



## Produção jornalística audiovisual na web

**Katrine Boaventura** <sup>1</sup>  
**Carolina Assunção e Alves** <sup>2</sup>.

Centro Universitário de Brasília (UNICEUB)

**Resumo:** A crescente produção audiovisual disponível na internet e o respectivo aumento de consumo desse tipo de conteúdo impacta também sobre a oferta de informação jornalística. O objetivo deste artigo é discutir sobre formatos jornalísticos audiovisuais on-line, a partir das seguintes categorias: telejornalismo na web; conteúdo audiovisual do jornalismo convergente; conteúdo audiovisual do jornalismo nativo digital. Para isso, nos baseamos nas reflexões de autores como Jenkins (2013), Emerim e Cavenaghi (2012), entre outros. Observações iniciais revelam a importância dos fenômenos de hibridação e remediação (Bolter e Grusin, 2000) no surgimento de novos formatos de conteúdo jornalístico audiovisual para a web.

**Palavras-chave:** audiovisual ; jornalismo ; telejornalismo ; webjornalismo ; webdoc.

### 1. Introdução

No início dos anos 2000 a literatura voltada (WARD, 2007) para a orientação da produção de jornalismo no ambiente da promissora rede mundial de computadores se posicionava com ceticismo quanto à realização de conteúdos em vídeo no espaço da

---

<sup>1</sup> Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Brasília. Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília. E-mail: katrine.boaventura@ceub.edu.br

<sup>2</sup> Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Brasília. Doutora em Linguística do Texto e do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail: carolina.alves@ceub.edu.br

web. Especialmente no Brasil, a velocidade da internet era um forte impeditivo à divulgação de vídeos on-line. Não tardou muito para que essa limitação fosse suplantada e os dados atuais indicam o crescente interesse do usuário por vídeos, não só por assisti-los, mas também na produção de conteúdo audiovisual.

Mais da metade da população mundial está on-line e dois terços possuem telefones celulares (2018 Global Digital / We Are Social & Hootsuite)<sup>3</sup>. As expectativas futuras apontam para o crescimento do número de pessoas conectadas, usuários de dispositivos móveis e conteúdo de vídeo disponível na Internet. As estimativas da Cisco<sup>4</sup> para 2021 incluem 5,5 bilhões de usuários móveis em todo o mundo. Robert Kyncl (YouTube, 2016) anunciou que até 2020, 90% do tráfego on-line será dedicado ao vídeo e 75% dos vídeos assistidos serão transmitidos pela internet<sup>5</sup>. O consumidor médio gasta mais de uma hora e meia para assistir a conteúdos de vídeo on-line diariamente, de acordo com um relatório da Wyzowl (2018).

Duas décadas depois de previsões nada otimistas para os vídeos na web, já é possível perceber alguns aspectos em comum entre as produções audiovisuais disponíveis on-line e as realizadas para a web, assim como aspectos específicos que diferenciam um produto de outro. Nesse sentido, este artigo propõe proceder a uma sistematização conceitual dos principais formatos jornalísticos audiovisuais na web. Diante da incontável produção acumulada em vídeo e disponível na rede, a busca foi orientada no sentido de dar conta das seguintes categorias:

- a) Telejornalismo na web: produção das TVs tradicionais publicada na rede;
- b) Conteúdo audiovisual do jornalismo convergente: produção dos veículos tradicionais que passaram a produzir audiovisual em plataformas digitais (ex: grandes jornais impressos, revistas, rádios), dentro das definições de Henri Jenkins (2013) para o fenômeno da convergência de mídias ;

---

<sup>3</sup> Digital in 2018. We are Social & Hootsuite. Disponível em:

<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

<sup>4</sup> Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends, 2017–2022. Disponível em:

<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

<sup>5</sup> YouTube exec says digital video will far surpass TV by 2020. Disponível em:

<https://www.cbsnews.com/news/youtube-exec-says-digital-video-will-surpass-tv-by-2020>.

c) Conteúdo audiovisual do jornalismo nativo digital: produção em vídeo pensada para a web (webdocumentários, canais de YouTube, *posts* para *timelines* e *feeds* de redes sociais on-line, *lives*, *stories*, *games*, *motion graphics*, vídeo 360º e realidade virtual etc.)

Sabendo-se que essas três categorias não incluem todos os tipos de produção audiovisual jornalística e não-jornalística relevantes, a delimitação foi realizada no intuito de poder melhor definir alguns dos formatos mais usuais no Brasil e ser um ponto de partida para a discussão conceitual.

Quanto à terminologia empregada para tratar da produção audiovisual na internet, não há consenso, como apontam Emerim e Cavenghi:

Alguns estudiosos preferem termos como telejornalismo online (BRASIL: 2002) ou webtelejornalismo (RENAULT: 2011). Neste trabalho, optou-se pela adoção do conceito de webjornalismo audiovisual (NOGUEIRA: 2005; BECKER: 2009; TEIXEIRA: 2011) já que este afasta qualquer ambiguidade relacionada aos produtos característicos da televisão. (2012, p. 7).

Estamos de acordo as autoras quanto ao uso do sufixo “tele” em referência a produtos jornalísticos para web não ser o mais apropriado. Mas temos dúvida de que um único conceito como webjornalismo audiovisual seja apropriado para se referir a todos os produtos audiovisuais encontrados na web, dada a diversidade que aqui discutimos.

## 2. Gêneros e formatos

Destarte as tentativas da área de conceituar “gênero” e “formato”, na Comunicação restam ainda hoje múltiplas definições e consensos por vezes frágeis. Assis e Marques de Melo (2016) sinalizam a dificuldade em revisão da literatura da área sobre o tema, e propõem definições para gênero e formato com base nas classificações da imprensa escrita. Trabalho com a mesma proposta abrangente, mas voltado à televisão brasileira, foi realizado por Aronchi (2004). Duarte (2006) e Gomes (2006) também se dedicam ao debate sobre a classificação específica dos produtos da televisão. De modo geral, para o escopo deste trabalho, independentemente do termo utilizado pelos diferentes pesquisadores, tomaremos como recorte os gêneros jornalísticos, aqueles que se dedicam à produção de conteúdos informativos, a partir dos critérios

estabelecidos para a profissão (com as devidas ressalvas à crescente existência de hibridação entre os gêneros).

Quanto aos formatos, serão considerados como a forma específica assumida por diferentes produtos dos gêneros jornalísticos. Como sugere Aronchi (2016), “[...] o termo formato é nomenclatura própria do meio [...] para identificar a *forma* e o *tipo* da produção de um gênero de programa de televisão.”

Mais que classificar os formatos audiovisuais contemporâneos, a pesquisa busca identificar, descrever e apontar semelhanças e diferenças entre parte dos novos formatos e os já conhecidos. Para tanto, começaremos pela análise dos sites das emissoras de TV de canais abertos comerciais na web.

### 3. **Telejornalismo na web**

A fim de melhor delimitar de que falamos neste tópico, vamos começar por definir que tipo de produção está enquadrada na categoria aqui analisada. Não são os próprios telejornais, formato comum a todas as emissoras de TV tradicionais, que estão em discussão (ainda que sejam evidentes e já em estudo as influências da web nos telejornais). Trata-se dos sites correspondentes a esses telejornais.

Entre os telejornais de rede que são apresentados em horário nobre pelas principais emissoras de TV aberta no Brasil (Jornal Nacional<sup>6</sup>, Jornal da Record<sup>7</sup>, SBT Brasil<sup>8</sup>, Jornal da Band<sup>9</sup> e RedeTV News<sup>10</sup>), todos apresentam sites na internet. O Jornal Nacional, apresentado pela TV Globo, está vinculado ao portal G1, do mesmo conglomerado de comunicação. O site do Jornal da Record está hospedado no portal R7, do mesmo grupo. Jornal da Band e RedeTV News estão no portal Uol. O Jornal do SBT não se encontra em nenhum portal. Com exceção do Jornal Nacional, esses telejornais estão presentes também no YouTube, onde possuem canais (Jornal da Record) ou estão nos canais das respectivas emissoras (SBT Brasil, Jornal da Band e RedeTV News).

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/>

<sup>7</sup> Disponível em: <https://recordtv.r7.com/jornal-da-record>

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.sbt.com.br/jornalismo/sbt-brasil#noticias>

<sup>9</sup> Disponível em: <https://noticias.band.uol.com.br/jornaldaband/aovivo/>

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/jornalismo/redetvnews/>

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo  
 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo  
 Universidade Federal de Goiás (UFG) – Goiânia (GO) – Novembro de 2019

.....

Os sites foram analisados a partir de suas respectivas páginas iniciais, quanto aos seguintes critérios: se há presença dos vídeos das matérias apresentadas no telejornal na televisão; se o telejornal pode ser assistido ao vivo pelo site ou redes sociais on-line; se a íntegra da edição foi publicada ou não; se há a possibilidade de acessar os conteúdos mais vistos; se são publicadas as séries temáticas do telejornal com destaque; se há textos de apresentação do programa e da equipe; se há como entrar em contato com a redação; se existem enquetes a serem respondidas pelo usuário; se estão presentes links para redes sociais; e, finalmente, se há produção de conteúdo específico para o site.

	Jornal Nacional	Jornal da Record	SBT Brasil	Jornal da Band	RedeTV News
Vídeos publicados	sim	sim	sim	sim	sim
Telejornal ao vivo	não	não	sim	sim	sim
Telejornal na íntegra	sim	não	não	não	sim
Lista com mais acessados	sim	sim	não	sim	sim
Séries especiais	sim	sim	não	sim	não
Apresentação do telejornal	não	sim	sim	não	sim
Contato com a redação	sim	sim	sim	sim	sim
Enquete	não	não	não	não	sim
Link redes sociais	sim	sim	não	sim	sim
Produção de	em parte	não	não	não	não

conteúdo específico para a web					
--------------------------------	--	--	--	--	--

O site do telejornal SBT Brasil privilegia a apresentação do programa e dos jornalistas apresentadores. Apesar de não terem sido encontrados conteúdos produzidos especialmente para o site, os vídeos publicados são acompanhados de um texto que é basicamente a transcrição da matéria do telejornal, com algumas adaptações, como a substituição do “hoje” pela data e o acréscimo de verbos *dicendi* após as entrevistas entre aspas. Há um link no canto superior esquerdo da tela para a programação ao vivo do SBT, onde é possível assistir ao telejornal.

Já o Jornal da Band apresenta o programa ao vivo em destaque, ocupando o centro da tela inicial do site. Assim como no site do Jornal da Record, os vídeos são acompanhados por um breve resumo, praticamente coincidente com a cabeça <sup>11</sup> da matéria da TV. O site do RedeTV News também apresenta apenas um pequeno resumo das matérias com os vídeos e um discreto link na barra superior para a programação ao vivo da emissora. Tem ainda enquetes, as quais não estão presentes em nenhum outro site analisado.

Na página inicial do site do Jornal Nacional não aparece nenhum conteúdo que tenha sido feito exclusivamente para a publicação na web, mas alguns dos vídeos do JN são publicados acompanhados de textos, que buscam maior aproximação dos formatos web. Isso foi observado nas séries temáticas publicadas no site. Ainda assim, os textos são apenas transcrições do vídeo. A exceção encontrada na página inicial é uma matéria especial sobre adoção <sup>12</sup>, em que se percebe a tentativa de adaptação do texto do telejornal para uma publicação web com suas características.

Mesmo com os esforços observados para adaptar o conteúdo do telejornal à web, percebe-se que ainda são tentativas incipientes. Não há produção pensada para a veiculação exclusivamente no ambiente web e há pouca exploração das possibilidades de interatividade permitidas pela rede. Se traçarmos um paralelo às fases percorridas

---

<sup>11</sup> Termo utilizado pelas redações de TV para se referir ao lide da matéria, que é lido pelo apresentador na bancada antes da exibição do vídeo.

<sup>12</sup> Disponível em: <http://especiais.g1.globo.com/jornal-nacional/2017/adocao/>. Acesso em 23 jul 2019.

pelos jornais impressos em sua adaptação à web, poderíamos dizer que os telejornais ainda estão na fase transpositiva, em que o conteúdo é apenas publicado na web, com poucas adaptações. Nem mesmo a atualização dos conteúdos é realizada nos sites dos telejornais. O que significa que eles não se bastam enquanto fontes de informação, mas sim de armazenamento de memória informativa disponível.

Apesar de Emerim e Cavenghi (2012) apontarem já em 2012 as tentativas dos telejornais tradicionais de ocuparem o espaço da web, ao lado das inovações desenvolvidas pensadas especificamente para a web, ainda hoje temos poucas novidades no que diz respeito aos telejornais. São conteúdos bastante transpositivos no que diz respeito ao processo de convergência midiática e persistem no uso dos sites apenas como espaço de divulgação e captação de audiência para a TV.

Para Renault (2014), esses sites corresponderiam ao que denomina webtelejornalismo:

A perspectiva de compreender o webtelejornal como uma migração do telejornal para o ciberespaço justifica a decisão etimológica de adotar a palavra web como prefixo para a palavra telejornalismo. Entende-se que, como prefixo, a palavra web exprime de forma mais clara o entendimento de que o webtelejornal é um cibermeio com um passado eletrônico na televisão. (2014, p. 8-9)

Mas, em analogia ao processo de convergência experimentado pelos jornais impressos, consideramos que esses sites ainda são um passo inicial, que implicaria outros desenvolvimentos para que se pudesse afirmar que há um processo de migração completo em relação aos telejornais.

Renault (2015) acrescenta que esses sites permitem ao telejornal superar a instantaneidade e o imediatismo do jornal ao vivo: “Rizomático, o webtelejornal ultrapassa o telejornal, pois não se trata mais de uma emissão controlada a partir do arcabouço tecnológico televisivo, mas de uma potencialidade que permanece acessível para além do momento da exibição ao vivo, graças à virtualidade que o faz ser acessado na rede mundial de computadores a qualquer tempo (RENAULT, 2015, p. 8)”.

Embora Emerim e Cavenghi (2012) e Renault (2015) apontem para a leitura não-linear que a disposição das matérias dos telejornais na web proporciona, ainda assim trata-se do mesmo conteúdo transposto. Assumir características como não-

linearidade, multimídia (publicação de fotos e textos) e memória (material fica disponível para consulta) não torna esses conteúdos necessariamente jornalismo digital. São aspectos mais transitórios, da forma como estão dispostos, que mudanças essenciais, ainda produzidos segundo as regras e parâmetros do telejornalismo.

#### 4. **Conteúdo audiovisual do jornalismo convergente**

Quando os jornais impressos, revistas e rádios migram para o espaço da web, em um primeiro momento, dedicam-se apenas à transposição de conteúdos, tal qual produzidos para o veículo original. A consolidação da convergência de mídias alterou gradativamente esse processo, com a elaboração de conteúdos multimodais e híbridos. Se na mídia tradicional cada veículo cuidava das próprias possibilidades de produção a partir das características inerentes à linguagem daquele meio, o aspecto multimídia da internet permitiu uma mistura de formatos. Dessa maneira, abalou as exclusividades linguísticas da imprensa e das emissoras de rádio e TV, que passaram a transitar na internet com o emprego de técnicas antes típicas da cada uma.

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. (...) No mundo da convergência, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortado por múltiplas plataformas de mídia. (JENKINS, 2013, p. 29)

Assim, com a evolução das redes de banda larga, o desenvolvimento do jornalismo on-line e a incorporação das características desse ambiente, inicia-se a produção de conteúdo audiovisual por quem antes não se dedicava a tal empreitada, com destaque para os jornais impressos. Atualmente, os jornais mais avançados no processo de convergência midiática, como Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo, exemplos brasileiros, já possuem espaços dedicados aos vídeos.

No Brasil, *sites* de tradicionais jornais impressos criaram seções denominadas “TV”. Os exemplos mais emblemáticos são os dos jornais “O Estado de São



Paulo” e “Folha de São Paulo”, empresas cujos conteúdos jornalísticos foram fundados na palavra escrita confirmada pela fotográfica, como ilustração do texto escrito. Os vídeos reportagem produzidos pela seções TV ainda não alcançaram o padrão de apuração, reportagem e edição dos que são exibidos nos webtelejornais, mas buscam explorar a linguagem audiovisual e até apresentar novos caminhos para seu uso. (RENAULT, 2014, p. 17)

Essa produção é o foco da análise deste tópico do artigo. Mais que seguir os padrões do telejornalismo, os vídeos produzidos para web assumem características próprias e estilo que os aproximam dos documentários. Na verdade, o padrão de reportagem do telejornalismo não só não precisa ser seguido pelos repórteres da web, como muitas vezes a orientação é que deve ser evitado. A TV Folha afirma que a linguagem do documentário é a referência para seu conteúdo audiovisual:

TV Folha é a produtora de vídeos do jornal Folha de S. Paulo que inovou ao desenvolver um formato de jornalismo em vídeo para internet e televisão utilizando a linguagem do documentário como referência para suas produções.

O projeto criado e desenvolvido por João Wainer em 2011 e vencedor do Prêmio Esso de jornalismo em 2013 substituiu o formato convencional de telejornalismo, com repórter, passagem e off por mini docs com abordagens e estilos variados.<sup>13</sup>

Uma característica dos vídeos jornalísticos produzidos para a web é que estes não experimentam as mesmas restrições que um telejornal. A reportagem de TV é marcada pela superficialidade intrínseca a um meio em que o tempo de produção e o de exibição são limitados. Além disso, o telespectador da notícia em TV tem contato apenas com uma emissão daquele conteúdo. Isso obriga o texto do jornalista a ser construído para compreensão imediata, pois não há como voltar àquela mesma matéria<sup>14</sup>. Entretanto, o conteúdo na web pode receber aprofundamento e pode ser revisto, caso assim o deseje o usuário. Emerim e Cavenaghi (2012, p. 14) ressaltam que essa maior liberdade permite a abdicação da forma de construção das reportagens de TV (com cabeça, *offs*, sonoras e passagem), que não precisa ser seguida na web: “É a partir

---

<sup>13</sup> Disponível em: <https://joaowainer.wordpress.com/tv-folha/>. Acesso em: 29 jul 2019.

<sup>14</sup> Se considerarmos que as reportagens dos telejornais são publicadas em sites na web, como visto na seção anterior deste artigo, poderíamos dizer que atualmente é possível voltar aos telejornais já exibidos, como pontua Renault (2015, p. 6: “[...] as páginas eletrônicas dos telejornais expandiram o telejornalismo, disponibilizando conteúdos que antes se mantinham inacessíveis nos arquivos particulares das emissoras de televisão”. Mas consideramos que esta é uma possibilidade que não é levada em consideração ainda na construção das notícias, uma vez que o telejornal na TV aberta se dirige ao público que o assiste naquele momento.

da constatação de que os produtos webjornalísticos audiovisuais podem ser vistos e revistos diversas vezes, assim como um texto no jornal impresso, que se pode vislumbrar novas formas de apresentação das notícias.”

Outro aspecto a ser levantado é que as equipes que produzem os vídeos para a internet não são compostas por telejornalistas, como se poderia imaginar. Justamente por esses vídeos explorarem maior liberdade de formatos, não é necessário que um profissional com experiência prévia em TV faça parte da equipe. Nas redações dos grandes jornais brasileiros, foram os próprios repórteres com origem no impresso e os fotojornalistas que assumiram a crescente produção audiovisual desses veículos na web. Esse foi o caso do principal exemplo aqui apontado, o da TV Folha, que começou com um programa na TV Cultura, que foi ao ar semanalmente entre 2012 e 2014. Em 2019, a TV Folha já está consolidada no portal da Folha de São Paulo, explora a multimídia da cobertura do jornal e produz conteúdo audiovisual para a veiculação na web.

Em análise do semanal TV Folha na TV Cultura, Echeverria (2012) destacou as características do programa que se tornaram a marca da produção audiovisual do jornal:

Para o diretor do “TV Folha”, João Wainer, a concepção de uma nova linguagem de vídeo foi desenvolvida para traduzir a personalidade do jornal impresso, sem recorrer aos cacoetes do telejornalismo convencional: "Considero cada reportagem um minidocumentário. O roteiro é mais livre. O uso de trilha sonora também. E as imagens são surpreendentes, mais próximas do que se faz na internet do que na televisão” (FOLHA, 2012). (ECHEVERRÍA, 2012, p. 9)

Além dessas características, Wainer (*apud* ECHEVERRÍA, 2012) destaca como características dos vídeos produzidos o fato de que os repórteres não empunham microfones nem olham diretamente para a câmera, como no telejornalismo.

Também vale a pena ressaltar brevemente como esse processo afetou as emissoras de rádio, pois a migração on-line viabilizou a visualização da informação sonora nos sites e perfis de redes sociais conectadas. Por um lado, por meio da filmagem e da fotografia, o público ouvinte pode ver onde estão os locutores e entrevistados, bem como o espaço que ocupam. Isso abriu canais de aproximação com a audiência que foram aproveitados por empresas como a Jovem Pan, a Band News e a

CBN. Por outro lado, o próprio conteúdo jornalístico transmitido por ondas sonoras adquiriu novos traços, como mudanças na locução, na estrutura, nos formatos e o convite aos ouvintes para interação por meio de WhatsApp, Twitter e Facebook, entre outras possibilidades (MIYASHIRO, 2018).

## 5. Conteúdo audiovisual do jornalismo nativo digital

Esta categoria é a mais indefinível/ampla/aberta a definições/em construção, pois abarca justamente as inovações proporcionadas pela web, tão difíceis de quantificar como de qualificar. Entre os parâmetros para designar produtos audiovisuais webjornalísticos pertencentes, podemos destacar características do próprio jornalismo on-line. São aspectos como multimídia, hipertextualidade, memória, instantaneidade, interatividade, personalização e ubiquidade, conforme aponta obra organizada por Canavilhas (2014). Além da presença marcante dessas características, os produtos dessa categoria são publicados em espaços web que não possuem correspondência em outros meios tradicionais, são nativos digitais. Entre os produtos audiovisuais webjornalísticos, esta pesquisa destaca os webdocumentários e os canais de jornalismo no YouTube.

Começamos pelos webdocumentários. Mais populares na França e no Canadá, os webdocumentários vêm sendo descritos desde o começo dos anos 2000. No Brasil, a produção de um webdoc como Trabalho de Conclusão de Curso levou Ribas (2003) a buscar uma tentativa de definição conceitual.

O documentário produzido para a Web oferece ao usuário uma estrutura multidimensional de informações interconectadas. Texto, fotografia, áudio, imagem estática e em movimento, fazem parte de diversas micronarrativas conectadas por links, permitindo ao receptor fazer escolhas, optar por diferentes caminhos, dando liberdade para a compreensão sobre o tema. Através do hipertexto, o autor constrói as micronarrativas, fazendo associações entre dados e permitindo que o usuário trace o caminho que for mais conveniente a seus interesses.

Ou seja, o autor do projeto apenas indica, sugere, propõe alternativas de leitura. Mas quem determina como o conteúdo será lido é o usuário. E neste aspecto o webdocumentário se afasta da linearidade do gênero documentário como já conhecido. Para Ribas (2003), o que distingue o webdocumentário dos documentários são: a

mistura de formatos sem que um prevaleça sobre o outro, por um lado; e a convergência desses formatos aliada à ausência de limites de armazenamento.

Emerim e Cavenaghi (2012) apontam como características do webdocumentário: o conteúdo multimídia, a narrativa fragmentada, a participação ativa e a colaboração do usuário; a integração com as redes sociais; e a personalização do conteúdo. Como podemos perceber, são aspectos das características da web citadas acima. Além disso, as pesquisadoras destacam que os webdocumentários se diferenciam das reportagens publicadas na web:

Conforme o jornalista e webdocumentarista Marcelo Bauer (2010), os webdocumentários são diferentes de reportagens multimídia de sites noticiosos porque são produtos pensados de maneira específica e não em linha de produção. Têm um projeto visual exclusivo, interface própria e roteiro concebido exclusivamente para um único tema. Dessa forma, não seria adequado comparar esse tipo de produção com um produto webjornalístico que pretenda dar conta da atualidade dos fatos cotidianos. Também não parece apropriado imaginar que produtos webjornalísticos audiovisuais agreguem tamanha complexidade em suas produções. (EMERIM & CAVENAGHI, 2012, p. 13)

Quanto à tipologia dos webdocumentários, Bauer (2011) aponta que há os webdocs interativos (aqueles em que tudo está ali proposto pelo realizador e o público decide como será o consumo) e os participativos (abertos à colaboração dos usuários na construção do conteúdo). Há dois elementos que ele destaca que são transversais a esses dois tipos de webdocs: a não-linearidade e a presença de outros elementos além do vídeo (como nos antigos CD-ROMs): há textos, mapas, gráficos, slides, música.

Uma vantagem significativa do webdoc em comparação com os produtos audiovisuais exibidos na televisão, ou mesmo no cinema, é a ausência das limitações características desses meios e que restringem a capacidade de aprofundamento: “Se o tempo e o custo de transmissão deixam de ser restrições, o volume e a diversidade de informações devem aumentar. Não há garantias, porém, de que isso represente mais qualidade na informação, já que a diversidade de fontes não representa, necessariamente, diversidade de vozes e versões sobre um mesmo tema (EMERIM & CAVENAGHI, 2012, p. 15)”.

O YouTube também contém as características da web em sua plataforma: é hipertextual, interativo, multimídia, acessível em qualquer dispositivo fixo ou móvel conectado à internet, com capacidade ilimitada de armazenamento e compartilhamento e acesso instantâneo ao conteúdo; possui conteúdos personalizados que formam *clusters* por interesses de nicho. De acordo com levantamento da pesquisa anual Vídeo Viewers 2018<sup>15</sup>, 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 on-line e o só perde para a TV Globo em termos de audiência geral de vídeos.

Isso explica o fato de a plataforma hospedar diferentes tipos de conteúdos jornalísticos, desde a transposição a partir da TV tradicional (caso dos canais de emissoras e programas), passando pela migração proporcionada pela convergência, como mencionado anteriormente (tanto a TV Folha como a Jovem Pan possuem canais no YouTube), até a produção nativa. O canal Me poupe!, da ex-telejornalista Nathalia Arcuri, é um exemplo deste último tipo de produção. À experiência como repórter na TV Record, ela acrescentou elementos visuais e sonoros da linguagem consolidada pelos YouTubers, dos memes que circulam na internet e produz conteúdo de jornalismo econômico com viés de prestação de serviços. Atualmente, o canal possui quase 3,8 milhões de inscritos.

Outros tipos de conteúdo audiovisual jornalístico nativo digital podem ser encontrados no canal do YouTube do portal Nexo Jornal. A hibridação aparece como destaque, assim como o conceito de remediação, de Bolter e Grusin (2000), que diz respeito ao processo no qual uma mídia anterior se remodela quando incorporada por um espaço digital. No canal do Nexo, estão disponíveis tipos diferentes de vídeos: os Extratos da Semana dialogam com o formato televisivo tradicional, apresentados por um âncora; os *motion graphics*, infográficos animados, estão presentes em conteúdos de jornalismo explanatório, de contextualização e didático - citamos como exemplo o playlist sobre nomes importantes da pesquisa científica no Brasil; os vídeos com a participação de especialistas em diversos assuntos lembram a linguagem do documentário estruturado por entrevistas e depoimentos; os podcasts, originalmente

---

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>

produzidos para outras plataformas, como o *Spotify*, aparecem no Youtube em formato audiovisual, ilustrados por uma única imagem fixa.

## 6. Considerações finais

Diante do exposto, percebe-se que a pluralidade de formatos é uma característica incontornável da produção audiovisual para a web. “As formas como os telejornais tradicionais e as propostas pioneiras vão, aos poucos, se apropriando do ciberespaço e das experiências por ele visibilizadas variam, assim como são variadas as categorias já desenvolvidas para analisar o processo de convergência entre televisão e web.” (EMERIM & CAVENAGH, 2012, p. 7)

Mais que restringir, dizer o que está incluído ou excluído de qualquer que seja a categoria, o intuito da discussão ora apresentada é traçar um panorama do que já está sendo feito a fim de compreender melhor as possibilidades que o on-line proporciona à produção audiovisual. A proposta de sistematização deste artigo ainda está em fase de elaboração e, portanto, sujeita a desdobramentos à medida em que a pesquisa avançar.

## Referências

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus. 2015. Recurso digital.

BAUER, Marcelo. Os webdocumentários e as novas possibilidades da narrativa documental. **Avança Cinema**, Portugal, 2011.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press, 2000, 293 p

CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo - 7 características que marcam a diferença**. Livros LabCom: Covilhã, 2014. Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf). Acesso em 20 jul 2019.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Reflexões sobre os gêneros e formatos televisivos. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria L. D. de. **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

EMERIM, Cárilda. CAVENAGH, Beatriz. Linguagem e convergência: contribuições para o webjornalismo audiovisual. **Vozes & Diálogo**. Itajaí, v. 11, n.2, jul./dez. 2012.

ECHEVERRIA, Renata. Considerações sobre o “TV Folha”: um telejornal da Idade Mídia. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0957-1.pdf>. Acesso em: 30 jul 2019.

GOMES, Itânia Maria Mota. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria L. D. de. **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

MELO, José Marques de. ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom** - RBCC São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>. Acesso em 20 jul 2019.

MIYASHIRO, Luiz Carlos. Radiojornalismo na era digital: perspectivas da comunicação sociocultural nas rádios all news da cidade de São Paulo. **Dissertação de Mestrado**. Universidade de Santo Amaro, 2018. Disponível em: <http://dspace.unisa.br/bitstream/handle/123456789/184/Luiz%20Carlos%20Miyashiro%20-%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

RENAULT, Letícia. De telejornal a webtelejornal: a era digital dota a reportagem audiovisual de memória disponível. In: ALCAR 2015 - 10º ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2015, **Anais eletrônicos**. PORTO ALEGRE. ALCAR 2015

RENAULT, Letícia. Webtelejornalismo: a expansão e o transbordamento do telejornalismo brasileiro no ciberespaço.. In: XII CONGRESSO ALAIC- ASSOCIAÇÃO LATINOAMERICANA DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO, 2014, LIMA- PERU. **Anais eletrônicos**. XII CONGRESSO ALAIC- 2014 LIMA PERU, 2014. Disponível em: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/ALAIC-2014-RENAULT-Let%C3%ADcia.pdf>. Acesso em 18 jul 2019.

RIBAS, Flávia. Contribuições para uma definição do conceito de Web Documentário Disponível em: [https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/manual/2003\\_ribas\\_webdocumentario.pdf](https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/manual/2003_ribas_webdocumentario.pdf). Acesso em 20 jul 2019.

WARD, Mike. **Jornalismo Online**. São Paulo: Roca, 2007.