

Marcas telejornalísticas em narrativas audiovisuais produzidas para o ciberespaço: análise de vídeos do portal BBC News Brasil no YouTube¹

Amanda Spohr DEMAMANN²

Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul

RESUMO

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 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 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.

PALAVRAS-CHAVE: Radiodifusão; Ciberespaço; Jornalismo audiovisual; Ubiquidade; Análise de Conteúdo

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.

Pode-se, eventualmente, compreender esse fenômeno como uma transição jornalística, cujos efeitos refletem 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 radiodifusão.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

² Estudante de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, e-mail: amanda.spohr@acad.ufsm.br.

Ante essa cena, a presente pesquisa representa o recorte de um Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em julho de 2023, que teve por objetivo geral detectar como recursos característicos do jornalismo audiovisual de radiodifusão são apropriados e adaptados para o cenário digital de publicação.

A plataforma escolhida para análise foi o YouTube, criado em 2005 com o intuito de compartilhamento de materiais audiovisuais de entretenimento, que hoje apresenta relevância para fins jornalísticos. O objeto de análise é composto por uma sequência de quatro vídeos publicados pelo canal da BBC News Brasil. 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 pela radiodifusão e adaptando-as para o ciberespaço.

METODOLOGIA

Ao centrar os olhares sobre a produção audiovisual jornalística para o ciberespaço, verifica-se o método de Análise de Conteúdo como o mais adequado procedimento metodológico a ser adotado neste 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 deste projeto debruçou suas buscas por um referencial teórico que contemplasse uma introdução aos estudos de audiovisual e seus elementos de composição e à história do telejornalismo brasileiro, sob o viés de autores como Curado (2002), Paternostro (2006), Rezende (2000), e Lage (2006). Posteriormente, a bibliografia discorre sobre o processo de convergência dos meios de comunicação e a propagação dos formatos; a adaptabilidade dos conteúdos jornalísticos; e aborda, também, questões sobre o YouTube e o jornalismo ali praticado. Para isso, são utilizados estudos realizados por Nogueira (2005) e Palácios et al. (2002). Por fim, o aporte teórico abrange os estudos de jornalismo e ubiquidade, dedicando seu olhar às

relações existentes entre a ubiquidade, a instantaneidade e a simultaneidade, sob as perspectivas de Serra et al. (2015), Leite (2008), Meditsch (2001), e Thompson (2002).

Nesta fase também foram selecionados quatro vídeos publicados pelo canal do YouTube da BBC News Brasil. Os materiais foram escolhidos em formato de semana construída, do dia sete de março de 2023 ao dia 31 do mesmo mês. A forma de escolha foi determinada para que houvesse a possibilidade de analisar arquivos com diversidade de assuntos, já que as observações também atentam seus olhares para os formatos jornalísticos.

Na continuação do processo metodológico, conforme Bardin (1977, p.101), a segunda fase da Análise de Conteúdo, que contempla “essencialmente de operações de codificação, desconto ou enumeração”, consiste na definição e sistematização de quatro categorias de análise, sendo elas: 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 fim, a pesquisa chega à terceira etapa, que, segundo Bardin (1977) representa o tratamento, inferência e interpretação dos resultados, e objetivam a sintetização das informações obtidas durante o processo de investigação.

ANÁLISE

A partir da etapa qualitativa do projeto, foi possível elencar pontos importantes para a discussão, 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 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 porque se tratam 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.

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

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, caracterizando uma fase de personalização.

O quarto ponto de análise abrange as unidades comunicacionais. A plataforma televisiva dispõe de uma diversidade de potencialidade capazes de desenvolver elementos sonoros, imagéticos e verbais que auxiliam na compreensão dos fatos e constituem os materiais jornalísticos. 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 está relacionado aos elementos de composição audiovisual. Na análise do som, a divergência encontra-se na presença das trilhas sonoras, que não são comumente utilizadas pelo jornalismo audiovisual de radiodifusão. Na observação frente aos recursos gráficos, também aparenta haver uma maior exploração da iconografia. Quando se observa o aspecto do ‘casamento’ de imagens com o texto, nota-se a presença de imagens cedidas por agências de notícias ou organizações de mídias internacionais.

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 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 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. Essas diferenças podem caracterizar-se como elementos de linguagem própria desse formato jornalístico, presente em uma plataforma que prospecta um público flexível e que prima pela ubiquidade informativa.

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 a partir 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. O ponto 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. Neste viés, há uma semelhança com a televisão,

porque, com a evolução dos aparatos, 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 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, porque existe a possibilidade 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, de qualquer lugar, pelo usuário.

Outro elemento que constitui o fator da ubiquidade está ligado à adaptabilidade dos conteúdos informativos aos dispositivos móveis. O formato *widescreen* é pensado 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 limitações do distanciamento social.

CONSIDERAÇÕES

Dadas as circunstâncias, 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. 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 válido afirmar que as produções audiovisuais do ciberespaço partiram da televisão para difundir a sua própria composição.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições, 1977.

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

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/logos/article/view/424/519>< Acesso em: 01 mai 2024.

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

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: gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/2005_nogueira_dissertacao.pdf 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. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. 2 ed. São Paulo: Summus, 2000.

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

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.