

## Notícia e Convergência: formatos de oferta de telejornalismo no Globoplay<sup>1</sup>

Priscilla Terezinha BITENCOURT<sup>2</sup>  
Vitor Curvelo Fontes BELÉM<sup>3</sup>

### RESUMO

As plataformas de vídeo *on demand* são parte efetiva da experiência de consumo no Brasil. O recente estudo publicado pelo Kantar Ibope apontou que o consumo de vídeo por tipo de transmissão no domicílio no Brasil em 2022 em vídeos online correspondeu a 21% do total. A partir dessa perspectiva, este trabalho pretende analisar de que maneira o jornalismo é ofertado dentro da plataforma Globoplay, que é a maior plataforma originalmente brasileira e também uma referência no que diz respeito a um modelo de negócio de SVOD (Subscription vídeo on demand) com origem na TV Linear. A partir dessa identificação, desenvolveu-se um estudo de caso descritivo em torno da plataforma analisamos os modelos adotados com base nos conceitos de multiculturalismo, estabelecido por Canclini, e de cultura da convergência, de Henry Jenkins.

**PALAVRAS-CHAVE:** streaming, telejornalismo, globoplay, televisão

### 1. Um mundo em conexão e a transformação da experiência midiática

De qualquer lugar do mundo, em um clique, é possível transmitir uma dança que vai ser reproduzida milhares de vezes, e, em cada uma delas, reconfigurada do ponto de vista simbólico e cultural. Essa é a lógica de uma sociedade globalizada e fortemente conectada por meios de comunicação de massa. Muito antes dessa hiper conexão vislumbrada na contemporaneidade, Nestor García Canclini, se debruçou na maneira como a construção cultural e de identidade se reconfigura em uma sociedade globalizada e pautada sob lógicas de consumo.

As lutas das gerações a respeito do necessário e do desejável mostram outro modo de estabelecer as identidades e construir nossa diferença. Vamos nos afastando da época em que as identidades se definiam por essências históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que pode se chegar a possuir. (CANCLINI, 1998, p. 30)

Os avanços tecnológicos das últimas décadas alimentaram fortemente a construção dessas identidades a partir do consumo informacional. A chegada da internet em banda larga, a popularização dos *smartphones*, e a composição de multiplataformas alteraram a maneira como consumimos informação. No processo de construção simbólica do conhecimento, em uma sociedade globalizada, a informação plural revisita identidades e é determinante nesse cenário de disputa onde o receptor é dialógico, negocia e revisita informações a partir de uma lógica híbrida que Tondato (2011) relaciona com a própria ideia de cidadania.

Já não temos mais uma só identidade, e sim várias. Fazemos parte de uma nação, mas os acontecimentos de todo o mundo afetam nossa vida cotidiana. Os limites entre o público e o privado se fazem cada vez mais tênues ou indefinidos. (TONDATO, p. 04, 2011, tradução própria)

A popularização dos meios digitais de informação foi o ponto chave para um fenômeno muito característico do chamado período de Revolução Digital, onde novos espaços de diálogos foram formados e novas formas de inter-relação midiática se estabeleceram no

cotidiano das relações sociais e alteraram profundamente papéis nessa produção de sentido. O avanço da tecnologia, a velocidade de conexão e o surgimento de novas ferramentas de mídia, diferentes, mas conectadas entre si, fez surgir o que Jenkins (2009) denomina Cultura da Convergência.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, p.30, 2009)

Nessa relação de convergência de mídias, meios tradicionais se transformaram e se reconfiguraram de forma a interagir com o público, cada vez mais ativo e autônomo. Para Jenkins (2009) a convergência representou uma transformação cultural, uma vez que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.

Uma transformação que afetou até mesmo os meios de comunicação de massa mais tradicionais, a exemplo da TV Linear. A televisão tal qual conhecemos e que se estabeleceu como grande meio de comunicação de massa ao longo do século XX foi definida por Lotz (2007) como TV Linear. Lotz sistematizou historicamente o processo de transformação do modo de ver televisão nos Estados Unidos e definiu o período dos anos 1954 até os anos de 1980 como *Network Era*, onde, embora houvesse o controle remoto à mão, os telespectadores tinham um restrito controle sobre a mídia, uma audiência que assistia contemporaneamente e que tinha pouco a escolher. De acordo com a autora o modelo de Televisão Linear corresponde a esse período da *Network Era*, fortemente influenciado pela ideia dos fluxos comunicacionais.

No Brasil, os fluxos – ou grades de programação- foram construídos ao longo do século XX a partir de dois modelos clássicos: rígido e flexível. A TV Linear brasileira que nasce da associação entre tecnologia do cinema e linguagem radiofônica, herda tal qual, o formato de sistematização de conteúdo, como explicou Cannito (2009):

(...) são meios de fluxo por excelência a televisão e o rádio. Ambos transmitem seus programas seguindo um fluxo temporal de modo unidirecional- ou seja, a programação nunca volta. Mais do que isso, a exibição não depende da vontade ou da interação do receptor, nenhum espectador/ouvinte consegue ter acesso ao jornal das 20h quando o relógio marca 16h30, por mais que ele rejeite a programação das 16h30. O espectador pode desligar a TV, mas isso não impede que seu vizinho continue assistindo a programação regular. (CANNITO, p.24, 2009)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP de Telejornalismo evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, email: [pritebi@academico.ufs.br](mailto:pritebi@academico.ufs.br)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho, professor do programa de pós-graduação em comunicação da UFS, Vitor Belém. [vitorbelem@academico.ufs.br](mailto:vitorbelem@academico.ufs.br)

Os fluxos pautaram, por décadas, os modos e usos do público da televisão. Sua programação, sistematizada por uma ordem não cronológica, mas rígida, se relacionou com os costumes socioculturais da população que foi, assim, se apropriando de tais lógicas e sentidos. O jornal da manhã, a novela das 21h, o filme das 23h compuseram, de uma maneira ou de outra, a rotina de um público que, neste aspecto exercia certa passividade no consumo. Embora a lógica culturalista, aqui considerada, reconheça que ao longo desse processo os meios de comunicação compuseram um terreno de disputa entre os padrões estabelecidos pelos emissores e as inferências feitas por receptores mediadas por fatores híbridos e culturalmente complexos, há de se considerar que a *network era* concentrava padrões de consumo a partir de uma oferta rígida.

No Brasil, Cannito (2009) demonstrou como a TV Globo, liderada por Walter Clark e José Bonifácio Sobrinho, se tornou referência do modelo rígido de grade, com poucas mudanças em sua programação. A construção de fluxo depende de padrões bem estabelecido de forma vertical e horizontal.

A grade nada mais é que um sistema de organização do fluxo televisivo, de forma que o público possa saber o horário de seus programas favoritos. Tal como a secretária executiva, a grade faz a “agenda” do caos “ao vivo” televisivo. O fluxo temporário é organizado pelo modelo de repetição por convenção: cada dia possui 24 horas, cada semana tem sete dias. Ou seja, a cada período pré-fixado, o evento se repete, sem ser o mesmo- eis princípio que se baseia a grade televisiva.” (CANNITO, p. 26, 2009)

Tal modelo foi fundamental para a determinação do que se chama de temporalidade na televisão. Essa relação tempo/conteúdo foi condição marcante para a construção de um modelo de telejornalismo no Brasil. Franciscato (2005) explicou que a temporalidade jornalística foi determinada por meio das cinco categorias descritivas: instantaneidade, simultaneidade, periodicidade, novidade e revelação pública. De forma categórica, os meios de notícia tinham na temporalidade condições de noticiabilidade e, assim, foram criados os jornais da manhã, do almoço e da noite. Uma razão lógica que passa por enorme transformação com a chegada dos meios digitais.

Se a TV Linear é fluxo, para Cannito (2009) a internet é arquivo. Uma condição essencial para diferenciar a grande potencialidade que se cria em torno do tema. O autor compara a internet com uma biblioteca, um ambiente onde uma enorme quantidade de conteúdo é depositada e que está acessível ao usuário a um clique. Neste sentido, ao contrário do telespectador tradicional/passivo o internauta é ativo, determina o que quer ver e quando ver. Neste cenário surgem as plataformas de *streaming*, onde o consumo de vídeo, algo fortemente estabelecido pela TV Linear, se converge com os modos e usos da internet, com acesso *on demand*, surgem como um modelo híbrido. O instituto Kantar Ibope passou a analisar em 2021 canais de streaming em todo o Brasil. Dados publicados em 2022 apontaram que 98% dos brasileiros consumiram conteúdo de vídeo em casa no primeiro trimestre de 2022. Desse total, 21% estão entre os dois meios: o consumo online e a própria TV Linear.

O conteúdo jornalístico faz parte dessa transformação. A informação que outrora teve hora marcada para chegar, hoje se pulveriza e se multiplica com poucos cliques. O tempo/notícia para a ter outros usos nas mãos de usuários. E a informação, agora regida por novas lógicas mediadoras, também passa por uma forte crise. Franciscato (2019) debateu o tema, ao argumentar que o cenário contemporâneo do jornalismo tem sido afetado por uma ideia de crise ou perda de legitimidade, centralidade como organização jornalística capaz de produzir um conhecimento socialmente relevante para o público.

Diante deste contexto, apresenta-se como híbrido entre dois mundos: a origem na maior rede de televisão brasileira, linear e rígida, e o habitat na internet, dentro de uma proposta que mescla o chamado SVOD (*Subscription Video On Demand*) e AVOD (*Advertising Video On*

Demand).

## 2. Globoplay: um híbrido brasileiro

A trajetória da plataforma Globoplay é, em si, diferente de outros modelos adotados no mundo. Um dos aspectos relevantes é sua origem: a Globoplay nasce da maior *holding* de comunicação brasileira, com a maior rede de televisão nacional e uma das maiores empresas do setor no mundo. Essa expertise não deve ser desconsiderada ao analisar de que forma a plataforma de *streaming* se insere no mercado, mas também como, com caráter técnico, a Globoplay se apropria dos usos e costumes que o brasileiro estabeleceu com a televisão ao longo de décadas.

Os analistas mais apocalípticos previam que a Televisão ou o telejornalismo tal qual se estabeleceram, sobretudo nas décadas de 1980 e 1990, sucumbiriam com o fim da televisão e, por consequência com o telejornalismo como conhecemos. Um dos momentos marcantes dessa análise se deu em 2011, quando a gigante Netflix chegou ao Brasil. Em trabalho publicado dez anos após o estabelecimento do streaming Netflix no mercado nacional, Castellano e Meimarids (2021) revisitaram as análises iniciais e apontaram como o tempo demonstrou não só a existência de um espaço no mercado nacional para a manutenção da TV Linear, como, ao mesmo tempo, as plataformas de *streaming* passaram a incorporar elementos de fluxo – ou *grade* - da TV Linear na sistematização de conteúdos *on demand*.

Além das discussões sobre a TV do futuro, consideramos que os serviços de streaming, aqui simbolizados na Netflix, indicam uma tendência de como as pessoas querem assistir à televisão. Supomos que boa parte das indagações sobre o fim da TV deveriam ser direcionadas, na verdade, para um questionamento a respeito de por quanto tempo o modelo de programação em fluxo, com uma *grade* predeterminada, ainda vai se configurar como a principal (ou única) formas de acesso ao conteúdo da TV, ainda que mesmo esse tipo de debate deva ser conduzido com bastante cautela. (CASTELLANO, MEIMARIDS, p. 214, 2021)

Muito antes do início desse processo de integração de mídias, antes mesmo da chegada das principais plataformas de *streaming* no Brasil, a TV Globo já buscava se estabelecer na internet.

Albuquerque (2020) analisou a chegada do portal globo.com ao mercado brasileiro, ao reiterar que o portal globo.com foi lançado em Março de 2000, e marca o início dessa jornada da emissora no ambiente digital. Após esse portal, a emissora desenvolveu uma política de controle de distribuição do conteúdo na internet para sua própria rede de notícias, interligada por diversos sites entre si, oferecendo entretenimento, informação e variedades, com o objetivo de promover a imersão dos usuários pelo maior espaço de tempo possível.

De acordo com a definição da própria Globo, o serviço de *streaming* Globoplay é uma multiplataforma que reúne conteúdos originais Globo e do mercado audiovisual independente, filmes e séries, dentre elas produções exclusivas, que só serão exibidas online. Cajazeira e Souza (2021) realizaram um estudo exploratório, de natureza qualitativa com a análise do aplicativo Globoplay, buscando identificar a reconfiguração da TV no ambiente digital a partir do arquivamento da memória audiovisual. A pesquisa exploratória, visando a observação do fenômeno em questão, foi realizada entre 11 de maio a 11 de junho do ano de 2020. A respeito da Globoplay, os autores avaliaram:

É uma espécie de TV fragmentada no ambiente digital, compartimentada, dividida em seções e subseções que podem ser acessadas sem uma *grade* de programação como na TV, possibilitando ao espectador/usuário a construção da sua própria *grade*. Além disso, o sistema do aplicativo digital permite o contato com produtos anteriormente realizados e que na TV já não estão mais disponibilizados. As barreiras de tempo e espaço são diluídas no acesso à memória arquivada da TV na

internet. (CAJAZEIRA e SOUZA, 2021, p.156)

A plataforma oferece conteúdo em múltiplos gêneros e formatos, gratuitos ou com acesso mediante assinatura. Com o avanço da tecnologia

A compreensão que se tem é de que essa construção simbólica tem reflexos nos modos e usos feitos por esse telespectador/internauta, uma vez que estabelece convergência de signos com novas possibilidades tecnológicas de acesso. Conteúdos que cujo acesso é mediado pela assinatura da plataforma são definidos dentro do formato SVOD (*Subscription Video On Demand*), já aqueles cujo acesso é gratuito, e incluem publicidade, podem ser definidos como AVOD (*Advertising Video On Demand*).

A Globoplay ocupa a terceira posição entre as plataformas de streaming no Brasil. Os dados foram divulgados pela primeira vez em 2023 em estudo do Kantar Ibope. Nesta análise esta geral, o ranking dos streamings mais bem posicionados inclui o Youtube, com 14,71%, Netflix com 4,38%, Globoplay, com 0,78% e Amazon Prime Vídeo com 0,51%.

Embora não seja o líder em audiência, a plataforma reúne características próprias que a diferenciam de suas concorrentes de mercado. O primeiro aspecto a ser considerado é o fato de ter sido uma plataforma com origem brasileira, agregando assim, conhecimento aos aspectos que marcam o mercado nacional. O segundo está na multiplicidade de distribuição de conteúdo, reunindo formatos como *live streaming*, arquivo de telejornais da TV aberta, programação especial e conteúdo dos diversos canais do grupo Globo.

### 3. Jornalismo na Globoplay: uma análise descritiva

Com o intuito de analisar de que maneira o jornalismo se apresenta ao usuário da plataforma Globoplay, realizamos uma pesquisa descritiva com foco na coleta de dados da plataforma e na contabilização de seu conteúdo jornalístico. Para efeito de análise, categorizaremos o conteúdo a partir da seguinte perspectiva:

- Temporalidade: Elenca-se sob quais aspectos temporais o conteúdo é ofertado ao usuário, se ao vivo, gravado, serializado, diariamente, semanalmente. Com quais recortes de tempo o conteúdo está disponível.
- Tipo: Determina-se os tipos de conteúdo considerados jornalísticos para categorizar o material encontrado: telejornal, análise/debate, documentário, cobertura especial.
- Áudio e Vídeo: Categoriza-se o quanto do conteúdo disponibilizado em jornalismo está relacionado a áudio ou a conteúdo de vídeo.
- SVOD ou AVOD: Analisamos em qual categoria o conteúdo jornalístico citado se enquadra. Considerando que o SVOD, corresponde ao conteúdo exclusivo do assinante, aquele que é limitado à condição de pagamento, enquanto que o AVOD é o conteúdo gratuito, aberto, que independe de assinatura.

O acesso à plataforma Globoplay pode ser feito via aplicativo ou via portal na internet. A critério de análise acessamos o portal no dia 21 de novembro de 2022. O primeiro aspecto a ser considerado é que a plataforma oferta, no primeiro acesso do usuário, conteúdos divididos por gêneros em banners na página inicial. Seis *banners* foram encontrados no primeiro acesso, sendo divididos da seguinte maneira.

encontrados no primeiro acesso, sendo divididos da seguinte maneira.

Tabela 1 Tabela de conteúdos disponibilizados ao usuário Globoplay em 21/11/2022

<b>Ficção</b>	<b>Esportes</b>	<b>Jornalismo/Documentário</b>
---------------	-----------------	--------------------------------



Novela Todas as Flores	Troca de Passes – ao vivo Sportv	Série Documental Flor de Lis
Série Encantados	Multiângulo – Principais lances das partidas da Copa do Mundo	Série Documental Vale Tudo com Tim Maia

*Pesquisa realizada no dia 21/11/2022 com acesso ao aplicativo Globoplay.*

Vale destacar nessa primeira análise, a observação feita por Cannito (2009) a respeito da herança da teledramaturgia na definição dos fluxos, que aqui entendemos com as estratégias de apresentação de conteúdo. Mais uma vez o *streaming* demonstra forte relação com a expertise da TV Linear na construção desse modelo. Entre todos os 6 produtos em destaque é possível identificar a predominância de formatos da grade rígida linear.

Um exemplo é a opção por exibição seriada, que é identificada tanto na novela Todas as Flores, que já é um formato migrado da TV, embora se trate de uma produção original para o Globoplay, quanto na série de humor Encantados. O que chama a atenção é que os documentários, de caráter mais jornalístico – embora existam divergências quanto a ambivalência do documentário tanto no jornalismo quanto no cinema- foram adotadas estratégias de divulgação em série.

A oferta da plataforma com os canais lineares em *broadcasting*, que agregam em um só lugar o canal internacional da Globo, SporTV, GloboNews e VIVA, também oferece produções *on demand* dos canais Multishow, GNT, Viva, Gloob, Canal OFF e Mais Na Tela, além da transmissão da rádio CBN.<sup>1</sup>

Esta oferta multifacetada está presente dentro da plataforma em diversas barras de ofertas. A análise em questão foi feita durante a realização da Copa do Mundo de Futebol em 2022. É importante contextualizar que na TV Linear, boa parte da grade de programação havia sido modificada para a exibição de programas jornalísticos especiais voltados para o Esporte, de forma especial a Copa do Mundo. Dos 6 banners de destaque, dois foram referentes a conteúdos esportivos segmentados da Copa do Mundo. Além disso, como parte do pacote já citado acima, identificamos outras ofertas na interface relacionadas aos mesmos conteúdos, muitos de caráter jornalístico/esportivo:

- **Tudo sobre Copa do Mundo 2022:** Barra de Conteúdos gratuitos, com característica AVOD(advertising vídeo on demand) já exibidos em telejornais da TV aberta sobre o tema Copa do mundo;
- **Melhores Momentos da Copa do Mundo:** Trechos de lances de jogos já exibidos em transmissões ao vivo;
- **Live Streaming Esportivo:** A plataforma possui uma aba exclusiva para divulgação de live streaming, que são transmissões ao vivo, em geral, migradas dos canais abertos ou fechados da TV Globo, Globonews, SporTV e + Canais. Durante o período citado foi criada uma aba denominada “copa do mundo” em que foram ofertados conteúdos com característica de SVOD (subscription vídeo on demand) cujo acesso era restrito a assinantes. Aqui é possível ar continuidade à cobertura já iniciada em outros canais;
- **Arquivo de Transmissões:** Ao acessar a aba melhores momentos da Copa o usuário

<sup>1</sup> Carnaval, Futebol, Contravenção em “Doutor Castor”, documentário original Globoplay. Nova York, 11 de fevereiro de 2021. Acesso em novembro de 2022. Disponível em > [Carnaval, futebol e contravenção em ‘Doutor Castor’, documentário original Globoplay - Globo Imprensa - Globo Imprensa](#)

pode rever momentos de cobertura, a exemplo de jogos, comentários e até a cerimônia de abertura do evento;

Ao observar a natureza tecnológica do *streaming*, é possível identificar sua origem fortemente marcada por um mercado de convergência de internet. A convergência é, de acordo com Jenkins (2009) um espaço onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam.

Um dos aspectos categorizados por Jenkins (2009) ao se debruçar sobre a cultura da convergência foi identificar como a narrativa transmídia surge a partir do fenômeno de convergência de mídias. A partir da análise do mercado de entretenimento, Jenkins define o fenômeno como a arte da criação de um universo.

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos. (JENKINS, 2009, p. 141)

No contexto da cobertura esportiva acima mencionada, é possível encontrar referências a essa estratégia transmídia. A cobertura que está na TV aberta não termina ali, ela continua em programas especiais, em análises, destaques. Um assunto complementa o outro, o AVOD atrai, o SVOD aprofunda o conteúdo. Dessa forma, o fenômeno transmidiático vai sendo construído por meio do Jornalismo Esportivo, tal qual nas ficções antes citadas por Jenkins. Ao acessar a plataforma o usuário é levado a uma aba denominada “explore”, nela os conteúdos da plataforma estão divididos em categorias. Analisou-se o material ofertado dentro da categoria jornalismo, subdividindo de acordo com tipos de produto e característica SVOD ou AVOD. Foram encontrados 60 produtos, no total, sendo a maior parte, 28, de Programas jornalísticos diversos, que incluem debates, entrevistas análises conjunturais e até mesmo programas de editorias segmentadas, como aqueles voltados a questões de mobilidade urbana e meio ambiente por exemplo. A divisão por tipo de produto pode ser visualizada na tabela abaixo:

<b>OFERTA DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO NA GLOBOPLAY</b>		
<b>TIPOS</b>	<b>QUANTIDADE</b>	<b>PORCENTAGEM</b>
Telejornais de rede	8	13,33%
Programas Jornalísticos	28	46,6%
Coberturas Especiais	7	11,6%
Documentários	3	5%
Séries Especiais	9	15%
Edições Comemorativas	5	8,3%

Fonte: Elaboração dos autores.

A partir dessa análise foi possível observar a grande prevalência de produtos migrados de outros canais da Globo para a plataforma de *streaming*. São produtos já exibidos em outros canais, fora do marco temporal de sua exibição inicial. Neste sentido, é possível considerar que a plataforma exerce muito mais o papel já descrito por Cannito (2009) de arquivo. Para o autor, o conceito de banco de dados é importante para entender o ambiente onde se insere a televisão na era digital.

O digital é a era em que o tempo deixa de existir. O que era velho vira novo, as imagens antigas são recuperadas e eternizadas, as imagens produzidas a partir de agora poderão existir para sempre. Cada imagem produzida no mundo começa a fazer parte de uma imensa biblioteca de imagens que deverá ser organizada e disponibilizada de forma inovadora e criativa. (CANNITO, 2009, p. 55)

A plataforma Globoplay funciona em boa parte como um potencial arquivo de uma grande produção de conteúdo jornalístico já realizado e exibido em outras grades da televisão. O caráter temporal da notícia deixa também de ter a relevância empregada no modelo de fluxo da TV Linear. Se no modelo da televisão aberta o tempo do programador está intimamente relacionado com o fator notícia, no *streaming* essa referência deixa de ser determinante.

Ao analisar que estamos lidando com conteúdo jornalístico é importante destacar como esse modelo reconfigura padrões institucionais solidificados na relação entre tempo e notícia. Para Franciscato (2019), o jornalismo tem sido um fenômeno participante na construção dessa experiência do tempo social. O tempo do jornalismo está vinculado, assim, a uma tendência a regulação e padronização dos ritmos da vida cotidiana.

Se a oferta está sob demanda e se o conteúdo continua relevante, mesmo após o tempo presente da notícia, o caráter arquivo prevalece. A interferência dos novos meios digitais nas relações de tempo, foi ainda compreendida por Franciscato (2019) ao considerar que os estudos recentes determinam essa multidimensionalidade do tempo social. Ainda assim, para melhor compreensão da relação de tempo e jornalismo, o autor retoma uma definição estabelecida em 2005, sobre a temporalidade no jornalismo, onde cinco categorias foram sistematizadas.

(...) a) instantaneidade: refere-se a uma possibilidade material de ausência do intervalo de tempo entre a ocorrência de um evento e seu registro, transmissão e recepção por um público, assim como uma referência simbólica que vincula fenômenos socioculturais a experiências do presente.

b) simultaneidade: o jornalismo opera relações de simultaneidade ao propor sincronizar ações, eventos e sujeitos em um mesmo momento, mesmo que ocorram diferenças na velocidade de realização, duração, consequências ou desdobramentos.

c) periodicidade: A produção regular de notícias deu à sociedade um envolvimento continuado com eventos, desenvolvendo padrões de acompanhamento e lembrança e direcionando modos de definir notícia. Hoje, esse modelo tradicional é desafiado pela instantaneidade do fluxo contínuo.

d) novidade: a notícia é indissociável de uma lógica de inovação, originalidade ou renovação que padroniza um modo de reconhecer e definir eventos e os apresentar publicamente por meio do relato jornalístico.

e) revelação pública: o jornalismo constrói temporalidade em sua lógica discursiva, pois intervém na construção do tempo ao ser enunciado por meio de regras discursivas. O tempo da enunciação é, para o jornalismo, um marco zero no tempo de circulação pública de uma notícia. (FRANCISCATO 2005, apud FRANCISCATO 2019, p. 136 e 137)

A partir dessa sistematização é possível observar que os conteúdos jornalísticos dentro da área explorar, ofertados na plataforma Globoplay, não atendem aos critérios tradicionais de temporalidade. No entanto, a plataforma busca manter em um dos recursos ofertados ao internauta o critério da instantaneidade. Um dos recursos permite transmissões ao vivo, no formato *live streaming*, que se caracterizam pela veiculação via plataforma, de conteúdos tanto gratuitos quanto restritos ao assinante ao vivo. Importante salientar que aqueles que são AVOD, não necessitam de assinatura, mas permitem ao usuário o acesso após a submissão à publicidade. Dentre os conteúdos gratuitos, é possível identificar muitos produtos jornalísticos, a exemplo de transmissões das rádios CBN e dos telejornais locais regionais.

A aba “agora” que identifica os conteúdos em *live streaming* tem ainda uma subdivisão relacionada ao jornalismo. Nela, o assinante pode acompanhar 24h por dia as transmissões



da Globonews e da rádio CBN, sendo essa última ofertada gratuitamente sem a veiculação de imagens.

Mais uma vez, a análise de Jenkins (2009) nos ajuda a compreender esse fenômeno múltiplo da plataforma. Embora muitos conteúdos sejam objeto de depósito no grande arquivo que é o servidor de *streaming*, por outro lado, é possível observar que as grandes empresas, e a Globo se enquadra nesse perfil, têm buscado ampliar sua produção transmídia a fim de fidelizar essa audiência e o consumo informacional.

Em um cenário de convergência, as muitas linguagens se difundem e se complementam. Em discursos que coexistem e formam, dessa maneira, um contexto social onde o usuário/internauta é convidado a experimentar sua própria construção simbólica de significados a partir do consumo informacional. O caso Globoplay, mais uma vez, demonstra essa multiplicidade. Embora seja uma plataforma de *streaming* de consumo de vídeo, uma parte importante e, cabe aqui um destaque, inédita de seu conteúdo é veiculada por meio de áudio. Ao acessar a plataforma o usuário, que a explora, é levado a uma área destinada a podcasts. São muitos conteúdos divididos em pelo menos 15 categorias: casos reais, recomendados, originais globoplay, mais ouvidos, lançamentos imperdíveis, jornalismo, esportes, sociedade e comportamento, cultura pop e entretenimento, humor, negócios e finanças, ficção e histórias, infantil, tecnologia, todos os podcasts.

Onze podcasts estão elencados na categoria de originais globoplay, são, portanto, conteúdo exclusivo desenvolvido para a plataforma. Todos têm características jornalísticas, ou por se tratarem de documentários, de debates que costumam protagonizar noticiários, ou ainda que podem ser definidos na categoria “*true crime*”, que são relatos aprofundados de casos de crimes reais.

Na categoria podcasts de jornalismo, é possível encontrar outros 26 títulos, entre eles títulos que se relacionam com produtos da TV aberta, mas que propõem uma narrativa transmídia, como o podcast da jornalista Renata Capucci, repórter especial da Globo e do Fantástico, que têm o mesmo slogan do jornalístico dominical da TV Linear e que exibe periodicamente às segundas-feiras grandes reportagens com “o selo de jornalismo do Fantástico” como descreve o anúncio do conteúdo. Há ainda derivados de produtos da rádio CBN, da Globonews e de outras marcas da holding Globo.

No *streaming*, notícia e entretenimento se convergem, se complementam e criam uma narrativa contínua, moldada para que essa audiência se conecte de uma fonte à outra, sem que essa relação de fidelidade seja rompida, em um cenário criado para promover uma convergência local.

#### 4. Aspectos Conclusivos

O *streaming* pode ser descrito como a nova era do consumo de vídeo no Brasil e no mundo. Um modelo cuja tecnologia propiciou novas forma de interação, de produção de sentido e de acesso à informação. Embora os olhares estejam sempre voltados para os usos que as grandes instituições fazem da capacidade tecnológica que se apresenta, a cada dia, e nos desafia, reiteramos o conceito fundamental de Jenkins (2009) para explicar que é nos usos desses instrumentos que a verdadeira convergência acontece.

A plataforma Globoplay se insere como um modelo híbrido de construção de audiência. Por um lado, o *streaming* brasileiro resgata de sua origem na TV Linear modelos de estabelecimento de grade e de oferta de conteúdo. Por outro, explora por meio da tecnologia, a multiplicidade característica da cultura da convergência, agregando em si, modelos de transmídia, de multiplicidade de linguagens e formatos.

O jornalismo ocupa espaço significativo no *hall* de conteúdos disponibilizados pela plataforma e, nesse cenário, diverge em muitos aspectos da noticiabilidade característica do telejornalismo tradicional. O principal fator de divergência está na temporalidade, condição

*sine qua non* do jornalismo televisivo tradicional que, dentro do streaming deixa de ter caráter determinista. Ainda assim, por meio da mesma convergência, produtos com outros moldes dividem espaço e disputam a audiência do usuário, seja por meio do *live streaming*, seja pela ausência das imagens, ou ainda pela concomitância de oferta de conteúdos financiados por publicidade, AVOD, ou pela assinatura dos usuários, SVOD.

Diante de tamanha velocidade no avanço tecnológico, e do imenso impacto do consumo de vídeo online no mercado brasileiro, cabe aqui salientar que a tecnologia não é a protagonista do processo de produção de sentido a partir do consumo de informação. Ao nos apropriarmos do consumo informacional, determinamos também aspectos importantes da nossa identidade social. Algo que Canclini (2005) relacionou com a própria ideia de cidadania, ao definir que ser cidadão não rem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento.

Vale pontuar que, na internet moldada por inteligência artificial e modulada pela ação dos algoritmos, os usos individuais determinam o acesso à informação e a definição de comunidades de referência informacionais. Embora a tecnologia permeie cada vez mais o cotidiano, a ação humana nunca foi tão autônoma na definição do consumo da informação. Esta análise demonstrou, por fim, que embora existam muitas iniciativas, ainda há muito a ser explorado no sentido de criar um conteúdo autêntico e realmente inovador no que se refere ao jornalismo voltado às plataformas de streaming, de forma especial, na plataforma Globoplay. Um modelo gigantesco e originalmente brasileiro de se fazer mídia *on demand*.

## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Danilo. **Plataformas de TV online: um estudo de caso do Globoplay**. 2020. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) – Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR. São Carlos, 2020. Orientador: João Carlos Massarolo.
- BARROS, A, DUARTE, J, et al. Org. **Métodos e Pesquisa em Comunicação**. [São Paulo] Editora Atlas S.A. 2005.
- CAJAZEIRA, Paulo Eduardo; SOUZA; José Jullian. **O arquivamento da memória televisiva em plataformas de aplicativos digitais**. Rumores. 2020.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. trad. Maurício Santana Dias. 5ª edição. Editora UFRJ. Rio de Janeiro. 2005
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1998.
- CANITO, Newton Guimarães. **A Televisão na era digital**. Tese de doutorado da Escola de Comunicação e artes da USP. São Paulo. 2009.
- CASTELLANO, M; MEIMARIDS, M. *A “televisão do futuro”? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV*. Matrizes, vol. 15, núm. 1, 2021, pp. 195-222  
Universidade de São Paulo [São Paulo, Brasil.
- FRANCISCATO, C. E. **Tecnologias digitais e temporalidades múltiplas no ecossistema jornalístico**. Contracampo, Niterói, v. 38, n. 02, pp. 132-146, ago. 2019/nov. 2019.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. tradução Susana Alexandria. 2ª edição. Editora Aleph. São Paulo. 2009
- KANTAR Ibope Media. Advertising Intelligence. **Vídeo Streaming Report. Total indivíduos**. Total measured. 24 de Março de 2022. São Paulo.
- KANTAR IBOPE Media. **Advertising Intelligence. Considerando descontos percentuais por meio/canal**. | Top 10 Marcas Brand Z e Top 10 Marcas Brand Footprint – Kantar | Meios/formatos considerados: Cinema, TV Aberta+Merchan, TV Assinatura, Vídeo Desktop, Vídeo Mobile, Paid Social Vídeo.
- LOTZ, A. D. **The television will be revolutionized**. NYU Press. 2007.
- MASSAROLO, João; MESQUITA, Dario. **Fluxos sob demanda nas plataformas televisivas: um estudo do Globoplay**. In: ENCONTRO NACIONAL DA COMPÓS, 9, 2017. São Paulo. Anais... São Paulo, 2017.

---

TONDATO, Márcia Percin. **Una perspectiva teórica sobre el consumo y la ciudadanía en la contemporaneidad.**1. Revista Iberoamericana de Comunicación. Red RIEC y Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), 2010, vol. 2, núm. 2, p. 5-18, ISSN 1697-3720

