico da radiodifusão em território brasileiro. Este capítulo debruça sua teoria, principalmente, nos estudos de Curado (2002), Paternostro (2006) e Rezende (2000), jornalistas com experiência em televisão, além de Lage (2006), Silva (2020), Souza (2013) e Oliveira (2020).

Subsequente, parte-se para o terceiro capítulo, denominado de “jornalismo audiovisual no ciberespaço”. Estudos realizados em meados dos anos 2000, por um grupo de pesquisadores em comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), o Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL), já insinuavam o surgimento das TVs universitárias no meio digital como práticas oriundas da radiodifusão audiovisual. Apesar do presente trabalho configurar um tema diferente, o capítulo estabelece os pressupostos teóricos nas determinações já impostas pelos estudos produzidos pelo grupo de pesquisa. Assim, surgem discussões fundamentadas nos conceitos de transição do sistema tradicional para o meio *online* e a adaptação dos conteúdos para as plataformas. O referencial discorre sobre o processo de convergência dos meios de comunicação e a propagação dos formatos. Em seguida, a seção apresenta um breve histórico sobre a adaptabilidade dos conteúdos jornalísticos às plataformas e suas potencialidades. Na última parte, o texto aborda questões sobre o YouTube e o jornalismo ali praticado. São utilizados estudos realizados principalmente por Nogueira (2005) e Palácios *et al.* (2002).

O quarto capítulo “jornalismo e ubiquidade”, dedica seu olhar às relações existentes entre a ubiquidade, a instantaneidade e a simultaneidade, elementos que emergiram com o desenvolvimento dos aparatos radiofônicos e foram potencializados pelo avanço das técnicas televisivas e a possibilidade das transmissões ao vivo. Logo, se as práticas audiovisuais do cenário digital buscam referências no modelo tradicional do jornalismo audiovisual radiodifundido, tais aspectos também podem tornar-se fragmentos presentes nas relações espaço-temporais dos conteúdos nativos digitalmente. Para tanto, o capítulo centra suas perspectivas teóricas em conceitos da temporalidade jornalística e da ubiquidade do audiovisual, impostos por Jost (2015), Leite (2008), Meditsch (2001), Rossini (2015), Santaella (2008) e Thompson (2002).

Na sequência, o quinto capítulo realiza uma apresentação da metodologia empregada na pesquisa, a Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (1977). O texto discorre sobre as três fases que constituem a metodologia e as relaciona com as etapas de produção da presente pesquisa, incluindo as especificidades de escolha do *corpus* e seus recortes, já apresentado anteriormente nesta introdução. Também é onde pode ser encontrado o quadro de sistematização das categorias desenvolvidas para as observações posteriores, reunidas em quatro unidades de análise: elementos de composição audiovisual (som, imagem e texto verbal), presença de unidades comunicacionais telejornalísticas (cabeça, sonora, boletim, entrevista e nota pé), classificação dos formatos de tratamento das informações (nota, notícia, reportagem

e entrevista), e relações espaço-temporais de publicação/veiculação (instantaneidade, simultaneidade e ubiquidade).

Por sua vez, o sexto e último capítulo discorre, em sua forma escrita, todo o processo de análise qualitativa dos vídeos. Para isso, todos os produtos foram transcritos em texto e as observações fragmentadas e inseridas em cada unidade correspondente do quadro (em documentos externos à pesquisa). A última subseção realiza um apanhado geral de todas as análises, finalizando as etapas da metodologia aplicada.

E, por último, chega-se às considerações. Estabelecidas ao final do trabalho, elas exibem uma retomada geral de toda pesquisa. Nela são apresentadas não somente os resultados, mas também relações definidas a partir do referencial teórico, abordagens sobre o cumprimento dos objetivos - tanto geral como específicos - limitações, potenciais trabalhos e possíveis contribuições para o campo da Comunicação que podem surgir a partir desta pesquisa.

2 TELEJORNALISMO

Para investigar os novos formatos jornalísticos audiovisuais buscou-se, inicialmente, um referencial teórico capaz de contemplar as noções de telejornalismo a partir da construção do audiovisual. Assim, o primeiro capítulo abrange autores que evidenciaram em suas obras os formatos da notícia, técnicas e uma breve história do telejornalismo no Brasil, como Curado (2002), Paternostro (2006), Rezende (2000) e Lage (2006). A seção também apresenta discussões sobre os elementos de linguagem audiovisual, descritos por Silva (2020), Souza (2013) e Oliveira (2020), mas sempre aproximando-os do jornalismo televisivo.

2.1 O PRODUTO AUDIOVISUAL

A audição e a visão são os dois principais sentidos responsáveis por viabilizar a comunicação, processo indispensável para a convivência humana. O desejo de comunicar é mediado pelo signo, representado por símbolos que expressam múltiplas ideias e, quando somados, articulam um discurso. É através do signo que se formula um texto, incumbido por garantir a troca de informações entre o emissor e o receptor. Camocardi e Flory (2003, apud SILVA, 2020, p.14) destacam que “a palavra existe a serviço da comunicação e, assim sendo, vai ser sempre um vazio preenchido pela consciência do receptor da mensagem”. Nesse sentido, atribui-se ao signo - seja ele representado por um texto verbal ou não verbal - a responsabilidade de garantir que a mensagem faça sentido para o receptor. Caso contrário, não se pode intitular o fenômeno de comunicação, porque ela precisa fazer sentido ao emitir uma ideia.

É através da junção de representações dos signos e da possibilidade de “ver e ouvir”, que se obtém um produto audiovisual. Este, por sua vez, é caracterizado exatamente pela sincronia dos elementos de texto, imagem e som em um único material, e é a soma desses componentes que viabiliza aos espectadores diversos formatos de enxergar a realidade a partir do seu próprio ponto de vista.

Por isso, faz-se necessário realizar um determinado aprofundamento nos elementos que compõem uma peça audiovisual, para assim, compreender e identificar quais marcas do jornalismo audiovisual radiodifundido se perpetuam no audiovisual produzido exclusivamente para o ciberespaço, como nas próximas seções.

2.1.1 A palavra e o texto telejornalístico

Para Field (2001, p.22), todo o texto exige pesquisa, e pesquisa significa reunir informação. É fazendo pesquisa que se adquire a informação necessária. No jornalismo, o principal objetivo é possibilitar que a informação chegue ao público de maneira clara, precisa e imparcial. E é fazendo o bom uso das ferramentas linguísticas do signo que o jornalismo - tanto impresso, quanto televisivo - busca cumprir o seu papel perante a sociedade. Desta forma, o texto verbal se torna um elemento essencial para a manutenção de uma comunicação capacitada para possibilitar uma boa mediação entre o público e o jornalista, a fim de garantir que a informação chegue ao espectador de maneira precisa, responsável e ética.

Como um instrumento articulador, o discurso linguístico utilizado no telejornalismo possui características próprias se comparado aos outros veículos de comunicação. Para Curado (2002), “a comunicação pela TV exige instantaneidade na sua compreensão”. Logo, é iminente que do ponto de vista da comunicabilidade, as normas que se valem para o jornalismo impresso, por exemplo, se diferenciam do jornalismo televisivo, porque o público que assiste televisão não tem a possibilidade de ler a notícia durante a transmissão dos acontecimentos. A autora também reforça os ideais da objetividade para obtenção do entendimento sobre um texto telejornalístico. “A informação precisa chegar a seu destino sem tropeços. A notícia é inequívoca, em si. [...] a notícia não tem finalidade lúdica” (CURADO, 2002, p.20). Quanto à característica da precisão, também indicada como um elemento essencial do texto a ser construído para a televisão, Curado (2002) afirma que ela representa a exatidão com que a notícia é transmitida, sendo essencial para a apresentação dos fatos e demonstrando a boa apuração.

Ainda de acordo com Paternostro (2006) é de suma importância ressaltar que uma das características emergentes do discurso verbal da televisão deve ser a coloquialidade, a qual consiste, de acordo com a autora, encontrar um texto de entendimento comum para a mensagem que será transmitida. Ou seja, a reportagem audiovisual deve prezar pela instituição de um discurso cotidiano, mas que não vulgarize a palavra por meio da coloquialidade exacerbada, respeitando as regras gramaticais da língua portuguesa e pensando no texto como um elemento que vai ser ouvido e complementado pelo uso das imagens. Avancini (1988 apud REZENDE, 2000, p.46) acredita na caracterização da televisão brasileira de ser uma ‘rádio ilustrada’, salientando que os seus modos de produção da notícia estão muito mais enraizados nas expectativas histriônicas do circo e discursivas do rádio do que no cinema e no teatro. Por isso as regras de produções telejornalísticas foram pensadas e desenvolvidas à medida em que o

formato foi se inserindo no cotidiano da população, adquirindo uma linguagem própria direcionada para o público cativo do meio, que abrange uma grande parcela da população, diferentemente da segmentação que ocorre na televisão fechada ou na *internet*.

Entretanto, apesar das diferenças textuais produtivas existentes entre os meios de comunicação, a palavra se mantém como o fio condutor das narrativas jornalísticas e as circunstâncias audiovisuais de emissão e recepção de mensagens fortalecem a ideia de uma complementação de sentidos entre aquilo que lhe é imagético, verbal e sonoro.

2.1.2 A imagem e a síntese noticiosa

Das características marcantes da linguagem televisiva e conseqüentemente do gênero telejornalístico, a imagem é quem suplanta, através das suas atribuições, a função de estabelecer relações do sujeito com o mundo. De acordo com Aumont (1993 apud SOUZA, 2013, p.58), essas relações entre o mundo e a humanidade podem ser compreendidas através de três modos: o simbólico, o epistêmico e o estético. O uso simbólico remete ao surgimento da imagem. Desde os tempos da pré-história, em todas as civilizações, a imagem esteve presente como forma de manifestação cultural, social, religiosa e política.

Já o modo epistêmico está relacionado ao fato de a imagem sempre ter sido característica das sociedades. Seja por motivos individuais ou coletivos, a representação de imagens tem como objetivo, além de comunicar e sintetizar informações, gerar conhecimento.

Por fim, o modo estético, alusivo à ideia de que a imagem foi criada para desenvolver as mais diversas percepções no espectador, e assim, gerar uma sensação de reconhecimento entre ambos.

É fato que a imagem sempre manteve suas responsabilidades atreladas à comunicação, a exemplo das pinturas rupestres, traçadas pelos homens especificamente para que pudessem expressar suas emoções e narrar as descobertas do cotidiano. Muitas foram as evoluções no âmbito da imagem jornalística que propiciaram o cenário ao qual encontra-se a comunicação nos dias atuais. Primeiramente, o surgimento da fotojornalismo, em 1853 durante a Guerra da Crimeia (SOUZA, 2004 apud OLIVEIRA, 2020, p.110). Em seguida, a invenção da televisão e sua expansão mundial que colocou a própria imagem no centro da civilização. Como sugere Scirea:

Munida do argumento de certa objetividade intrínseca, a imagem foi capaz de propiciar credibilidade ao texto verbal e autenticar o testemunho do telespectador. E assim, a televisão, ao longo de mais de seis décadas de desenvolvimento no país, assumiu a condição inequívoca de ‘dar a ver’ o mundo. (SCIREA, 2016, p.22).

Na continuidade, a imagem passou a se ressignificar e ressignificar também, as suas funções. Sua forma multissensorial em relação aos sentidos e sua capacidade de entendimento universal foram características determinantes para que o gênero do telejornalismo suplantasse a comunicação impressa e a mensagem radiofônica, não apenas pela utilização da iconicidade como linguagem básica, mas também pela possibilidade de desenvolvimento de recursos visuais que complementam as narrações dos fatos. Para Paternostro (2006), é essencial que no telejornalismo, a imagem caminhe junto da palavra. Entretanto, é comum que haja casos de redundância, paralelismo ou distanciamento quanto se trata da disposição das imagens e da configuração verbal, delimitando uma incompatibilidade de recursos.

Hoje, no período que sucede a evolução das técnicas fotográficas, o avanço da indústria cinematográfica e a democratização do acesso à televisão, a imagem adquire o papel de principal aliada do jornalismo porque, conforme Rezende (2000, p.39) caracteriza-se como a “reprodução análoga do mundo concreto” e garante a si o poder de enriquecer as narrativas noticiosas quando empreendidas junto aos recursos enunciativos linguísticos, como citados anteriormente, e os sonoros, os quais serão abordados na próxima seção.

2.1.3 O som

Além da composição das imagens e dos textos, há ainda, outro elemento essencial que constitui um produto audiovisual. O som, que contribui significativamente para a construção dos sentidos, é o elo mediador entre o invisível e o material. É através da narrativa sonora que as imagens ganham significado. Seja ela composta por vozes, ruídos, música ou até mesmo o silêncio.

Segundo Rezende (2000), a audição processa a operação perceptiva com mais rapidez se comparada a visão, predominante em um aspecto temporal. Entretanto, o som não se sobrepõe aos outros elementos que compõem o audiovisual, porque ambos possuem distintas funções e percepções que suscitam, em conjunto, significados.

Assim, quando todos esses elementos se articulam na construção de um produto, eles desenvolvem ações capazes de gerar sentido. Por muito tempo, o rádio foi um significativo

meio de comunicação, assim como a fotografia. Para que o ouvinte pudesse construir as imagens em sua mente, sempre foi necessário o emprego das palavras de forma instantânea e sensorial. Assim:

[...] a construção textual no audiovisual é um trabalho coletivo em que oralidade e imagem fundem-se na linguagem audiovisual. Pelo próprio imbricamento entre texto verbal e texto visual, significante e significado atrelam-se causando efeitos de sentido com um nível relevante de argumentatividade. (BARTHES 1992 apud SILVA, 2020, p.20).

Portanto, para compreender os processos que envolvem a produção e apresentação de um produto audiovisual, é necessário pensar nos recursos sonoros como reveladores de sentidos, que muitas vezes, podem gerar contextualizações sozinhos, mesmo sem a presença de recursos textuais e imagéticos. É através da escuta que surge a possibilidade de um sentido, mesmo que ela ocorra de forma inconsciente na mente do ouvinte ou, no caso, do telespectador.

De maneira conjunta e assim como a informação, esses elementos que constituem o audiovisual passaram e ainda passam por constantes transformações, principalmente devido à popularização dos cibermeios, à evolução das técnicas de produção, e ao aperfeiçoamento dos aparelhos portáteis, especialmente os *smartphones*. Para Castells (1999 apud SILVA, 2020, p.27): “[...] as novas tecnologias da informação explodiram em todos os tipos de aplicações e usos que, por sua vez, produziram inovação tecnológica, acelerando a velocidade e ampliando o escopo das transformações tecnológicas, bem como diversificando suas fontes”. O audiovisual também segue evoluindo regularmente. Este processo é influenciado diretamente por áreas que estão correlacionadas como, por exemplo, a fotografia, que obteve papel de destaque no jornalismo porque em algum período da história foi o único instrumento disponível capaz de retratar os fatos e expor a realidade, a indústria cinematográfica - que modificou a maneira de criar conteúdos e introduziu a linguagem audiovisual no campo da comunicação - e posteriormente, a televisão, que possibilitou um novo formato de disseminar a informação.

Se em determinado momento da história da comunicação, a fotografia e o rádio foram ferramentas significativas para obter o acesso à informação, hoje, nota-se uma mudança nas tendências comportamentais da população. Castells (2007 apud SILVA, 2020, p.34) afirma que “[...] o novo sistema de comunicação transforma radicalmente o espaço e o tempo, as dimensões fundamentais da vida humana”. Pressupõe-se que vivenciar a era da comunicação visual modificou os principais costumes da comunidade e introduziu novos comportamentos no cotidiano de quem busca estar sempre bem informado. A produção audiovisual tornou-se uma ferramenta de auxílio estratégico aos outros meios de comunicação. Como exemplo, *podcasts*

e programações radiofônicas já disponibilizam as gravações dos episódios para serem transmitidos em plataformas audiovisuais, possibilitando que o espectador acompanhe as produções via filmagem. No âmbito da comunicação impressa, os elementos não são diferentes. Muitos produtos são planejados e escritos de forma que se possa adaptá-los para plataformas digitais e transformá-los em produções visuais. De fato, a evolução das potencialidades tecnológicas permitiu que o jornalismo audiovisual conquistasse seu espaço na comunicação, viabilizando maior alcance de informação e melhor compreensão da realidade através dos seus elementos.

2.1.4 Unidades comunicacionais telejornalísticas e formatos televisivos

A plataforma televisiva e os discursos jornalísticos produzidos para ali serem transmitidos dispõem, através do empreendimento de materiais icônicos e sonoros, estratégias singulares capazes de auxiliar o telespectador na melhor compreensão dos fatos. O emprego desses materiais varia de acordo com os temas pautados, mas, conforme Rezende (2000), isolados ou integrantes de um conjunto, são eles que constituem os formatos jornalísticos na televisão. Neste trabalho, aplica-se a esses empreendimentos formados pela iconicidade e pela sonoridade, a denominação de *unidades comunicacionais telejornalísticas*.

Em cada formato jornalístico, estas unidades colaboram intencionalmente para diferenciá-los e identificá-los. Portanto, cabe aqui, a importância de abordar o conceito de cada um desses componentes, que, posteriormente, serão utilizados como um dos critérios de análise do *corpus* desta pesquisa.

Por *cabeça de matéria*, popularmente conhecida como *cabeça*, entende-se a ‘abertura de uma notícia’. Segundo Rezende (2000), a cabeça se equivale ao *lead*, onde estão presentes os principais elementos de um fato, lido pelo âncora do telejornal, e funcionando como um gancho para introduzir a notícia e “estimular a atenção do telespectador pelo assunto tratado” (REZENDE, 2000, p.149).

O *off* corresponde a notícia gravada pelo repórter ou apresentador para ser conjugada com as imagens do fato. Dentre os seus principais aspectos, reforça-se a importância de fazer a imagem ‘caminhar’ com o texto (PATERNOSTRO, 2006) devido a marcante presença da iconicidade, componente que caracteriza esta unidade em que há o distanciamento do jornalista.

No *boletim*, mostra-se o repórter, no local do fato, em transmissão ao vivo ou gravada, dirigindo-se à câmera para relatar, concluir ou complementar uma informação (REZENDE, 2000, p. 148).

A *sonora* designa os trechos de entrevistas utilizados durante a construção da reportagem, e têm o objetivo de reforçar todas as informações apresentadas na matéria.

Por fim, a *nota de pé* caracteriza-se como uma unidade apresentada pelo âncora do telejornal ao final de uma matéria. Seu objetivo principal é atualizar, corrigir ou complementar uma informação, finalizando a reportagem sob a forma de um texto curto lido pelo próprio âncora (REZENDE, 2000).

É a partir da união destas unidades que se propõe a definição dos formatos telejornalísticos, oriundos de dois gêneros: o informativo e o opinativo. Tratando da segmentação televisiva, o gênero opinativo é recorrentemente mais utilizado nos canais por assinatura, enquanto o informativo é predominante na televisão aberta. Portanto, cabe aqui desenvolver sobre os formatos informativos, os quais também farão parte da análise.

De acordo com Rezende (2000), ao gênero informativo pertencem cinco formatos, sendo eles: a nota; a notícia; a reportagem; e a entrevista.

A nota caracteriza-se como o relato “mais sintético e objetivo de um fato” (REZENDE, 2000, p.157). Ela pode ser constituída tanto somente pela narração em *off* do âncora, a *nota simples*, quanto pela narração aliada à exibição de imagens, denominada *nota coberta*.

A notícia, segundo Lage (2006), trata-se de um fato inédito. Portanto, são características do formato a intensidade, a atualidade e a proximidade. Em suma, a representação da notícia no aparelho televisivo se dá pela narração em *off* coberta por imagens, somada à ancoragem.

Já a reportagem pode ser considerada um desdobramento da notícia, que amplia os relatos dos acontecimentos. Em sua estrutura completa, constitui-se de cabeça, *off*, boletim, sonoras, e nota pé, mas também pode configurar-se a partir da ausência de uma dessas partes. Quanto ao assunto, pode se tratar de uma facticidade, relativa aos fatos cotidianos; ou um *feature*, referente a assuntos de permanência que não necessitam do atributo da atualidade.

Na televisão, a entrevista pode ser ocasional e ao vivo, ocasional e gravada, documentando notícias e reportagens, produzida ao vivo ou produzida em gravação (LAGE, 2006). No que se difere da reportagem, é que a entrevista utiliza mais a imagem do entrevistado.

2.2 A TELEVISÃO NA HISTÓRIA DO AUDIOVISUAL

Dos caminhos abertos pela própria fotografia, originou-se a imagem cinematográfica. Intitulada de ‘metamorfose’ por Edgar Morin, a passagem definitiva da fotografia para o cinema se consolidou com a definição do termo montagem, que remete à composição orgânica de um material, responsável por influenciar a criação de uma narrativa. Para Morin (1997 apud SOUZA, 2013, p.83), ao unir imagens descontínuas e heterogêneas, a montagem desenvolve uma narração contínua em um tempo novo e fluido. Na linguagem dos estudos audiovisuais, o vocábulo engloba técnicas que abarcam movimentos de câmera, recursos de cenários e iluminação, fusões de imagens, e todos os outros mecanismos que possibilitam a geração de um sentido narrativo ao produto em questão.

É a partir do conceito de imagem-movimento, que Deleuze (2009 apud SOUZA, 2013, p.84) conjuga as duas faces existentes na imagem do cinema. Uma que se relaciona às variações de enquadramento de um mesmo objeto através da câmera e a outra que revela as intencionalidades do cinegrafista expressas pela montagem. Sendo essa última, um elemento que permitiu ao cinema, segundo o autor, a criação de duas metamorfoses: a do espaço e do tempo.

A metamorfose do tempo cinematográfico se constituiu quando o próprio cinema possibilitou a criação de um “tempo falsificado” nas narrativas, segundo Morin (1997 apud SOUZA 2013, p.84). Instituiu-se um tempo móvel que, diferentemente do cronológico real, é construído através da montagem, que pode avançá-lo, retrocedê-lo ou pará-lo em ritmos e velocidades diferenciados. Neste viés, as ligações entre os planos existentes na montagem são responsáveis por dar continuidade entre as ações e garantir a sincronicidade do tempo narrativo.

A segunda mutação deliberada pelo cinema é o espaço. Se antes a fotografia já havia avistado lugares nunca observados pelo olhar humano, a câmera cinematográfica se caracteriza principalmente pela possibilidade da simultaneidade, porque produz imagens através dos mais variados ângulos e planos. É ela que permite a narração dos fatos. Segundo Aumont (1993 apud SOUZA, 2013, p.84) a imagem cinematográfica surgiu como “radicalmente nova”, por estar sempre em movimento e levar o olhar dos indivíduos a experimentarem, através da tela, um novo lugar. Dessa forma, a imagem móvel, ubíqua e fluída preencheu as telas de exibição compartilhadas pelo público e deu origem às narrativas cinematográficas, representações audiovisuais dotadas de sentido.

Aliados à narrativa, o tempo móvel e o espaço influenciaram diretamente na criação da tecnologia televisiva com a descoberta do selênio em 1817 pelo médico, químico e professor sueco Jöns Jacob Berzelius. A partir desse momento, e entre diversas tentativas exploradas por estudiosos europeus, foi no entrecruzamento do feixe de elétrons, que a televisão inseriu-se na vida privada contemporânea e ocupou aos poucos, um espaço importante no ambiente doméstico. A nova opção de linguagem audiovisual permitiu que a experiência do lazer, antes compartilhada nas telas do cinema, se tornasse individualizada, instituindo a lógica do fluxo de sons e imagens como fontes de entretenimento e informação dentro dos seus próprios lares, com a possibilidade de seleção de conteúdos por parte do telespectador. Se em determinado momento da história da comunicação, o cinema materializou a existência do tempo móvel e do espaço ubíquo, a televisão surge como um elemento potencializador da instantaneidade e da simultaneidade. Através de traços tão bem definidos, o imediatismo proporcionado pelo meio de comunicação em questão, surgiu reafirmando a posição de importância tomada pelo sistema televisivo, que permitiu a transmissão do desenrolar dos acontecimentos no mundo inteiro com mínimas diferenças temporais, sob a ótica da prontidão de informações.

Assim, a televisão até hoje caracteriza-se como um meio de comunicação de massa multiforme, capaz de reunir diversos gêneros e transmiti-los na mesma grade de programação. De eventos de entretenimento como telenovelas, programas educacionais, musicais, esportivos e exibições seriadas aos diferentes caracteres jornalísticos, segundo Santos Zunzunegui (1998, apud SOUZA, 2013, p.89) a televisão cumpre a sua função social de levar ao público as multiplicidades do discurso comunicativo, mantendo a publicidade como um “cimento unificador”, responsável por assegurar o fluxo das emissões televisivas.

Assim como o cinema, é possível observar dois elementos televisivos capazes de constituir as narrativas audiovisuais emitidas: a imagem e o som. No entanto, em contraponto a obras cinematográficas, na televisão as imagens e o texto se desprendem do viés da montagem e se complementam, porque dependem um do outro na medida em que a narrativa toma forma, seguindo a lógica do *storytelling*². Com o objetivo de entregar uma comunicação efetiva e linear ao telespectador, essa modalidade, de narrar acontecimentos, originária dos contos literários e transmitida de geração em geração, tem como premissa principal interagir com o público, envolvendo-o na história e podendo adaptar-se tanto para a televisão quanto para os dispositivos digitais móveis.

² De acordo com Cunha e Mantello (2014, p.58), o *storytelling* pode ser considerada uma técnica de narração de fatos, que enfatiza a recriação de cenas e personagens e desperta sensações no leitor de notícias, para que o mesmo se identifique com o texto e o aprecie como se fosse um relato literário ou poético.

É através da sua capacidade ubíqua e essencialmente realística, que a televisão torna-se um dos meios mais eficazes para contribuir com a disseminação dos fatos. Tendo o princípio universal do jornalismo como função social - o de levar a verdade e o debate à esfera pública - a notícia na televisão é empreendida de articulações de elementos, rotinas, e habilidades para que os fatos sejam apurados e cheguem à vida dos telespectadores de forma clara, precisa e imparcial. O alcance massivo deste meio de comunicação torna-o um fator midiático decisivo, haja vista que oferece a possibilidade não apenas de divulgar acontecimentos, como também de levar conhecimento à população, auxiliando no desenvolvimento da sua percepção crítica e contribuindo para a formação de cidadãos bem informados, capazes de participar ativamente de decisões populares.

Portanto, cabe ressaltar que o jornalismo audiovisual radiodifundido assume perante a sociedade, um papel de mediação entre a realidade do mundo e o telespectador que o acompanha. De fato, a televisão detém uma maneira própria de transmitir a informação através de suas características de combinação entre som e imagem (CURADO, 2002, p.19), e é a complementaridade desse discurso, somado a combinação de elementos gráficos e a utilização de uma linguagem clara e objetiva que garantem, em conjunto, a otimização da função televisiva e a manutenção de uma audiência cativa. Por fim, compreende-se que a sua capacidade de alcance a públicos geograficamente distantes, culturalmente distintos e diferentemente alfabetizados é que determina a importância do seu compromisso social para garantir a difusão dos fatos e a instantaneidade na sua compreensão. Diante do cenário da imposição do telejornalismo na sociedade, faz-se necessário acompanhar estudos sobre o gênero e suas especificidades no território brasileiro, como na seção a seguir.

2.3 RADIODIFUSÃO: UM BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO BRASILEIRO

Sob o comando do empresário e jornalista Assis Chateaubriand, a primeira transmissão televisiva no Brasil ocorreu no dia 18 de setembro de 1950, com a inauguração da PRF- 3 TV Tupi, em São Paulo. Juntamente da telenovela, gênero que consagrou internacionalmente a televisão brasileira, o telejornalismo também ganhou seu espaço pelos estúdios da emissora. O primeiro telejornal, intitulado de Imagens do Dia, foi ao ar um dia depois do lançamento do meio de comunicação no País. Paralelo a narração do locutor Rui Rezende, o programa contava com a apresentação de uma sequência de imagens em fotos, seguindo o viés de uma nota

coberta³, já que, de acordo com Silva (2004), a oralidade mantinha predominância, ainda advinda da radiofonia.

Os anos seguintes marcaram o início de diversas transmissões radiodifundidas. Dentre as programações, o Repórter Esso, que sob forte influência do padrão norte-americano, repetiu o sucesso já obtido na programação radiofônica em território nacional. Uma vez que utilizava os serviços da *United Press International*⁴, agência internacional de notícias, enquanto os outros telejornais extraíam suas informações dos jornais impressos, a apresentação de Gontijo Teodoro adquiriu uma relevante popularidade entre os brasileiros, e o programa se manteve no ar por aproximadamente dezessete anos.

As programações jornalísticas consolidaram-se no país sob domínio radiofônico, considerado até então, o meio de maior popularidade entre os brasileiros. Na contramão dos países que se inspiraram no cinema, os primeiros noticiários televisivos caracterizavam-se pelo foco na oralidade, na formalidade e pouco no entrelaçamento do texto com as imagens, de acordo com Paternostro (2006). Apesar da contratação de profissionais da radiofonia, a agilidade do meio ainda era o fator preferencial da população que desejava estar a par dos acontecimentos. Por isso, o gênero televisivo demorou determinado tempo para encontrar a sua linguagem e estilo próprios.

Foi a chegada do *videotape* - também conhecido como VT - em meados de 1960, que inaugurou uma era de originalidade para o jornalismo de televisão. A preocupação em combinar os recursos visuais com a narrativa dos fatos intensificou-se a ponto de perceber a imagem como elemento de credibilidade, capaz de dar o aval à verdade. A partir de então, o gênero encontrou os formatos que até hoje o configuram. Em 1962, o Jornal da Vanguarda, transmitido pela TV Excelsior, introduziu um modelo diferente das demais programações até então. O telejornal contava com a participação de apresentadores e comentaristas do veículo impresso que, em conjunto, atuavam com o intuito de contribuir na formação da opinião pública, ressignificando as relações entre a notícia e o telespectador, segundo Almeida (2018).

A tecnologia de transmissões via satélite em 1969, viabilizou a criação de novas emissoras, dentre elas a Rede Globo, que importou o reconhecido *american way of life*⁵ com a exibição do Jornal Nacional (JN). Transmitido ao vivo para algumas metrópoles brasileiras, o

³ De acordo com o Glossário de Termos Comuns no Jornalismo, produzido pelo Instituto Federal de Santa Catarina, a nota coberta representa uma pequena notícia destinada à informação rápida veiculada via televisão com narração (geralmente do apresentador) e imagens.

⁴ Agência de notícias estadunidense que atua no ramo da informação desde 1907. Disponível em: < <https://www.upi.com/> >.

⁵ Significa, em tradução para o português, **Estilo de Vida Americano**.

rigor no planejamento da programação exigiu o fim de improvisações para que o noticiário se mantivesse "na altura do avanço eletrônico" (REZENDE, 2000). Além do domínio radiofônico, o telejornalismo brasileiro encontra-se enraizado sob uma significativa influência norte-americana, ao realçar a figura central do âncora como representante da linha editorial e manter o cuidado com o fluxo das edições. Das contribuições importadas, as normas de redação se destacaram, pois serviram como "referência principal para as poucas obras que normatizam a prática do telejornalismo brasileiro" (SQUIRRA, 1993 apud REZENDE, 1999, p. 4). É possível perceber os traços nas dinâmicas e nos vocabulários das redações. Termos como *lead*, *off* e *release* são predominantes nas rotinas produtivas jornalísticas e estão sempre presentes em disciplinas da área comunicacional nos cursos superiores de graduação. A cautela com a escolha e edição das imagens, bem como o aprimoramento dos cenários, também caracterizaram um período evidenciado pelo início de valorosos investimentos técnicos no gênero televisivo em questão.

Além das tendências advindas dos padrões internacionais, a figura do âncora recebe, até hoje, um reconhecimento marcante da população. Assim como nos Estados Unidos, no Brasil os apresentadores possuem uma parcela de responsabilidade ao transmitir credibilidade ao público, não apenas através do seu profissionalismo, mas também da sua imagem, que está sempre atrelada à empresa em que atua. Sendo uma das primeiras emissoras a adotar esse modelo influenciado pelas emissoras estadunidenses, a Rede Globo, por exemplo, substituiu na bancada de apresentação do Jornal Nacional os apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin, por William Bonner e Lilian Witte Fibe, em 1996. A fim de viabilizar a veracidade dos fatos de forma incisiva e adquirir a confiança do telespectador, a contratação dos jornalistas que já possuíam renome diante da sociedade deu continuidade ao processo que consolidou o jornalismo televisivo no Brasil.

A popularização dos modelos de informativos televisivos e a incessante busca pela audiência registraram o surgimento de outras emissoras, que também incorporaram os costumes norte-americanos em suas programações. Titulares da Notícia e Telejornal Brasil, respectivamente lançados pela TV Bandeirantes e pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) também ocuparam espaço nas telas das televisões brasileiras. Essas diversificações programáticas, juntamente das multiplicidades de temáticas transmitidas aprofundaram a relação entre público e a televisão aberta, que passou a ditar comportamentos e padrões de consumo na sociedade que a acompanhava. Este fortalecimento deu origem às diferentes temáticas de programações televisivas, influenciando também, na migração das campanhas

publicitárias da radiofonia para a própria televisão, que rapidamente revelou seu caráter comercial e consagrou-se como um meio necessário para o mercado da publicidade.

Atualmente, o sistema de radiodifusão brasileiro funciona sob controle governamental, segundo informações propriamente fornecidas pelo Ministério das Comunicações, em seu site oficial. Regido pela Constituição promulgada em 1988, ele atua como um serviço público, através de concessões fornecidas pelo Poder Executivo para que possa explorar suas transmissões de programas e campanhas publicitárias. As propostas são feitas pelas próprias emissoras e a avaliação das condições técnicas e financeiras se mantém sob responsabilidade da comissão integradora da pasta pública. No entanto, para concorrer ao programa de concessões, a emissora precisa respeitar algumas regras do Código Brasileiro de Telecomunicações, como ter, no mínimo, 70% do seu capital nas mãos de acionistas brasileiros e transmitir em sua grade pelo menos 5% de notícias e cinco horas de programas educativos. O vencedor adquire o direito de explorar um canal por tempo determinado, e ao final do período passa por um novo parecer, contando também com a aprovação do Congresso Nacional e com a sanção do Presidente da República.

Contudo, apesar da dinâmica atual, a organização nem sempre funcionou nesse formato. No período marcado pelo regime militar (1964-1985), segundo Almeida (2018, p.92):

Os incentivos e concessões a importações de materiais e equipamentos levaram as emissoras à consolidação e ao alcance da preferência entre o público. Em contrapartida, a TV se viu cada vez mais dependente das medidas governamentais, tendo como moeda de troca o apoio a diversos governantes.

A proximidade entre comunicação de massa e política na época reforçou questionamentos quanto à credibilidade do jornalismo televisivo, que ao realizar a promoção de figuras políticas e seus feitos, não cumpria com a sua função social de garantir a pluralidade de ideais e a imparcialidade, seguindo na contramão dos princípios de um estado democrático.

Com o processo de redemocratização do país, o telejornalismo adquiriu uma capacidade discursiva de manifesto em nome da opinião pública. Estendendo-se no tempo e no espaço dos domicílios brasileiros, o gênero abarca todos os conceitos até aqui estudados e articula os elementos de composição audiovisual para assumir sua posição de liderança frente à audiência, e trazer ao público uma informação dotada de concepções sociais. Nas informalidades do cotidiano, a mediação entre repórter e sociedade consolidou o formato informativo como essencial para a manutenção da democracia e da liberdade de imprensa.

Assim, entende-se os motivos de a história do jornalismo estar diretamente vinculada à evolução dos aparatos tecnológicos e às constantes transformações sociais. No caso do telejornalismo, o desenvolvimento das técnicas de produção, o surgimento do *videotape* e a invenção da transmissão via satélite contribuíram significativamente para a difusão de informações com maior qualidade e facilidade. Entretanto, nos últimos anos, um elemento decisivo corroborou intensamente para o aprimoramento das práticas jornalísticas. O desenvolvimento da internet, ainda na década de 1960, materializou a instantaneidade da informação e introduziu na nova era, uma onda de acessos e compartilhamentos dos fatos que, de acordo com Almeida (2018) “envolve o amplo uso de computadores e de internet nos processos de armazenagem e distribuição de informações”. Com um modelo descentralizador, as novas possibilidades e potencialidades oferecidas pelo ciberespaço e a materialização do virtual, um novo cenário no consumo da comunicação conquistou lugar no jornalismo, dando preferência para o conteúdo *on demand*, ou então sob demanda, que possibilita o acesso aos conteúdos por parte do telespectador a qualquer momento do seu dia. A tendência modificou o modelo tradicional de produção de notícias, antes centralizado e produzido no sistema de um para todos, e privilegiou as demandas da sociedade, instituindo uma nova forma de repensar a distribuição da informação através de diferentes plataformas, inclusive para o jornalismo audiovisualmente radiodifundido.

Como forma de adaptação, os telejornais buscam cada vez mais, transformar e flexibilizar o seu formato de distribuição de notícias e demais conteúdos. A passagem do sistema analógico para o digital foi um processo concomitante à migração dos programas de televisão aberta para plataformas digitais e sistemas de streaming. Emissoras consolidadas, tanto da televisão aberta como por assinatura, já disponibilizam seus próprios serviços de transmissão sob demanda, seja em sistemas próprios de streaming, seja em plataformas de vídeo, como é o caso do YouTube, recurso escolhido para a análise do trabalho.

Além das emissoras nativas da radiodifusão que produzem conteúdos para o ciberespaço, há também, a distribuição de produtos informativos autóctones via plataformas. São canais que produzem a informação para a plataforma em voga -reforçando que no caso deste trabalho é o YouTube- explorando suas potencialidades e adaptando seus formatos com base nos outros já preexistentes. Esse debate pode ser acompanhado na seção a seguir.

3 JORNALISMO AUDIOVISUAL NO CIBERESPAÇO

Este capítulo discorre sobre as novas formas e práticas jornalísticas presentes no ciberespaço, a adaptação das narrativas audiovisuais e as potencialidades oferecidas pelo YouTube, plataforma escolhida para a análise. Há também, um breve resgate de grupos de mídia que produzem esse tipo de conteúdo na plataforma. São utilizados conceitos e definições atribuídas por Palácios *et al.* (2002) e Nogueira (2005).

3.1 A INFORMAÇÃO VIRTUAL

O período antecedente à popularização do jornalismo produzido no ciberespaço é caracterizado pela forte demarcação das funções de cada veículo de comunicação. Jornais eram vendidos em bancas, novelas eram produzidas para serem exibidas na televisão e livros para serem vendidos fisicamente em livrarias (CAMOCARDI; FLORY, 2003 apud SILVA, 2020, p. 29). Com a democratização do acesso à internet e, conseqüentemente, a instituição de um novo padrão de comportamento social, econômico e cultural, o cenário de consumo de informação foi formatado, aos poucos, para atender às necessidades de um público segmentado, que prima pela adaptação das informações, de acordo com o seu próprio meio de comunicação. Assim, como efeito dessa reformulação sistemática, a evolução das potencialidades tecnológicas originou o fenômeno da convergência midiática, que pode ser entendida como:

[...] mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Algumas das ideias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de várias plataformas de mídia, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias, e o comportamento migratório da audiência, que vai a quase qualquer lugar em busca das experiências [...] que deseja. (JENKINS, 2009, p. 385-386).

Estas transformações, aliadas à multiplicação das usabilidades digitais, fizeram emergir no ciberespaço uma contínua exploração das suas plataformas, objetivando produzir e disseminar conteúdos informativos e instituindo uma nova lógica da narrativa jornalística, que passou a utilizar da não linearidade como elemento norteador da estruturação noticiosa. O advento da não linearidade pode ser definido como a possibilidade de leitura e consumo por parte do próprio internauta (MOREIRA, 2021, p.56), determinada pela própria segmentação do conteúdo. De acordo com Nogueira (2005), esta disposição de conteúdos caracteriza-se como

um *Mosaico Digital de Notícias*, capaz de possibilitar a navegação do usuário pelo conteúdo que desejar. No jornalismo audiovisual disseminado via plataforma, o material em vídeo segue uma narrativa linear, mas a sua estruturação no *site* em que está inserido, não. Neste contexto, cabe ao espectador ‘montar o seu próprio telejornal’ ao determinar a escolha dos materiais que deseja visualizar.

Assim, se em tempos de uma comunicação majoritariamente analógica, a informação era difundida em uma forma um para todos, no âmbito dos cibermeios, a quebra dos padrões até então instituídos merece uma atenção especial. Com os impactos sociais causados por essa fusão de modelo disseminador, tem-se a formação de um novo ecossistema midiático, que soma o digital ao analógico e estabelece o modo de difusão todos-todos. Esta reestruturação dos produtos noticiosos proporcionou mudanças tanto nas produções e rotinas jornalísticas, como na própria circulação de notícias, que passou a ser definida como personalizada e multidirecional, reforçando o viés de uma comunicação convergente, produzida como uma experiência influenciada pelas demandas da inovação, do imediatismo e da adaptabilidade.

Portanto, nesse cenário que passou a ser caracterizado por novas tendências de consumo de informação, e pelo hibridismo fornecido pela ascensão das plataformas de compartilhamento de conteúdo, a convergência proporcionou ao jornalismo, a incorporação de técnicas de produção informativa e novas possibilidades de distribuição de informação.

3.1.1 A narrativa audiovisual

Conforme citado anteriormente, as mudanças tecnológicas que emergiram na sociedade ocasionaram uma série de transformações no setor da comunicação. Nesse contexto, a televisão, que sempre privilegiou o modelo unilateral de um para todos, passou a adaptar suas práticas e rotinas produtivas para também poder se inserir no meio *online*. Algumas das principais emissoras brasileiras de canais abertos, por exemplo, passaram a disponibilizar suas produções radiodifundidas no ciberespaço, tanto em sites próprios como em canais de plataformas de vídeos. Entretanto, nestes casos, a internet é apenas utilizada como uma maneira dialógica de mediação entre o público e as emissoras, porque os conteúdos produzidos de forma realmente adaptada para as plataformas ainda se configuram de maneira mínima.

Conforme Nogueira (2005), existem três fases que compõem o fenômeno da produção audiovisual jornalística no ciberespaço. A primeira corresponde à fase contemplativa, que

garante a presença de empresas de comunicação no domínio cibernético, mas não exploram os recursos da multimídia (NOGUEIRA, 2005, p.54). Este é o caso das emissoras que ainda não produzem conteúdos propriamente adaptados para o meio, porque majoritariamente investem na transposição dos conteúdos tal qual são audiovisualmente radiodifundidos pelo sistema televisivo.

A segunda fase denominada de participativa, “promove um maior envolvimento dos usuários” (NOGUEIRA, 2005, p.54). Além de permitir a interação da empresa com o público por meio das ferramentas disponibilizadas pelo próprio ambiente digital, a fase oferece maior dinamização de conteúdos. No contexto, alguns telejornais audiovisualmente radiodifundidos já fazem o uso de imagens amadoras enviadas por espectadores e acatam sugestões de pautas e temáticas que lhe são fornecidos.

E por fim, a última fase corresponde à construtiva, que, além de possuir todas as características das fases anteriores, permite que “o usuário monte seu próprio noticiário audiovisual através de ferramentas específicas” (NOGUEIRA, 2005, p.54). Esta fase remete às empresas de comunicação que se baseiam no princípio da convergência midiática para a elaboração de conteúdos próprios para a *web*, reconhecendo o ambiente digital não como um concorrente dos outros meios, mas sim um aliado da distribuição de produtos informativos. Logo, as plataformas do universo virtual e as criações que ali surgem, estão livres para constituir um percurso narrativo inédito através das possibilidades oferecidas pelo meio.

Diante das múltiplas opções de construção narrativa que surgem com o advento dessas produções audiovisuais autóctones do ciberespaço, cabe aqui ressaltar a característica da memória como um dos diferenciais dessas produções, se comparadas a radiodifusão.

Segundo Palácios *et al.* (2002) a capacidade de memória aponta para o acúmulo de informações, que possui maior viabilidade no jornalismo online devido às suas condições técnicas e econômicas. Este atributo se relaciona tanto com o tamanho da informação quanto com a maior disponibilização de conteúdos sobre acontecimentos anteriores. Assim, entende-se a viabilidade da memória como a possibilidade de acesso a qualquer momento que o espectador desejar.

A união dessas especificidades citadas acima fez com que o YouTube, plataforma exclusiva de compartilhamento de produtos audiovisuais, se tornasse um meio significativo de veiculação de materiais jornalísticos, tanto por parte de jornalistas independentes como por conglomerados de mídia. Portanto, dado o exposto da teoria sobre o princípio da convergência midiática a instituição das novas práticas devido ao desenvolvimento tecnológico, parte-se para

um breve relato sobre a própria plataforma e o canal da BBC News Brasil, *corpus* utilizado para compor a análise deste trabalho.

3.1.2 O YouTube

O YouTube foi lançado oficialmente em 2005, inicialmente como uma plataforma de veiculação de vídeos domésticos. Em 2008, dois anos após ter sido adquirido pelo domínio do Google, já hospedava aproximadamente 85 milhões de vídeos, segundo Burgess e Green (2009 apud LOBO 2020, p.26-27).

No princípio de tudo, os vídeos eram produzidos por usuários, em sua maioria, amadores. Com o passar do tempo, profissionais como jornalistas e produtores de conteúdo iniciaram sua busca pela plataforma, a fim de encontrar um novo espaço com maior liberdade de execução de materiais e contato direto com o público. Hoje, os usuários variam entre amadores, instituições, empresas e conglomerados midiáticos.

Entretanto, apesar da distribuição de conteúdos convencionais dos grupos tradicionais de mídia, para Burgess e Green (2009), o site representa uma ruptura com os modelos de mídia existentes e surge como um novo modelo do poder midiático. “Ele tem recebido muita atenção da imprensa e agora faz parte, mesmo que aceito de maneira relutante, do cenário da mídia de massa” (BURGESS; GREEN, 2009 apud LOBO, 2020, p.27). Seu potencial de difusão alternativa e sua aparência de rede social que abrange o conceito de cultura participativa, contribuem para a popularidade da plataforma entre os mais diferentes públicos. Além da possibilidade de interação entre os usuários e os produtos, alguns autores complementam a discussão sobre a plataforma com pontuações sobre o sucesso comercial do site, adotado por muitas empresas e instituições digitais:

O Facebook, o Twitter, o Google e o YouTube, por exemplo, não são produtores de conteúdo, contudo, são plataformas de busca e distribuição e atualmente concentram grande parte da atenção dos usuários e das verbas publicitárias de todo o planeta. A atenção concentra-se nas plataformas de distribuição e interação e não mais nas plataformas integradas de produção e distribuição. (CONDE, 2017 apud LOBO, 2020, p. 28)

Além dessas características, a possibilidade de produção e veiculação de materiais de baixo custo pela plataforma, também é um ponto a ser ressaltado. Por ser um site que possui vídeos das mais diversas áreas do conhecimento e contar com uma ampla diversidade de

públicos, o pequeno investimento muitas vezes é um facilitador para o surgimento de mídias independentes e exclusivas do digital.

De acordo com levantamento da pesquisa anual Vídeo Viewers 2018⁶, realizada pelo Google, em quatro anos, o consumo de vídeos na web cresceu 135% no Brasil. É o meio preferido para a visualização de conteúdo audiovisual online e perde apenas para a TV Globo em termos de audiência geral de vídeos. Ademais, a plataforma caracteriza-se como um meio interativo, instantâneo, multimidiático, acessível em qualquer dispositivo móvel ou fixo e com capacidade ilimitada de armazenamento. Estas potencialidades, em suma, são capazes de explicar sua aderência por parte de produtores de conteúdos informativos e empresas de comunicação.

3.2.1 O caso da BBC News Brasil

Como já citado anteriormente, no Brasil, as grandes emissoras de televisão aberta ainda investem pouco na produção convergente de conteúdos para a *web*. Por outro lado, existem portais de informação que se apropriaram do YouTube para produzir materiais informativos. Dentre eles, destaca-se a Folha, o Estadão e o UOL, sendo este último um dos mais antigos na categoria. Também existem iniciativas independentes, como a Agência Brasil e o Nexo Jornal, além de organizações educacionais e empresariais. Já entre alguns dos canais de jornalismo audiovisualmente radiodifundidos de assinatura com exploração de programações para o universo digital, encontram-se a *Cable News Network Brasil* (CNN), a *Entertainment and Sports Programming Network* (ESPN) e a *British Broadcasting Corporation Brasil* (BBC News), com ênfase nesta última, que no País está exclusivamente presente no meio *online*, e por este motivo constituirá o objeto de análise do presente trabalho.

Reconhecida internacionalmente pela sua tradição na área de produção de conteúdo, especialmente o jornalístico, a BBC é uma empresa que presta serviços de notícias para rádio, TV e internet. Fundado em 1922, o conglomerado midiático é considerado desde então, a joia da coroa da mídia britânica.

De acordo com Leal Filho (1997 apud LOBO, 2020, p.23), o início das operações da BBC foi marcado pelas transmissões radiofônicas. Em 1932, surgiram as transmissões

⁶ Disponível em <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>>

televisivas em caráter experimental, e hoje, a expansão digital é prioridade para a empresa de mídia.

No território brasileiro, a redação da BBC foi inaugurada em setembro de 2006, em São Paulo, instituindo uma equipe de jornalistas responsáveis por complementar o noticiário produzido em Londres. Na contramão de emissoras já estabelecidas nacionalmente e visando evitar a concorrência com os grandes nomes brasileiros, a BBC Brasil optou por investir na produção, especialmente de reportagens sobre os assuntos mais pautados pela imprensa. Com o novo cenário de mídia caracterizado pelo advento das interseccionalidades digitais, o grupo é reconhecido pelo seu forte posicionamento em diferentes plataformas, objetivando engajar um público mais jovem e informar por meio de novas abordagens, oferecidas por estes espaços.

A BBC News Brasil possui um site próprio, destinado à publicação dos materiais noticiosos, mas também conta com canal no YouTube e páginas no Instagram e no Twitter, atuando de forma convergente em cada plataforma, e produzindo conteúdos adaptados de acordo com cada cenário.

No YouTube, a presença da BBC é significativa. Atualmente são mais de três milhões de inscritos e mais de seis mil vídeos, distribuídos em editorias que tratam de temas como política, segurança, ciência, curiosidades gerais e história. Também há uma seção destinada à veiculação de documentários, além de uma playlist que conta com a exposição de um podcast produzido pela empresa, o que, de fato, apresenta-se como um diferencial do grupo se comparado à outras emissoras que não investem potencialmente no cenário do ciberespaço.

Este esquema de produção utilizado pela empresa de mídia, se contrapõe à radiodifusão porque trabalha com uma espécie de reprocessamento das informações. Imagens e informações textuais são, em sua maioria, advindas de agências de notícias ou mesmo de outros portais de comunicação. A equipe também é reduzida, pois, ao contrário da televisão, materiais como estes não primam tanto pela estética do resultado, justamente porque a *internet* oferece a possibilidade da livre produção de conteúdo. Todavia, ao mesmo tempo em que se difere da radiodifusão, quando o assunto tange a sistematização de elementos específicos, estes materiais parecem se inspirar no jornalismo audiovisual de radiodifusão.

Sendo assim, o próximo capítulo traz referências teóricas que, aliadas a esta seção, irão compor a análise do trabalho.

4 JORNALISMO E UBIQUIDADE

A seção a seguir toma por base os conceitos da ubiquidade, instantaneidade e simultaneidade, características instituídas, neste trabalho, na construção das relações espaço-temporais da transmissão radiodifundida dos acontecimentos. Além disso, o capítulo também configura e situa essas características no cenário demarcado pela distribuição da notícia no ciberespaço, utilizando pressupostos teóricos abordados por Jost (2015), Leite (2008), Meditsch (2001), Rossini (2015), Santaella (2008) e Thompson (2002).

4.1 A UBIQUIDADE DO AUDIOVISUAL

Ao longo dos anos, o cenário marcado pela disposição de interseccionalidades digitais e pelas constantes transformações ocasionadas por esse sistema de convergência, influenciou diretamente nas rotinas e práticas jornalísticas e na forma com que o jornalismo se relaciona com a temporalidade e com o espaço. O desenvolvimento técnico dos aparatos de comunicação, especialmente os *mass media*, possibilitou que os fatos fossem noticiados e transmitidos de forma cada vez mais instantânea e simultânea, diminuindo, gradativamente, a lacuna de tempo existente entre o acontecimento e sua divulgação e permitindo a lógica de uma informação que se faz presente em qualquer local. Portanto, cabe a esta seção, adentrar no conceito da ubiquidade e seus princípios, para assim, compreender como estes convergem com as práticas jornalísticas, especialmente, as audiovisuais.

O termo *ubique*, proveniente do latim, significa por toda a parte. No domínio da informática, "ubiquidade designa a capacidade de diversos sistemas em partilhar uma mesma informação" (LEITE, 2008, p.106). Na área da comunicação, a terminologia não foge ao conceito-matriz, e o fenômeno ubíquo têm marcado presença nas diferentes fases históricas que compõem a linha do tempo do jornalismo -mesmo que implicitamente- desde os primórdios das transmissões radiofônicas.

De acordo com Santaella (2008 apud SCIREA, 2016, p.47), compreende-se o desenvolvimento das tecnologias comunicacionais em cinco gerações. A primeira é a eletromecânica (foto, telégrafo, jornal e cinema). A segunda, eletro-eletrônica, do rádio e da televisão. A terceira, a da cultura das mídias (TV a cabo, fax, 46 xerox, videocassete e walkman). A quarta diz respeito às redes tele-informáticas (cibercultura e dos computadores). E a quinta e última geração, a da comunicação móvel (celulares, smartphones, notebooks, e

outros aparelhos portáteis). Para aprofundar os estudos da ubiquidade no jornalismo, parte-se da segunda geração, que já insinuava uma forte relação com a atualidade e a temporalidade.

Segundo Thompson (2002):

Em períodos históricos mais antigos a experiência da simultaneidade - isto é, de eventos que ocorrem "ao mesmo tempo" - pressupunha uma localização específica onde os eventos simultâneos podiam ser experimentados. Simultaneidade pressupunha localidade: "o mesmo tempo" exigia "o mesmo lugar". (THOMPSON, 2002, p. 36-37)

Com a estruturação da radiofonia e o posterior desenvolvimento da cobertura jornalística radiodifundida, três situações características passaram a se envolver no desenrolar das transmissões, segundo Meditsch (2001). Sendo elas: o tempo do evento; o tempo do ouvinte; e o tempo do produtor da informação. Conforme o autor, a relação de simultaneidade existente entre estes três elementos, possibilitou a ideia de superação do tempo, até então implícita no periodismo em que se projetavam as transmissões (MEDITSCH, 2001, p.209). Nesse sentido, a simultaneidade, implantou no jornalismo “a possibilidade de eliminar o intervalo que separa o acontecimento de sua divulgação pela mídia” (REZENDE, 2000, p.70), porque, dentro das suas limitações técnicas, permitiu abolir a barreira do tempo e transmitir a informação em tempo real ou em um tempo muito curto após o acontecimento dos fatos, evidenciando também, a lógica da instantaneidade. De acordo com Thompson (2002), também se tornou possível experimentar eventos simultâneos, apesar de acontecerem em lugares distintos, fazendo emergir um sentido de *agora* não mais ligado a um determinado lugar. A ideia de simultaneidade atrelada ao imediatismo, cada vez mais presentes nas transmissões radiofônicas - principalmente no ao vivo - deu início a um processo de reestruturação das relações espaço-temporais que hoje configuram o jornalismo.

Entretanto, a noção de simultaneidade não se restringiu somente ao rádio. Com o surgimento do telejornalismo e o desenvolvimento técnico dos meios relacionados à televisão, além da perpetuação da instantaneidade, o gênero instaurou no âmbito da distribuição de informação, a ubiquidade.

Caracterizada pelo meio *broadcast*⁷ e operando na lógica de transmissão multimodal, a televisão garantiu o privilégio de mostrar o mundo em direto, oferecendo aos seus espectadores

⁷ Neste trabalho, toma-se por base o conceito de broadcast representado pela transferência de mensagem audiovisual para os receptores televisivos de forma simultânea. O Ministério das Comunicações, define broadcast como: **transmissão por meio de ondas eletromagnéticas, de áudio (ex.: rádio AM e FM) ou áudio mais vídeo (televisão)** [grifo meu].

uma experiência individualizada e acompanhando-os para espaços onde estiveram ou potencialmente poderiam estar (JOST, 2015). Dentre essas possibilidades, atribuiu-se à ubiquidade a capacidade de percepção do receptor - nesse caso, o telespectador - que passou a obter a sensação de poder ver tudo e de estar em todo lugar, mas sem sair da sua própria casa, estreitando a relação do espaço-tempo com o desenrolar dos fatos. Conforme o passar dos anos, o desenvolvimento de técnicas que possibilitaram as transmissões televisivas ao vivo intensificou o papel da ubiquidade, delineando, de vez, a aproximação do jornalismo com o tempo real e instituindo a lógica ubíqua da notícia audiovisual. A crescente disponibilidade de formas simbólicas mediadas alterou, gradualmente, as maneiras nas quais as pessoas compreendiam o passado e o mundo além de seus contextos sociais, não eliminando a tradição da narração das histórias, mas complementando-a com o poder da imagem e difundindo os produtos midiáticos (THOMPSON, 2002).

Nesse contexto, intermediado pelas relações espaço-temporais entre o acontecimento e suas transmissões, a ampliação do ciberespaço e das produções jornalísticas ali estabelecidas também prospectaram o seu próprio cenário de ubiquidade. Valorizando cada vez mais as potencialidades da instantaneidade e a onipresença dos dispositivos móveis, a mídia passou a voltar seu olhar para as comunidades que surgiram através das redes de conexão sem fio, contribuindo para a sincronidade do espaço virtual e do espaço urbano. De acordo com Rossini (2015), é essa dualidade ubíqua dos conteúdos autóctones que povoam o ciberespaço com imagens amadoras e profissionais, que fazem do audiovisual, uma “experiência marcante da nossa cultura” (ROSSINI, 2015). A observação atenta à expansão das redes de compartilhamento e a noção de uma informação ambiente, proporcionaram o surgimento de “um novo paradigma de interação entre a informação digital acessível em todos os lugares, independente do contexto em que se situam os indivíduos e os objetos comunicantes” (LEITE, 2008, p.106).

Assim como a televisão, que se inseriu na vida privada contemporânea, a informação móvel, segundo Leite (2008) também se reportou e passou a participar dos espaços públicos a partir do momento em que permitiu a interação entre novos canais de comunicação. A informação, cada vez mais pervasiva, adaptou-se ao contexto de mobilidade em que o espectador/leitor está inserido, e a conjuntura formada pelas redes ciberespaciais e pelo próprio espaço público, proporcionaram um vasto potencial de experiências coletivas, sendo elas, no campo da comunicação, as novas formas e práticas jornalísticas que mantém a ubiquidade como princípio norteador para a construção da notícia audiovisual. Este desenvolvimento baseado nas transformações espaço-temporais do jornalismo, criou, portanto, a possibilidade de uma

historicidade mediada, tornando as experiências humanas cada vez mais dependentes do fluxo de informação mediado tanto pela mobilidade quanto pela sensação de ubiquidade, mas sem excluir a instantaneidade e a simultaneidade, que, em conjunto, também contribuem com a construção dos produtos midiáticos audiovisuais.

Feita a exposição teórica sobre as relações espaço-temporais imbricadas no jornalismo e na notícia audiovisual, parte-se agora, para a explicação do desenvolvimento metodológico adotado, bem como o *corpus* a ser analisado nesta pesquisa.

5 METODOLOGIA

Ao centrar os olhares sobre a produção audiovisual jornalística para o ciberespaço, objetiva-se, com esta pesquisa, encontrar indicativos dos modos de produção e veiculação dos fatos que, ao mesmo tempo, inspiram-se e diferem-se da produção audiovisual jornalística radiodifundida. Por isso, verifica-se o método de Análise de Conteúdo (AC) como o mais adequado procedimento metodológico a ser adotado nesse projeto, que pode ser considerado:

[...] conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos na descrição do conteúdo de mensagens visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens. (BARDIN, 1977, p.42)

Enquanto método, a Análise de Conteúdo é organizada, segundo Bardin (1977), em três fases cronológicas: pré-análise; exploração do material; tratamento, inferência e interpretação dos resultados. A pré-análise, “é a fase da organização propriamente dita” (BARDIN, 1977, p.95). De acordo com a autora, a etapa representa o momento de escolha dos documentos, formulação das hipóteses e objetivos, e elaboração de indicadores que fundamentam a interpretação final (BARDIN, 1977).

Visando cumprir os requisitos impostos pelo protocolo da Análise de Conteúdo, a pré-análise da pesquisa debruçou suas buscas por um referencial teórico que contemplasse uma breve introdução às noções de um produto audiovisual e seus elementos de composição, a linha do tempo e atribuições específicas do gênero telejornalístico brasileiro, e, posteriormente, as características da notícia audiovisual no ciberespaço. Enquanto jornalismo audiovisual radiodifundido, o segundo capítulo utilizou como aporte teórico, obras produzidas por jornalistas com uma vasta experiência no jornalismo televisivo.

Por sua vez, a terceira seção procurou investigar os novos formatos da notícia no ciberespaço e atribuiu, ao jornalismo audiovisual presente no ambiente, uma forma de representação jornalística inspirada no telejornalismo radiodifundido, mas com características próprias de produção, devido às possibilidades oferecidas pelo panorama virtual. Quanto aos autores, buscou-se observar obras produzidas por estudiosos da comunicação de universidades brasileiras.

E, por fim, o quarto e último capítulo teórico delimitou, como objetivo, explorar os princípios da ubiquidade, da instantaneidade e da simultaneidade, caracterizados como

elementos componentes das relações espaço-temporais presentes no jornalismo e estritamente relacionados à construção e distribuição das narrativas.

Quanto à constituição do *corpus* da pesquisa - ainda na fase da pré-análise -, foram selecionados quatro vídeos publicados pelo canal do YouTube da BBC News Brasil, que possui uma presença significativa nas plataformas digitais e faz, destas, os principais meios de interação com o seu público no país. Os materiais foram escolhidos em formato de uma semana construída que inicia-se no dia sete de março de 2023 e finaliza-se no dia 31 do mesmo mês. Os vídeos foram respectivamente publicados nos dias 7, 15, 23 e 31 e totalizam 27 minutos e 49 segundos de material completo. A forma de escolha foi determinada para que houvesse a possibilidade de analisar arquivos com diversidade de assuntos, já que as observações também centram os olhares para os formatos jornalísticos. Entretanto, a semana construída da pesquisa é composta de apenas quatro vídeos pelo motivo de não haver regularidade na publicação dos materiais pelo canal, inclusive nos outros meses do ano.

Subsequente à escolha do *corpus* e determinação dos arquivos a serem analisados, a última etapa da pré-análise constituiu-se da definição dos objetivos geral e específicos, sendo, este primeiro, investigar como recursos característicos do jornalismo audiovisual de radiodifusão são apropriados e adaptados para o seu cenário digital de publicação. Sua designação permitiu, posteriormente, propor os objetivos específicos da pesquisa, dentre os quais estão: observar como se dá a utilização dos elementos de composição audiovisual nos produtos analisados, levando em consideração as regras impostas pelo telejornalismo; detectar a inserção de unidades comunicacionais; reconhecer e identificar os formatos que compõem a narrativa audiovisual digital; discorrer sobre os princípios da instantaneidade, simultaneidade e ubiquidade tipicamente praticados na radiodifusão audiovisual.

Na continuação do processo metodológico característico da Análise de Conteúdo, conforme Bardin (1977, p.101), a segunda fase mapeia e explora os materiais selecionados, consistindo “essencialmente de operações de codificação, desconto ou enumeração”. Dessa forma, a fase exploratória consiste na definição e sistematização das categorias de análise, a partir dos estudos e conceitos abordados na reflexão teórica exposta nos capítulos anteriores. De acordo com a autora:

A categorização tem como primeiro objetivo (da mesma maneira que a análise documental) fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos. [...] A análise de conteúdo assenta implicitamente na crença de que a categorização (passagem de dados brutos a dados organizados) não introduz desvios (por excesso ou por recusa) no material, mas que dá a conhecer índices invisíveis, ao nível dos dados brutos. [...] Um bom analista será, talvez, em primeiro lugar, alguém

cuja capacidade de categorizar – e de categorizar em função de um material sempre renovado e de teorias evolutivas – está desenvolvida. (BARDIN, 1977, p. 119).

A primeira categoria prima pela observação dos elementos de composição audiovisual e como eles influenciam na construção da narrativa. Para tanto, a autora adotará indicações a partir do protocolo de análise de imagens em movimento, som e discurso, instituído por Bauer e Gaskell (2002), mas sempre com o foco nas características próprias do âmbito jornalístico estudadas, principalmente, por Paternostro (2006), Curado (2002) e Rezende (2000). A observação das imagens em movimento objetiva analisar a presença de recursos gráficos que podem auxiliar no entendimento da pauta e a utilização da imagem e sua inerência com o texto verbal, conforme indica Paternostro (2006). Em relação à análise de ruídos, a autora procurará discorrer sobre a presença/ausência de trilha sonora externas às matérias. Por último, a análise do discurso verbal tem por objetivo observar se o texto cumpre os requisitos básicos da objetividade e da mensagem simultânea, instituídos como pontos principais para a construção do texto na televisão. Para a decupagem do texto serão transcritos todos os vídeos.

A segunda categoria visa identificar a presença de unidades comunicacionais. Como também já citado na primeira seção, são estas unidades que contribuem com a noção de credibilidade da notícia, entendimento dos fatos e definição do gênero informativo, além de se constituírem como características próprias do telejornalismo. A sistematização utiliza como aporte teórico os estudos aplicados por Rezende (2000), busca reconhecer a existência de *boletins, cabeças, offs, sonoras e notas pé* nas produções exibidas pelo canal da BBC News Brasil e de que forma elas possibilitam contribuir com o desenrolar dos fatos.

Em sequência, a terceira unidade analítica remete à classificação dos formatos informativos. Os fatos são a essência do jornalismo, e, de acordo com Curado (2002), a notícia “revela como determinados fatos se passaram, identifica personagens, localiza geograficamente onde ocorreram ou ainda estão acontecendo, descreve suas circunstâncias, e os situa, num contexto histórico para dar-lhes perspectiva da noção da sua amplitude e seus significados”. Segundo a autora, a importância da notícia é julgada de acordo com a sua abrangência. Este seria o critério mais utilizado no jornalismo de televisão: cada telejornal está de olho em um público, entidade abstrata e desejada que ajuda a descrever o programa (CURADO, 2002). Assim, o jornalismo televisivo admite características próprias para constituição dos seus formatos. Para tanto, serão utilizadas noções de nota, entrevista, notícia e reportagem, instituídas por Rezende (2000) e Lage (2006).

Por fim, a quarta categoria delimitada para análise dos materiais compete às relações espaço-temporais do audiovisual. Como abordado no referencial teórico, o jornalismo atribui a

si, as características da instantaneidade e da simultaneidade. Com o passar do tempo e das constantes evoluções que permeiam o âmbito da comunicação, surgiu também a ubiquidade, um fator significativamente presente em transmissões ao vivo e, possivelmente, potencializado em imagens produzidas por/para dispositivos móveis e disponibilizadas na *web*. Partindo do pressuposto instituído por esses aspectos, a observação desta unidade busca lançar seu olhar sobre a presença de imagens nas notícias produzidas e seus efeitos de sentido relacionados à sensação de ubiquidade, à simultaneidade e à instantaneidade da informação, investigando a origem e os desdobramentos das pautas a partir dos assuntos mais noticiados na mesma semana de publicação do vídeo.

Abaixo, há um quadro exemplar da tabela a ser utilizada para a realização da análise.

Quadro 1 – Tabela de análise

Elementos de composição audiovisual				
Som		Imagem		Texto verbal
Presença de unidades comunicacionais				
Cabeça	Off	Boletim	Sonora	Nota pé
Formato de tratamento da informação				
Nota	Notícia	Reportagem	Entrevista	
Relações espaço-temporais de transmissão/ publicação				
Instantaneidade		Simultaneidade		Ubiquidade

Fonte: elaborado pela autora

Realizada a delimitação teórica e sistematizadas as categorias analíticas, a pesquisa chegará à terceira etapa da Análise de Conteúdo, que, segundo Bardin (1977) representa o tratamento, inferência e interpretação dos resultados. De acordo com a autora, “os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos” (BARDIN, 1977, p.101). Dessa forma, a obtenção dos dados resultantes das observações empíricas realizadas objetiva possibilitar ao analista, a sintetização de todas as informações reunidas durante o processo de investigação e fragmentação dos materiais, propondo, assim, suas inferências e interpretações relacionadas aos objetivos propostos inicialmente (BARDIN, 1977).

O próximo capítulo é dedicado à análise.

6 ANÁLISE

Esta seção tem como objetivo discorrer sobre a decupagem do *corpus* da pesquisa realizada pelo método da Análise de Conteúdo. As quatro subseções referem-se às informações extraídas dos quatro vídeos observados individualmente, e cada uma está intitulada com o mesmo título dos vídeos: a seção 6.1 corresponde ao material publicado no dia 07 de Março, e sua pauta está relacionada com a inauguração do megapresídio de El Salvador; a seção 6.2 corresponde ao material publicado no dia 15 de Março e possui como tema o surgimento do dinheiro; a seção 6.3 abrange o vídeo publicado no dia 23 do mesmo mês e trata da tensão política entre China e Estados Unidos e a visita do Presidente do Brasil à esses países; e a seção 6.4 contempla a análise do vídeo publicado no dia 31 de Março e tem como pauta os protestos na França.

Por fim, a quinta e última subseção deste capítulo apresenta uma síntese dos resultados extraídos em conjunto.

6.1 O MEGAPRESÍDIO DA POLÍTICA DE 'GUERRA ÀS GANGUES' DE EL SALVADOR

O primeiro vídeo⁸ integrante do *corpus* da pesquisa possui 04 minutos e 39 segundos de duração, foi publicado no dia 07 de março no canal do YouTube da BBC News, e trata-se de uma reportagem.

Como citado na seção anterior, a primeira unidade de registro busca observar os elementos de composição audiovisual e seus efeitos na construção da narrativa. Partindo do princípio instituído por Bauer e Gaskell (2002), através de uma escuta minuciosa, é possível identificar o uso de uma trilha sonora externa à matéria, composta de duas faixas, sendo a primeira, quase imperceptível aos ouvidos de quem escuta. Na contramão de materiais jornalísticos audiovisualmente radiodifundidos, a primeira faixa tem duração de 3 minutos e 10 segundos, e é utilizada para gerar na narrativa, um efeito de suspense, visto que seu período em uso acompanha o tempo do clímax da reportagem. O segundo efeito, aparece aos 3 minutos e 12 segundos do vídeo, e é constituído por uma variação de toques que aparenta oferecer à história um sentido de leviandade, mas sem perder a relevância de uma *hard news*. Portanto,

⁸ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=aFidCkDEIkE&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0VeEjDEQWB&index=28&t=152s>

em comparação aos produtos transmitidos pela televisão, esse é o primeiro ponto em que se difere a produção audiovisual do ciberespaço, porque, de acordo com Paternostro (2006), trilhas externas devem ser evitadas em reportagens telejornalísticas, principalmente pelo fato de que é a utilização de som ambiente que confere veracidade à matéria referida. Neste caso, som ambiente só é utilizado no decorrer da exibição das sonoras, onde prevalecem os ruídos de fundo da entrevista.

Quanto ao segundo ponto de análise da primeira unidade de registro, apresenta-se a utilização do código icônico, que remete à percepção visual, ou seja, às imagens. Na televisão, a imagem confere uma função primordial no processo de apresentação das notícias. Junto ao texto, sua capacidade expressiva garante a universalidade do entendimento, justamente porque na comunicação audiovisual, registra-se o predomínio da sensação sobre a consciência e dos valores emocionais sobre os racionais (REZENDE, 2000, p.40). Ademais, é válido ressaltar que as potencialidades da linguagem televisiva permitiram a ampliação de recursos capazes de auxiliar na compreensão dos fatos e que são comumente usados em reportagens radiodifundidas, como grafismos, mapas e simulações. Portanto, este segundo ponto buscou observar a utilização das imagens em inerência ao texto verbal e também a presença de recursos gráficos.

As imagens mostram-se harmoniosamente conjugadas com o texto. Em contraponto, alguns exemplares, talvez por serem a maioria delas cedidas pela própria imprensa de El Salvador, dispõem de certa semelhança umas com as outras, o que não confere um teor dramático à notícia. Também é possível perceber que algumas imagens parecem ser utilizadas apenas para preencher o tempo da narração em *off*, porque permanecem por um tempo muito longo na tela. Ainda no ponto das visualidades, identifica-se a utilização de um gráfico, objetivo e bem delimitado, um *screenshot* de uma declaração advinda da conta oficial do Twitter do presidente de El Salvador, e os créditos, referentes às identificações da âncora e do entrevistado.

Quanto à composição textual da narrativa, de acordo com Paternostro (2006), a notícia no audiovisual deve utilizar a linguagem cotidiana, ser concisa, precisa e espontânea, porque é palavra que ancora o visual, “completando-o, ambigüizando-o ou desambigüizando-o” (REZENDE, 2000, p.47). O texto do vídeo apresenta-se de forma objetiva e transmite a mensagem em formato instantâneo, sempre utilizando frases diretas e curtas, conforme o indicado por estudiosos do jornalismo televisivo. Entretanto, é devido à potencialidade de produção de um conteúdo tempo ampliado que existe na internet, que a matéria possui um teor de contextualização, como propõe Lage (2006), ao referenciar a informação jornalística como possuidora de graus diferentes de profundidade. Assim, o centro do texto é referenciado por

uma mensagem maior, que visa situar o espectador dos acontecimentos, contribuindo para o processo de significação da mensagem que deseja enunciar. Neste caso, a palavra é capaz de conduzir a narrativa, e se assemelha ao formato utilizado na notícia televisiva, apresentando uma direção objetiva, capaz de compreender a mensagem logo que é transmitida.

Figura 1 – Utilização de gráfico na construção da reportagem



Fonte: BBC NEWS BRASIL (2023)

Parte-se então, para a segunda unidade de registro, que buscou identificar a presença/ausência de unidades comunicacionais telejornalísticas no corpo dos conteúdos definidos. Como já abordado no decorrer do referencial teórico, foi o constante desenvolvimento de técnicas jornalísticas que transformou, adaptou e contribuiu para o aperfeiçoamento dos diferentes formatos narrativos publicados e difundidos pelos meios de comunicação. Assim, devido à evolução das técnicas de edição e transmissão e suas relações com o espaço-tempo do jornalismo, as unidades comunicacionais telejornalísticas assumiram uma posição de discurso na inserção das reportagens audiovisuais, capazes de gerar efeitos de sentidos e garantir a si mesmas, a capacidade de cumprir com o reforço de ideias, emoções e da veracidade dos fatos.

No vídeo analisado, foram identificadas a presença de três das cinco unidades determinadas: *cabeça*, *off* e *sonoras*. A *cabeça*, que constitui-se como o lead de uma notícia impressa, introduz o espectador no tema da reportagem. Também foram identificados o uso de narrações em *off*, que recorrentemente são praticadas pelos repórteres da radiodifusão audiovisual, mas neste caso, são inseridos na estrutura narrativa pela própria âncora, devido à ausência do repórter no formato - ponto que será abordado na última subseção deste capítulo - divergindo do formato televisivo.

Além das narrações e da cabeça, nota-se a inserção de sonoras, que se configuram como trechos de entrevistas com as fontes utilizadas no processo de produção e construção da reportagem. No vídeo em análise, há quatro momentos de sonoras, e todas elas correspondem a apenas uma entrevista realizada com o jornalista salvadorenho, Martin Romero. De acordo com os autores, a unidade tem como objetivo reforçar o viés noticioso da matéria, e garante credibilidade ao fato que está sendo exposto. Ainda segundo Lage (2006), a entrevista em televisão devassa a intimidade do entrevistado porque faz o uso da sua imagem, o que se torna uma novidade se comparada às entrevistas realizadas em outros meios. Neste caso, pode-se caracterizar o tipo de entrevista como temática, pois o jornalista entrevistado tem condições e autoridade para discorrer sobre o tema da matéria.

Todos os trechos de sonora do vídeo respeitam a condição ideal precedida pelos manuais de telejornalismo, e têm, respectivamente 15, 23, 12 e 29 segundos de duração, não ultrapassando o limite dos 30 segundos, que de acordo com Prado (1996, apud REZENDE, 2000, p.150) só devem ultrapassar o tempo “quando se tratar de fala de pessoas muito importantes e que normalmente não dão entrevistas exclusivas”.

Como já explicitado no início da subseção, o vídeo em voga trata-se de uma reportagem, e essa identificação é permitida porque nela, além de se configurarem três elementos essenciais como a cabeça, o off e as sonoras, também é possível analisar a pauta como um desdobramento da factualidade, que exhibe uma vasta “trama de relações entre o universo dos dados” (LAGE, 2006, p.114). Ou seja, por se tratar de um tema político/social, existe um significativo teor de contextualização em torno da atividade de construção do mega presídio, que, antes de tudo, inclui o espectador no cenário marcado pela violência praticada pelo crime organizado em El Salvador, assim como previsto por Lage (2006) quando este afirma que um episódio político tem conotações próprias e o fato se insere em um contexto que necessita ser esclarecido e didaticamente desmontado. Outrossim, a reportagem também faz questão de expor os contrapontos da construção do presídio, utilizando exemplos externos ao país, onde a opressão em massa das gangues não funcionou como o esperado, “apreendendo um aspecto global da realidade” (LAGE, 2006, p.116) no âmbito da reportagem.

Dado o exposto nas análises das primeiras três categorias, parte-se, por fim, para os resultados obtidos a partir da observação das relações espaço temporais de transmissão e difusão dos materiais jornalísticos em pauta. A primeira e a segunda categoria - instantaneidade e simultaneidade - estão subjetivamente imbricadas. Isso porque, de acordo com as buscas realizadas pela autora no próprio *Google*, as primeiras publicações de notícias referentes à transferência dos carcerários para o mega presídio recém construído de El Salvador datam do

dia 24 de fevereiro de 2023, enquanto o vídeo publicado pela BBC Brasil atenta para o dia 07 de março do mesmo ano. Justamente por tratar-se de um desdobramento da factualidade, a produção não prima pela instantaneidade da publicação, mas atenta seus olhares para a simultaneidade do ocorrido, visto que o fato ocorreu em território internacional, mas adquiriu relevância suficiente para ser veiculado nacionalmente, possivelmente por se tratar de uma editoria que abrange temas de política e sociedade. Entretanto, ainda que não haja uma determinada preocupação com o ineditismo da postagem, a reportagem é capaz de transcender um sentido de atualidade que possibilita construir uma relação temporal entre o acontecimento e seu relato, e este tempo existente entre ambos não precisa ser necessariamente o mesmo.

Quanto à sensação da ubiquidade, a análise centrou suas observações na presença ou desenvoltura de elementos que pudessem potencializar ou materializar os efeitos da unidade. Para tanto, foram encontrados itens significativos, sendo eles: a capacidade de memória e de customização de conteúdos - ambos os conceitos abordados por Palácios *et al.* (2002) -, a posição *widescreen* e o efeito ‘tela na tela’.

De acordo com Palácios *et al.* (2002), a memória é a capacidade de armazenamento das informações no banco de dados presente no ciberespaço e a customização de conteúdos refere-se às produções segmentadas, delimitadas para um público específico. Essas tecnicidades são responsáveis por, além de possibilitarem aos usuários das plataformas, o livre trânsito entre os conteúdos a qualquer momento, de qualquer lugar, a opção de escolha das informações prioritárias que desejarem consumir. Nesse aspecto, a ubiquidade se faz presente no material em voga, porque estes elementos reforçam a máxima de que a informação ubíqua pode ser acessada a qualquer momento, de qualquer lugar.

Em relação ao efeito *widescreen*, entende-se a presença da ubiquidade também como uma consequência da mobilidade e da adaptabilidade, potencializadas pela utilização dos dispositivos móveis. Com o processo transitório da informação televisiva para a informação móvel, o padrão de imagem passou do formato quadrado para horizontal, permitindo uma espécie de atravessamento entre as formas de veiculação. Assim, tal qual as notícias televisivas, que são produzidas especialmente para o formato da televisão, as notícias audiovisuais produzidas especialmente para as plataformas - como no caso deste trabalho, o YouTube - também adquirem uma espécie de difusão própria, evidenciando os aspectos individuais dos dispositivos móveis e tratando-os como características da ubiquidade.

E, por fim, o efeito ‘tela na tela’, que remete à entrevista realizada com o jornalista Martin Romero, fonte da reportagem. Ela é mediada de forma *online* e a imagem que se tem do próprio entrevistado é uma gravação da tela do computador, evidenciando um caso de

metalinguagem como cenário.

Figura 2 - Entrevista evidenciando o efeito “tela na tela”



Fonte: BBC NEWS BRASIL (2023)

Feitas as exposições sobre o primeiro material, parte-se, portanto, para as investigações acerca do segundo vídeo.

6.2 COMO SURTIU O DINHEIRO - E COMO O DÓLAR VIROU A PRINCIPAL MOEDA GLOBAL

Publicado no dia 15 de março, o vídeo⁹ constitui-se como uma nota coberta com duração de 06 minutos e 53 segundos.

Conforme a delimitação do vídeo anterior, este também apresenta uma trilha sonora composta por duas faixas de música. A primeira dura exatamente os trinta e dois segundos iniciais de vídeo acompanhando a cabeça, lida pela âncora, Nathalia. A segunda inicia-se aos trinta e sete segundos, e seu volume vai subindo gradativamente até atingir um ponto de estabilidade. Apesar de representar também um contraponto em relação às produções televisivas, a faixa não foge do contexto do vídeo porque se apresenta em forma de um instrumental semelhante aos ritmos típicos da região ocidental do mundo, conferindo uma

⁹ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=AnZge4m995w&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0VeEjDEQWB&index=24>

fluidez na construção narrativa, que aborda justamente o tema sobre a origem do dinheiro na antiga Mesopotâmia.

Foi possível perceber uma determinada semelhança com as notas cobertas radiodifundidas se comparadas sob o aspecto iconográfico. Todas as imagens utilizadas são fotografias, a maioria disponibilizadas por agências de notícias ou bancos de imagens, conforme os créditos finais. Quanto à presença de grafismos, foram identificados oito exemplares, sendo eles: uma linha do tempo exibida cinco vezes, cada uma delas com marcos diferentes; e três palavras que evidenciam a narração da âncora, sendo, a primeira, ‘salário’, que explica a origem do termo, e as duas últimas que frisam dois nomes importantes na história do surgimento do dinheiro.

Figura 3 – Linha do tempo 1



Fonte: BBC NEWS BRASIL (2023)

Figura 4 – Linha do tempo 2



Fonte: BBC NEWS BRASIL (2023)

No ponto da estruturação textual, a narrativa também segue os parâmetros instituídos para o audiovisual. A linguagem é cotidiana, objetiva e as frases são diretas. Há indícios de um dinamismo - não tão explorado em matérias audiovisuais radiodifundidas - representados principalmente por expressões como ‘vamos lá!’, ‘e quando surgiram as notas de dinheiro?’, ‘e como isso aconteceu na prática?’, ‘e na história mais recente?’. Estratégias textuais como estas configuram um teor que abrange uma maior contextualização dos fatos ao material, hipoteticamente utilizadas para engajar a atenção do espectador na história, já que se trata de um vídeo relativamente longo se comparado com materiais veiculados na televisão. Assim, a emissora adapta sua linguagem conforme os parâmetros da própria plataforma e da distribuição temporal das unidades que compõem a narrativa.

Assim como citado anteriormente, o vídeo trata-se de uma nota, constituída somente de narrações em *off* - feitas pela própria âncora - e imagens, que são exibidas de acordo com a estrutura das narrações. De acordo com Rezende (2000), a nota é o formato mais sintético e objetivo de apresentação de um fato, entretanto, divergindo do âmbito telejornalístico, o produto analisado exibe uma possibilidade de maior exploração da pauta e aprofundamento das informações, devido à ilimitabilidade do tempo disponível nas plataformas do ciberespaço, o que não acontece na televisão por causa da grade de programação meticulosamente calculada.

Por se tratar de uma nota, duas hipóteses foram consideradas para realizar a análise da última unidade de registro, que aborda as relações espaço-temporais de veiculação/transmissão do material. A primeira é que, a simultaneidade e a instantaneidade estão, neste caso, explicitamente interrelacionadas. Como não se trata de uma pauta factual, a dedução é de que a temática da nota possa se caracterizar como um *feature*, já que as editorias de economia são recorrentemente presentes no cotidiano dos veículos de comunicação. Dessa forma, assuntos relacionados ao dólar podem ser considerados de interesse público, por isso a produção de uma nota referente ao tema. Já a segunda, indica que a nota seja definida como um desdobramento das notícias sobre a quebra do *Silicon Valley Bank* (SVB) e do fechamento do *Signature Bank*, situado nos Estados Unidos, publicadas poucos dias antes. Dessa forma, tratando-se de mercado financeiro e especulação do sistema, a segunda hipótese também enquadra o tema como de interesse público, justificando a produção da nota.

Por isso, é possível confirmar a relação explicitamente existente entre as duas unidades. Tratando-se de um *feature*, não haveria necessidade de publicação imediata, nem mesmo de um desdobramento de notícia, mas há possibilidade de simultaneidade por dois motivos: o primeiro, por, mesmo ser um acontecimento originário de outro país, pode impactar no Brasil; e o

segundo, por ter sido publicado quando a pauta ainda estava em voga nos portais online, inclusive o da própria emissora.

E por fim, a partir da última unidade de registro, que abrange a ubiquidade como um dos princípios norteadores da notícia audiovisual, é possível identificar a adaptação ao formato da tela; a mobilidade - proporcionada por dispositivos móveis - que pode tanto facilitar a produção como a recepção das mensagens; e a potencialidade de armazenamento da notícia, para que ela possa ser acessada a qualquer momento, de qualquer lugar.

6.3 ANTES DE LULA IR À CHINA, EUA AUMENTAM PRESENÇA NO BRASIL E MOSTRAM PREOCUPAÇÃO

O terceiro e penúltimo vídeo¹⁰ que constitui o *corpus* da pesquisa é identificado como uma reportagem, publicada no dia 23 de março de 2023, e possui 8 minutos e 46 segundos de duração.

Na primeira unidade de registro referente à sonorização do material, identifica-se uma faixa de música, que se faz presente no decorrer de todo o produto. Quanto à ocorrência de *background*, há três momentos de disponibilidade: dois durante a exibição de VTs, inseridos no corpo da narrativa; e um durante a exploração da sonora. Apesar de se tratar, novamente, de um contraponto existente entre os formatos veiculados pela televisão, a faixa de música não interrompe a construção da narrativa, e, de certo modo, ainda auxilia no desenvolvimento da história. Assim como a presença do *background sonoro* confere a veracidade dos acontecimentos, é possível estabelecer um equilíbrio na trilha que compõe a reportagem, evidenciando a disposição dos elementos sonoros como relevantes para a construção narrativa, quando utilizados em harmonia.

Quanto à incorporação da linguagem icônica, a reportagem aparenta ser o produto que mais apresenta harmonia entre a escolha das imagens e a conjugação do texto verbal. A transição é bem equilibrada durante as narrações em *off*, não tendo sido identificados casos de redundância ou distanciamento em relação ao texto lido pela âncora. Além disso, a utilização de recursos gráficos também é explorada de forma discreta, sendo o vídeo com menor número de recursos, apenas com visualidades que amplificam a didática da construção verbal, através

¹⁰ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=rqhQaKO11w&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0VeEjDEQWB&index=19>

de uma declaração de fonte e três pontos elencados sobre os interesses entre as relações do Brasil, Estados Unidos e China; e a inserção dos créditos de identificação, tanto da âncora como da fonte.

Mesmo se tratando de assuntos não tão cotidianos, como é o caso das relações exteriores, a narrativa textual é inserida de forma objetiva. Nem todas as frases são curtas conforme indicado por Curado (2002), mas são diretas e de fácil compreensão. Também é possível perceber a presença de estratégias mais didáticas, sejam em formato de questionamentos retóricos como ‘e quais são os interesses da China com o Brasil?’ que elencam os principais interesses na relação entre Brasil, Estados Unidos e China, seja em vocativos que chamam o espectador como ‘veja só.’ Tais expressões evidenciam, novamente, uma possibilidade de estratégia tanto de aproximação com o público quanto como forma de manter o interesse do espectador, já que o vídeo ultrapassa os oito minutos de duração.

Por possuir narração em *off*, sonora e cabeça, o material é caracterizado como uma reportagem. A cabeça, cumprindo tal qual com a sua função, introduz o espectador no assunto, enquanto as narrações do *off* são feitas pela própria âncora, já que o repórter é ausente nessa modalidade de reportagem. Dentre as entrevistas, são identificadas duas fontes: uma é inserida no corpo do vídeo em formato de sonora, e ocorre através de um áudio que ultrapassa os trinta segundos estipulados como o limite ideal para a unidade, de acordo com Rezende (2000); a outra é utilizada em forma de declaração citada indiretamente pela âncora.

Conforme a última unidade de análise que indica as relações espaço-temporais das informações, não há indícios de instantaneidade porque a visita do presidente da República aos Estados Unidos já havia acontecido uma semana antes da publicação do material, e também pelo fato de que, tratando-se de uma reportagem que contextualiza o cenário das relações internacionais não haveria necessidade de primar pelo ‘furo’ de notícia. Todavia, o vídeo, que faz um comparativo das premissas entre a visita aos Estados Unidos - que já tinha ocorrido - e a visita à China - que ocorreria no mês seguinte - pressupõe a simultaneidade explorando situações que ocorrem em diferentes lugares e momentos, mas que ao mesmo tempo encontram-se relacionados entre si.

Das características ubíquas, por fim, evidencia-se também o formato adaptado da tela para os dispositivos móveis; a capacidade de memória instituída por Palácios *et al.* (2002); o mosaico fluído das notícias conforme Nogueira (2005); e a mobilidade, que, além de estar presente no formato de recepção das notícias, trata-se também de uma característica disposta na própria produção do formato, utilizando a jornalista correspondente em Londres como âncora que realiza a gravação fora do estúdio da emissora, como ocorre nos outros vídeos.

6.4 EM 4 PONTOS, O QUE EXPLICA AS CENAS DE CAOS NA FRANÇA

O último vídeo¹¹ que constitui o corpus desta análise caracteriza-se também como uma reportagem e possui 8 minutos e 11 segundos de duração, tendo sido publicado no dia 31 de março de 2023, o último dia da semana construída.

Assim como nos outros exemplares da pesquisa, esse formato também conta com o diferencial da sonoridade - em relação às reportagens radiodifundidas - no decorrer de toda a narrativa, o que leva a crer que a ideia por trás da inserção da faixa é provocar, no espectador, uma sensação de tensão, já que a pauta faz referência aos protestos na França e suas principais causas e consequências. Ainda nos pressupostos sonoros, não é possível identificar a presença de som ambiente, mas é possível perceber, enquanto a âncora aborda o ponto dos confrontos entre a população e a polícia francesa, a representação de tiros de fuzis, através de efeitos sonoros, aos 2 minutos e trinta e dois segundos. De acordo com Bauer e Gaskell (2002), efeitos como esses podem ser considerados representações miméticas, e são capazes de conferir um sentido ou expressão à narrativa em que estão inseridos. Assim, subentende-se a iniciativa da inserção do mimetismo como forma de evidenciar um determinado dinamismo na reportagem, provocando, no espectador, uma experiência de ‘imersão’ no contexto que está sendo apresentado.

Em termos visuais, dentre os quatro vídeos analisados, esta reportagem é a que mais dispõe de recursos gráficos. Foram detectados um total de quatorze recursos, sendo um gráfico, seis frisadores de informações do texto lido pela âncora, três depoimentos de fontes - neste caso não ocorre a inserção de trechos da entrevista, então são disponibilizados os recursos de forma verbal - e quatro responsáveis por elencar as pontuações dos fatores que levaram aos protestos na França. Cabe aqui ressaltar que, diante de um vídeo com uma duração significativa como este, os recursos podem contribuir não apenas com uma melhor compreensão do tema, mas também com a atenção do espectador ao material, através de um determinado dinamismo que se impõe à narrativa.

Além dos recursos gráficos, em uma síntese geral, a narrativa explora bem o ‘casamento’ entre a iconicidade e a palavra, apresentando apenas um caso de incompatibilidade conforme determinado por Paternostro (2006). Logo no início do vídeo, as imagens exibidas na tela representam descrições exatas do que é lido pela âncora, o que, de acordo com a autora,

¹¹ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=otTGX-9Q2EU&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0VeEjDEQWB&index=13>

pode ser considerado um caso de redundância que deve ser evitado. No entanto, o restante da narrativa apresenta imagens conjugadas de forma harmônica e fluída com o texto, e em sua grande maioria são disponibilizadas por agências de notícias e pela própria emissora.

Figura 5 – Estratégias didáticas utilizadas através de recursos gráficos 1



Fonte: BBC NEWS BRASIL (2023)

Figura 6 - Estratégias didáticas utilizadas através de recursos gráficos 2



Fonte: BBC NEWS BRASIL (2023)

Quanto às observações da textualidade, apesar de se apresentar como uma reportagem mais longa do que aquela que é exibida na televisão, a narrativa verbal exibe características próprias do texto jornalístico para o audiovisual, mas também inclui o didatismo e o dinamismo como forma de aproximar o espectador e ‘prender’ a sua atenção. Quanto ao dinamismo, foram elencadas quatro expressões, como, ‘daí vem’, ‘olha só’, ‘e se você se lembra bem’, ‘para acabar’, ‘a gente vai continuar de olho em tudo isso’, reiterando a autenticidade do formato de

distribuição e o aproveitamento de estratégias linguísticas adaptadas para o espectador da plataforma, deixando de lado o posicionamento mais enrustido de uma matéria telejornalística.

Além do dinamismo, a presença do didatismo também é um ponto que se destaca diante da textualidade do vídeo. Expressões como ‘vamos começar’, ‘esse é o nosso segundo ponto’, ‘chegamos ao terceiro ponto do vídeo’, ‘vamos ao último ponto’ são utilizadas por Julia no desenrolar dos fatos para elencar os motivos pelos quais ocorrem os protestos na França. Estratégias como as apresentadas acima, conferem um teor não apenas de contextualização da informação, mas também explicitam um recurso próprio de linguagem, adaptado e flexibilizado para o público que acompanha os materiais disponibilizados na plataforma. Vale ressaltar que, tratando-se de um conteúdo exibido de forma segmentada, possivelmente o público que busca pela informação, está também, procurando entender o contexto do cenário em que ocorrem os fatos.

Por se tratar de uma reportagem - como já dito anteriormente - o material oferece um relato ampliado dos fatos, assim como determina Rezende (2000). Entretanto, foi possível identificar apenas a presença de narrações em *off* - também feita pela própria âncora - e duas sonoras, inseridas no corpo da narrativa de forma indireta, por meio de depoimentos exibidos com o auxílio de recursos gráficos. Não há trechos de entrevistas em áudios ou vídeos e as duas declarações são provenientes de conversas com a mesma fonte, uma especialista em política francesa.

E por fim, na última unidade de análise, referente às relações espaço-temporais de publicação do vídeo, as identificações são semelhantes aos produtos anteriormente verificados. No quesito da instantaneidade, o material não prima pelo imediatismo de publicação por também se tratar de um desdobramento da factualidade, mas é distribuído de forma simultânea aos acontecimentos. De acordo com pesquisas realizadas em portais de notícias do *Google*, os primeiros protestos da França começaram a ser noticiados pela imprensa internacional a partir da metade do mês de março e seguiram pelos dois meses sucessórios. Ou seja, a reportagem é publicada simultaneamente no decorrer dos protestos.

Dos princípios da ubiquidade, é possível ressaltar a presença de quatro elementos: a capacidade de memória e de personalização de conteúdos instituída por Palácios *et al.* (2002), que permite o espectador de visualizar o conteúdo no momento que desejar; o formato *widescreen* próprio de conteúdos autóctones do ambiente digital, que possibilita o enquadramento exato do produto audiovisual nas telas dos dispositivos móveis, permitindo a possibilidade de portabilidade e mobilidade da notícia; e a utilização de imagens amadoras - ou

que ao menos parecem ser pela baixa qualidade de gravação - no final do vídeo, possivelmente disponibilizadas através de agências de notícias.

6.5 SÍNTESE

Esta subseção é destinada à produção de uma síntese dos resultados obtidos por meio da análise de todos os materiais constituintes do *corpus* da pesquisa, aliada aos informes pressupostos pelo referencial teórico, exposto na primeira, segunda e terceira seção deste trabalho. A partir da etapa qualitativa do projeto, que tem como objetivo principal compreender de que forma os produtos audiovisuais *webjornalísticos* inspiram-se no telejornalismo, foi possível elencar pontos importantes para a escrita do material, que são: ausência de repórter; ilimitabilidade de tempo; segmentação dos conteúdos; exploração de grafismos de forma significativa; princípios da ubiquidade; manutenção das unidades comunicacionais, mas em formato adaptado.

O primeiro item evidenciado pela análise é referente à ausência de repórteres, que diverge das produções convencionais para a televisão. O jornalista que aparece em todos os vídeos assistidos é o próprio âncora, que exerce a função do repórter, seja nas narrações em *off*, seja na mediação das entrevistas com as fontes. Das hipóteses levantadas pela autora para esse acontecimento, uma utiliza a justificativa de que se não há disponibilidade de transmissões ao vivo, logo, os materiais gravados não necessitam de repórteres e boletins durante a exibição da reportagem porque não se tratam de acontecimentos de última hora, e sim de desdobramentos de notícias. A outra, aborda a lógica do jornalista como indivíduo multitarefa, capaz de realizar diversas funções, principalmente tratando-se de uma nova plataforma de veiculação, que se adapta para os diferentes tipos de públicos e formatos.

O segundo item condiz com a exploração do tempo. Em uma plataforma de streaming, como é o caso do YouTube, não há limitação de tempo, diferentemente do jornalismo audiovisual radiodifundido, que depende da grade de programação cuidadosamente calculada. Por isso, no cenário do ciberespaço a possibilidade de contextualização das pautas e maior aproveitamento dos elementos que constituem o audiovisual, é evidenciada na temporalidade de recepção. Produções como esta podem ser caracterizadas como informações de serviço porque, além de esclarecerem aspectos que passam despercebidos no sistema televisivo, estão disponíveis para o acesso em qualquer momento, de qualquer lugar onde estiver o espectador.

Dessa forma, também é possível analisar o tempo como elemento divergente entre as duas plataformas de difusão.

O terceiro ponto de observação faz referência ao mosaico digital das notícias, responsável pela segmentação dos conteúdos. No telejornalismo, as edições são compostas de blocos, cada um constituído de um determinado número de produções, entre reportagens, notícias e notas. No âmbito cibernético, os produtos são demarcados pela segmentação de conteúdo, que de acordo com Nogueira (2005) possibilita que a ordem de exibição das reportagens selecionadas possa ser definida pelo usuário e alterada a qualquer momento. Nesse ponto, pode-se determinar uma fase de personalização, em que o próprio espectador idealiza o seu telejornal, só que, neste caso, através da internet.

O quarto ponto de análise abrange as unidades comunicacionais. Como já exposto neste trabalho, a plataforma televisiva dispõe de uma diversidade de potencialidades capazes de desenvolver elementos que auxiliam na compreensão dos fatos e constituem os materiais jornalísticos. Elementos esses que se constituem a partir da exploração conjunta da sonoridade, da iconicidade e da verbalização. Em suma, as unidades utilizadas no ciberespaço se mantêm semelhantes às de um telejornal, tanto na sua construção, quanto na sua função. Dos cinco formatos apenas não foram detectados dois: a nota pé e o boletim. Ambos são muito característicos de telejornais ao vivo, porque têm como função principal atualizar o telespectador sobre os informes da matéria em questão, sendo, o boletim comum ao repórter, e a nota pé de responsabilidade do âncora, ao final da exibição da reportagem.

O quinto item destacado está relacionado aos próprios elementos de composição audiovisual. Na análise do som, a divergência encontra-se exatamente na presença das trilhas sonoras, que não são comumente utilizadas pelo jornalismo audiovisual de radiodifusão. A hipótese que se levanta para esse aspecto é de que produções como essas são muito mais voltadas para um público que prima pela flexibilidade e pela mobilidade, características tipicamente atribuídas à plataforma.

Na observação frente aos recursos gráficos, também aparenta haver uma maior exploração da iconografia, principalmente durante a exibição da nota, quando surgem a linha do tempo e os nomes próprios/termos, que aparecem tanto na nota quanto na segunda e terceira reportagem, utilizados para salientar informações cedidas pelas âncoras. Quando se observa o aspecto do ‘casamento’ de imagens com o texto nota-se, também, a presença significativa de imagens cedidas por agências de notícias ou organizações de mídias internacionais, como é o caso do primeiro vídeo. Apesar de não interferir diretamente no resultado da reportagem, a ausência de imagens realizadas com a presença do repórter no local do acontecimento não passa

despercebida, e, embora não haja regras para a construção de materiais como este, pode causar um estranhamento ao espectador que está acostumado com os materiais radiodifundidos. Esta tradição pela imagem atrelada ao repórter deixa de ser primordial em tempos de surgimento das narrativas nos novos espaços de compartilhamento de informações e interação.

Quanto ao texto, apesar de ser produzido de forma objetiva e direta, cabe aqui ressaltar que as estratégias de linguagem utilizadas para conferir um modelo dinâmico e didático ao vídeo são atributos próprios do formato, publicado na plataforma. Deduz-se que, se a internet não prima pela formalidade tipicamente comum à televisão, e os produtos ali desenvolvidos possuem um maior teor de contextualização da informação, é compreensível instituir um novo padrão da linguagem verbal, também como uma forma de aproximar e engajar o público.

Portanto, em relação ao produto audiovisual e sua composição, foi possível identificar divergências significativas se comparadas a radiodifusão. Diferenças estas, que inclusive podem caracterizar-se como elementos de linguagem própria desse formato jornalístico, presente em uma plataforma *online* que prospecta um público flexível e que prima pela ubiquidade informativa. Assim, o modelo das produções busca explorar os recursos de forma também mais maleável e profunda do que no jornalismo audiovisualmente radiodifundido.

O sexto e último ponto de observação faz referência ao advento das relações espaço-temporais da veiculação dos materiais. Ao mesmo tempo em que as plataformas de *streaming* também dispõem da potencialidade de realizar transmissões ao vivo tal qual a televisão, não é o caso da BBC News, de acordo com a análise dos vídeos e através de uma breve observação ao próprio canal da emissora. No entanto, pode-se afirmar que, se o jornalismo trata de temas atuais, a instantaneidade e a simultaneidade sempre serão responsáveis por nortear as produções. Isso se deve ao fato de que o tempo das publicações converge com o momento dos acontecimentos e, mesmo que as publicações não sejam imediatas à data do fato, são muito próximas. A questão de se fazer valer também de imagens vendidas e/ou cedidas por agências ou instituições locais que não sejam a própria emissora também evidencia o fator simultâneo - porque há tecnologias em todo o lugar que permitem os registros imagéticos - configurando uma divergência com o jornalismo televisivo, que, aos poucos vêm instituindo a possibilidade de uso de imagens amadoras, mas ainda prima muito por uma estética fixa e de produção própria da equipe. A questão de existir uma correspondente em outro país que pode gravar a reportagem da própria casa, como é o caso do terceiro vídeo, também é um fator que compartilha da simultaneidade, inclusive, aliada à mobilidade de produção, porque não exige a presença da âncora em estúdio. Nesse viés, há uma semelhança com a televisão, porque, com a evolução dos aparatos e sua inserção no campo jornalístico, muitos correspondentes fazem suas aparições

da própria casa ou lugares externos, através dos dispositivos móveis. Em contraponto, a presença do âncora ainda é exclusiva ao estúdio.

Para além da simultaneidade e da instantaneidade, é possível destacar também, alguns fatores constituintes da ubiquidade. O telejornalismo por si configura-se como um formato ubíquo, porque dispõe da possibilidade de estar em todo lugar, a qualquer momento, em decorrência da onipresença de câmeras. No ciberespaço, esse fator é potencializado, e a possibilidade de registro, feito por pessoas que podem estar em qualquer lugar do mundo, é só um dos itens que permite a caracterização.

É fato que, na televisão, a mensagem é instantânea porque não se pode pausar, avançar ou retroceder - exceto pelas funcionalidades das inovações, como é o caso da televisão inteligente. No espaço *online*, este é um dos aspectos diferenciais. Existe a possibilidade, inclusive, de armazenamento da informação, conforme indica Palácios *et al.* (2002). A memória permite que o produto jornalístico fique guardado no banco de dados e possa ser acessado a qualquer momento e de qualquer lugar pelo usuário.

Outro elemento relevante que constitui o fator da ubiquidade está estritamente ligado à adaptabilidade dos conteúdos informativos aos dispositivos móveis. O formato *widescreen* é pensado principalmente durante o processo de produção dos vídeos, porque visa enquadrar o conteúdo de forma exata nas telas dos celulares ou outros aparelhos portáteis. A ideia de uma exibição assim pode passar ao espectador, a sensação de estar “imerso” naquele meio. Cabe também ressaltar que o efeito “tela na tela”, presente no primeiro vídeo, contribui para o fator ubíquo, porque permite a aparição de alguém através da entrevista *online*. Porém, não se trata de uma característica exclusiva da plataforma porque os telejornais já instituíram esse cenário, principalmente no decorrer da pandemia e as consequentes limitações do distanciamento social.

Além da adaptação aos novos meios de comunicação, há também a constituição do mosaico digital de notícias, um elemento que não é exclusivo da ubiquidade, mas também da adaptabilidade - já que é uma característica própria desse formato digital - que permite que o espectador tenha total controle sobre o conteúdo que ele deseja acessar, evidenciando a possibilidade de escolha dos usuários, algo que não ocorre na radiodifusão.

Esta seção permitiu reunir, e posteriormente, expor, os principais pontos capazes de responder ao problema de pesquisa geral do trabalho. Também foi possível cumprir com os objetivos específicos, indicados anteriormente, tanto na introdução como na metodologia. Portanto, após a descrição dos quatro materiais selecionados para a análise e sua síntese, parte-se para as considerações desenvolvidas pela autora, no próximo capítulo.

7 CONSIDERAÇÕES

A evolução dos aparatos tecnológicos concomitante ao desenvolvimento dos meios de comunicação vem alterando, gradativamente, as práticas e rotinas jornalísticas. A multimídia foi potencializada, a capacidade de memória explorada e o princípio da convergência instituído, possibilitando o surgimento de formatos segmentados pensados exclusivamente para públicos específicos.

Este trabalho se deteve em investigar como o jornalismo audiovisual produzido para o meio *online* procura inspirar-se no formato audiovisual radiodifundido, utilizando-se de referenciais teóricos abordados tanto por estudiosos da televisão, como por jornalistas especialistas nos diferentes formatos de audiovisualização da informação praticados no ciberespaço. Buscou-se, através da análise, identificar a presença de unidades características da radiodifusão audiovisual e a utilização de elementos que contribuem, mesmo que implicitamente, para a construção das narrativas jornalísticas audiovisuais.

Com o decorrer do percurso teórico e a realização da etapa analítica da pesquisa, pode-se concluir que os materiais desenvolvidos para o ciberespaço buscam referências no jornalismo audiovisual radiodifundido, principalmente na manutenção de algumas unidades comunicacionais telejornalísticas e no padrão de construção dos formatos informativos. Entretanto, é também na ausência de determinadas unidades, por exemplo, que se evidencia a criação e adaptação de uma linha editorial própria do produto. O fato de não haver nota pé nem boletim, por exemplo, configura ao mesmo tempo um distintivo e um traço da "personalidade" das produções destinadas à plataforma digital. Presume-se que não haveria relação de sentidos na inserção de atualizações sobre o assunto - a função da nota pé e do boletim - se os materiais são gravados, inclusive as partes pelo qual o âncora é responsável. Outro ponto atenta para a própria ausência do repórter. Pode ser que, em termos financeiros, seja mais rentável para a emissora centrar apenas nas figuras dos âncoras, evitando custos com deslocamentos e também com outros jornalistas que viriam a compor a equipe na função de repórter.

Quanto aos formatos, o material utiliza os modelos radiodifundidos como base, mas faz um aproveitamento do tempo estendido para aprofundar os assuntos. Assim, uma nota radiodifundida que possui, aproximadamente, de trinta a quarenta segundos, neste caso, pode abranger um período muito maior, como em um dos vídeos analisados, até seis minutos. Nesse contexto, o tempo disponível para veiculação é um dos elementos em que se implica a distinção - talvez a mais significativa - entre televisão e plataforma. Não há limitação porque se tratam de conteúdos segmentados, à livre escolha do usuário, ao contrário da radiodifusão.

É também na questão da temporalidade de exibição que permeiam as contribuições dos elementos de constituição audiovisual. Os grafismos aparentam ser mais explorados do que no telejornalismo, possivelmente pela liberdade de produção e pela maior disposição de tempo em que lhe são apresentados. Os elementos sonoros apresentam-se como contrapontos, sobretudo porque as trilhas são quase inexistentes no jornalismo audiovisual radiodifundido. A mensagem verbal também se faz valer da preponderância da instantaneidade e da objetividade, assim como na televisão, mas articula elementos que conferem uma estrutura mais dinâmica, constatando a flexibilidade da linguagem adotada para a narrativa.

Cabe ainda destacar, nestas considerações, que as relações espaço-temporais de publicação/veiculação têm suas bases sobrepostas no advento da notícia televisiva, afinal, elementos como a instantaneidade, a simultaneidade e a ubiquidade são característicos das transmissões audiovisuais e foram potencializados com a imersão do jornalismo no ciberespaço. Todavia, também são pontos adaptados, especialmente em princípio da mobilidade, tratando-se do acesso aos vídeos por dispositivos móveis. No que tange a instantaneidade e a simultaneidade, apesar de se configurarem como materiais que abordam desdobramentos de notícias e que, conseqüentemente não exigem publicação imediata, os vídeos são publicados em concomitância ao desenrolar dos acontecimentos, evidenciando a presença da mensagem instantânea e simultânea.

Em termos ubíquos, foram encontrados pontos muito específicos que podem ser considerados características exclusivas das produções do ciberespaço, como: o formato adaptado para o tamanho das telas de aparelhos móveis; a inserção de imagens amadoras e que não primam tanto pelo alto nível de qualidade - ao contrário da radiodifusão que, apesar de já fazer o uso de gravações produzidas por espectadores, ainda mantém o padrão estético em seus VTs; a possibilidade de acesso a notícia a qualquer momento, de qualquer lugar; e a flexibilidade de enunciação da âncora, que, em um dos vídeos, faz sua aparição da própria casa - algo ainda não registrado na televisão. Assim, entende-se que, nesse cenário interpelado pela ubiquidade, há uma distinção significativa entre os vídeos da BBC e os produtos audiovisuais radiodifundidos, indicando uma breve referência deste último sobre o primeiro, mas que não se estabelece como limitador, de fato.

Dados os fatores evidenciados, e respondendo ao questionamento inicial dessa pesquisa, foi possível compreender que, produções audiovisuais nativas do ciberespaço buscam suas inspirações nas formatações básicas da radiodifusão, mas adquirem uma linguagem própria de construção narrativa. Cabe salientar também que, se historicamente a televisão buscou referências no rádio para a sua estruturação, e as reportagens escritas publicadas nos portais

online têm suas origens nos jornais e revistas impressos, é possível afirmar que as produções audiovisuais do ciberespaço partiram da televisão para difundir a sua própria composição.

A análise deste trabalho aliada ao construto teórico, também permitiu o alcance dos objetivos específicos, os quais visavam: identificar os elementos de composição audiovisual; detectar a inserção de unidades comunicacionais; identificar os formatos noticiosos; e discorrer sobre as relações espaço-temporais de publicação dos materiais. Os resultados obtidos através desta pesquisa contemplaram todas as etapas metodológicas impostas pela Análise de Conteúdo.

Entre as dificuldades encontradas durante o percurso metodológico, destacam-se duas: a limitação do tempo e a escassez de referências bibliográficas que pudessem contribuir para a elaboração do referencial deste trabalho. Esta última evidencia a importância de novas investigações acerca dos formatos narrativos que emergem das plataformas digitais, cada vez mais utilizadas por veículos de comunicação. Sendo assim, partindo da realização desta pesquisa, a autora define quatro vertentes que poderiam desencadear e/ou inspirar/propor outros trabalhos de pesquisa a partir deste: a primeira opção condiz com uma análise comparativa entre mais canais autóctones do YouTube que produzem vídeos como os da BBC; a segunda, idealiza um estudo de caso de produções audiovisuais diferentes das analisadas nesta pesquisa, buscando centrar os olhares naqueles canais que se inspiram no gênero opinativo e seguem os padrões instituídos por programações das televisões por assinatura; a terceira, que abrange uma busca pelas narrativas construídas por veículos de comunicação em plataformas como *Tik Tok* e *Instagram*; e por fim, a quarta alternativa, que tangencia minimamente do problema desta pesquisa, mas possibilita a investigação de boletins realizados exclusivamente através de dispositivos móveis, buscando relacionar a posição do repórter com a sensação da ubiquidade.

Espera-se que esta pesquisa possa contribuir com a realização de trabalhos futuros que busquem centrar seus olhares para os diferentes formatos da narrativa audiovisual, bem como aquelas que são nativas dos ambientes digitais, mas buscam referências nos meios tradicionais. Acredita-se que o jornalismo, especialmente o audiovisual, seja resultante de múltiplas experiências, tanto práticas como rotineiras e de adaptações tecnológicas, reforçando o viés de que o discurso midiático permanece em constante transformação e é concomitante aos processos sociais que modificam as civilizações e o seu modo de consumir informação.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Clarisse de Mendonça E.; FORECHI, Marcilene; CERIGATTO, Mariana P.; et al. **Telejornalismo I**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. E-book. ISBN 9788595028340. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595028340>>. Acesso em: 11 jan 2023.
- AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e telejornalismo: modelos virtuais**. Santos: Intercom, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r2233-1.pdf>>. Acesso em: 6 jan 2023.
- ANTES de Lula ir à China, EUA aumentam presença no Brasil e mostram preocupação. 1 vídeo (8 min46s). Brasil, 2023. Publicado pelo canal BBC NEWS BRASIL. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rqhQaKO1lw&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0VeEjDEQWB&index=19>. Acesso em: 15 maio 2023.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições, 1977.
- BARSOTTI, A.; AGUIAR, L. A. A invisibilidade da home page e as mudanças nos modos de leitura das notícias. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos**. São Paulo: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2017. p. 1–21. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_FIZ9B2A7J51LFFPMEPUG_26_5465_18_02_2017_18_44_07.pdf>. Acesso em: 11 jan 2023.
- BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 520 p. Traduzido por Pedrinho A. Guareschi. ISBN 978-8532627278
- BOAVENTURA, Katrine; ALVES, Carolina Assunção e. Produção jornalística audiovisual na web. Goiânia: SBPJor, 2019. Disponível em: <<file:///C:/Users/pc%20hp/Downloads/2177-7583-1-PB.pdf>>. Acesso em: 6 jan.2023.
- BRASIL, Ministério das Comunicações. Broadcast. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/assuntos/radio-e-tv-aberta>. Acesso em: 24 maio 2023
- BRASIL, Ministério das Comunicações. Radiodifusão. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/assuntos/radio-e-tv-aberta>. Acesso em: 24 maio 2023.
- CASTRO, Beatriz de Melo *et al* (org.). Estilo Longform e a narrativa não linear: o jornalismo digital no século XXI. In: ANDRADE, Jacks *et al* (org.). **Geração Streaming: novas formas de comunicação**. São Paulo: Emeritus, 2021. Cap. 1. p. 26-52. Disponível em: <[Geração Streaming - Novas Formas de Comunicação \(1\).pdf](#)>. Acesso em: 27 dez. 2022.
- COMO surgiu o dinheiro e como o dólar virou a principal moeda global. 1 vídeo (6min53s). Brasil, 2023. Publicado pelo canal BBC NEWS BRASIL. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AnZge4m995w&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0VeEjDEQWB&index=24>. Acesso em: 15 maio 2023.

COSTA, Fabiana Siqueira; KANYAT, Lizbeth. **Cultura participativa: uma análise de representação das fanfictions da telenovela Carrossel.** São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <Cultura Participativa - fanfics carrossel.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2022.

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da; MANTELLO, Paulo Francisco. **Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos.** Comunicação midiática, Bauru, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 56-67, Maio./Ago. 2014. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/185/186>. Acesso em: 17 junho 2023.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz Telejornalismo.** São Paulo: Alegro, 2002.

DEURSEN, Felipe Van. Como se consegue a concessão para operar um canal de TV no Brasil? **Superinteressante**, São Paulo, 18 de abr. 2011. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-se-consegue-a-concessao-para-operar-um-canal-de-tv-no-brasil/>>. Acesso em: 11 jan. 2023

EM quatro pontos o que explica as cenas de caos na França. 1 vídeo (8min11s). Brasil, 2023. Publicado pelo canal BBC NEWS BRASIL. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=otTGX9Q2EU&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0VeEjDEQWB&index=13>. Acesso em: 15 maio 2023.

FIELD, Syd. O assunto: em que exploramos a natureza do assunto. In: FIELD, Syd. **Manual do Roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico.** 14. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. p. 22. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/247033/mod_resource/content/1/Syd%20Field.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2023.

IKEDA, Ana Akemi; CHANG, Sandra Rodrigues da Silva. ANÁLISE DE CONTEÚDO: uma experiência de aplicação na pesquisa em comunicação social. **Comunicação e Inovação**, São Caetano do Sul, v. 6, n. 11, p. 5-13, 2005. Quadrimestral. Disponível em: <file:///C:/Users/pc%20hp/Downloads/rebecanunesguedes,+618-2059-1-CE.pdf>. Acesso em: 6 jan.2023.

JENKINS, Henry. Glossário. In: JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. p. 385-386. Disponível em: <file:///C:/Users/pc%20hp/Downloads/Livro_Cultura_da_Convergencia_Henry_Jenk.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2022.

JESUS, Adriano M. Vasconcellos de; ALMEIDA, Clarisse de Mendonça E.; SILVEIRA, Marcio Telles da; et al. **Narrativas Jornalísticas Digitais.** Porto Alegre: Grupo A, 2021. E-book. ISBN 9786556902401. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556902401>>. Acesso em: 11 jan. 2023.

KERR, Michael A; SILVA, Victor Andrei da; OLIVEIRA, Christine Bahia de; et al. **Produção Audiovisual.** Porto Alegre: Grupo A, 2020. E-book. ISBN 9786556900650. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556900650/>>. Acesso em: 11 jan. 2023.

LAGE, Nilson. **A reportagem**. São Paulo: Editora Record, 2001.

LEITE, J. A ubiquidade da informação digital no espaço urbano. *Logos*, v. 29, n. 2, p. 104–116, 2008. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/424/519>>. Acesso em: 16 abr 2023.

LOBO, Ana Cristina Oliveira. **Jornalismo em vídeo para jovens: o caso da BBC News Brasil no YouTube**. 2020. [124 f.]. Dissertação (Programa de Mestrado Profissional, Produção Jornalística e Mercado) - Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, 2020. Disponível em: <<http://tede2.espm.br/handle/tede/482>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2003. Disponível em: <[Luciana-Mielniczuk.pdf](#)>. Acesso em: 27 dez. 2022.

MOREIRA, Nadia. A não linearidade das narrativas jornalísticas digitais. In: JESUS, Adriano M. Vasconcellos de. et al. **Narrativas Jornalísticas Digitais**. Grupo A, 2021. E-book. ISBN 9786556902401. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556902401/>. Acesso em: 10 jul. 2023.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TVUERJ on-line**. 2005. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2005. Disponível em: <https://gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/2005_nogueira_dissertacao.pdf>. Acesso em: 15 maio 2023.

NOTA COBERTA. *In*: Glossário de termos comuns no jornalismo. Florianópolis: IFSC. Disponível em: <<https://linkdigital.ifsc.edu.br/wp-content/blogs.dir/2/files/gloss%C3%A1rio-imprensa.pdf>>. Acesso em: 15 abr 2023

O megapresídio da política de guerra às gangues em El Salvador. 1 vídeo (4min39s). Brasil, 2023. Publicado pelo canal BBC NEWS BRASIL. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aFidCkDEIkE&list=PLCX5XjxKTpTIOG7hZJQ_dPP0V eEjDEQWB&index=28&t=152>. Acesso em: 15 maio 2023.

PALACIOS, Marcos. (et al.). **Um Mapeamento de Características e Tendências no Jornalismo on-line Brasileiro**. Texto apresentado no Redecom, Salvador, 2002. Disponível em: <https://facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf>. Acesso em 30 dez. 2022

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Retrospectiva do Telejornalismo Brasileiro. **Comunicação e Sociedade**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, São Paulo, n. 31, p. 35-50, jun. 1999. Trimestral. Disponível em:

<file:///C:/Users/pc%20hp/Downloads/7888-33168-1-PB%20(1).pdf>. Acesso em: 01 dez. 2022.

_____. **Telejornalismo no Brasil:** um perfil editorial. 2 ed. São Paulo: Summus, 2000

SCIREA, Bruna. **Notícia em tempo real:** as implicações da instantaneidade na legitimidade e na credibilidade telejornalísticas. 2016. 138 p. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre, RS, 2016.

SERRA, Paulo; SÁ, Sônia; FILHO, Washington Souza. A Televisão Ubíqua. Corvilhã: Livros LABCOM Books, 2015.

SILVA, Patricia Alves do Rego. **TV Tupi, a pioneira na América do Sul.** Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2004. Disponível em: <<https://www.google.com/search?q=TV+Tupi%2C+a+pioneira+na+Am%C3%A9rica+do+Sul&oq=tv&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0i433i512l2j69i60j69i65j69i60l2.53822j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8/>>. Acesso em: 7 dez.2022

SOUZA, Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e. **Webtelejornalismo:** jornalismo na web. 2013. 303 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/pc%20hp/Downloads/2013_MariaLeticiaRenaultCarneiroAbreuSouza.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2022.

THOMPSON, John B. Comunicação e contexto social. *In:* THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 19-46.