

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Monielly Barbosa do Carmo

**TELEJORNALISMO NO GLOBOPLAY: AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS NA
ARQUITETURA DE DISPONIBILIZAÇÃO DO JORNAL NACIONAL**

BAURU

2021

Monielly Barbosa do Carmo

**TELEJORNALISMO NO GLOBOPLAY: AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS NA
ARQUITETURA DE DISPONIBILIZAÇÃO DO JORNAL NACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Professora Adjunta Ana Sílvia Lopes Davi Médola.

BAURU

2021

C287t Carmo, Monielly Barbosa do
Telejornalismo no Globoplay : as estratégias enunciativas na
arquitetura de disponibilização do Jornal Nacional / Monielly Barbosa
do Carmo. -- Bauru, 2021
165 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Ana Silvia Lopes Davi Médola

1. Telejornalismo. 2. Jornal Nacional. 3. Globoplay. 4.
Televisualidades. 5. Semiótica. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de
Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE MONIELLY BARBOSA DO CARMO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 29 dias do mês de novembro do ano de 2021, às 19:00 horas, no(a) via sistemas de videoconferência e outras ferramentas para comunicação a distância, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de MONIELLY BARBOSA DO CARMO, intitulada **Telejornalismo no Globoplay: as estratégias enunciativas na arquitetura de disponibilização do Jornal Nacional..** A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Associada ANA SILVIA LOPES DAVI MEDOLA (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professor Associado DENIS PORTO RENÓ (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Professor Doutor CARLOS HENRIQUE SABINO CALDAS (Participação Virtual) do(a) Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação / Universidade do Estado de Minas Gerais. Após a exposição pela mestrandia e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Professora Associada ANA SILVIA LOPES DAVI MEDOLA

Monielly Barbosa do Carmo

**TELEJORNALISMO NO GLOBOPLAY: AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS NA
ARQUITETURA DE DISPONIBILIZAÇÃO DO JORNAL NACIONAL**

Área de Concentração: Comunicação

Linha de Pesquisa: 2 - Produção de sentido na comunicação midiática

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Adj. Ana Silvia Lopes Davi Médola (presidente e orientadora)
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Prof. Adj. Denis Porto Renó
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Prof. Dr. Carlos Henrique Sabino Caldas
Universidade do Estado de Minas Gerais

Bauru, 29 de novembro de 2021

A Deus, que me sustentou até aqui; aos meus pais, à minha irmã, aos meus avós e ao meu marido, que me apoiaram e me deram todo o suporte necessário durante toda minha caminhada acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que me guiou durante toda a minha vida e me trouxe até aqui, me sustentando e iluminando.

Aos meus pais, Giselli e Osvaldo, que sempre acreditaram em mim e apoiaram minhas decisões, fazendo o impossível para me ajudar a conquistar meus objetivos. Agradeço pelas orações, pelas preocupações, pelo suporte emocional e financeiro.

À minha irmã, Rafaella, que sempre esteve ao meu lado nos momentos de dificuldade, tornando os dias mais leves.

Ao meu marido, Abner, que, ainda enquanto noivo, me incentivou a acreditar no meu potencial, me cuidando emocionalmente durante toda a caminhada.

Ao meu avô, Carlos, por ter confiado em mim e ter sido meu suporte financeiro durante o início desta trajetória.

Aos meus avós, Alzira, Benedicto e Laís, e à minha tia Cida, que sempre estiveram ali por mim, independente de meus sucessos ou fracassos, prontos para dar afeto, carinho e aconchego.

Ao meu padrasto, Eliseu, que sempre incentivou meus sonhos e se mostrou pronto para ajudar quando necessário.

À família a que me agreguei: a meu sogro, Washington, à minha sogra, Maria Genivalda, às minhas cunhadas, Priscilla e Rakel, aos meus cuncunhados, Edmar e José Eduardo, que sempre torceram por mim e promoveram momentos de riso e descontração para aliviar o peso desta caminhada um tanto quanto solitária.

À minha orientadora, Prof. Dra. Ana Silvia Lopes Davi Médola, por se fazer sempre presente, acessível e humana; pelo tempo e ensinamentos dispensados nas orientações; pela paciência; e pela oportunidade que me concedeu de ser sua orientanda.

Ao meu orientador de iniciação científica, Prof. Dr. Carlos Henrique Sabino Caldas, por ter me dado a oportunidade de conhecer mais sobre este universo de pesquisa científica, por ter me gerado gosto por este tema que começamos a pesquisar ainda durante a graduação e por aceitar compor minha banca de defesa.

Ao também membro de minha banca, Prof. Dr. Denis Porto Renó, por ter aceitado este convite, pelo conhecimento partilhado, pela acessibilidade e pela postura sempre respeitosa e humana.

Aos meus colegas de mestrado, em especial às colegas mais próximas, Ana Carolina, Monique, Heloisa, Gabriela, Kethleen e Tatiana, com quem compartilhei ideias, medos,

dúvidas, angústias, ansiedades, inseguranças, risos e momentos de diversão durante o tempo de pós-graduação.

Aos integrantes do GEA – Grupo de Estudos audiovisuais – que me trouxeram luz ao universo da semiótica e se mostraram sempre dispostos a me auxiliar a compreender mais acerca desta metodologia.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo amparo financeiro fornecido durante o último ano desta pesquisa.

E, por fim, agradeço, à UNESP, por me acolher; ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, pelo espaço de partilha e aprendizado; aos professores do programa pelos ensinamentos propiciados, e à cidade de Bauru pelas tantas experiências que me permitiu viver, fazendo o tempo que ali passei um período memorável de minha história de vida.

CARMO, Monielly Barbosa. **Telejornalismo no Globoplay: as estratégias enunciativas na arquitetura de disponibilização do Jornal Nacional**. 2021. Dissertação de Conclusão (Mestrado em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob orientação da Prof. Dra. Ana Silvia Lopes Davi Médola, Bauru, 2021.

RESUMO

O presente trabalho tem como objeto de investigação as estratégias enunciativas na disponibilização do Jornal Nacional no Globoplay. Com o desenvolvimento e a popularização da internet, o telejornalismo passou a poder ser acessado de diversas formas: via *streaming*, em fluxo televisivo, sob demanda, na íntegra ou em trechos. Objetiva-se, então, compreender como o telejornalismo tem se adaptado nesse ecossistema midiático. O Jornal Nacional no Globoplay foi tomado como objeto de investigação, tendo em vista seus históricos índices de audiência e prestígio na grade televisiva aberta nacional. O propósito é analisar de que modo as estratégias discursivas garantem efeitos de sentido de atualidade, de simultaneidade, de imediatismo, de verdade e de objetividade próprias do discurso telejornalístico também fora do meio televisivo e qual a sua atratividade dentro desse contexto. O período de observação do objeto de pesquisa abrange os anos de 2019 a 2021 e como metodologia de análise utiliza-se a semiótica discursiva de linha francesa, com enfoque no nível discursivo do percurso gerativo de sentido. Observou-se que o telejornalismo mantém seus valores discursivos no Globoplay. A essência televisiva permanece, ainda que a plataforma apresente uma arquitetura de exibição de conteúdo de banco de dados.

Palavras-Chave: Telejornalismo. Jornal Nacional. Globoplay. Televisualidades. Semiótica.

CARMO, Monielly Barbosa. **Telejornalismo no Globoplay: as estratégias enunciativas na arquitetura de distribuição do Jornal Nacional**. 2021. Dissertação de Conclusão (Mestrado em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob orientação da Prof. Dra. Ana Silvia Lopes Davi Médola, Bauru, 2021.

ABSTRACT

This paper investigates the enunciative strategies in the availability of Jornal Nacional on Globoplay. With the development and popularization of the internet, TV news can now be accessed in several ways: via streaming, on demand, in its entirety or in excerpts. The objective is, then, to understand how TV news has adapted to this media ecosystem. Jornal Nacional on Globoplay was taken as the object of investigation, given its historical ratings and prestige in the national broadcast television network. The purpose is to analyze how the discursive strategies guarantee effects of meaning of actuality, simultaneity, immediacy, truth and objectivity of the telejournalistic discourse also outside the television medium, and what is its attractiveness within this context. The observation period of the research object covers the years 2019 to 2021 and the analysis methodology is based on discourse semiotics, focusing on the discursive level of the generative path of meaning. It was observed that telejournalism maintains its discursive values in Globoplay. The essence of television remains, even though the platform presents an architecture for displaying database content.

Keywords: Telejournalism. Jornal Nacional. Globoplay. Televisualities. Semiotics

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Grafismo veja e reveja no Globoplay	70
Figura 2: Menu do site do JN no G1 dá acesso à página do JN no Globoplay	71
Figura 3: “Agora na Globo” nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e São Paulo	78
Figura 4: Tutorial para assistir a programação da Rede Globo nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo em novembro de 2015.....	79
Figura 5: “Agora na Globo” durante exibição do JN em regiões fora da área de cobertura ...	80
Figura 6: “Agora na TV” durante exibição do JN em fluxo televisivo.....	87
Figura 7: “Agora na TV”- movimentação do cursor durante exibição do JN.....	87
Figura 8: “Agora na TV” - exibição não simultânea do JN em fluxo televisivo	90
Figura 9: Comandos “assistir do início” e “assistir agora” durante o consumo do fluxo televisivo não simultâneo ao tempo televisivo.	91
Figura 10: “Agora na TV”- “Programação Completa” durante a exibição do JN.....	93
Figura 11: Lista de programação quando o JN não está em exibição no fluxo televisivo	95
Figura 12: <i>Box</i> de informações sobre o JN.....	95
Figura 13: <i>Box</i> de informações sobre o JN durante sua exibição em fluxo televisivo	96
Figura 14: Interface “Agora na TV” em agosto de 2021	98
Figura 15: Interface “Agora na TV” em setembro de 2021	98
Figura 16: “Agora na TV” - faixas indicativas dos canais do Grupo Globo	99
Figura 17: “Assista ao vivo”- interface inicial do Globoplay via <i>smartphone</i>	103
Figura 18: Alternância de cromatismo vermelho do símbolo “gravando”.....	104
Figura 19: “Assista ao vivo” - interface inicial do Globoplay via <i>desktop</i> durante exibição do JN.....	105
Figura 20: Interface inicial do Globoplay.....	109
Figura 21: Categorias do tópico “Explore”	112
Figura 22: Conteúdos da categoria “Jornalismo” acessada pelo tópico “Explore”	113
Figura 23: Campo “Busca” do Globoplay	113
Figura 24: Página do JN no Globoplay	116
Figura 25: Campo “Edições” da interface do JN no Globoplay.....	125
Figura 26: Íntegra do JN em exibição no Globoplay.....	130
Figura 27: Campo “Trechos” da interface do JN no Globoplay.....	131
Figura 28: Matérias que compuseram a edição de 31 de jul. de 2020 do JN	133
Figura 29: <i>Thubnails</i> dos trechos em evidência da edição do dia 31 de jul. de 2020 do JN..	135

Figura 30: <i>Thumbail 1</i>	135
Figura 31: <i>Frames</i> do início e do restante do vídeo	137
Figura 32: <i>Thumbail 2</i>	138
Figura 33: <i>Frames</i> das cenas da matéria “Necessidade de distanciamento social dá impulso forte na chamada telemedicina”	140
Figura 34: <i>Thumbnail 3</i>	141
Figura 35: <i>Frames</i> das cenas da matéria “Covid tem exigido dos profissionais de saúde aprendizado constante sobre a doença”	142
Figura 36: <i>Frames</i> da matéria “Fonoaudióloga: Ao recuperar a voz, 1ª coisa que paciente pede é para falar com a família”	143
Figura 37: <i>Thumbnail 4</i>	143
Figura 38: “Trechos” do JN em exibição no Globoplay	147

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Número de comentários no conteúdo do JN no Globoplay.....	120
Tabela 2: Especificações acerca dos comentários publicados no conteúdo do JN.....	121
Tabela 3: Comparação da interação do público com as matérias da edição do dia 25 de jul. de 2019 do JN veiculadas no Globoplay, no G1 e no Facebook.....	123
Tabela 4: Comparação da ordem de exibição das matérias na íntegra do JN e na <i>playlist</i> de exibição dos trechos da mesma edição	148
Tabela 5: Mapeamento das inserções do conteúdo da edição de 25 de jul. de 2019 do JN no Globoplay	152
Tabela 6: Relação do título das matérias publicadas na edição de 25 de jul. de 2019 no JN com o nome adotado para cada uma delas	153
Tabela 7: Mapeamento das inserções do conteúdo da edição de 25 de jul. de 2019 do JN no Globoplay	154
Tabela 8: Relação do título das matérias publicadas na edição de 14 de out. de 2021 do JN com o nome adotado para cada uma delas	155

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1 - TELEVISÃO UBÍQUA: UM OLHAR SOBRE O GLOBOPLAY	19
1.1 Características da televisão enquanto meio	24
1.2 A televisão na internet: O Globoplay.....	31
1.3 Televisualidades no Globoplay	34
CAPÍTULO 2 - TELEJORNALISMO: MIGRAÇÕES E RECONFIGURAÇÕES.....	43
2.1 A apropriação de recursos televisivos e a promoção dos valores discursivos jornalísticos	44
2.2 A migração do telejornal para a internet	52
<i>2.2.1 O telejornalismo da Globo: da televisão aos sites jornalísticos.....</i>	<i>53</i>
<i>2.2.2 Do Globo Media Center ao Globoplay.....</i>	<i>56</i>
<i>2.2.3 Televisão na internet: perspectivas de universalização.....</i>	<i>57</i>
<i>2.2.4 O espectador modelo da hipertelevisão.....</i>	<i>60</i>
<i>2.2.5: Globoplay: migração total do universo audiovisual do Grupo Globo.....</i>	<i>61</i>
<i>2.2.6 Globoplay e a reconfiguração de consumo de telejornalismo.....</i>	<i>65</i>
CAPÍTULO 3 – TRSMISSÃO TELEVISIVA DO JORNAL NACIONAL AO VIVO PELO GLOBOPLAY	77
3. 1 Interface “Agora na Globo”	80
<i>3.1.1 Interface “Agora na Globo” para regiões fora da área de cobertura.....</i>	<i>77</i>
3.2 “Agora na TV”.....	84
<i>3.2.1 Jornal Nacional em exibição no canal da Rede Globo.....</i>	<i>82</i>
<i>3.2.2 “Programação completa”: projeções temporais na indicação do Jornal Nacional como parte da programação.....</i>	<i>89</i>
<i>3.2.3 Alteração nas projeções temporais do canal da Rede Globo.....</i>	<i>93</i>
<i>3.2.4 “Assista o vivo”: outra forma de acesso à interface “Agora na TV”.....</i>	<i>98</i>
<i>3.2.5 A linguagem televisiva no Globoplay.....</i>	<i>102</i>

CAPÍTULO 4 – O JORNAL NACIONAL SOB DEMANDA NO GLOBOPLAY	108
4.1 Globoplay: a interface do banco de dados	109
4.2 Navegação e acesso à interface do Jornal Nacional.....	111
<i>4.2.1 Sintagma e paradigma: a inversão da linguagem televisiva no Globoplay.....</i>	<i>110</i>
4.3 Interface do Jornal Nacional: isotopias de credibilidade	115
<i>4.3.1 O efeito de sentido de atualidade.....</i>	<i>114</i>
<i>4.3.2 O campo “Edições”.....</i>	<i>120</i>
<i>4.3.3 O campo “Trechos”</i>	<i>126</i>
<i>4.3.3.1 Thumbnails: a representação do conteúdo na interface.....</i>	<i>127</i>
<i>4.3.3.1.1 <u>Análise: thumbnail 1</u>.....</i>	<i>131</i>
<i>4.3.3.1.2 <u>Análise: thumbnail 2</u>.....</i>	<i>133</i>
<i>4.3.3.1.3 <u>Análise: thumbnail 3</u>.....</i>	<i>137</i>
<i>4.3.3.1.4 <u>Análise: thumbnail 4</u>.....</i>	<i>138</i>
<i>4.3.3.1.4 <u>Considerações gerais acerca das thumbnails do Jornal Nacional</u>.....</i>	<i>140</i>
<i>4.3.3.2 O consumo segmentado do Jornal Nacional.....</i>	<i>142</i>
<i>4.3.4 A inserção do conteúdo do telejornal no Globoplay.....</i>	<i>147</i>
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	157

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objeto de investigação o Jornal Nacional da Rede Globo no Globoplay, tendo em vista o atual cenário em que a televisão cada vez mais divide espaço com diversas plataformas digitais. Parte-se do princípio que o telejornalismo é resultante da lógica da programação televisiva. Entretanto, para se adequar ao atual cenário midiático, em que a fruição fora do fluxo televisual passa a ser utilizada cada vez mais como forma de consumo audiovisual na contemporaneidade, é necessária a reconfiguração da forma de distribuição e disponibilização do conteúdo telejornalístico.

Os avanços tecnológicos e o advento da internet vêm proporcionando uma reconfiguração no que diz respeito à fruição de conteúdos audiovisuais. Aquele modelo tradicional de se assistir televisão, em que toda família se reunia ao redor do aparelho para ver determinado programa, passou por uma alteração de paradigma. As possibilidades de acesso a esses conteúdos extrapolam as telas do suporte televisivo. Cada vez mais as pessoas migram para seus aparelhos pessoais para assistirem ao conteúdo que lhes é de interesse como, quando e onde querem. De acordo com Verón (2007), o fenômeno massivo que conhecemos como televisão, materializado em um móvel no entorno da sala de estar, capaz de ativar a sociabilidade familiar, está condenado a desaparecer.

Embora a afirmação de Verón ilustre essa alteração do paradigma televisivo, compreende-se que esse processo se direciona mais para uma reconfiguração de um certo modo de ver televisão, do que para sua completa extinção, tendo em vista que a fruição de conteúdo televisual sempre poderá ser uma prática partilhada, no mundo físico ou no virtual, utilizando um aparelho televisivo ou outros tipos de dispositivos. Esse panorama reflete o contexto de uma cultura da convergência, como denominado por Henry Jenkins (2008). Trata-se de um momento de ajustamento em que as novas mídias e as já tradicionais se colidem.

O jornalismo que foi inicialmente “estruturado em suportes de base analógica enfrenta, na atualidade, um processo de transformação determinado pela convergência midiática, que conflui os meios pelo desenvolvimento dos aparatos tecnológicos” (MEDOLA; DOURADO, 2010, p. 16-17). O telejornalismo, por sua vez, inicialmente concebido para ser exibido dentro da grade televisiva, não fica isento à necessidade de transformações e precisa se reconfigurar para se adaptar a essa nova ecologia midiática (SCOLARI, 2015).

Parte-se do pressuposto de que o telejornal é resultante da articulação de dispositivos expressivos propriamente televisivos, como a transmissão direta e o ao vivo. Estes dispositivos, por sua vez, auxiliam na construção dos efeitos de sentido de verdade, de

objetividade, de imediatismo e de simultaneidade característicos do fazer jornalístico. Com o desenvolvimento e a popularização da internet, que acentuaram a convergência dos meios, as emissoras televisivas também ganharam espaço na *web*. Não apenas os programas passaram a estar individualmente na internet, como a própria programação televisiva. Nesse cenário, o telejornalismo passou a poder ser acessado de diversas formas: sob demanda, ao vivo em transmissão direta, pelos *sites* jornalísticos e também por meio de plataformas de *streaming*.

O Grupo Globo ao longo do tempo esteve na vanguarda do cenário técnico-comunicacional, tanto em nível nacional quanto internacional. Exemplo disso é que já em 2003 lançou sua primeira plataforma de vídeos: o Globo Media Center. Em um segundo momento, com a popularização das plataformas de *streaming*, em 2015 lançou o Globoplay, a fim de exibir principalmente conteúdos de entretenimento, como filmes, séries e as telenovelas da Rede Globo. Entretanto, os demais conteúdos exibidos na grade de programação da emissora – e, em uma atualização posterior, dos demais canais do Grupo Globo – também compõem o catálogo do Globoplay, o que o caracteriza como um acervo digital. O telejornalismo da Rede Globo, já disponível por meio dos *sites* próprios dos telejornais reunidos pelo portal G1, por sua vez, também está presente no Globoplay. Pela plataforma, é possível acessar sob demanda não apenas as matérias que constituíram a edição do telejornal, mas também a sua íntegra, bem como toda a programação da Rede Globo – e dos demais canais do Grupo Globo – ao vivo em tempo real.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é compreender como o telejornalismo, que se instituiu no meio televisivo, tem se adaptado a esse cenário comunicacional. Mais especificamente, busca-se investigar como o telejornalismo da Rede Globo tem sido disponibilizado no Globoplay. O propósito desta pesquisa é analisar de que modo as estratégias discursivas garantem efeitos de sentido de atualidade, de simultaneidade, de imediatismo, de verdade e de objetividade próprias do discurso telejornalístico também fora do meio televisivo e qual a sua atratividade dentro desse contexto.

Tendo em vista seu histórico índice de audiência na televisão aberta nacional, a sua popularidade e a sua tradição, o Jornal Nacional – telejornal exibido em horário nobre na Rede Globo – no Globoplay foi tomado como objeto de investigação. Dessa forma, a questão norteadora deste trabalho concentra-se nas estratégias enunciativas utilizadas na arquitetura de disponibilização do Jornal Nacional no Globoplay. O período de observação do objeto de pesquisa abrange os anos de 2019 a 2021 e como metodologia de análise utiliza-se a semiótica discursiva de linha francesa, com enfoque no nível discursivo do percurso gerativo de sentido.

A partir dos pressupostos descritos acima, o primeiro capítulo deste trabalho trata da convergência midiática e tecnológica (JENKINS, 2008), da hibridização dos meios e das linguagens (MACHADO, 2010; SANTAELLA, 2010) e posteriormente enfoca no que são consideradas as características definidoras da televisão enquanto meio. Articulando o conceito de “televisualidade” (KILPP, 2018c) na chamada hipertelevisão (SCOLARI, 2014), não só apresenta o Globoplay como objeto de estudo deste trabalho como também analisa as televisualidades nele encontradas, de modo a comparar quais as características da televisão estão presentes na plataforma.

O segundo capítulo aborda a constituição do telejornalismo, apresenta os valores discursivos próprios desse gênero televisivo, bem como aponta como ele se estrutura e se fundamenta com base em dispositivos técnicos expressivos propriamente televisivos, como o ao vivo e transmissão direta. A partir disso, versa a respeito da migração do jornalismo televisivo para a *web*, com enfoque principalmente na migração do Jornal Nacional. Narra ainda a trajetória da criação não só dos primeiros *sites* jornalísticos da Rede Globo e da criação do Portal G1, como também das primeiras plataformas de vídeo do Grupo Globo, traçando algumas comparações entre o Globo Media Center e o Globoplay.

O terceiro e o quarto capítulos apresentam as análises da arquitetura de disponibilização e de exibição do Jornal Nacional pelo Globoplay, tanto na transmissão do telejornal em fluxo televisivo por meio da interface “*Agora na TV*” - no caso do terceiro capítulo -, quanto na disponibilização do conteúdo sob demanda do telejornal na página própria do Jornal Nacional na plataforma - no caso do quarto capítulo. Serão analisadas principalmente as projeções temporais instauradas na interface discursiva do Jornal Nacional, tendo em vista que, pela necessidade de atualidade noticiosa, esse gênero está estreitamente atrelado à questão do tempo. No quarto capítulo será analisada ainda a forma de apresentação do conteúdo telejornalístico na plataforma, observando a tematização e a figurativização das *thumbnails* referentes aos trechos do telejornal e sua relação com o conteúdo noticiado. Sob o viés da semiótica discursiva de linha francesa, portanto, o terceiro e quarto capítulos têm como objetivo identificar as estratégias enunciativas utilizadas pelo Grupo Globo para disponibilizar o conteúdo do Jornal Nacional em sua plataforma de *streaming* e vídeos: o Globoplay.

As considerações finais indicam que os valores discursivos jornalísticos se mantêm no Globoplay, tanto na transmissão direta pela interface “*Agora na TV*”, quanto na exibição sob demanda. Mesmo que consumido posteriormente a sua exibição na grade televisiva e de maneira segmentada, a matriz televisual ainda está muito presente na forma de exibição do

Jornal Nacional no Globoplay. A essência televisiva permanece, ainda que a plataforma apresente uma arquitetura de exibição de conteúdo de banco de dados (MANOVICH, 2015).

CAPÍTULO 1 - TELEVISÃO UBÍQUA: UM OLHAR SOBRE O GLOBOPLAY

A plataforma de *streaming* do Grupo Globo, o Globoplay, representa uma nova forma de distribuição e de consumo de conteúdos audiovisuais. No ecossistema midiático atual, não estamos mais suscetíveis unicamente à grade de programação, característica do meio televisivo em sistema de transmissão analógico. Em vez disso, filmes, séries, novelas, programas de entretenimento, informativos e esportivos estão à disposição para serem consumidos de acordo com as mais variadas rotinas e gostos. A televisão agora é ubíqua (SERRA; SÁ; SOUZA FILHO, 2015): se encontra por toda parte, pois o processo de convergência digital, que possibilita a interoperabilidade tecnológica entre os dispositivos móveis e portáteis de transmissão, permite acesso aos conteúdos da TV, a qualquer hora e de qualquer lugar.

A experiência de consumo televisivo é cada vez mais personalizada e está onde o espectador está ou pode estar, bem como o acompanha onde quer que ele vá. Nem sempre é possível se colocar diante da TV em um horário específico para assistir determinado programa, “(...) assim, a televisão insiste num esforço multimodal em acompanhar os seus espectadores e para lhes dar aquilo a que pretendem aceder e, ainda, o que poderão pretender, a qualquer hora, em qualquer local” (SERRA et al., 2015, p. 7).

Partimos da constatação de que as formas de produção, circulação e consumo de conteúdos audiovisuais ganharam uma reconfiguração no cenário de convergência midiática. Segundo Henry Jenkins (2008, p. 5), esse processo de convergência necessita da participação ativa dos consumidores “(...) que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam”, uma vez que os fluxos de conteúdo se espalham por meio de múltiplas plataformas de mídia. A convergência, portanto, não está relacionada somente à junção de variadas funcionalidades tecnológicas dentro de um único aparelho. Mais do que a isso, ela está relacionada a um processo de transformações culturais (JENKINS, 2008).

Percebemos essas duas vertentes bem nítidas em nosso cotidiano: temos, em nossas mãos, dispositivos que permitem a realização de chamadas telefônicas, o acesso às mídias sociais, ao rádio, a conteúdos audiovisuais, tudo em um único lugar. As próprias *smart TVs* substituem o aparelho televisivo tradicional, permitindo o consumo não só de conteúdos massivos, mas também dos segmentados, acessados pelos aplicativos de plataformas de conteúdo audiovisual por meio da internet.

Os televisores já ofereciam conteúdos segmentados, por meio dos pacotes de TVs por assinatura, que disponibilizam acesso aos canais a cabo que exibem conteúdo televisivo para

nichos específicos de telespectadores. Entretanto, ainda assim esses conteúdos são distribuídos de maneira massiva ao público específico que se dispõe a assisti-lo na grade de programação do canal por assinatura. Ou seja, um mesmo conteúdo ainda é visto simultaneamente por um vasto número de pessoas que se dispõe a sintonizar determinado canal em determinado dia e horário.

Atualmente, entretanto, as *smart TVs* permitem ainda acesso a conteúdos televisivos que se estruturam segundo a lógica de um banco de dados (MANOVICH, 2015). Por meio de plataformas específicas, os conteúdos televisivos se dispõem na tela, dando forma visual a paradigmas que se atualizam nas mais diversas interfaces e permitem ao usuário estabelecer seu próprio sintagma. Assim, este usuário não mais é submetido unicamente a um sintagma televisual preestabelecido pelo enunciador, ou seja, a um fluxo televisivo, mas pode criar o seu próprio fluxo de navegação.

Os conceitos de sintagma e de paradigma, propostos por Ferdinand Saussure (2006) para compreender as linguagens, originalmente propõe o paradigma como um eixo implícito, virtual, ou seja, um sistema que prevê uma infinidade de possibilidade de escolhas a serem feitas pelo sujeito, mas que inicialmente existe apenas em seu imaginário, não sendo, portanto, manifesto. Quando uma determinada escolha é feita, então um elemento antes existente apenas virtualmente se atualiza, constituindo o sintagma. O sintagma, por sua vez, é real, é explícito, é o que se manifesta (MANOVICH, 2015).

De acordo com Manovich (2015, p. 17), as novas mídias, contudo, invertem esse relacionamento: “Ao banco de dados (o paradigma) é dada uma existência material, enquanto a narrativa (o sintagma) é desmaterializada. O paradigma é privilegiado; o sintagma é subestimado”. Dessa forma, a trajetória que o usuário percorre ao selecionar as opções dá forma a uma narrativa que ele mesmo contrói, no caso, uma narrativa interativa. “Para constituir uma “narrativa interativa”, presume-se um conjunto de registros de banco de dados encadeados juntos, de modo que mais de uma trajetória seja possível” (MANOVICH, 2015, p. 14). Essa narrativa nada mais é que o sintagma, que agora se manifesta apenas durante o percurso do sujeito. Tornando-se virtual, tal sintagma une vários desses elementos disponíveis nesse banco de dados seguindo uma ordem determinada pelo próprio usuário.

Os percursos, portanto, tornaram-se individualizados e se alteram de acordo com as preferências do usuário, estabelecendo as bases de uma relação mais interativa. Assim, migramos a nossa forma de consumo televisual: a grade de programação passou a concorrer com a possibilidade de acesso a conteúdos não lineares, segundo a lógica da programação computacional, a partir de múltiplas telas, em diferentes temporalidades e espaços.

Estamos diante da diluição das características próprias dos meios de comunicação, constituídos em sua gênese de forma analógica e massiva e que, com a tecnologia digital, se tornam cada vez mais híbridos. Nesse sentido, do ponto de vista das linguagens, Arlindo Machado (2010) defende que cada meio poderia ser representado por um círculo, que possui um núcleo denso - representando suas especificidades - e bordas difusas que se interseccionam às de outros círculos, cujas características fundem-se e confundem-se às de outros meios:

À medida que nos aproximamos das bordas e das zonas de interseção, a diferenciação entre os meios já não é tão evidente, os conceitos que os definem podem ser transportados de uns para outros, as práticas e as tecnologias podem ser compartilhadas, o sustentáculo econômico e o público atingido podem ser os mesmos (MACHADO, 2010, p. 59).

Tais círculos, por sua vez, estão em constante expansão, bem como seus “núcleos duros” e em determinado momento, até mesmo esses núcleos interseccionam-se a outros, o que leva ao que o autor chama de momento de “ruptura”, em que não é mais possível definir com facilidade o que são tais e quais meios, uma vez que as características que identificam a especificidade de cada um deles começam a se confundir entre si. Este é considerado o momento da convergência dos meios, que instaura um novo patamar na história da mídia. A indústria do audiovisual como um todo passa a funcionar com ambiguidades e tensionamentos entre o analógico e o digital, entre o atual e o virtual, entre a imobilidade e o movimento, entre outros. Os suportes e as linguagens já não apresentam fronteiras formais ou materiais: elas foram dissolvidas. Os meios, por sua vez, se tornam cada vez mais híbridos (MACHADO, 2010).

Lúcia Santaella (2010) também volta seu olhar para a correlação entre o hibridismo das mídias e o processo de convergência, que, em sua visão está atrelado à cultura digital:

Mídias, que antes existiam em suportes físicos separados – papel para o texto e a imagem impressa, película química para a fotografia e o filme, fita magnética para o som e o vídeo -, que dependiam de meios de transporte distintos – fio de telefone, onda de rádio, satélite de televisão, cabo -, passaram a combinar-se em um mesmo todo digital, produzindo a convergência de vários campos midiáticos tradicionais. Foram assim, fundidas em quatro formas principais da comunicação humana: o documento escrito (imprensa, magazine, livro); o audiovisual (televisão, vídeo, cinema), as telecomunicações (telefone, satélites, cabo) e a informática (computadores e programas informáticos). A esse processo cabe com justeza a expressão “convergência das mídias” que está na base do hibridismo midiático. (SANTAELLA, 2010, p. 85-86).

Observa-se que, como postula Jenkins (2008), as novas mídias e as já tradicionais passam a interagir de formas cada vez mais complexas. Nesse sentido, Bolter e Grusin (2000) conceituam como “remediação” a lógica pela qual os novos meios derivam dos anteriores, coexistem com eles e os transformam. É pela remediação que meios tradicionais são repaginados e passam a assumir novas formas. Mas é uma via de mão dupla: tanto as mídias tradicionais podem assimilar características dos novos meios, quanto os novos meios adquirem características já consolidadas pelas mídias tradicionais. A remediação, portanto, é a principal característica das novas mídias (BOLTER; GRUSIN, 2000).

Em decorrência dessas outras possibilidades tecnológicas e midiáticas, alteramos nossos hábitos sociais e de consumo. Isso reflete um processo de midiaticização da cultura e da sociedade, que atravessa diversas instituições. De acordo com Stig Hjarvard (2014, p. 30), a mídia fornece “um constante fluxo de informação que orienta os indivíduos e as organizações para reajustar suas práticas às condições contemporâneas, dessa forma implantando uma reflexividade progressiva na própria institucionalização da vida social”.

As proposições de Hjarvard (2014) se encontram indissociadas do nosso cotidiano na contemporaneidade. Aquele cenário em que a família se reunia ao redor da TV na sala de estar para assistir à novela depois do jantar tem se desfigurado, ao mesmo tempo em que as plataformas de vídeo sob demanda ganham cada vez mais espaço, fomentando o consumo individualizado. Nem sempre é possível estar diante da TV em um horário específico para assistir determinado programa. Soma-se isso à quantidade de conteúdos disponíveis on-line e à flexibilização de seu consumo: temos como resultado uma aceitação cada vez maior dessas novas práticas sociais.

Além de novas formas de consumo midiático, é a midiaticização a responsável por trazer à tona novos modos de relacionamento, sejam eles na relação indivíduo-indivíduo ou no processo de comunicação mediada (HJARVARD, 2014). É claro que temos diversas formas de mediações: quando recebemos um conteúdo, o interpretamos, por exemplo, de acordo com a nossa formação política, social, cultural e religiosa (MARTÍN-BARBERO, 1997). Mas podemos aqui pensar sob o ponto de vista tecnológico: a comunicação de massa era, até então, institucionalizada na sociedade. As notícias de credibilidade eram aquelas exibidas nos telejornais. O mundo, o “real”, era mediado pelo aparelho televisivo. Se a TV mantinha o fluxo comum de sua programação, não sendo interrompida por um plantão de notícias inesperado, por exemplo, era sinal de que tudo corria dentro de certa “normalidade”, pois a transmissão em *broadcasting* segue um fluxo temporal comum ao mundo (FECHINE, 2008). Atualmente, novas formas de mediações tecnológicas têm se tornado padrão.

Dispositivos móveis, como o computador, o *tablet* e o *smartphone*, ocupam o lugar que antes era apenas da televisão. Não é mais necessário se conectar a determinado canal. Para entreter-se ou informar-se, pode-se dirigir à plataforma de *streaming* de preferência, àquele *site* informativo julgado como o mais confiável ou àquele aplicativo instalado no *smartphone* ou no *tablet*. Aos poucos, uma mídia massiva vai sendo substituída por outras cada vez mais segmentadas.

Neste trabalho objetiva-se compreender como o telejornalismo, que se constituiu e se estruturou a partir da televisão - uma mídia massiva -, tem se adaptado a esse ambiente de convergência que se pauta pelo consumo segmentado. Uma vez que os limites entre as tradicionais e as novas mídias estão difusos, neste capítulo buscaremos compreender quais são as características definidoras da televisão enquanto meio, bem como quais os seus traços mais marcantes. A partir disso, procura-se identificar quais formas de televisualidade, cujo conceito será detalhado mais adiante, são encontradas na plataforma de vídeo sob demanda do grupo Globo, o Globoplay, objeto de estudo deste trabalho. Tal investigação nos auxiliará a compreender as lógicas pelas quais esse serviço de *streaming* se pauta, bem como permitirá aguçar nosso olhar para compreender, em capítulos posteriores, como ocorrem as atualizações do telejornalismo na plataforma.

O conteúdo via *streaming* expandiu as possibilidades de escolhas do telespectador, que agora se transforma em usuário. Tantas possibilidades de escolhas a um clique talvez despertem um sentimento de nostalgia em relação ao antigo modo de ver televisão. Bauman (2017, p. 90), em “Retrotopia”, aponta que a nostalgia “tem sido um ingrediente endêmico e inseparável da condição humana pelo menos desde o momento (...) da descoberta da possibilidade de opção nas decisões humanas”. Diante de um mundo fragmentado e da falta não só de uma vida em comunidade, como também de memórias coletivas, o ser humano tende cada vez mais a olhar para o passado, em busca dos valores que o regiam até então.

Na tentativa de compreender as possibilidades de fragmentação que tem se consolidado, neste caso, no consumo de programação televisual, olharemos antes para o passado, na busca da compreensão da essência do ser televisivo. Olharemos para um “passado”, que permanece presente, na tentativa de entender esse “futuro” que já há um tempo vem se delineando e se consolidando presente. Afinal, como diz Bauman (2017, p. 9), “o mundo aqui e agora nada mais é que um entre um número indefinível de mundos possíveis – passados, presentes, futuros”. Nesse sentido, o que faremos daqui por diante poderá se constituir enquanto uma retrotopia, uma vez que resgataremos “visões instaladas num passado

perdido/roubado/ abandonado, mas que não morreu” (BAUMAN, 2017, p. 10), a fim de compreender um futuro que já é presente, mas que ainda requer compreensão.

Suzana Kilpp (2018b, p. 15), autora que se dedica a estudar a televisão por si mesma e a compreender suas atualizações na internet, considera que a investigação “da televisão durante na Internet justifica-se por conta da persistência da TV off-line como paradigma para interpretar os conteúdos televisivos ali assistidos”. Nesse sentido, nos tópicos posteriores, buscaremos compreender o que é a televisão, para então compreender a veiculação de seus conteúdos no ambiente on-line.

1.1 Características da televisão enquanto meio

A transmissão ao vivo de som e imagem em movimento é considerada por Arlindo Machado (2001) como a característica mais marcante da televisão. Ela nasceu pela transmissão ao vivo e “desenvolveu todo o seu repertório básico de recursos expressivos num momento em que ainda operava ao vivo” (MACHADO, 2001, p. 125). Mesmo com a chegada dos recursos de gravação e armazenamento de imagens televisivas – sendo o *videotape* o pioneiro com essa funcionalidade -, ainda podemos observar frequentemente o uso da transmissão direta. Dessa forma, dentro do universo audiovisual, para o autor, esse continuou sendo o seu traço distintivo mais importante.

Fechine (2008) aponta que a transmissão direta pode ser tratada como um fato técnico apenas – caso sejam levadas em consideração unicamente questões ligadas à produção, transmissão e recepção de um programa de forma simultânea -, como pode também ser vista como um efeito de sentido de “ao vivo” construído por meio da articulação de discursos. Assim, “Se, por um lado, é possível admitir que toda transmissão direta produz um efeito de “ao vivo”, não se pode admitir, por outro lado, que todo efeito de “ao vivo” seja o resultado de uma transmissão direta” (FECHINE, 2008, p. 26).

Para que se dê o efeito de “ao vivo”, basta que o programa “pareça” estar sendo gravado no momento em que está sendo levado ao ar. Isso é possível por meio da articulação da exibição do programa dentro de uma grade de programação, criando um efeito de continuidade entre sua produção e sua exibição, que proporciona a ilusão de que ele está sendo realizado naquele momento. Exemplo disso são os programas de auditório que são gravados em dias diferentes daqueles em que são exibidos, mas que, no fluxo de programação, parecem estar sendo produzidos naquele momento. Esse efeito de sentido de “ao vivo”, segundo Machado (2001, p. 126), parece “contaminar o restante da programação

televisual e imprimir as suas marcas de atualidade até mesmo nos produtos pré-gravados”, modelando, assim, a produção de toda a programação televisiva.

Essa busca pela continuidade entre programa e programação, ou seja, o fluxo televisual, é outra característica própria do meio televisivo, uma vez que a televisão não consiste apenas em uma única emissão, mas em uma espécie de um conjugado de sons e imagens que nos atingem (MACHADO, 2001). Esse fluxo televisivo não deixa de estar diretamente ligado ao efeito de sentido de transmissão direta, como defende Fechine, já que,

Mesmo depois que se desenvolveram os métodos de gravação magnética do vídeo e do áudio, a programação das emissoras de TV continuou a se articular como um “fluxo ininterrupto” e seus programas permaneceram sob a influência da organização formal das transmissões diretas. A busca de continuidade entre programa e programação é também uma decorrência de uma propriedade determinante na configuração da televisão como meio expressivo (...) (FECHINE, 2008, p. 27).

Suzana Kilpp (2018b) também concorda que o fluxo televisivo seja a característica mais marcante da televisão. A tradicional configuração da televisão é chamada pela autora de TV off-line, tendo em vista a não necessidade de internet para acessar a seu conteúdo. Essa distinção é feita para facilitar a compreensão de seus leitores, uma vez que, em seus estudos, também analisa os conteúdos televisivos no ambiente on-line. Segundo ela, “no off-line prevalece o sentido de fluxo, como se tudo estivesse ao vivo” (2018b, p. 5).

A transmissão direta é utilizada especialmente nos gêneros televisivos informativos, pois já estabelece por si só um contrato de veridicção com o telespectador, uma vez que possui assumidamente o objetivo de capturar o “real” ou de refletir a realidade (FECHINE, 2008), promovendo assim um efeito de sentido necessário ao discurso jornalístico, que se estrutura com a função de transmitir uma informação atual, “verdadeira” e “objetiva”.

Kilpp, por sua vez, defende que estar diante de imagens reais, na verdade, nada mais é do que uma ilusão criada pelo que ela chama de “máquinas de olhar” e está diretamente relacionada ao “*eso está siendo*”, ou seja, um “construto de todas as mídias que tentam mostrar a realidade desenrolando-se (estar acontecendo enquanto se faz a transmissão ao vivo ou em tempo real dos acontecimentos em curso)” (KILPP, 2018a, p. 25). Para que esse intento de fato se concretize, contudo, antes é necessário que se estabeleça um contrato fiduciário entre emissor e receptor de que o acontecimento e sua transmissão se dão ao mesmo tempo: é necessário um *fazer-criar* por parte daquele que transmite a imagem e um “crer-verdadeiro” por parte daquele que recebe a imagem, de que ela acontece de fato naquele instante ou de que ela está remetendo de fato à realidade.

Os *reality shows* são tomados como base pela autora para entender o que são as imagens de TV, pois nesses programas há câmeras a todo instante monitorando o que, de fato, acontece, como câmeras de vigilância. As montagens dessas imagens, que vão ao ar sempre em um horário determinado, resumindo os principais acontecimentos do dia, mesmo que às vezes “legendem” ou indiquem a direção do olhar, na maioria das vezes atuam com duas funções: “(...) penetrar tecnicamente as vísceras da “realidade” e criar imagens que são realidades em si mesmas” (KILPP, 2018a, p. 38). Essas imagens que vão ao ar, entretanto, suprimem uma grande quantidade de “tempos mortos”.

Tempos mortos, segundo Machado (2001), são aqueles tempos durante os quais não acontece nada de interessante, nada que mereça atenção. São tempos de espera que se desenrolam sem grande importância nem para o programa como um todo, nem para a narrativa tradicional. Eles promovem uma “deslinearização da sequência” e assim substituem “os nexos dramáticos convencionais pelo trabalho modelador do acaso” (MACHADO, 2001, p. 136). Ainda para o autor, é através da inserção da televisão no cotidiano que se torna possível o acesso e o cultivo desta categoria temporal, até mesmo porque eles são inerentes à transmissão direta - característica ao meio televisivo. Como ela se submete ao “tempo real” do evento, transmitindo-o no momento em que ocorre, não há como prolongar ou omitir os intervalos de tempo, absorvendo “(...) inclusive a sua morosidade e os seus vazios” (MACHADO, 2001, p. 138).

Esses tempos, em geral, costumam ser entediantes e é por isso que nos *reality shows* são feitas as edições para levar o programa ao ar com um conteúdo que seja interessante ao público. Contudo, Kilpp (2018a) defende que são nesses momentos de inatividade - em que as câmeras ficam à espreita de um acontecimento que seja digno de atenção - que o aparelho televisivo se revela mais profundamente. Isso, pois, são eles que nos permitem reconhecer a natureza própria das imagens de tevê, que tem como uma de suas características serem “imagens televisivas do tempo socialmente convencional” (KILPP, 2018a, p. 38).

Nesta perspectiva, segundo a autora, o tempo é fundamental para compreender as imagens televisivas. Tudo na TV está relacionado a ele, a começar pelo seu próprio modelo de negócios, que vende o tempo televisivo para veiculação de anúncios publicitários. Vende-se não só quantidade, como também qualidade, afinal, os horários nobres - vistos como horários de maior qualidade, tendo em vista seus altos índices de audiência - são os que custam mais caro para os patrocinadores, por possuírem maior valor agregado. São justamente essas quantidades de tempo mais caras que inflacionam o volume de informação na TV em

pequenos espaços de tempo, o que leva as imagens a um ritmo frenético e a uma tendência de compactação (KILPP, 2018a).

Esse mesmo tempo - pelo qual se estabelece a grade de programação (MACHADO, 2001; KILPP, 2003a, 2003b, 2018b), o fluxo televisivo (MACHADO, 2001; FECHINE, 2008; KILPP, 2018b), a transmissão direta (MACHADO, 2001; FECHINE, 2008; KILPP, 2018a), e o efeito de ao vivo (MACHADO, 2001; FECHINE, 2008; KILPP, 2018a) - também coloca os espectadores em contato uns com os outros e também com o “real”, simplesmente por estarem presentes diante de uma mesma “duração”, e, conseqüentemente partilhando de um lugar comum de interação, ainda que virtual, como aponta Fechine:

(...) inserindo destinadores e destinatários numa temporalidade que é tanto do discurso (da TV) quanto do “mundo” (dos fatos), que perpassa tanto as instâncias de produção quanto de recepção, a transmissão faz da sua própria duração um “lugar” comum de interação, uma dimensão na qual se instaura um efeito de “contato” entre os sujeitos ou entre estes e o “real” (FECHINE, 2008, p. 20).

Kilpp dialoga com a autora ao dizer que não se trata apenas de inserir destinadores e destinatários em um mesmo tempo e espaço, mas também de “atribuir sentido televisivo a esse mundo da vida, no qual as relações societárias se dão em um tempo-espaço típico do ordenamento social vigente” (KILPP, 2018a, p. 42). Para estabelecer tal ordenamento, a televisão produz figuras de tempo que são constantemente exibidas em seus panoramas e compartilhadas nos imaginários. Essas figuras permitem à TV estabelecer dentro dos lares um efeito de sentido de presença, que está associado à “descrição de interações actanciais não-mediadas: as relações de ‘acesso direto’, de ‘contato imediato’, entre sujeito e objeto nas quais o que se tem é, no limite, a própria enunciação com o valor de enunciado” (FECHINE, 2008, p. 19). Dessa forma, relaciona-se diretamente aos efeitos de sentido produzidos pelas transmissões diretas. O hábito de manter a televisão ligada, por exemplo, que nos coloca em contato com o fluxo temporal estabelecido pelas transmissões diretas pode ser entendido não só como uma prática de interação, mas também como um tipo de “presença estésica”.

Mais uma vez, ressalta-se a predominância do tempo para a construção desses efeitos de sentido promovidos pela transmissão direta, pois sua manifestação está estritamente relacionada às estratégias enunciativas de instauração do tempo no discurso. A produção desse sentido de presença depende “(...) do modo como o discurso televisual relaciona a duração da transmissão com uma duração do “mundo” (dos fatos) que ela própria constrói narrativamente” (FECHINE, 2008, p. 19).

Para compreender a TV, Kilpp (2003a, 2003b; 2018b), por sua vez, propõe a observação de seus sentidos identitários, de suas ethicidades, bem como de suas molduras, moldurações e emolduramentos. De acordo com a autora, as mídias conferem sentidos identitários aos seus produtos por meio de um conjunto de molduras e de moldurações. As molduras são os territórios de significação dos conteúdos veiculados, ou seja, o lugar por onde os sentidos se constroem e são percebidos, enquanto as moldurações são as montagens no interior das molduras de caráter estético e técnico: tudo o que aparece na tela do ecrã. Os sentidos identitários estão relacionados às ethicidades, em outras palavras, às subjetividades televisivas. Exemplos dessas ethicidades são “as durações, as personas, os objetos, os fatos e os acontecimentos que a televisão dá a ver como tais e que são, na verdade, construções televisivas” (KILPP, 2003b, p. 6).

Dessa forma, os sentidos identitários dessas ethicidades são enunciados por meio de um conjunto de molduras que se sobrepõem na tela na televisão. Os emolduramentos finais do espectador, ou seja, os sentidos que ele atribui ao conteúdo enunciado, vão depender do seu repertório pessoal - de suas próprias mediações -, mas serão delineados com base em um imaginário comum que existe a respeito do que são e do que significam socialmente essas construções televisivas (KILPP, 2018b).

São propostos como sentidos identitários de televisão/ethicidades pela autora os seguintes elementos (que serão considerados aqui como característicos ao meio televisivo): a) emissoras televisivas e canais de televisão; b) gênero dos programas; c) programação; d) programas e outras unidades televisivas autônomas; e) panoramas televisivos e moldurações intrínsecas; e, por fim, f) televisão.

O primeiro elemento diz respeito aos canais que as emissoras televisivas possuem para a transmissão do seu conteúdo. Os gêneros dos programas televisivos, por sua vez, são “moldurados” pela própria TV, que tem, inclusive, a possibilidade de dar origem a novos gêneros. Já a programação é o conjunto de exibições televisivas que abarcam desde a grade matricial, que define qual tipo de programa deve ser exibido em determinado dia e horário, passando pela definição do conteúdo que vai compor certo espaço da grade por um período de tempo, até ao fluxo televisivo. É considerada a moldura mais importante - “a mais televisiva de todas” -, tanto que as emissoras sempre resistem em alterá-la, tendo em vista que ela constitui a base do modelo de negócios da televisão (KILPP, 2003a, 2003b, 2018b).

O item “d)” diz respeito aos conteúdos que são colocados em sequência alternadamente a fim de serem exibidos em fluxo. O item “f)”, por sua vez, trata da própria televisão, pois ela em si mesma é um “construto televisivo”, uma vez que reforça a todo

tempo como busca ser entendida em determinados momentos - como vitrine cultural, como produtora de mercadorias, como acervo histórico, como memória, entre outros. Pelo item “e)” apontam-se as moldurações inseridas no ecrã do televisor, que indicam as práticas de montagem diretamente ligadas ao sentido que atribuímos ao conteúdo veiculado. Observamos que esses sentidos identitários apontados pela autora abarcam e reúnem as características apontadas também por outros autores como características próprias da televisão.

Paralelamente a isso, em seu livro “Imagem-duração e teleaudiovisualidades na internet”, Kilpp (2018a) indica que a natureza fundamental da TV está ligada à imagem-duração, sendo justamente essa imagem-duração o traço definidor da mídia televisão. Esse conceito, que se relaciona com a programação em fluxo, é explicado como “uma imagem do tempo atualizada na TV pelo fluxo da programação e do zapping” (KILPP, 2018a, p. 44). Tudo o que se vê na televisão são durações que se conectam umas às outras por meio das lógicas televisivas: “são imagens de durações televisivas”. Os programas, os canais, os cenários, os anúncios, as emissoras e tudo mais que constitui a televisão duram, quer dizer, existem, enquanto virtualidade e se atualizam na tela das mais variadas formas delas mesmas. Dessa forma não são apenas construtos televisuais - pois já existiam antes mesmos de tais construtos virem a atualizá-las - podendo ser atualizadas em outros tipos de telas além da televisão, carregando assim a essência televisiva, como veremos adiante neste trabalho.

Ou seja, no sintagma televisivo existe, ao mesmo tempo, uma variedade de tempos de coisas que se unem, ou seja, que se aglutinam. Por exemplo, em um único quadro, podemos ver ao mesmo tempo o programa, o cenário, o apresentador, o entrevistado, as legendas, a emissora, o canal, entre outros. Cada elemento desse dura ao seu tempo e é por isso que a autora defende que existem várias durações em um único lugar, em uma mesma tela: “As imagens de durações televisivas coadunam-se assim nas audiovisualidades de TV em formas que devêm imagem-duração” (KILPP, 2018a, p. 47). Compreende-se aqui que as imagens dessas durações televisivas se manifestam por meio de uma série de linguagens que compõem esse tempo duração.

Trazendo Henri Bergson (2005) à discussão, Kilpp (2018a) diz que as virtualidades se atualizam na TV por meio das formas. Enquanto as virtualidades dizem respeito ao modo de ser da duração, as suas atualizações - que se dão por meio das formas - dizem respeito ao modo de agir da duração. As formas, portanto, remetem à espacialização do tempo: são as atualizações da duração. “Ou seja, durar é da natureza de todas as coisas ainda que o que percebemos da duração seja sua forma (ou modo) de agir no espaço, e não o tempo, que,

porém, nela dura” (KILPP, 2018a, p. 50). A autora, com base nas ideias de Bergson (1999), defende que a única coisa que há de “real”, de fato, é a mudança contínua de formas. Se tomarmos qualquer instantâneo do fluxo televisivo, temos ali uma forma. Tais formas, por sua vez, correspondem às imagens-médias de televisão.

De certo modo, as imagens de TV são muito similares. Ainda que se altere o conteúdo dos programas – e nesse momento levamos em conta a infinidade de programas dos mais variados gêneros que existem dentro do fluxo televisivo, assim como os mais diversos anúncios publicitários - as formas da televisão sempre serão muito parecidas nos seus modos de agir. Assim, as formas se diferem em grau, mas não em natureza,

pois não diferem em seu modo virtual de ser (e por isso digo que elas são devires de imagem-duração): todas elas são atualizações da essência da coisa, ser, tendência, devir ou duração chamada televisão, sendo que as imagens médias da duração televisiva se mostraram diferentes apenas em grau quando se passava de um canal para outro, e as formas do tempo enunciadas também não diferiram substantivamente (KILPP, 2018a, p. 53).

Para ilustrar essa afirmação a respeito da similaridade das imagens televisivas, a obra “*Cross-cultural-Television*”, do artista multimídia catalão Antoni Muntadas em parceria com Hank Bull, é um bom exemplo. Ela foi considerada por Arlindo Machado (2010) em seu livro “*Arte e mídia*” como uma das pioneiras no questionamento da sociedade midiática. Por meio da reciclagem de som e imagem dos meios eletrônicos e da justaposição dos seus fragmentos, Muntadas examina sistematicamente os modos como funcionam as mídias eletrônicas e analisa criticamente os seus mecanismos. Toma fragmentos de programas dos mais variados canais, dos mais diversos países e modelos televisivos e nos apresenta de forma justaposta diante de uma tela tal qual foram encontrados: programas religiosos, anúncios publicitários, vinhetas de abertura, créditos de encerramento, entre outros, promovendo um efeito de *zapping*. De acordo com Machado (2010, p. 21), o resultado é perturbador, pois “tudo, seja qual for a fonte ou a origem, é tristemente igual e repetitivo, confirmando uma espécie de variação infinita em torno da identidade única”. Nesse sentido, a obra é exemplar para mostrar que a televisão se constrói da mesma forma em todos os lugares. Mesmo com as variedades culturais e linguísticas, com as especificidades e diferenças econômicas de cada país, as imagens eletrônicas são sempre as mesmas. Assim, a televisão

(...) se endereça de forma semelhante ao espectador, fala sempre no mesmo tom de voz e utiliza o mesmo repertório de imagens sob qualquer regime político, sob qualquer modelo de tutela institucional, sob qualquer patamar de progresso cultural ou econômico (MACHADO, 2010, p. 21).

Compreende-se que essa identidade única a partir da qual “variam” as imagens televisivas, ou seja, esse “falar sempre no mesmo tom de voz”, “se endereçar do mesmo modo ao espectador” e “utilizar o mesmo repertório de imagens” podem ser considerados como imagens-médias, nos termos propostos por Kilpp (2018a). Podemos adicionar aos exemplos, ainda, os planos médios, os cenários de fundos neutros, as poucas molduras, dentre outros. Mesmo com seus diferentes conteúdos e teores, com suas diferenças éticas, estéticas e variedades de ritmos, tais imagens se tornam televisivas pela forma como são inseridas no fluxo televisivo.

Somado a isso, outra característica da televisão que deve ser considerada é o *break*. Ele não está restrito apenas a questões econômicas, não se limita ao financiamento da televisão, mas faz parte da organização da programação televisual. Seu papel, “é o de garantir, de um lado, um momento de ‘respiração’ para absorver a dispersão e, de outro, explorar ganchos de tensão que permitem despertar o interesse da audiência, conforme o modelo do corte com suspense, explorado na técnica do *folhetim*” (MACHADO, 2001, p. 88, grifo do autor). O *break*, portanto, estimula a imaginação do espectador. Quando há o corte em um momento de tensão do capítulo da novela, por exemplo, o telespectador é levado a imaginar o que acontecerá em seguida, criando possíveis desfechos para o clímax em questão, até que o capítulo seja retomado no segundo bloco do programa, após o intervalo, ou no dia seguinte (MACHADO, 2001). Do mesmo modo, os *breaks* após as chamadas do telejornalismo também prendem a atenção do telespectador, levando-o a se colocar atento para compreender melhor aquela notícia inicialmente introduzida, que será desenvolvida ao longo do programa.

Até o momento discorremos sobre características que podemos considerar próprias ao meio televisivo. Contudo, como já discutido, em função da convergência midiática os limites entre os meios estão muito difusos, sendo possível encontrar tais características em outras formas de mídia que não a televisão convencional. Principalmente com o advento da internet, as virtualidades televisivas, as atualizações de suas durações, ocorrem das mais diversas maneiras em outros *sites* e plataformas, dentre eles, o Globoplay, objeto de estudo deste trabalho, como veremos adiante.

1.2 A televisão na internet: O Globoplay

A convergência digital possibilitou à televisão estar na internet por meio das mais variadas formas. Atualmente os conteúdos televisivos estão disponíveis em *sites*, canais no Youtube e outras mídias sociais próprias ou não das emissoras, e sua oferta dentro desses

moldes vem aumentando ano após ano. Exemplo disso são as plataformas de *streaming* que vêm surgindo uma após a outra, aguçando o desejo de assinatura por parte do consumidor para ter acesso a conteúdo audiovisual, como Netflix, Amazon, Disney+, entre outras. Esse tipo de serviço permitiu que os conteúdos televisivos fossem consumidos não só por meio de um computador conectado à internet, mas também por meio de aplicativos próprios com versões disponíveis para *smarthphones*, *mobiles* e para o próprio aparelho televisivo - no caso, *smart TVs*.

A plataforma de vídeos sob demanda, Globoplay, exemplifica essa reconfiguração das estruturas de distribuição de conteúdos televisivos. Ela pertence ao Grupo Globo, um conjunto empresarial de mídia brasileiro, que figura entre os grandes conglomerados midiáticos do mundo, cujo conteúdo alcança 99,6% dos domicílios no país (GRUPO GLOBO, 2016). A TV Globo distribui conteúdo televisivo para quase todo território nacional e seus programas também estão presentes em mais de 100 países, por meio da Globo Internacional (GRUPO GLOBO, 2018).

O Globoplay está estruturado para atender as novas demandas e hábitos de consumo característicos de uma ecologia midiática marcada pela conexão. A plataforma se constitui enquanto uma reconfiguração do Globo Media Center, primeira central de conteúdo de vídeo por *streaming* da Globo (MÉDOLA, 2006), lançada em 2003, e posteriormente reposicionada como Globo Vídeos (FISCHER, 2008). Segundo dados do portal G1 (2015), ao ser lançado em 2015, o Globoplay teve mais de três milhões de *downloads* em menos de dois meses e durante o primeiro ano foram consumidos mais de 6,3 bilhões de minutos de programação na plataforma (REDE GLOBO, 2016). Por meio dele, é possível ter acesso gratuito à programação da Rede Globo - e do canal futura - em tempo real e à programação dos demais canais do Grupo Globo mediante a contratação de pacote especial. Programas de jornalismo, esportes, variedades e *reality shows*, bem como os trechos de novelas e programas de humor da TV Globo também estão disponíveis na plataforma gratuitamente (CENTRAL DE AJUDA, 2021). Os conteúdos exclusivos da plataforma, como séries, filmes, entre outros, estão reservados apenas aos assinantes, atualmente por um valor de vinte e dois reais e noventa centavos mensais (ou dezenove reais e noventa centavos, se escolhido o plano anual). O conteúdo do aplicativo pode ser acessado pelo computador, *smart TVs*, *smartphones* e *tablets*.

Antes de março de 2020, quando foi declarado oficialmente o cenário de pandemia provocado pelo coronavírus SARS-CoV-2 causador da infecção respiratória denominada Covid-19, o acesso à programação televisiva da Rede Globo em tempo real pelo Globoplay

era restrito ao público das cidades de Brasília, Goiânia, Campinas; das regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Minas Gerais, de todo o estado do Acre, Roraima, Rondônia e da quase totalidade dos estados do Amapá e do Amazonas (CENTRAL DE AJUDA GLOBO, 2019). Até então “*Agora na Globo*” era a nomenclatura do *link* que dava acesso à programação em fluxo em tempo real pelo aplicativo, período este marcado pelo crescimento gradual da área de cobertura para a transmissão ao vivo da programação em fluxo televisivo pelo Globoplay. Até então, apenas a programação do canal da Rede Globo podia ser assistida pela plataforma. Atualmente, a programação em tempo real pelo aplicativo está disponível para todas as regiões do país. Devido à pandemia, as plataformas de *streaming* realizaram esforços para atender com qualidade a maior demanda de usuários que, por seguir a recomendação de permanecer em casa para conter a expansão do novo coronavírus, recorriam a esses serviços como forma de entretenimento.

Somado a isso, o Grupo Globo realizou outras atualizações na plataforma: a inclusão do canal futura, cuja programação em tempo real passava a poder ser assistida gratuitamente, da mesma forma como a programação do canal da Rede Globo; e a inclusão dos “Canais Globo” no aplicativo. Assinando o pacote que inclui o serviço, o “*Globoplay + canais ao vivo*”, atualmente pelo valor de quarenta e nove reais e noventa centavos mensais (ou quarenta e dois reais e noventa centavos, se contratado o plano anual), é possível ter acesso ao conteúdo do Globoplay e à programação de mais 19 canais fechados do Grupo Globo, antes restritos aos pacotes de TV por assinatura, como por exemplo, SporTV, Multishow, GNT, Viva e muitos outros. Trata-se de uma atualização do Globosat Play, um serviço disponível antes apenas aos assinantes de pacotes de TV por assinatura que permitia acesso aos canais fechados por meio da internet. A transmissão da programação em tempo real de todos esses canais pode ser acessada no Globoplay atualmente pela aba “*Agora na TV*” – antiga “*Agora na Globo*”.

Compreende-se, portanto, que a plataforma está inserida dentro da lógica da hipertelevisão (SCOLARI, 2014). A hipertelevisão privilegia os conteúdos sob demanda, gravados, sendo marcada justamente pela formulação de produtos textuais multitelas, que se ramificam por diversos *sites*, redes e plataformas, tendo como características, dentre outras, a fragmentação da tela, a expansão narrativa, as narrativas em tempo real e a construção de histórias não sequenciais. O Globoplay, por sua vez, propõe uma forma de consumo que privilegia o consumo por demanda, ao mesmo tempo em que também permite o consumo fragmentado, e incorpora gramáticas, narrativas e formas de distribuição própria do meio televisivo – e de outros meios – constituindo-se, assim, um híbrido.

O conteúdo que vemos na TV está também ali esperando para ser consumido ao nosso clique e notadamente todas essas novas formas de consumo carregam muitos traços televisuais, a começar pelo fato de podermos assisti-los também pelo aparelho televisivo, mas agora reformulado: as *smart TVs*. Nesse contexto, a demarcação conceitual da televisualidade (KILPP, 2018c), que será apresentada no tópico a seguir, constitui recurso bastante operacional para pensar o processo de estruturação dos destinadores da comunicação televisiva na chamada hipertelevisão.

1.3 Televisualidades no Globoplay

Ao propor o conceito de televisualidade, Kilpp (2018c, p. 6) aponta para a dificuldade de definir os “limites da televisão, justamente porque seus limites estão se liquefazendo na intensa televisualização que assombra as múltiplas telas e interfaces hoje existentes relacionadas (ou não) à TV”. Cada vez mais os princípios de montagens próprios da televisão e as características que a definem como meio vão sendo encontradas em outros contextos, em outras mídias contemporâneas e na cultura como um todo (SILVA; MONTAÑO, 2019). Dessa forma, o conceito de televisualidade contribui para pensar a televisão na internet neste momento. Kilpp (2018c) explica que:

a TV pode ser entendida tanto como uma atualização da tele-visão (um dos modos de agir da tele-visão) quanto uma virtualidade ela mesma (o modo de ser de uma espécie da tele-visão que se atualiza e age como TV atualizando-se em outras materialidades nas quais continua, porém, em devir, como televisualidade) (KILPP, 2018c, p. 3).

Os conteúdos disponíveis por *streaming* reproduzem muitas das lógicas televisivas, assim como utilizam os mesmos recursos e efeitos típicos da forma televisual. As linguagens e as narrativas também seguem um mesmo modelo já consolidado por esse meio. Dessa forma, as televisualidades estão muito presentes nessa outra forma de consumo. Assistir aos conteúdos por meio das plataformas de vídeo, por *streaming*, em alguns momentos tangencia a experiência de consumo por *broadcasting*, assemelhando-se a ela, por partilhar de interfaces muito parecidas visualmente em certas situações, principalmente quando o conteúdo é consumido via *smart TV*. Trata-se de um processo de acomodação de hibridismos de circulação de conteúdos inseridos em suportes que integram a ecologia midiática baseada na convergência tecnológica digital dos meios. Entre um dos aspectos da hipertelevisão, Scolari (2009, p. 181) lembra que “*el sistema de los medios y sus interfaces conforma una red*

sociotécnica muy parecida a um hipertexto. En determinados momentos algunos nodos de esa red se activan y comienzan a relacionarse con otros dando lugar a nuevas configuraciones”¹.

O Globoplay representa esse movimento de inserção do meio televisivo nas redes sociotécnicas, onde proliferam as múltiplas telas que abrigam as televisualidades. Diante disso, somos levados a refletir sobre a atual configuração do conteúdo disponível no aplicativo. Tomamos como base o fato de que grande parte dele é primeiramente exibido no fluxo televisivo, e, somente depois disponibilizado para ser consumido sob demanda no Globoplay, com algumas exceções, como capítulos de novelas e séries, que, com o propósito de experimentação, são lançados primeiro no aplicativo para serem assistidos sob demanda. Para ter acesso a eles de forma integral, entretanto, é necessário assinar a plataforma. Há também outros conteúdos exclusivos para assinantes, mas que claramente poderiam fazer parte da programação em fluxo, como os filmes.

A restrição de certos conteúdos aos não assinantes, por sua vez, se trata de um programa narrativo de privação. Ao colocar o usuário – sujeito – em disjunção com determinados programas ou formas de fruição – objeto valor –, por exemplo, a plataforma modaliza o internauta segundo um querer assiná-la para ter acesso de forma integral aos conteúdos, aqui interpretados como valores descritivos.

Pela plataforma, o usuário pode ver ou rever os trechos ou a íntegra dos programas no período de tempo mais adequado a sua rotina, fora do fluxo televisivo. Identifica-se aqui o estabelecimento de contratos enunciativos que reconfiguram uma práxis enunciativa já assimilada pelo público - a de ver televisão (MÉDOLA; SILVA, 2015). Os próprios recursos presentes no Globoplay – destinador da comunicação - modalizam o público a um querer assistir o conteúdo ou revê-lo a seu próprio tempo e no lugar de preferência. As ações do Grupo Globo reafirmam a todo tempo esse contrato. Ao fim dos telejornais, por exemplo, e de outros programas de entretenimento, o apresentador instiga em linguagem verbal-falada o telespectador a ver ou rever o conteúdo pelo Globoplay. Além disso, na tela aparece em linguagem verbal-escrita o enunciado: “*veja e reveja no Globoplay*”. Tal enunciado é sempre acompanhado da logo do programa cuja exibição está terminando na grade de programação.

Nesse contexto, o fluxo televisivo não é mais unicamente aquele determinado pelo destinador da comunicação, no caso, a emissora, podendo ser montado pelo destinatário da

¹ Tradução livre: o sistema de mídia e suas interfaces formam uma rede sociotécnica muito semelhante a um hipertexto. Em certos momentos, alguns nós dessa rede tornam-se ativos e passam a relacionar-se com outros, dando origem a novas configurações.

comunicação, de forma interativa e personalizada. Pelo Globoplay, o usuário escolhe qual o tipo de conteúdo ele deseja consumir: sejam trechos ou íntegras dos telejornais, programas, séries, novelas ou de qualquer outro conteúdo sob demanda; seja a programação em fluxo dos “canais ao vivo” ou dos canais temporários dos *realities shows* que integram a lista de canais disponíveis na interface “Agora na TV”. Compreende-se que consumir conteúdos dos mais diversos segmentos fundamentando-se em suas preferências pessoais pode também configurar um modo de fluxo.

O espectador, portanto, torna-se ativo ao reconfigurar por meio de suas próprias escolhas o que assistir ou acessar. A criação de um novo fluxo televisivo fica ainda mais evidente quando o que se assiste são os fragmentos dos programas - como, por exemplo, as matérias isoladas dos telejornais -, pois, no caso do acesso via dispositivos móveis, durante sua exibição, por exemplo, a tela sugere outras opções de conteúdos relacionados àqueles que estão sendo vistos, como os demais trechos do telejornal. Há aqui o estabelecimento de outro tipo de contrato enunciativo, que de certo modo estimula o consumo de conteúdos fragmentados. Se o espectador não hesita em dirigir a atenção para esses outros conteúdos que lhe são oferecidos, então, o contrato é cumprido.

Assimilamos esse fenômeno ao efeito de *zapping* tão característico ao meio televisivo, afinal, muitas vezes selecionamos outro vídeo para assistir sem chegar ao final daquele que estávamos assistindo, do mesmo modo como trocamos os canais, sem esperar pelo fim do programa. Isso mais uma vez reforça a reconfiguração de uma práxis enunciativa já consolidada e ilustra como as virtualidades televisivas se atualizam em outros espaços e telas.

Nesse momento, também incluímos o *break*. Assim como na televisão, ele também existe no *Globoplay* quando consumimos os conteúdos sob demanda, mas com configurações diferentes. O *break* pode acontecer de acordo com a vontade do próprio usuário, à medida que ele decide o melhor momento para interromper a sua programação. O usuário pode decidir por assistir ao programa até o final ou fazer uma pausa, bem como voltar um trecho que deseja rever.

No caso das novelas ou de séries, ele não é mais refém dos ganchos de tensão ao fim de cada capítulo ou episódio. Agora é possível maratona – modo de fruição ininterrupta de conteúdos, também conhecido como *binge watching* – o conteúdo de preferência, consumindo-o todo de uma única vez. É claro que os episódios/ capítulos vão finalizar, havendo um “*break*” entre o fim de um e o início de outro. Desse modo o usuário pode aguardar alguns instantes até que o próximo episódio/ capítulo seja reproduzido

automaticamente, como também pode acelerar esse processo, iniciando a sua reprodução de forma manual.

A reprodução automática dos conteúdos e a possibilidade do usuário pular manualmente o tempo mínimo de espera existente entre eles estabelece outro contrato enunciativo que propõe a prática de maratona, diferente da televisão convencional, que propõe ao enunciatário esperar por um dia e horário específico para assistir ao próximo episódio/ capítulo/ ou a próxima edição do conteúdo em questão. Se o usuário optar pelo consumo contínuo de conteúdo, podemos considerar que ele aderiu ao contrato e então se estabelece um fluxo televisivo, mas em uma configuração diferente da televisão em seus moldes tradicionais: sem intervalos comerciais e tendo como conteúdo um único programa. Assim, mesmo havendo “*breaks*”, em alguns momentos eles podem ser determinados pelo usuário, alterando, desse modo, a experiência de fruição de conteúdo televisual.

Acerca dos intervalos comerciais acima citados, esclarecemos que os anúncios, na verdade, existem no consumo sob demanda via dispositivos móveis, mas não na forma de “intervalo comercial” como conhecemos tradicionalmente. No caso dos telejornais, ainda que optemos por assistir à íntegra do programa, nos momentos em que ocorreria a “divisão de blocos”, ou seja, o intervalo comercial, os anúncios publicitários se sobrepõem ao conteúdo, mas não os que foram exibidos no fluxo televisivo, e sim anúncios que seguem as lógicas da internet, pautadas por algoritmos. Isso faz com que a experiência televisual seja de certo modo reproduzida.

Por outro lado, se o que é assistido são os trechos dos telejornais, esses trechos são interrompidos por anúncios publicitários pautados pela lógica da internet. Ao clicar para assistir a um trecho de um telejornal via dispositivo móvel, até mesmo os assinantes são obrigados a assistir a alguns segundos de um anúncio publicitário antes de começar a assistir o conteúdo em questão. Os comerciais, portanto, também estão presentes no consumo sob demanda, mas em uma configuração diferente dos anúncios que compõem o fluxo televisivo. São também formas de *breaks*, mas neste caso, estes *breaks* se interpõem ao consumo audiovisual do usuário, não dependendo exclusivamente de sua vontade.

Ressalta-se que nas *smart TVs*, os anúncios não aparecem no consumo sob demanda. Os trechos do telejornal são exibidos diretamente, logo que acionamos sua exibição. Da mesma forma, quando assistimos a íntegra de uma edição, no momento da divisão de blocos, em vez de um intervalo comercial ou da exibição de um anúncio qualquer, há um corte brusco e o bloco seguinte é exibido logo na sequência. Compreende-se que pelas *smart TVs* busca-se reproduzir a experiência televisual da forma mais semelhante possível, mas com o bônus da

extinção de intervalos comerciais e com a possibilidade de fruição do conteúdo segundo a disponibilidade do usuário. Já no acesso ao conteúdo via *desktops* e *smartphones* identifica-se uma similaridade com a lógica do repositório de vídeos Youtube, que monetiza o conteúdo exibido por meio de anúncios publicitários que se interpõem aos vídeos, lógica essa que perpassa a exibição de diversos outros conteúdos on-line e que se tornou familiar aos internautas. O Globoplay, portanto, utiliza-se dessa familiaridade para monetizar o conteúdo do Globoplay acessado via dispositivos móveis.

O conteúdo do Globoplay é o mesmo conteúdo televisivo. Tudo o que é disponibilizado ali pode constituir o fluxo televisivo, tanto que grande parte dele já o constituiu. Dessa forma, não há dúvidas de que as imagens médias são as mesmas presentes nele. Ou seja, as mesmas imagens que encontramos na televisão estão presentes na plataforma. Assim, os anúncios, os *breaks*, a lógica de fluxo, as imagens-médias enquanto virtualidades também se atualizam no Globoplay.

Ao analisar os programas televisivos veiculados nos *sites* próprios das emissoras, contudo, Suzanna Kilpp (2018b, p. 4) entende que existem “outros atravessamentos nos sentidos identitários dos programas e da programação, os quais são pautados pelas lógicas da Internet, que são muito diferentes das lógicas de qualquer veiculação off-line”. Tanto na internet, quanto na TV off-line, o que temos diante de nós são arquivos de imagens gravadas, mas que no caso da segunda, são distribuídas umas após a outra no sintagma televisual de forma a constituírem o fluxo televisivo, o que produz um efeito de continuidade. Na perspectiva da autora, ainda não foi possível conferir esse efeito ao ambiente on-line, uma vez que, como já dito, no off-line há o sentido de fluxo, enquanto no on-line “(...) prevalece o sentido de arquivo, como se sempre se tivesse que acionar algo para lhe dar vida ou movimento” (KILPP, 2018b, p. 5).

Quando se observa o conteúdo sob demanda do Globoplay, de fato, nota-se esse efeito de sentido de arquivo, a começar pelo fato de que, de certo modo, a plataforma se estabelece como um acervo digital, um repositório de vídeos, o que fica evidente quando a Rede Globo orienta os espectadores a rever os conteúdos da emissora pelo Globoplay. Soma-se a isso o fato de que ali estão presentes programas que foram ao ar há muito tempo na grade, inclusive edições mais antigas dos telejornais, possibilitando ao telespectador reviver o passado ao assistir conteúdos que fizeram parte de sua história. Tais conteúdos, por sua vez, não fazem parte de um fluxo ininterrupto, a não ser que o usuário clique para assisti-lo e assim construa o seu fluxo televisivo particular.

Observamos até aqui que o conteúdo sob demanda do Globoplay, embora seja o mesmo tipo de conteúdo constituinte do fluxo televisivo, opera na plataforma de *streaming* em alguns momentos seguindo uma lógica diferente da lógica televisiva. Contudo, não deixa de apresentar muitas televisualidades. Muito do que está na TV se atualiza na plataforma, ainda que essas virtualidades ganhem outras formas e modos de agir no Globoplay.

Entretanto, para Kilpp (2018b), o ser televisivo vai muito além dos seus conteúdos isolados: a essência da televisão não são os seus programas, mas sim sua programação, que como já apontamos, em sua visão, é a moldura das molduras. Na plataforma, contudo, também é possível assistir aos fluxos televisivos da forma como estão sendo exibidos na grade de programação das emissoras do Grupo Globo. Como já especificado, é possível assistir gratuitamente à transmissão da programação da Rede Globo e do canal Futura em “tempo real” pelo aplicativo. Para isso basta acionar a interface “*Agora na TV*” e selecionar o canal de preferência. Conforme mencionado, na listagem de canais, encontram-se também os “Canais Globo” – antes acessíveis somente por meio da contratação de pacotes de TVs por assinatura - mas seu acesso é restrito àqueles que contratam o pacote com a sua inclusão. Dessa forma, percebe-se que as emissoras, consideradas como sentidos identitários de televisão /ethicidades (KILPP, 2003a, 2003b, 2018b) também se atualizam na plataforma.

O efeito de transmissão direta, o fluxo televisivo e a programação foram apontados pelos autores referenciados no segundo tópico deste capítulo como as principais características da televisão e, pela plataforma, o público também pode assistir à programação dos canais do Grupo Globo da mesma forma como ela está sendo exibida na televisão. Trata-se do mesmo fluxo televisivo, mas em outros suportes – computadores, *mobiles* - ou até mesmo pelo suporte televisivo, desde que ele tenha conexão com a internet. Pelas *smart TVs* então, é possível assistir à programação não apenas pelos canais das emissoras em sinais de transmissão aberta ou por assinatura, mas também pelo Globoplay, via *streaming*, que pode ser adquirido por meio da loja de aplicativos.

Assistir ao fluxo televisivo pela plataforma promove, como vimos, grande parte dos efeitos que são produzidos quando o assistimos pela televisão, uma vez que se está em contato com o mesmo conteúdo, mas distribuído por meio de outra tecnologia de transmissão. Podemos considerar que a exibição da programação em fluxo televisivo dos canais do Grupo Globo por meio da interface “*Agora na TV*” remedia (BOLTER; GRUSIN, 2000) a televisão off-line (2018b). Existem as mesmas imagens-médias, as mesmas imagens-durações, os mesmos tempos mortos e os mesmos *breaks*, bem como existe o mesmo construto de tempo real e a mesma presença, tendo em vista que milhares de pessoas também

estão assistindo à programação naquele mesmo tempo (seja pela TV ou pelo aplicativo) e, juntos com esses milhares, o espectador está sendo colocado diante do “mundo real” (FECHINE, 2008).

Contudo, ainda que a “moldura das molduras” - a programação dos canais - esteja no aplicativo tal qual está sendo exibida na televisão, o efeito de sentido ainda não é totalmente o mesmo de se assistir à televisão tradicional, off-line (KILPP, 2018b). Por exemplo, para assistir à programação das emissoras off-line, basta que o telespectador ligue a televisão e o receptor pelo controle remoto. Feito isso, ele logo é colocado em contato com o fluxo televisivo. Por outro lado, para assistir aos canais do Grupo Globo pela plataforma também por meio do aparelho televisivo – *smart TV* -, além de ligar o televisor, ele deverá acessar a lista de aplicativos instalados na sua *smart TV*, buscando pelo Globoplay. Em seguida, deverá selecionar o seu avatar na página inicial do aplicativo, respondendo à pergunta: “Quem está assistindo?”. Selecionado o avatar, o telespectador/internauta deverá esperar o carregamento do aplicativo e, logo após, navegar até à aba “Agora na TV”, localizada no menu lateral da interface do aplicativo para *smart TVs*. Somado a isso, a qualidade da experiência do usuário está diretamente relacionada à qualidade da internet a que possui acesso. Ressalta-se que esse percurso é feito por aqueles que já acessam o aplicativo com regularidade. Os que o acessam pela primeira vez necessitam passar pela experiência prévia de baixar o aplicativo pela loja de aplicativos da *smart TV*, cadastrar seu *login* e senha e, em seguida, validar seu acesso.

Quando buscamos assistir à programação em tempo real pelos *desktops* ou *smartphones* a experiência é ainda outra. Pelo *desktop*, por exemplo, é possível pausar a programação em fluxo, assim como também voltar um trecho ou todo o programa para assisti-lo desde o início. Somente essa possibilidade já modifica a experiência de assistir televisão. Ela promove um efeito de sentido de arquivo em vez de um efeito de sentido de “ao vivo”, como já havia indicado Kilpp (2018b), pois, ao voltar um trecho da programação, deixamos de acompanhar o fluxo “em tempo real” para acompanhá-lo com certo atraso.

Ainda que alguns televisores possuam o recurso *timeshift*, que permite ao telespectador pausar a TV ao vivo, esse recurso pode ser utilizado apenas em canais digitais, sendo ainda restrito. Grande parte das TVs tradicionais ainda não o possui. A própria exibição do fluxo televisivo pelo Globoplay via *smart TV* não apresenta esse recurso. Embora o aplicativo do Globoplay seja responsivo, nem todos os recursos estão disponíveis em todos os tipos de dispositivos: na *smart TV* ainda não é possível pausar ou voltar o fluxo televisivo e pelo *smartphone* ainda há restrições quanto ao acesso da programação da Rede Globo em

tempo real pela interface “*Agora na TV*”, questões que possivelmente serão aprimoradas ao longo do tempo.

Soma-se a isso o fato de que a experiência de consumo é diferente em cada um dos dispositivos também quando levamos em consideração os tamanhos diferentes de tela, a mobilidade do suporte e do espectador durante seu uso, bem como os modos operacionais de cada mídia (KILPP, 2018c). A experiência estética que se desenvolve em função da necessidade de navegação pelas interfaces intermediárias que antecedem à interface da aba “*Agora na TV*” também é diferente para cada dispositivo.

Cada um deles ainda demanda certo repertório cultural e determinada competência técnica por parte do usuário (KILPP, 2018c). Dessa forma, estamos diante de um modelo que, de certo modo, se afasta das “molduras e moldurações” (KILPP, 2018b) propostos para o formato de TV off-line. Ainda que o conteúdo seja o mesmo, o simples fato de estar vinculado em meios diferentes já altera sua mensagem. Nesse sentido, Kilpp (2018a, p. 149) diz que o “estado-televisão se liquefaz quando se mudam as condições de recepção dos conteúdos televisivos”.

O conceito de “estado-televisão” diz respeito “à “ambiência” na qual emissor e receptor se encontram com os conteúdos televisivos veiculados numa e noutra mídia” (KILPP, 2018b, p. 15). Ou seja, assistir aos programas ou a programação da Rede Globo no *Globoplay*, pelo computador ou outros dispositivos, altera a experiência televisual, não sendo ela a mesma de quando se assiste à televisão tradicional. Considera-se, assim, que a atualização “*Agora na TV*” remedia (BOLTER; GRUSIN, 2000) não só a TV aberta como também a TV a cabo, tendo em vista que a televisão, um meio tradicional, passa a assumir uma nova forma.

A TV que “dura” e que “advém como mídia”, portanto, não só está fortemente presente na plataforma, como é constitutiva dela. Há, portanto, um “modo de ser de uma espécie da tele-visão que se atualiza e age como TV” (KILPP, 2018c, p. 3) no *Globoplay*. Ao se atualizar nas diferentes interfaces e suportes da plataforma, o modo de ser televisivo permanece, mas agora enquanto televisualidade. A “TV durante”, portanto, se manifesta nas diversas interfaces da plataforma.

Compreendendo um pouco a respeito de como a televisão se configura, quais as suas principais características e sobre como ela se atualiza no *Globoplay*, no próximo capítulo nos dedicaremos a compreender um pouco a respeito do telejornalismo, de seus valores e de sua constituição. Observaremos que esse gênero é resultante da apropriação tecnológica do dispositivo televisivo, que tem como característica a transmissão direta e ao vivo de sons e

imagens em movimento, mantendo os efeitos de sentido de verdade, de objetividade, de imediatismo e de simultaneidade inerentes ao fazer jornalístico.

Posteriormente abordaremos como os telejornais da Globo - com enfoque no Jornal Nacional - foram migrando para o ambiente digital, para enfim, nos capítulos seguintes, analisar quais as estratégias enunciativas do Globoplay na disponibilização do conteúdo do Jornal Nacional, a fim de entender que modo essas estratégias discursivas garantem efeitos de sentido de atualidade, de simultaneidade, de imediatismo, de verdade e de objetividade próprias do discurso telejornalístico também fora do meio televisivo e qual a atratividade do telejornal dentro desse contexto

CAPÍTULO 2 - TELEJORNALISMO: MIGRAÇÕES E RECONFIGURAÇÕES

A história do telejornalismo no Brasil confunde-se à própria história da televisão. O gênero informativo televisivo teve início logo que a primeira emissora, a TV Tupi Difusora de São Paulo, iniciou suas transmissões no país. Sua inauguração aconteceu em 18 de setembro de 1950, por Assis Chateaubriand, e logo no dia seguinte estreou o primeiro programa de notícias televisivo brasileiro: *Imagens do Dia*. Tendo como influência a experiência do rádio, maior veículo de comunicação de massa até então, e em função das limitações técnicas do período inicial da TV no Brasil, o noticiário tinha um formato simples, carregando consigo as características do radiojornalismo. Embora trouxesse “imagens” no nome, ele basicamente reproduzia a linguagem radiofônica, restringindo-se ao discurso verbal (BECKER, 2016; GUTMANN, 2014).

Na verdade, nesse momento a televisão como um todo se constituía a partir da experiência radiofônica. Na década de 1950, seus programas se pareciam com programas de rádio. A diferença era que agora eles eram televisionados. A programação era toda ao vivo e em preto e branco e, devido aos altos preços dos aparelhos televisivos, uma minoria da população tinha acesso a ela. Em função da novidade dos aparatos tecnológicos e da falta de domínio sobre eles, a programação foi marcada pelo improvisado. O noticiário *Imagens do Dia*, por exemplo, não tinha horário fixo e nem duração determinados, permanecendo no ar por um ano (BECKER, 2016).

No dia 17 de junho de 1953, por sua vez, estreou, na TV Tupi, o *Repórter Esso*, o primeiro telejornal de notoriedade na televisão brasileira, inicialmente apresentado por Kalil Filho e posteriormente por Gontijo Teodoro. O programa trouxe para a TV o prestígio que possuía no rádio, uma vez que já se consagrava nessa mídia há mais de dez anos - mais especificamente desde 28 de agosto de 1941 - data de sua estreia no rádio. Em pouco tempo, o noticiário televisivo marcou lugar entre os dez programas de maior audiência em São Paulo (SCORALICK, 2008).

Após a inauguração da primeira estação de comunicações via satélite do país, a Estação de Itaboraí, viabilizada pela Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), estreou na Rede Globo, no dia 1º de setembro de 1969, o *Jornal Nacional*. O telejornal, portanto, foi o escolhido como o primeiro programa a ser transmitido em rede nacional (BECKER, 2016). Essa visibilidade em todo país também ratifica o jornalismo como um dos gêneros de maior notoriedade da televisão brasileira. Com a importação de recursos tecnológicos norte-americanos, o *Jornal Nacional* foi primeiro a exibir matérias em cores e

reportagens internacionais em tempo real via satélite. Inovou ainda no formato, na linguagem e na composição das narrativas, adotando o modelo de telejornalismo dos Estados Unidos.

Se inicialmente fazia uso da linguagem radiofônica, com o passar dos anos o telejornal foi desenvolvendo uma gramática própria: passou a fundamentar-se no uso de imagens eletrônicas, explorando técnicas de edição, bem como se apropriou da transmissão direta, dos recursos sonoros e gráficos do audiovisual (GUTMANN, 2014). Ou seja, passou a utilizar as possibilidades do dispositivo televisivo enquanto meio para forjar a estética do telejornal. Compreende-se que esse processo contribuiu para promover o telejornalismo enquanto formato que circunscreve os valores discursivos característicos do fazer jornalístico, constitutivos dos códigos deontológicos da profissão, como a verdade, a objetividade (TRAQUINA, 2005a), assim como também o imediatismo (TRAQUINA, 2005b), a atualidade e a simultaneidade (GUTMANN, 2014), pressupostos que serão problematizados a seguir na perspectiva da enunciação.

2.1 A apropriação de recursos televisivos e a promoção dos valores discursivos jornalísticos

Culturalmente e historicamente é instituído e reconhecido que o jornalismo tem como função levar ao público informações e acontecimentos atuais, recentes, relevantes e que lhe sejam de interesse, pautados sempre no princípio da verdade, da objetividade e do imediatismo (TRAQUINA, 2005a, 2005b). Alguns recursos expressivos propriamente televisivos, por sua vez, auxiliaram na percepção desses valores também no telejornal.

Dentre eles, destaca-se a transmissão direta, cuja apropriação é característica ao telejornalismo. Mesmo com a evolução dos recursos técnicos televisivos e das possibilidades de gravação, os telejornais permanecem fundamentados no ao vivo. Como já demonstrado, esses mecanismos - transmissão direta e o efeito de “ao vivo” - são apontados por alguns autores como constituintes básicos da linguagem televisual: “mesmo em uma organização pautada pela convergência no suporte digital, a transmissão ao vivo de som e imagem em movimento continua sendo a característica própria da televisão” (MÉDOLA; DOURADO, 2010, p. 19-20). Nesse sentido, entende-se que a incorporação dessas estratégias pelo telejornal se dá em função dos efeitos de sentido que o jornalismo enquanto instituição busca promover.

Fechine (2008, p. 23) aponta que a televisão enquanto meio, desde que se estruturou, teve como ofício principal a transmissão de imagens “de acontecimentos históricos e sociais”

no momento em que eles estavam se desenrolando, aos telespectadores dos mais diversos lugares, independente de quão longe eles estivessem do evento em questão. Compreende-se que esse papel é partilhado pelo jornalismo, que busca informar o público a respeito de acontecimentos dos mais variados âmbitos, dentro de uma dada atualidade, por meio da sua transformação em notícias.

Desde muito tempo, de acordo com Traquina (2005a), as pessoas têm a necessidade de saber “*o que está acontecendo (?)*”, seja em sua cidade, em seu país ou no mundo e o jornalismo é a instituição responsável por responder a essa pergunta. Ele tem, portanto, a função de manter o público “em dia” com o que se passa ao redor.

Antes do surgimento da televisão, o jornalismo já possuía a função informar as pessoas nos mais diversos lugares os acontecimentos mais recentes – por meio da imprensa e do rádio. Contudo, ainda não havia a possibilidade da transmissão das imagens desses acontecimentos em tempo real. O aparecimento da televisão e de seus dispositivos técnicos, então, de certo modo, aprimorou esse “fazer-jornalístico”. Um bom exemplo disso é a transmissão ao vivo, que corrobora para a afirmação dos valores jornalísticos de verdade e de objetividade (TRAQUINA, 2005a).

Afirma-se isso uma vez que a imagem estabelece uma relação referencial com o objeto representado, pois ela é um ícone - a última etapa da figurativização –, produzindo efeitos de sentido de dizer verdadeiro. Segundo Barros (2005), as figuras são elementos da semântica discursiva que se relacionam com elementos do mundo natural, criando o efeito de sentido de realidade no discurso. A figurativização, por consequência, “é o procedimento semântico pelo qual conteúdos mais “concretos” (que remetem ao mundo natural) recobrem os percursos temáticos abstratos” (BARROS, 2005, p. 83). Assim, por ter como referente os elementos do mundo natural, a figurativização dos acontecimentos e dos atores do discurso ocorre de forma icônica, produzindo os efeitos de sentido de verdade e objetividade próprios do discurso noticioso.

A fotografia, quando foi introduzida na imprensa, já foi considerada de grande importância para o jornalismo. Por meio dela, as notícias ganhavam uma forma concreta no imaginário de seus leitores. Era possível visualizar os acontecimentos a partir dessa nova forma de representação e conhecer os rostos das figuras públicas, por exemplo. O registro fotográfico abriu uma “janela para o mundo” (FREUND, 1993). Era um ganho no que diz respeito à construção do efeito de sentido de verdade.

Se a fotografia, estática, imóvel, já era considerada uma janela para o mundo, muito mais o seriam as imagens audiovisuais difundidas pela televisão. Bertrand (2003, p. 154)

aponta que “o conceito semiótico de figuratividade foi estendido a todas as linguagens, tanto verbais quanto não verbais, para designar esta propriedade que elas têm em comum de produzir e restituir parcialmente significações às de nossas experiências perceptivas mais concretas”. Dessa forma, tanto as imagens quanto o texto verbal são capazes de figurativizar concretamente temas mais abstratos, produzindo ilusão referencial. Combinados, portanto, texto e imagem ganham força no que diz respeito à atribuição de sentido. Na televisão, a linguagem sincrética, que reúne diferentes sistemas semióticos, entre os quais o texto verbal e a imagem em movimento, somada à possibilidade de exibição em massa dos acontecimentos em tempo real, promove ainda mais verossimilhança.

A teoria do espelho (TRAQUINA, 2005a) reafirma a verdade como valor jornalístico primordial. Ela retrata o produto do jornalismo como espelho da realidade. Cabe ao jornalista a missão de procurar pela “verdade” a fim de transmiti-la independente das dificuldades. Esse profissional, portanto, é visto apenas como o mediador, que informa o acontecido ao público por meio da notícia. A notícia, por sua vez, tem a “realidade” como referente, sendo a mentira e a invenção fatores de violação das regras jornalísticas mais básicas e fundamentais. Ainda que tenha sido questionada, considerada fraca e insuficiente, essa teoria foi muito difundida e está intimamente relacionada à legitimidade e à credibilidade do jornalismo, servindo aqui ao propósito de ilustrar como o valor de verdade está intrínseco a esse campo profissional.

Contudo, em termos semióticos, por meio da modalização veridictória, compreende-se a “verdade” não como tal, mas como dizer-verdadeiro. “Um estado é considerado verdadeiro quando um sujeito, diferente do sujeito modalizado, o *diz verdadeiro*. Parte-se do parecer ou do não-parecer da manifestação e constrói-se ou infere-se o ser ou não ser da imanência” (BARROS, 2005, p. 7 – grifo da autora). A modalização veridictória, portanto, prevê um fazer interpretativo do texto enunciado por parte do enunciatário. Assim, entende-se que o produto jornalístico, além de se eximir da invenção, busca “parecer verdadeiro”, articulando para isso estratégias discursivas. O enunciatário-sujeito, ao julgar que ele “parece verdade” – uma vez que se manifesta discursivamente como tal - e constatar que não se trata de um fato inventado, o interpreta como “verdadeiro”.

Nesse sentido, compreende-se que a transmissão direta contribui para a prática jornalística, auxiliando na construção e na reafirmação desse valor de verdade, tendo em vista sua capacidade de estabelecer um efeito de contato dos sujeitos com o chamado “real” (FECHINE, 2008). Além disso, de certo modo, ela também auxilia na construção do efeito de objetividade, do mesmo modo importante a esse campo e relacionado ao valor de verdade da instituição jornalística.

Ressalta-se que a verdade e a objetividade são compreendidas como mitos que permeiam a instituição (TRAQUINA, 2005a). Eles não existem puramente enquanto tal, mas são efeitos de sentido necessários para a manutenção da credibilidade do campo profissional, que deve seguir procedimentos de apuração, técnicas de escrita e produção pautadas nesses valores. Até mesmo porque, quando falamos de algo, apenas fazemos referência a esse algo, não sendo possível reproduzi-lo em si mesmo: apenas representá-lo. Ao fazer isso, invariavelmente insere-se algum grau de subjetividade.

Gomis (1991, p. 16) reafirma a evidente presença de subjetividade nos meios, uma vez que esses atuam como mediadores entre a “realidade” e o público, sendo para isso necessário que alguém decida o que será transmitido e como isso será feito, lutando contra a falta de tempo, a limitação de recursos, a distração dos colaboradores, e, inevitavelmente, seguindo uma política. A partir disso, conclui que o meio não é um espelho, pois o espelho não toma nenhum tipo de decisão, restringindo-se a refletir o que se coloca diante dele. Da mesma forma, não são janelas, pois através da janela se desenvolve uma “realidade” exterior e independente de seus espectadores, não sendo possível escolher o que acontece lá fora. Ao contrário da mídia, que decide qual o tipo de imagem da realidade externa vai produzir e oferecer a sua audiência, de certo modo, influenciando na percepção dos eventos e estabelecendo, em certa medida, “o que acontece lá fora”.

Os jornalistas, por sua vez, no contexto aqui desenvolvido, são aqueles incumbidos de tomar tais decisões, como bem explica a teoria do *gatekeeper* (TRAQUINA, 2005a) – uma das primeiras a surgir na literatura acadêmica sobre o jornalismo. Cabe a eles a responsabilidade de atuar como os “porteiros”, permitindo a “passagem” de algumas notícias e decidindo por “barrar” outras. Essas decisões, por sua vez, ao menos idealmente são fundamentadas nos critérios de noticiabilidade (WOLF, 1994), mas como todo tipo de escolha, carregam algum tipo de julgamento pessoal.

A pintura intitulada “*A traição das imagens*”, do pintor surrealista belga, René Magritte, ilustra a representação da “realidade” da qual se incumbe o jornalismo. O autor pintou na tela um cachimbo e embaixo dele escreveu – em francês - “*ceci n'est pas une pipe*”, cuja tradução significa “isso não é um cachimbo”, a fim de mostrar que aquela imagem era apenas uma representação do objeto e não o objeto em si. Da mesma forma acontece com qualquer outra forma de linguagem, inclusive a audiovisual. A linguagem, seja ela qual for, é uma representação da realidade e não a realidade em si. Ao buscar falar a “verdade”, portanto, o jornalismo tem a “realidade” como referente, mas não é a verdade em si. Do mesmo modo, a objetividade no campo jornalístico não é propriamente a negação da subjetividade,

mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não-interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho. Nas palavras de Gaye Tchuman, a objetividade deve ser encarada como um “ritual estratégico”. A objetividade é um “ritual”, segundo Tchuman, por que é identificado com uma adesão a procedimentos de rotina (TRAQUINA, 2015b, p. 139).

A objetividade, portanto, diz respeito à mobilização de estratégias discursivas capazes de promover credibilidade ao conteúdo enunciado. A transmissão de som e imagem do fato no momento em que ele acontece, por sua vez, garante o efeito de objetividade pelo fato das imagens – nesse caso, o vídeo - terem como referente a “realidade em si mesma”, sendo um ícone dela. Dessa forma, o jornalista pode se colocar no papel de observador do acontecimento transmitido, tal qual o telespectador, relatando-o segundo o que estão vendo concomitantemente - ele e o telespectador. Assim, assume o papel do observador que narra o fato de forma ponderada e com equidade, tendo o cuidado para não expressar julgamentos ou opiniões, como previa a teoria do espelho (TRAQUINA, 2005a, p. 147). O efeito de objetividade é então construído, pois o desenrolar dos acontecimentos também está diante dos olhos do telespectador, que pode, assim, confirmar a veracidade das informações.

Paralelamente a isso, além do efeito de sentido de verdade e objetividade, a transmissão direta ao vivo promove os efeitos de imediatismo e simultaneidade. O imediatismo também é um dos valores nos quais se pauta o jornalismo. Traquina (2005b, p. 37) o aponta como sendo o principal deles, aquele que o constitui enquanto campo, ilustrando essa afirmação da seguinte forma: “Se o campo jornalístico fosse um país, por exemplo, chamado “Novaslândia”, a paisagem desse país estaria marcada, em todo e qualquer lugar, pela presença de relógios”. Uma vez que as notícias são consideradas perecíveis pela possibilidade de perderem seu valor de atualidade, o fazer-jornalístico é marcado pela urgência. Soma-se a isso o fator concorrência que estimula as organizações a se mobilizarem com rapidez e eficiência em busca do chamado “furo de reportagem”, a fim de transmitir a notícia “em primeira mão”, antes dos demais veículos noticiosos.

Pela possibilidade de transmissão simultânea de som e imagem, por meio da transmissão direta ao vivo, quase não há diferença entre o tempo da ocorrência do fato, o tempo de produção da notícia e de sua veiculação. Isso mantém veementemente a atualidade noticiosa, promovendo, portanto, o efeito de imediatismo. Por outro lado, ainda que o acontecimento não seja exibido no momento mesmo em que foi capturado, a inserção de suas imagens no telejornal, cuja apresentação é feita ao vivo e incorporada ao fluxo televisivo, garante a essas imagens a atualidade noticiosa, uma vez que o efeito de “ao vivo” se estende

do estúdio para todas as matérias que foram preparadas para serem exibidas naquela edição, promovendo, portanto, o efeito de imediatismo (GUTMANN, 2014).

Correlato a ele, está o efeito de atualidade, que juntamente ao valor de interesse público, é apontado por Gutmann como primordial ao jornalismo:

Pela noção de interesse público, o jornalismo pode ser concebido, grosso modo, como uma instância de mediação cultural através da qual se articulam ações, situações e discursos públicos construídos e reconhecidos enquanto notícia para uma determinada comunidade de sentido que partilha, com a instância de produção, temporalidades e práticas da vida cotidiana. Ao se associar a uma mitologia que o coloca na posição de servidor do interesse público, o jornalismo tem no tempo presente — traduzido pelo valor de atualidade — uma espécie de marcador social através do qual se tem acesso aos contornos de mundanidade. Atualidade e interesse público se impõem, portanto, como valores discursivos centrais do jornalismo, atuando enquanto qualidades de distinção do campo (GUTMANN, 2014, p. 12).

Segundo Gutmann (2014), os valores de atualidade e interesse público no telejornal estão atrelados a outras seis categorias valorativas análogas semanticamente a eles, são elas: instantaneidade, simultaneidade, conversação, participação, vigilância e revelação, que, em função da complementariedade dos seus sentidos podem se inter-relacionar, sendo subdivididas em três categorias: instantaneidade e simultaneidade; conversação e participação; e vigilância e revelação.

A primeira diz respeito ao sentido de compartilhamento de situações, discursos e temporalidades no tempo presente. Permite ainda correlacionar as instâncias do acontecimento às instâncias de produção e recepção da notícia. Conversação e participação, por sua vez, influenciam na compreensão a respeito da natureza do diálogo que se estabelece com o espectador, bem como propiciam a convocação da participação do público e o sentimento de pertencimento. Por último, vigilância e revelação atendem à função de divulgar – publicizar - o fato de interesse social até então desconhecido (GUTMANN, 2014, p. 12).

Em seu livro – fruto de sua tese de doutorado - *Formas do Telejornal: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais*, Juliana Freire Gutmann defende que os efeitos pretendidos pelo jornalismo na televisão estão diretamente relacionados aos “dispositivos expressivos do próprio meio” (2014, p. 10). É por meio das articulações de recursos considerados propriamente televisivos que os valores jornalísticos são construídos no discurso telejornalístico. Notadamente, pelo que expusemos até aqui, neste trabalho partilha-se da mesma compreensão da autora.

Contudo, além da transmissão direta, que temos destacado até então – a que acrescentamos o efeito de “ao vivo”, que se vincula ao fluxo televisivo, Gutmann (2014)

aponta também “os elementos de composição audiovisual” e “a performance dos sujeitos de fala” como recursos característicos do meio televisivo necessários para a construção valores jornalísticos no telejornal.

Os elementos da composição audiovisual englobam: o som em suas mais variadas formas; a imagem - seja ela fotográfica ou gráfica -, os ângulos e enquadramentos em que foram capturadas, os movimentos de câmeras, entre outros; assim como os recursos de edição de vídeo, que integram essas duas dimensões, podendo conter manipulação de cor, de velocidade, cortes, fusões, entre outros. O telejornal, portanto, se constitui a partir de uma linguagem audiovisual. O sentido da matéria jornalística televisiva é construído por meio da edição, que garantirá uma unidade aos diversos fragmentos que a constituem (GUTMANN, 2014, p. 12).

Já a “performance de sujeitos de fala” diz respeito à articulação das formas expressivas corporais e materiais dos sujeitos colocados em cena – repórteres, apresentadores, entrevistados –, como a fala, a entonação de voz, os gestos, a roupa que vestem, entre outros, para transmitir a notícia, uma vez que “a arquitetura de vozes do telejornal é representada por suas diversas figurativizações” (GUTMANN, 2014, p. 26).

Compreende-se que esses elementos de fato dão forma ao noticiário televisivo e promovem efeitos de sentido que dialogam com os valores jornalísticos. Contudo, nesse trabalho a ênfase recai na transmissão direta e no vivo como recursos televisivos apropriados pelo telejornalismo, tendo em vista que no primeiro capítulo eles foram apontados pelos autores estudados como sendo dispositivos especificamente televisivos. A partir disso, observaremos sua capacidade de promoção não só dos valores jornalísticos discutidos inicialmente, como também dos apresentados por Gutmann (2014) como subcategorias de atualidade e interesse público.

A transmissão direta e o efeito de sentido de ao vivo, como vínhamos discutindo promovem os valores presentes na primeira subcategoria proposta pela autora – instantaneidade e simultaneidade -, por auxiliar na construção de um “tempo presente” caro tanto à TV enquanto meio, quanto ao jornalismo. A percepção deste “tempo presente” promove um efeito de sentido de co-presença em um espaço virtual partilhado entre apresentadores, repórteres e espectadores, mesmo esses estando em locais físicos diferentes. Isso ocorre em função da transmissão direta, que estabelece um “lugar comum de interação” entre destinadores e destinatários da comunicação (FECHINE, 2008).

Ainda que as matérias exibidas sejam gravadas, como já dito, o modo como são colocadas em discurso dentro do telejornal, que é sempre transmitido “ao vivo”, garantem a

sua atualidade e sua percepção de fato simultâneo. Ainda que o fato não esteja sendo exibido no momento mesmo em que acontece,

(...) sua transmissão é sempre simultânea, perceptiva do presente materializado pela aparição do apresentador ao vivo que conduz a enunciação do programa. Ou seja, as diversas unidades de um telejornal, gravadas ou conformadas ao vivo do local do acontecimento, são sempre ancoradas pela apresentação do programa feita do estúdio. Dessa forma, os efeitos produzidos pela imagem e áudio televisivos encontram-se amarrados ao sentido de presente e presença forjados pela transmissão direta, a qual, por sua vez, é performatizada, do ponto de vista sonoro e visual, pelos corpos dos apresentadores, repórteres e fontes (GUTMANN, 2014, p. 30).

O fluxo televisivo, como já discutido no capítulo anterior, é capaz de garantir a instantaneidade e a simultaneidade pelo fato de articular uma duração televisiva que compartilha de uma temporalidade comum ao mundo (FECHINE, 2008). Assim, o fato do telejornal se inserir dentro desse fluxo já promove tais efeitos de sentido. Esses efeitos, por sua vez, são ampliados quando a apresentação do telejornal - inserida dentro desse fluxo - é exibida ao vivo. Dessa forma, todas as matérias jornalísticas que o constituem, ainda que gravadas, são acometidas pelo mesmo efeito.

O efeito de “ao vivo”, somado à performance e à personificação dos seus apresentadores, também auxiliam a construir os efeitos de conversação e participação - pertencentes à segunda categoria proposta por Gutmann (2014). Não é raro ouvir o telespectador – principalmente se pertencente às gerações anteriores - respondendo ao “Boa noite” dado pelo William Bonner ao início e/ou ao fim do Jornal Nacional. Percebe-se, portanto, a construção de efeito de proximidade entre apresentadores e espectadores, que se dá não só por de uma linguagem corporal e verbal-falada que dialoga com o perfil do público, como também pela percepção do compartilhamento de um mesmo tempo presente entre o apresentador e o público.

Do mesmo modo, a transmissão direta também propicia os efeitos de vigilância e revelação, como se as câmeras das emissoras estivessem sempre prontas, vigilantes, a fim de transmitir qualquer evento que seja de interesse público, garantindo a sua atualidade. A programação normal pode ser interrompida a qualquer momento com um plantão de notícias revelando algum acontecimento de impacto, e se isso não acontece, é sinal de que “tudo” permanece dentro de certa “normalidade” (FECHINE, 2008).

Dessa forma, segue-se a mesma linha de raciocínio de Gutmann (2014) ao compreender que os valores que permitem o reconhecimento do telejornal enquanto telejornal são apreendidos não a partir dos seus enunciados em si, ou seja, dos seus produtos – as

notícias – prontos e acabados, mas dos seus processos enunciativos. O “reconhecimento do sentido de notícia, no telejornalismo, não depende apenas dos conteúdos postos em circulação, mas passa necessariamente pelas formas através das quais os conteúdos (enunciados) são expressos” (GUTMANN, 2014, p. 12). O telejornalismo se constrói a partir de um ethos do fazer jornalístico que necessita fundamentalmente da articulação de dispositivos expressivos próprios do meio televisivo.

As marcas do telejornal são justamente formas expressivas concebidas por meio da conexão entre valores jornalísticos e dispositivos próprios da televisão, que conferem a ele legitimidade e autenticidade no que diz respeito à esfera de produção, garantindo o reconhecimento de um determinado programa como telejornal. Como recursos próprios do meio televisivo, destaca-se neste capítulo a transmissão direta e o efeito de “ao vivo”, vinculado ao fluxo televisual, entendidos por estudiosos da televisão como sendo o específico do televisivo.

Conclui-se, portanto, que o telejornalismo se fundamenta em uma linguagem própria da televisão e que os efeitos de sentido necessários à manutenção da percepção dos valores primordiais do jornalismo enquanto instituição estão diretamente relacionados à incorporação de dispositivos próprios desse meio de comunicação.

2.2 A migração do telejornal para a internet

Em 1º de setembro de 1969, a ARPANET, primeira rede de computadores, passa a entrar em funcionamento. Estabelecida pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, em um cenário de Guerra Fria, ela inicialmente foi projetada para fins militares (CASTELLS, 2002). Seus projetos iniciais constituem uma reação do governo estadunidense ao Projeto Sputnik da extinta União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), em um contexto de disputa pelo poder mundial. Segundo Abreu (2009), seu objetivo era proteger dados militares, tendo em vista a possibilidade de sobrevivência da rede mesmo com a destruição de qualquer computador ligado a ela, garantindo, assim, a preservação dos dados em casos de ataque em uma possível guerra nuclear. Logo, entretanto, a rede passou a ser utilizada para comunicações científicas e também para conversas pessoais, tornando-se

(...) a base de uma rede de comunicação horizontal global composta de milhares de redes de computadores (cujo número de usuários superou os trezentos milhões no ano 2000, comparados aos menos de vinte milhões em 1996, e em expansão veloz). Essa rede foi apropriada por indivíduos e grupos no mundo inteiro e com todos os

tipos de objetivos bem diferentes das preocupações de uma extinta Guerra Fria (CASTELLS, 2002, p. 44).

Essa rede, que se desenvolveu durante os anos 70, veio posteriormente tornar-se a internet (CASTELLS, 2002, p. 91). Com o advento da conexão em rede, o telejornalismo, assim como outros conteúdos comunicacionais, migrou para o ambiente digital. Antes acessível ao público apenas por meio da tradicional caixa televisiva, o telejornalismo, para se integrar a um cenário cada vez mais conectado, necessita se tornar disponível também por meio de uma diversidade de outras telas, *sites* e plataformas, que vão possibilitar, por exemplo, o consumo sob demanda.

Entende-se que os valores discursivos próprios do telejornalismo, com destaque para o “imediatismo”, a “atualidade” e a “simultaneidade”, assim como a “verdade” e a “objetividade”, utilizam-se da transmissão direta ao vivo para se consolidarem no telejornal. O ao vivo, por sua vez, para promover efeitos de sentido que dialoguem com esses valores necessita que os espectadores se coloquem diante do conteúdo transmitido em um determinado horário e local – virtual – específicos, a fim de partilhar um mesmo tempo presente. Nesse sentido, busca-se compreender como o telejornalismo, que primordialmente se constitui a partir de dispositivos expressivos próprios do meio televisivo, tem se reconfigurado para compor essa nova cena midiática, marcada pela convergência dos meios (JENKINS, 2008) e pelo hibridismo de formatos e linguagens. Objetiva-se entender quais estratégias e recursos o telejornalismo da TV Globo tem mobilizado para manter sua relevância e notoriedade também no Globoplay, em um contexto em que o consumo do fluxo televisivo cada vez mais tem compartilhado espaço com o consumo por demanda; assim como analisar de que modo as estratégias discursivas utilizadas garantem efeitos de sentido de atualidade, de simultaneidade, de imediatismo, de verdade e de objetividade próprias do discurso telejornalístico também fora do meio televisivo

Kalogeropoulos et. al. (2016) já havia preconizado que o consumo online de vídeos seria uma tendência mundial, sendo possível acompanhar anualmente um crescimento exponencial no número de acesso a conteúdos audiovisuais por meio da internet. Os dispositivos móveis dotados de telas de alta definição alteraram a forma de consumi-los, permitindo mobilidade, facilidade de acesso e qualidade em sua fruição. A democratização da internet e o barateamento dos planos de dados móveis em muitos países também contribuíram para a consolidação dessa nova demanda.

Nielsen e Sambrook (2016) apontam que com a ascensão da mídia digital, os programas televisivos de entretenimento vivem sua era de ouro, mas, segundo eles, isso não

vale para as notícias televisivas. Exemplificam essa afirmação citando o sucesso global de séries como *Game of Thrones* e *House of Cards* - que podem ser assistidos por meio de diferentes plataformas e telas - e o nível de audiência que programas como *show* de talentos, *reality shows* e eventos esportivos propiciam para suas redes televisivas, independente se assistidos por um televisor tradicional ou por algum dispositivo conectado à internet. Ao mesmo tempo apontam para o cenário nebuloso que se cria ao redor dos noticiários. Para eles ainda não é possível enxergar com tanta clareza o lugar que as notícias televisivas ocupam no ambiente digital.

Ao analisar o cenário dos Estados Unidos e do Reino Unido, os autores percebem que os jovens – principalmente - embora consumam vídeos on-line dos mais variados tipos e segmentos, parecem estar cada vez mais indiferentes às notícias televisivas. Para ilustrar isso citam o *site Twitch*, da Amazon – que transmite ao vivo partidas on-line de videogame -, cuja audiência no horário nobre, composta por público mais jovem, compete com os maiores canais de notícias a cabo, como a *CNN*.

Os principais canais de TV, segundo Nielsen e Sambrook (2016), embora ainda tenham altos índices de audiência, atraem um público que envelhecerá, uma vez que os mais jovens tendem a se afastar dos tradicionais telejornais e a adotar a mídia digital como principal fonte de informação. As novas tecnologias e mudanças nos hábitos de consumo levam ao crescimento do número de visualizações de vídeos fora da caixa televisiva, ocasionando em longo prazo um declínio na audiência de notícias na televisão.

Becker (2016, p. 12), entretanto, ainda entende a televisão como “meio dominante de divulgação e de acesso às notícias em áudio e vídeo em diferentes partes do mundo e também no Brasil”. Nielsen e Sambrook (2016), por sua vez, concluem que, embora ela ainda seja de fato forte enquanto meio, já não é tão estável como antes. Os noticiários em sua forma tradicional, segundo eles, atendem ao passado - e não ao futuro - e se beneficiam cada vez menos da grade de programação televisiva. Para os autores, as implicações da queda do seu consumo pelo público mais jovem serão sentidas em longo prazo, pois os atuais telespectadores ainda continuarão a consumir televisão nos moldes tradicionais por um tempo. Assim, indicam que caso os telejornais queiram manter sua relevância, precisam desenvolver novos formatos e formas de distribuição de seu conteúdo, reconfigurando-se para ir de encontro às necessidades de um público que opta cada vez mais por um consumo de vídeo sob demanda, móvel (a partir de dispositivos móveis) e distribuído (por meio de plataformas digitais) (NIELSEM; SAMBROOK, 2016).

Ressaltamos que o consumo por demanda não é algo novo. O interesse por esse tipo de fruição já podia ser percebido por meio do mercado de *homevideo* (video doméstico). Segundo Silva, Lopes e Oliveira (2013, p. 7-8) esse mercado se subdividia em outros dois “o *sell-thru*, que representa as vendas feitas no varejo através dos hipermercados, *sites*, lojas especializadas etc. E o mercado de locação, anteriormente composto somente pelas lojas físicas, chamadas de “videolocadoras”. Os autores apontam o ano de 1981 como o ano que dá início a história das videolocadoras no Brasil em função da importação dos primeiros videocassetes. O aumento do número de lares brasileiros que possuíam o aparelho, o incremento no número de sua venda em 1986 (200.000 unidades de produção nacional), e a aderência ao novo hábito de consumo de vídeos possibilitaram a instauração das primeiras videolocadoras. De acordo com dados apresentados por Silva, Lopes e Oliveira (2013), o número de lojas foi aumentando gradativamente até 1996, vindo a retroceder nos anos seguintes, em função de várias questões, dentre elas o aumento da utilização da internet e a possibilidade de compra e aluguel de vídeos para serem assistidos on-line:

O crescimento inicial foi influenciado pelo desenvolvimento de novas tecnologias de armazenamento e reprodução, o que mais tarde se transformou no principal fator a inviabilizar este tipo de negócio. Pois, estas novas tecnologias causaram a expansão da pirataria, mas também criaram novas oportunidades, se for levado em conta o tempo dos clientes quando tratasse de locação de vídeos. Com a maior utilização de internet de alta velocidade, a locação e compra online tornaram-se uma realidade, o que mudou significativamente o modelo de negócios iniciado com a locação das fitas de VHS (SILVA; LOPES; OLIVEIRA, 2013, p. 14).

A possibilidade de digitalização, compactação e de disponibilização em dispositivos ubíquos propiciou uma nova forma de circulação e consumo de vídeos sob demanda que também precisou ser considerada pelos produtores de telejornais. Uma *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros*, intitulada *TIC Domicílios 2019*, desenvolvida pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil e publicada em 23 de novembro de 2020, analisou dados coletados entre outubro de 2019 e março de 2020 e verificou que “três em cada quatro usuários de Internet brasileiros assistiram a vídeos, programas, filmes ou séries (74%)” (COMITÊ, 2020, p. 26). Além disso, o consumo de vídeos por *streaming* aumentou, enquanto a prática de *download* de vídeos diminuiu ou manteve-se nos últimos anos, “indicando maior protagonismo das plataformas que disponibilizam conteúdo on-line” (COMITÊ, 2020, p. 26). Embora ainda com uma porcentagem baixa (menos de 50%), um dos tipos de vídeos mais vistos na internet são os vídeos de notícias (38%), ficando atrás apenas dos vídeos que tem a música como

protagonista - como videoclipes e *shows* (44%). O público que acessa vídeos de notícia pela internet, entretanto, é composto majoritariamente por pessoas que possuem Ensino Superior (70%), enquanto apenas 20% das pessoas com Ensino Fundamental acessam a esse tipo de conteúdo.

É importante ressaltar ainda que “os vídeos, programas, filmes ou séries foram mais assistidos em *sites* ou aplicativos de compartilhamento de vídeos (46%) e aplicativos de mensagens instantâneas (44%), seguidos pelas redes sociais (38%) e por serviços por assinatura (33%)” (COMITÊ, 2020, p. 26). Ainda de acordo com a pesquisa, dentre aqueles que pagam para ter acesso a conteúdo audiovisual na internet, mais da metade pertence à classe A e aproximadamente um terço pertence à classe B. As classes C e DE, por sua vez, pouco se dispõem a pagar por esse tipo de atividade.

Entretanto, percebe-se que a programação em fluxo ainda faz sentido mesmo para aqueles que acessam o telejornalismo pela internet. Atualmente, canais de notícias, como a CNN, transmitem sua programação 24 horas pelo Youtube. O número de comentários feitos em tempo real pelo *chat* e a quantidade de interações em geral realizadas durante a transmissão ao vivo da cobertura da posse do presidente Joe Biden pelo canal do YouTube da emissora, por exemplo, indica engajamento por parte dos internautas (CALDAS; AMORIN; CARMO, 2021), o que demonstra que os telejornais permanecem se beneficiando da grade de programação, mas em outra configuração e com mais interatividade. Dessa forma, ainda que o consumo sob demanda seja cada vez mais difundido, a grade de programação em fluxo também possui espaço no meio digital e o conteúdo jornalístico permanece se beneficiando dela, ao contrário do que foi apontado por Nielsen e Sambrook (2016). O nível de engajamento demonstrado pelos usuários, por sua vez, indica que a fruição de conteúdo jornalístico em fluxo não é algo passageiro, mas que pode se prolongar. Por outro lado, concordamos com os autores quando afirmam que a mídia digital ao longo do tempo será adotada como principal fonte de informação e que o consumo televisivo fora do aparelho televisivo aumentará cada vez mais.

Observa-se, portanto, que as empresas de mídia também têm compreendido essa realidade, uma vez que os telejornais caminham na direção daquilo que foi apontado por Nielsen e Sambrook (2016): estão se reconfigurando de forma a atender as mais variadas necessidades de sua audiência, que agora se dispersa por múltiplas telas e consome conteúdo de diferentes formas. As emissoras televisivas têm buscado disponibilizar produções jornalísticas a partir de dispositivos móveis por meio de plataformas digitais, a fim de manter a relevância desse conteúdo nessa nova ecologia dos meios (SCOLARI, 2015).

2.2.1 O telejornalismo da Globo: da televisão aos sites jornalísticos

Esse movimento, contudo, teve início ainda no século passado, quando os telejornais de algumas emissoras abertas nacionais estabeleceram seus próprios endereços na *web*. A Rede Globo foi uma das pioneiras nesse quesito, lançando seu primeiro *site* na segunda metade dos anos 1990, que dava acesso aos *links* para os programas de entretenimento da emissora, bem como aos telejornais, com destaque ao Jornal Nacional. Nessa época, a *World Wide Web* era ainda recente, não tendo completado dez anos (GLOBO, 2019b).

A diretora do G1, Márcia Menezes, e a gerente de produtos do G1, Paloma Pietrobelli, no livro *JN: 50 anos de telejornalismo* (GLOBO, 2019b), relembram como foi o percurso até que os *sites* jornalísticos da emissora alcançassem sua consolidação no ciberespaço. Apontaram que a virada do século, mais especificamente março de 2000, demarcou a trajetória de migração dos conteúdos televisivos para a *web*, devido ao lançamento não apenas do portal *Globo.com*, mas também da criação da empresa de mesmo nome que teria como função planejar e garantir a presença atuante do Grupo Globo nas plataformas digitais.

Posteriormente, em 10 de setembro de 2001, o *site* do Jornal Nacional que já estava ativo há algum tempo ganhou uma nova versão, assim como um novo endereço na *web*. A inovação foi anunciada no telejornal, informando que as matérias exibidas ali também estariam disponíveis na internet, por meio do novo *site* do JN. Com textos e vídeos, o *site* reunia as principais notícias do dia. Também era possível acessar as últimas cinco edições do telejornal, assim como rever séries de reportagens; possuía ainda várias outras seções contendo, por exemplo, a biografia de seus apresentadores, a história do Jornal Nacional, e uma parte chamada “Especial” destinada a reunir informações sobre determinado assunto que estivesse em evidência. Outra inovação era o “Arquivo JN”. Por meio dele, era possível rever acontecimentos passados que teriam acontecido naquela data anos antes. Além disso, o *site* apresentava jogos, *quizes* e fóruns como forma de estimular a interação com o público e estreitar seu relacionamento com ele (GLOBO, 2019b).

Outro ano de mudanças foi 2004, quando o *site* foi redesenhado. Sua navegabilidade foi aperfeiçoada, ganhando mais interatividade e conteúdo. Um recurso importante desenvolvido nessa época foi o calendário de edições, que permitia ao usuário encontrar com mais facilidade as edições do Jornal Nacional e, por consequência, os vídeos das matérias que foram ao ar em uma determinada data, que ficavam todas reunidas ali (GLOBO, 2019b).

Aos poucos, os editores de TV da Globo foram compreendendo a *web* e se adaptando a ela. Como consequência, o *site* era abastecido cada vez mais. Aquilo que por algum motivo

não era exibido no telejornal, ia para a internet, sendo a página do JN, portanto, responsável por complementar as informações transmitidas no telejornal. Com o passar dos anos, ela ganhou ainda mais conteúdos exclusivos, como coberturas especiais e informações sobre os bastidores das reportagens, gerando mais engajamento com o público (GLOBO, 2019b).

A criação do Portal G1, no dia 18 de setembro de 2006, foi um marco importante na consolidação da Globo no ambiente digital. Seu objetivo era manter o público atualizado em tempo real. Para isso, o conteúdo do novo *site* passou a ser produzido nas redações próprias do portal. No dia 1º de abril de 2008, então, o *site* do JN se vinculou ao G1, passando a ser acessado pelo endereço <g1.com.br/jornalnacional>. A mudança de endereço das páginas dos telejornais auxiliou no reconhecimento do portal como a principal porta de entrada para as notícias jornalísticas (GLOBO, 2019b).

Nesse momento, ainda segundo o relato de Márcia Menezes e Paloma Pietrobelli (GLOBO, 2019b), era enunciado que o *site* permitiria acesso gratuito aos internautas a todos os vídeos de notícias e que ali estariam reunidas notícias de variadas fontes. Renault (2013) explica que o portal não indicava especificamente uma migração do telejornal para a *web*. Em vez disso, frisava “que o acesso seria às informações e imagens, o que demarcou a possibilidade de se ter, no ciberespaço, a informação audiovisual jornalística a partir de uma fonte telejornalística” (RENAULT, 2013, p. 25). Desde então, o Jornal Nacional passou a incentivar sua audiência a acessar o G1 como forma buscar ou complementar informações. Ou seja, propõe-se um novo contrato enunciativo que recomenda o consumo de informação por uma segunda tela, como forma de manter a interação com o público fora do fluxo televisivo e, dessa forma, garantir a fidelização da audiência da emissora também no ciberespaço. Posteriormente, várias emissoras passaram a disponibilizar as notícias televisivas em *sites* próprios.

O telejornalismo no ciberespaço foi denominado por Renault (2013) de webtelejornalismo. Esse termo foi adotado em sua tese de doutorado com a finalidade de evidenciar uma continuidade entre os meios. Para atribuir esse nome, ela operou com a mesma lógica etimológica utilizada em outros momentos da história midiática para definir nomes como “televisão” e “telejornal”. O prefixo “tele”, que significa longe, em um dado momento foi utilizado para nomear o aparelho que possibilitava a visualização de imagens a longas distâncias: tele-visão. Posteriormente, do mesmo modo uniu-se o prefixo “tele” a uma forma de comunicação já existente: o “jornal” impresso – para dar nome ao telejornalismo. Seguindo a mesma linha de pensamento, Renault uniu a palavra “*web*” ao telejornalismo para

identificar o telejornalismo presente no ambiente digital, mais especificamente na face visível da internet.

A autora definiu webtelejornais da seguinte forma:

Os webtelejornais são conjuntos de páginas hipertextuais multimídia que se subdividem a partir de uma página principal, a home, que é como os internautas a denominam. Nela, há links para suas seções, ou seja, as demais páginas web que constituem os webtelejornais. (...). Elas são estruturas rizomáticas, ou seja, são caminhos hipertextuais heterogêneos que se conectam e permitem ao internauta percorrer o universo informativo do webtelejornal, abandoná-lo e retornar livremente enquanto navega pelo ciberespaço - o território virtual no qual se materializam as diversas práticas sociais, comunicativas, culturais e outras, a partir da existência da web. Um webtelejornal é um rizoma que pode ser interrompido, abandonado e retomado sempre que interessar ao internauta atualizá-lo virtualmente (RENAULT, 2013, p. 24).

O conteúdo informativo do portal G1 foi um dos pioneiros a ser considerado webtelejornalismo pela autora. Sua data de lançamento - 18 de setembro de 2006 - foi tomada por ela como o “marco referencial” do webtelejornalismo brasileiro, dada à dificuldade que encontrou em precisar as datas referentes a experiências anteriores isoladas - algumas das quais descrevemos acima - uma vez que foram superadas com a criação dos portais. De acordo com a autora, o cenário do webtelejornalismo brasileiro começou a ser delineado a partir do momento que “alguns telejornais nacionais de emissão aberta em rede lançaram os primeiros endereços na *web* para disponibilizar reportagens já exibidas na televisão” (RENAULT, 2013, p. 25).

Ao longo dos 20 anos desde que o primeiro *site* de um telejornal – do Jornal Nacional - ganhou espaço na *web*, outras inovações surgiram. As equipes foram se integrando cada vez mais, projetos especiais específicos para a internet foram desenvolvidos, e outros recursos de interação foram testados e incorporados, sempre visando o engajamento do público e a interação com ele. Infográficos, testes, listas são alguns dos recursos que compõem o G1, além dos tradicionais textos e vídeos. As ferramentas de publicação e o *layout* das páginas também foram sendo reformulados, seguindo as tendências tecnológicas e as lógicas de consumo. A atual configuração dos *sites* de notícias vinculados ao portal contribui para uma melhor navegabilidade por *smartphones* e outros dispositivos móveis, facilitando e incentivando o consumo de vídeos (GLOBO, 2019b). Todas as matérias exibidas no telejornal em fluxo televisivo podem ser assistidas individualmente nas páginas específicas dos telejornais no G1 e também pelo Globoplay, a plataforma de *streaming* e vídeos do Grupo Globo.

2.2.2 Do Globo Media Center ao Globoplay

Lançado em 2015, o Globoplay não foi a primeira plataforma de vídeos da empresa de mídia. Segundo Médola (2006, p. 181) “o passo inicial para o processo de convergência entre os meios televisão e internet no Brasil foi dado com o lançamento da central de conteúdo em *streaming* de vídeo, o Globo Media Center, do portal e provedor Globo.com”. Paralelamente às atualizações e reformulações dos primeiros *sites* da Globo, o grupo de comunicação também desenvolvia o que Fischer (2008, p. 119) caracteriza como “braço audiovisual do portal Globo.com”. Lançado em 2003, o Globo Media Center (GMC), que fornecia desde já acesso gratuito e também exclusivo a assinantes ao conteúdo audiovisual da emissora, por meio de seu slogan se definia como “*A sua televisão interativa na internet*” (FISCHER, 2008, p. 119). Antecipando as possibilidades do Globoplay, por meio do GMC, o internauta passava a ter acesso ao conteúdo audiovisual da Rede Globo e dos Canais Globosat na *web*. Médola (2006) ressalta que nesse momento apenas parte dos títulos veiculados estavam disponíveis na plataforma. “O portfólio inicial, segundo informa o *site* TelaViva, foi de 50 mil títulos com a perspectiva de acrescentar dez mil novos títulos por mês, catalogando cerca de 300 novos vídeos a cada dia” (MÉDOLA, 2006, p. 181). Desde então já era possível ao que Thurler (2004, p. 1) chamava de “telenauta” selecionar qual a sequência de vídeos gostaria de assistir dentre os 300 cadastrados diariamente no GMC, montando assim uma “tv com a sua cara”.

De acordo com informações fornecidas por Manzoni Jr e citadas por Fischer (2008) em sua tese de doutorado em Ciências da Comunicação, em 2006 a Globo.com possuía um acervo de 150 mil vídeos, número este que poderia ser maior caso a empresa não pausasse a exibição dos conteúdos considerados desatualizados. Além disso, passaram a ser publicados 500 novos vídeos diariamente. O Globo Media Center, por sua vez, possuía uma cartela de 50 mil assinantes.

A plataforma, nesse momento, já comportava os telejornais da Rede Globo. Thurler (2004), por exemplo, ao analisar a interatividade do Jornal da Globo, aponta que o programa, assim como os demais telejornais da emissora, além de possuir um *site*, onde eram disponibilizados as suas últimas edições e informações complementares, também disponibilizava suas matérias em vídeo no Globo Media Center. Ali, algumas matérias podiam ser vistas gratuitamente, enquanto outras eram exclusivas para os assinantes. Percebe-se que esse movimento permaneceu ao longo do tempo, tendo em vista que atualmente as matérias em vídeo dos telejornais são publicadas tanto nos *sites* dos telejornais do G1 quanto em suas respectivas interfaces no Globoplay.

2.2.3 Televisão na internet: perspectivas de universalização

Contudo, só era possível acessar concomitantemente pelo Globo Media Center o canal Globo News, pertencente ao Globosat, e esse acesso era exclusivo aos assinantes do serviço. Médola (2006) compreendia a impossibilidade de a televisão estar integralmente na internet nesse período, elencando alguns fatores que dificultavam sua completa migração. Um deles diz respeito à temporalidade, como explica:

A transmissão em tempo real, por ondas eletromagnéticas impõe uma contingência de concomitância entre emissão/recepção no processo de veiculação. Disto decorrem as características difusionista e programática dos meios eletrônicos, de modo que os conteúdos fragmentados em edições, séries, capítulos, intervalos são veiculados de um único ponto para milhares de outros aparelhos receptores ao mesmo tempo. Nessas características estão as bases do processo de comercialização: número de pessoas (projetado estatisticamente), assistindo determinado programa em determinado tempo, é o que estabelece o valor mercadológico do conteúdo transmitido. Neste caso, a concomitância no processo de fruição é ao mesmo tempo contingência e medida do valor de mercado (MÉDOLA, 2006, p. 181-182).

Nesse sentido, Vilches (2003, p. 175) dizia que a partir desse novo cenário o conceito de audiência deveria ser superado, passando-se, então, a medir a demanda do internauta diante do conteúdo ofertado pela Internet, tendo em vista que ela orienta seus usuários a uma “atividade individualizada”.

Médola (2006, p. 2), por sua vez, aponta que outros canais, como a própria Rede Globo ou os demais pertencentes ao Globosat, poderiam estar disponíveis para acesso pelo GMC também, prevendo que certamente estariam no futuro, mas apontava outras questões que impediam essa completa migração, como as “questões relativas aos interesses comerciais de várias empresas envolvidas neste processo, como por exemplo, as empresas de telefonia, responsáveis em última instância pela era da conexão”. Outro fator de empecilho seriam as condições sócio-econômicas da população. Para ilustrar isso, Médola questiona:

Quantos milhões de brasileiros, neste momento, deixariam de ver a programação de televisão veiculada pelo sistema aberto, com o custo apenas da energia elétrica, para ter acesso a uma mesma programação, tendo que pagar além da energia elétrica, o telefone e a assinatura? A experiência da TV a cabo no Brasil mostra que relativamente poucos. Tendo em vista as profundas contradições vividas em nosso país nos diferentes segmentos sociais, causadas por uma das maiores concentrações de renda do planeta, de modo que as injustiças sociais e econômicas, bem como os desníveis educacionais e as diversidades culturais, impõem a exclusão de parcela significativa da população deste mundo das tecnologias digitais (MÉDOLA, 2006, p. 182).

Essa também era uma preocupação de Vilches (2003, p. 173). O autor previa um aumento na desigualdade social no que diz respeito ao acesso ao que ele chama de “tecnologias hiperespecializadas”, indicando que a internet viria a se tornar o “grande hipermeio do mundo desenvolvivo”. Diante disso questiona se a televisão seria o meio de comunicação dos pobres ou se o acesso ao híbrido “Internet/televisão” seria universalizado.

Os dados da *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2019* serão úteis para compreender se as previsões de Vilches (2003) e Médola (2006) se concretizaram. De acordo com a pesquisa, em 2019 71% dos domicílios brasileiros possuíam acesso à internet, o que equivale a 50,7 bilhões em números absolutos. Esse número aumentou em 5,2 milhões de domicílios em relação ao ano anterior - 2018 – e se deu em função da disseminação do acesso pelas classes C e DE. Embora em um primeiro momento pareça uma boa porcentagem se vista como um todo, era a primeira vez que “mais da metade dos domicílios das classes DE estavam conectados à internet, proporção que passou de 30% em 2015 para 50% em 2019” (COMITÊ, 2020, p. 23). Ou seja, mais de uma década se passou e o acesso à internet ainda não é universalizado, caminhando a passos lentos rumo a sua democratização.

No que diz respeito a números individuais, em 2019 embora 134 milhões de brasileiros possuíssem acesso à internet (74% da população), ainda havia 47 milhões de não usuários, ou seja, uma em cada quatro pessoas. Desses não usuários de internet, “40 milhões possuíam até o Ensino Fundamental, e quase a totalidade – 45 milhões – pertencia às classes C e DE, um indicativo da estreita relação entre desigualdades digitais e sociais no país” (COMITÊ, 2020, p. 23). Há ainda desigualdade de acesso entre a população da área urbana e da área rural, sendo o ano de 2019 também um marco na disseminação da rede de internet entre a população da zona rural, tendo em vista que também pela primeira vez mais da metade (53%) dela passou a ser usuária dos serviços de internet.

O uso da internet por meio das *smart TVs*, por sua vez, era uma realidade para 37% da população em 2019. Embora seja um número ainda baixo, ele teve um aumento de sete pontos percentuais em relação a 2018. A maior parte dos usuários da internet por meio da televisão, entretanto, é constituída por jovens de classes mais altas. A pesquisa conclui também que aqueles que utilizam a internet por múltiplos dispositivos realizam atividades mais diversificadas em comparação com aqueles que acessam a rede somente pelo celular. Os primeiros tendem a se envolver mais em atividades culturais, assim como se envolvem mais em atividades relacionadas a estudo e a trabalho.

Confirmando algo que é notório, a pesquisa mostra que o celular é o principal dispositivo usado para acesso à internet: 99% das pessoas o utilizam como ferramenta de navegação. Contudo, o que chama a atenção é que para 58% da população o acesso à internet se dá exclusivamente por meio do aparelho. Esta é uma realidade principalmente entre pessoas categorizadas nas classes DE (85% delas só tem acesso à rede pelo celular). Paralelamente a isso, o acesso por meio do computador vem declinando: passou de 80% em 2014 para 42% em 2019. Dessa forma, diferenças em relação a questões como tipo de dispositivo utilizado, qualidade da internet, classe social, grau de instrução e renda familiar, de fato, contribuem para evidenciar as desigualdades sociais no que diz respeito à utilização da internet e também ao consumo televisivo pela *web*, como aponta a pesquisa:

Assistir a vídeos on-line, por exemplo, foi atividade realizada em maior proporção por quem acessou a Internet pela televisão, computador e celular do que por aqueles com acesso exclusivo pelo celular. O mesmo ocorreu com os usuários com conexão banda larga no domicílio em relação àqueles com conexão móvel. Além de fatores relacionados à classe, renda familiar e grau de instrução dos indivíduos, o tipo de dispositivo usado e a qualidade do acesso à rede parecem adicionar outra camada às desigualdades digitais e potenciais de uso da Internet no Brasil (COMITÊ, 2020, p. 24).

Como Vilches (2003, p. 173) já previa, atualmente ainda não há uma “Internet/televisão para ricos e para pobres”. Seu acesso ainda não é universalizado, sendo uma realidade em sua maior parte para jovens pertencentes a classes mais altas. Isso fica ainda mais claro quando a pesquisa aponta que “quase metade dos indivíduos da classe A pagou para ver filmes e séries pela internet”, enquanto essa ainda não era uma prática “muito comum nas classes C e DE” (COMITÊ, 2020, p. 26).

Nesse sentido, conforme ponderou Médola (2006), é importante refletir a respeito de quantos estariam dispostos a pagar para ter acesso à programação da TV pela internet. Em 2019, 20 milhões de domicílios ainda não possuíam acesso à internet. “Entre os segmentos socioeconômicos, nas classes DE foram registrados 13 milhões de domicílios sem acesso à Internet” (COMITÊ, 2020, p. 62). Um dos motivos mais apontados para a falta de acesso foi o valor do serviço: 59% das residências não possuíam acesso à internet por não conseguir pagar por ela. Logo em seguida, é apontada a falta de interesse (53%), enquanto o fato dos moradores não saberem usar a rede é apontado como fator de exclusão digital em 49% dos domicílios. Observando a amostra sobre outro ângulo,

Quando analisado apenas o principal motivo para não ter Internet na residência, em aproximadamente um quarto dos domicílios sem conexão o valor do serviço foi declarado como a principal barreira (26%), especialmente entre aqueles com renda

familiar de até um salário mínimo (31%). Por outro lado, nas faixas de renda mais altas, a principal barreira mencionada foi a falta de interesse dos moradores: 31% daqueles com renda familiar de três a cinco salários mínimos e 44% entre os com renda de mais de cinco a dez salários mínimos. A falta de disponibilidade de Internet na região do domicílio, pouco mencionada entre os que estavam na área urbana (3%), foi indicada como principal barreira para 11% dos domicílios sem Internet na área rural. Enquanto a falta de disponibilidade na região do domicílio vem diminuindo nos últimos anos como principal motivo para a falta de acesso, observa-se aumento da proporção dos que citaram o fato de que os moradores não sabiam usar a Internet, passando de 14%, em 2016, para 20%, em 2019 (COMITÊ, 2020, p. 62-63)

Em termos de usuários, 72% dos que não utilizam a internet apontam que não o fazem por falta de habilidade com computador. Compõem esse número principalmente os pertencentes a faixas etárias mais altas. Além disso, 24% da população da área rural, 27% da população da região Norte e 30% dos indivíduos analfabetos ou com Educação Infantil apontam esse como o principal motivo para não acessar a rede. Outros 62% apontam que a falta de acesso ocorre em função da falta de interesse, enquanto o valor do serviço foi apontado como fator de exclusão por 51% das pessoas pertencentes às classes DE e por 57% dos que possuíam renda familiar de até um salário mínimo (COMITÊ, 2020). Considera-se importante ainda acentuar que, de acordo com a pesquisa, foi evidenciada uma mudança em relação ao tipo de conexão adotada: houve um aumento de conexão à internet via cabo de TV ou fibra ótica, enquanto foi reduzido o tipo de conexão DSL via linha telefônica e via rádio.

Os dados apresentados demonstram que as disparidades sociais e econômicas ainda persistem atualmente, e, de fato, não são todos que podem pagar por serviços de internet e de *streaming*. Assim, a televisão veiculada por sistema aberto permanece mais acessível e democrática. Contudo, também é necessário considerar que apenas o acesso à internet não garante a inclusão digital, é necessário que os indivíduos adquiram as competências necessárias para desfrutar de todas as possibilidades que a internet oferece.

2.2.4 O espectador modelo da hipertelevisão

Nesse sentido, é compreensível o baixo índice de pessoas que acessam a internet por meio do dispositivo televisivo (37%, em 2019). Para se inserir na lógica da chamada hipertelevisão (SCOLARI, 2014) - abordada no primeiro capítulo - a qual pertencem as plataformas de *streaming*, como o Globoplay, é necessário que os indivíduos possuam determinadas competências. A hipertelevisão possui como enunciatários os nativos digitais, ou seja, um público que cresceu em contato com o ambiente digital interativo, desenvolvendo, assim, determinadas habilidades perceptivas e cognitivas necessárias à navegação. Considera-

se que é por isso que os usuários da “Internet/ televisão” (VILCHES, 2003) são em sua maior parte jovens. A pesquisa demonstra que 56% dos brasileiros acima dos dez anos já assistiram vídeos pela internet. Esse consumo, por sua vez, é mais frequente entre os jovens: “entre aqueles de 10 a 15 anos, (...) cerca de um terço assistiu a filmes (29%) e séries (30%) todos os dias ou quase todos os dias” (COMITÊ, 2020, p. 26).

Além disso, o telespectador modelo da hipertelevisão “deve colocar em jogo todas as suas competências narrativas, perceptivas e cognitivas para interpretar um produto textual cada vez mais atomizado, multitela, transmídia (...)” (SCOLARI, 2014, p. 50). Isso se confirma quando os dados apontam que aqueles que acessam a internet por múltiplas telas realizam mais atividades culturais do que aqueles que possuem acesso por meio de um único dispositivo. Muitas atividades culturais, dentre elas assistir televisão segundo as lógicas narrativas do cibermeio, necessitam que seus interatores acessem a internet por múltiplos dispositivos para terem uma experiência de navegação/ fruição completa.

2.2.5: Globoplay: migração total do universo audiovisual do Grupo Globo

Voltando às reflexões de Médola (2006) a respeito dos motivos que impossibilitavam a TV de migrar totalmente para a *web* quando analisava o contexto em que o Globo Media Center - antecessor do Globoplay - estava inserido, a autora aponta uma possível perda de qualidade no conteúdo televisivo no processo de migração como uma das preocupações da empresa de mídia naquele momento, tendo em vista que o “padrão Globo de qualidade”, desenvolvido ao longo de anos e um dos fatores de conquista de sua audiência, poderia ser comprometido durante essa transição.

Comprometer esta conquista institucional em uma nova mídia, desprovida ainda de uma linguagem própria, com características a serem exploradas, num momento em que não há uma ameaça efetiva da concorrência e cujas condições técnicas não garantem qualidade equivalente à da TV, há que se pensar em que tipo de TV Interativa oferecer nesta fase de migração tecnológica (MÉDOLA, 2006, p. 183).

No fim de 2006, entretanto, o Globo Media Center chegou a sua terceira versão, denominada Globo Vídeos (GV). De acordo Manzoni Jr. apud Fischer (2008), seu foco seria a produção e exibição de conteúdo próprio, bem como a exibição de conteúdos externos adquiridos com direitos autorais que, após exibidos pelas emissoras televisivas da empresa, seriam utilizados na internet. Em 2015, por sua vez, é finalmente lançado o Globoplay

Ao entender a reconfiguração da posição do espectador no processo de comunicação, as produtoras e distribuidoras de conteúdo passam a ter que considerar a possibilidade de escolha do internauta. Se, em um primeiro momento, não havia concorrência, como aponta Médola (2006), com o passar dos anos, outros serviços de *streaming* surgiram. O contexto midiático foi se modificando e empresas concorrentes passaram a representar uma ameaça efetiva à produtora e distribuidora de conteúdo audiovisual brasileira, acelerando o processo de reconfiguração da plataforma de vídeos da Globo de forma a atender as demandas dos usuários. Exemplo disso, observa-se que, com o cenário pandêmico instaurado em 2020 em função do coronavírus SARS-CoV-2, causador da Covid-19, as plataformas de *streaming* tiveram que se adequar para atender com qualidade a maior demanda de usuários que, por seguir a recomendação médica de permanecer em casa para conter o agravamento da crise sanitária, recorreram a esses serviços como forma de entretenimento.

No dia 18 de junho de 2020, a equipe do Mobile Time – *site* jornalístico com enfoque em notícias e análises sobre a indústria móvel - organizou uma *live* com o tema “*O crescimento no consumo de conteúdos digitais durante a pandemia*”, da qual participou Erick Bretas, diretor de produtos e serviços digitais da Globo. De acordo com matéria do *site* Mobile Time (2020) redigida por Fernando Paiva, Bretas afirmou que a base de assinantes do Globoplay havia aumentado 2,5 vezes em um ano. Ele atribuiu esse crescimento à busca por entretenimento por parte da população durante a quarentena. Apontou ainda que a porcentagem no tráfego do aplicativo por meio das *smart TVs* também cresceu de 37% para 47%, aumentando o tempo médio que os usuários passam navegando no aplicativo. O diretor de produtos e serviços digitais da Globo salientou que houve um crescimento explosivo no tráfego do Globoplay logo no início da pandemia. Diante disso, a empresa reduziu o fluxo de transferência de *bits* a fim de evitar um colapso na infraestrutura da internet no Brasil. A decisão foi tomada antes que a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) solicitasse a medida aos serviços de *streaming* que atuam no Brasil.

Tendo em vista que o distanciamento social foi adotado como principal medida de combate à crise sanitária do Covid-19, a maior parte das atividades que antes aconteciam presencialmente – relacionadas a trabalho, estudo, diversão, entre outros - migrou para o formato remoto. O alto número de reuniões virtuais a fim de dar continuidade às atividades de trabalho e estudos, bem como a alta demanda de consumo de conteúdo audiovisual como principal forma de entretenimento, apresentavam um iminente risco de colapso na internet brasileira. O Grupo Globo, portanto, optou por reduzir a qualidade de som e imagem do conteúdo audiovisual ofertado pelo Globoplay a fim de evitar esse possível colapso. Outras

grandes empresas de *streaming* concorrentes, como Netflix, Amazon, Disney+ e YouTube também adotaram a estratégia.

Essa redução do fluxo de *bits*, por sua vez, permitiu ao Globoplay receber novas atualizações. Uma delas foi a ampliação da área de cobertura para a transmissão ao vivo da programação em fluxo televisivo pelo Globoplay. Como já mencionado no primeiro capítulo, antes da pandemia, por meio da aba “*Agora na Globo*” dentro do aplicativo era possível assistir a programação da Rede Globo em tempo real. Entretanto, esse acesso estava disponível apenas para algumas cidades e regiões do país (cidades de Brasília, Goiânia, Campinas; regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Minas Gerais, de todo o estado do Acre, Roraima, Rondônia e da quase totalidade dos estados do Amapá e do Amazonas). A ampliação da área de cobertura do sinal da TV Globo pelo Globoplay vinha crescendo gradualmente – inicialmente era restrito apenas às regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo. Durante o período de quarentena, contudo, a oferta da programação em tempo real pelo aplicativo foi ampliada para todas as regiões do Brasil. Além disso, houve a inclusão do Canal Futura: sua programação em tempo real também passou a estar disponível gratuitamente, da mesma forma como a programação da TV Globo.

Em 1º de setembro de 2020 ocorreu mais uma atualização: foram inseridos no Globoplay em regime de pré-lançamento mais de mais 19 canais fechados do Grupo Globo, antes restritos aos pacotes de TV por assinatura, que agora poderiam ser acessados mediante a contratação do pacote “*Globoplay + canais ao vivo*”. O pacote, entretanto, permaneceu disponível apenas para os assinantes por 30 dias (REDE GLOBO, 2020). Em 1º de outubro de 2020, contudo, ficou oficialmente disponível para contratação pelo público em geral. Paralelamente a isso, a interface “*Agora na Globo*” foi renomeada, passando a se chamar “*Agora na TV*”, tendo em vista a possibilidade de assistir por meio dela a programação linear de diversos canais pertencentes ao Grupo Globo e não mais apenas a TV Globo, como antes. Segundo a empresa de mídia, essa atualização foi um marco no mercado de *streaming*. O Globoplay foi a primeira plataforma de vídeos a oferecer, além do conteúdo sob demanda, a experiência de consumo linear dos canais de TV por assinatura. Segundo o diretor dos Canais Globo, Paulo Marinho, cuja entrevista foi veiculada em matéria publicada no *site* da Rede Globo,

O Globoplay + canais ao vivo promove um encontro entre dois mundos: o do streaming e o dos canais lineares. São universos de muito valor para o consumidor que a evolução tecnológica hoje reúne em uma só oferta. Os canais Globo têm tradição na produção de conteúdos como jornalismo, esporte, variedades e eventos

musicais ao vivo. Agora, tudo isso se soma a séries, filmes, novelas e documentários (REDE GLOBO, 2020).

Como apontou Médola (2006), a migração total do conteúdo televisivo da Globo só veio a ocorrer quando a qualidade na entrega de conteúdo tornou-se compatível com os equivalentes da transmissão televisiva aberta e a cabo. Entretanto, essa decisão de reduzir a qualidade de som e imagem de seus produtos foi tomada em um momento em que essa seria a única estratégia possível a ser adotada também pelas plataformas de *streaming* concorrentes.

Do ponto de vista da semiótica das interações sociais, conforme proposto por Landowski (2014), compreende-se a pandemia como um acidente, ocasionado em função de uma aleatoriedade, pois,

“por maior que seja a prudência de uma conduta, (...) uma interação, quaisquer que sejam a natureza e o estatuto daquilo com o qual ou daqueles com os quais entramos em relação, nunca está, nem pode estar totalmente isenta de riscos, nem para si mesmo, nem para os outros” (LANDOWSKI, 2014, p. 17).

Esse acidente, portanto, levou o Globoplay a um ajustamento, no caso, à redução do *fluxo de bites* a fim de poder continuar entregando seu conteúdo audiovisual por *streaming* evitando a possibilidade de um colapso na internet do Brasil. Ou seja, o Grupo Globo precisou rapidamente se adaptar – se ajustar - a um cenário imprevisível: ao acaso. Neste regime de interação denominado ajustamento pela sociossemiótica de Landowski (2014),

(...) nenhum dos atores planeja exatamente, de forma antecipada, aquilo que deverá resultar da interação com seu parceiro. É evidente da parte do outro parceiro quando esse outro é uma coisa, e continua sendo verdade quando se trata de uma pessoa. O objetivo fundamental dos participantes não consiste aqui, para nenhum deles, fazer com que o outro realize um programa pré-estabelecido em detalhes (LANDOWSKI, 2014, p. 53).

É claro que ao se estabelecer o cenário pandêmico era possível prever o aumento na demanda de internet e de consumo de audiovisual por *streaming*. Assim, compreender a dinâmica própria de seus usuários permitiu ao Grupo Globo tomar uma decisão mediante a aleatoriedade que se interpôs antes que fosse instaurado um colapso na internet brasileira e a empresa fosse impossibilitada de continuar entregando conteúdo audiovisual por meio do Globoplay. De acordo com Landowski (2014, p. 48), essa dinâmica, por sua vez, não se reduz, como no caso do regime de programação “a leis preestabelecidas e objetiváveis”. No caso do ajustamento, os princípios da interação acontecem na própria interação, por meio do que cada um dos participantes dessa interação “sentem” na forma de agir um do outro. Dessa forma, a empresa se ajustou ao cenário e à necessidade dos usuários neste momento,

reduzindo a qualidade de som e imagem do seu conteúdo, ao mesmo tempo em que os usuários continuaram migrando para a plataforma para consumir produtos audiovisuais. Paralelamente, as outras empresas de mídia também adotaram a estratégia, se ajustando a esse movimento e colocando-se todas em um mesmo patamar de qualidade de entrega de conteúdo.

2.2.6 Globoplay e a reconfiguração de consumo de telejornalismo

Embora o consumo de televisão pela internet tenha aumentado dez pontos percentuais durante o isolamento social em função da pandemia de Covid-19 - segundo dados compartilhados por Erick Bretas em matéria do *site* Mobile Time (2020) - essa ainda era uma realidade para menos de metade da população brasileira (47%). Ainda que a possibilidade de acesso à internet tenha aumentado, como visto, há muitos que resistem a ela por falta de habilidade para navegação, sendo essa, além da democratização do acesso, mais uma barreira a ser vencida. Nesse sentido, percebe-se que o Grupo Globo, por meio dos mais variados enunciados, busca modalizar o seu público segundo um *querer/ dever* acessar o Globoplay, a fim de atribuir a ele a necessidade de desenvolver as competências necessárias para se inserir na lógica da chamada hipertelevisão (SCOLARI, 2014).

As gerações anteriores, embora estejam acostumadas a consumir televisão, não o estão segundo as lógicas da internet, devendo adquirir as competências necessárias para tal. Mas antes disso, precisam ser modalizadas segundo um *querer* se inserir dentro deste contexto, uma vez que a facilidade e o comodismo do modelo televisivo tradicional pode ser um fator de resistência a um público que inicialmente hesita diante de tantas interfaces e possibilidades presentes no meio digital. O destinador da comunicação, portanto – Grupo Globo – a todo instante reforça essa modalização instigando o seu telespectador a se dirigir para o Globoplay, incentivando-o a se inserir dentro da lógica da hipertelevisão e a desenvolver as competências necessárias para usufruir dessa nova ecologia midiática (SCOLARI, 2015). Paralelamente, busca levar o seu telespectador, independente de qual seja, a aderir ao contrato enunciativo de passar a ver o conteúdo televisivo também pela plataforma, reajustando e ampliando seus hábitos de consumo.

Quando o conteúdo jornalístico – objeto de enfoque deste trabalho - começou a migrar para o G1, os apresentadores dos telejornais orientavam os internautas a acessar o G1 para buscar ou complementar informações. Hoje o destinador da comunicação – Grupo Globo – representado por diversos enunciadores – programas televisivos; portal G1 – busca

estabelecer um contrato enunciativo de consumo de conteúdo jornalístico – e outros – também pelo Globoplay. A frase “veja e reveja no Globoplay” ecoa por meio dos diversos narradores – apresentadores – assim como também pelas telas e recursos gráficos.

Figura 1: Grafismo “veja e reveja no Globoplay”



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora da edição 20 de abril de 2021 do JN.

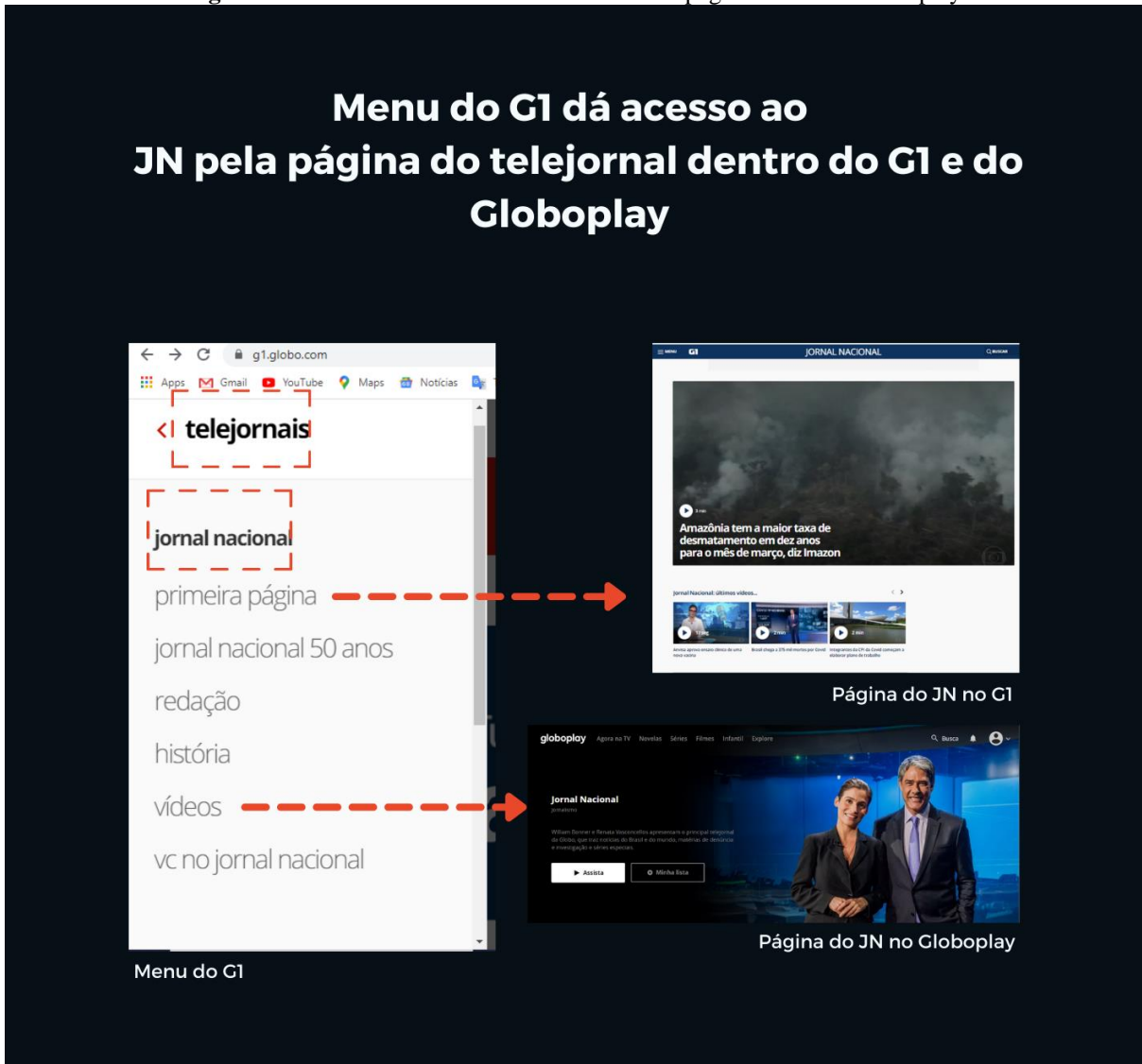
Esse movimento de orientar o espectador a consumir conteúdo televisivo pelo Globoplay acontece desde o lançamento da plataforma, em 2015. Na época a novidade foi anunciada, dentre outras formas, por meio de uma matéria exibida na edição do dia 3 de novembro no Jornal Nacional (disponível para acesso no Globoplay²). Da bancada do JN, a fim de introduzir a reportagem, William Bonner anunciava: *“De hoje em diante, você vai poder assistir a Globo de um jeito diferente. Aliás, de muitos jeitos diferentes. Com o Globoplay, o Jornal Nacional e todos os seus programas favoritos vão estar no seu celular, no tablet ou no computador do trabalho”* (JORNAL NACIONAL, 2015). Durante o desenvolvimento da matéria, de maneira informal, o repórter Paulo Renato Soares, do Rio de Janeiro, questionava: *“Quer ver um programa que passou de manhã no jornal? [Quer ver] O capítulo da novela?”* (JORNAL NACIONAL, 2015). Logo em seguida ele explica como isso é possível: *“Abriu o Globoplay e você encontra todos os destaques do que está passando na Globo”*(JORNAL NACIONAL, 2015).

Além disso, o próprio Portal G1, que reúne todo o conteúdo jornalístico do Grupo Globo, fornece acesso tanto aos *sites* dos telejornais dentro do G1, quanto às interfaces dos

² Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4584236/>. Acesso em 19 de set. de 2021.

telejornais no Globoplay. Ao clicar no t pico “telejornais” no menu no G1 e selecionar o telejornal a que se deseja ter acesso,   possível optar tanto por clicar sobre o t pico “*Página inicial*”, que leva o internauta ao *site* do telejornal dentro do G1, quanto clicar no t pico “*vídeos*” que redireciona o internauta   página do telejornal no Globoplay, como ilustra a imagem abaixo.

Figura 2: Menu do *site* do JN no G1 d  acesso   página do JN no Globoplay



Fonte: G1 e Globoplay (2021). Capturas de tela e montagem realizadas pela autora em 20 de abril de 2021.

Essa articulação demonstra que o destinador da comunicação, no caso, o Grupo Globo, busca propor um novo contrato enunciativo, visando levar o público que já acessa o cont eudo jornalístico pela internet por meio do *site* do telejornal no portal G1 a acessar o mesmo cont eudo também pela lógica de uma plataforma de vídeos - o Globoplay. Além disso, ao oferecer a possibilidade do internauta se dirigir ao Globoplay diretamente do G1, por meio do

clique no tópico “*vídeos*” do menu do telejornal de preferência, o G1 atribui ao internauta duas competências atualizantes – “*poder*” e “*saber*” – qualificando o sujeito para a ação – *fazer* – de acessar o Globoplay, e assim mostrando a ele uma nova forma de assistir o conteúdo televisivo pela *web*. Ao testar as várias possibilidades presentes no menu, o internauta *pode* clicar na aba “*vídeos*” – competência essa fornecida pelo próprio enunciador, o portal G1. Dessa forma, ao ser redirecionado ao Globoplay ele adquire um *saber-fazer*: o saber acessar a plataforma – saber esse que o sujeito poderia não possuir até o momento, descobrindo-o por meio de um elemento surpresa, ao testar a onde o tópico “*vídeos*” poderia levá-lo. Posteriormente, por ter aceitado o contrato, ele recebe uma sanção positiva, podendo assistir os vídeos do telejornal em questão de forma gratuita também no Globoplay.

Observa-se que o conteúdo disponibilizado nos *sites* dos telejornais dentro do portal G1 possui muitas semelhanças com o conteúdo disponibilizado nas páginas dos telejornais no Globoplay. As próprias estruturas das duas plataformas são semelhantes em certos aspectos, tendo em vista que ambas reúnem dentro de um único lugar um conjunto de páginas que dão acesso ao conteúdo de vários telejornais do Grupo Globo. O portal G1 engloba os *sites* oficiais dos principais telejornais da Rede Globo por meio do tópico “*telejornais*” presente no menu lateral esquerdo. Da mesma forma, dentro do Globoplay todos os telejornais da emissora têm seus espaços próprios de enunciação. Clicando sobre o tópico “*Explore*” no menu superior, é possível encontrar a categoria “*Jornalismo*”. Ao acessá-la são exibidos na tela os *links* de acesso às páginas de todos os telejornais da Rede Globo - e também dos demais canais do Grupo Globo. Assim como todos os demais programas atualmente presentes na grade de programação – e outros que já estiveram algum dia -, os telejornais são englobados pelo Globoplay. Entretanto, no portal G1 o conteúdo telejornalístico recebe maior destaque, ficando mais evidente. Na plataforma de *streaming*, por sua vez, o destaque é dado aos conteúdos de entretenimento: para encontrar os telejornais, é necessário que o usuário realize o percurso descrito acima.

Percebe-se que a forma de divulgação e visualização dos conteúdos é semelhante nas páginas dos telejornais no G1 e do Globoplay. Em ambos são postos em circulação os vídeos de matérias que foram exibidas no fluxo televisivo. No G1, contudo, algumas delas são acompanhadas de texto escrito. Isso ocorre mais especificamente, entretanto, no *site* do Jornal Nacional: na página do Jornal Nacional dentro do Portal G1, as matérias em vídeo são acompanhadas por uma matéria em texto, que normalmente descreve em linguagem verbal-escrita o que é dito no vídeo por linguagem verbal-falada. Essa diferenciação pode ocorrer em função do prestígio do Jornal Nacional dentro da grade televisiva, tendo em vista sua exibição

em horário nobre e seus altos índices de audiência em relação aos demais telejornais da emissora.

As notícias disponibilizadas nos *sites* dos demais telejornais dentro do G1, salvo exceções, são compostas apenas por vídeo – pelo vídeo que foi ao ar no telejornal, acompanhado do seu título -, de modo muito semelhante à forma como são exibidas no Globoplay. Quando o usuário do G1 clica para assisti-lo, a interface que aparece diante dele é similar à interface que aparece ao usuário da plataforma de *streaming* quando clica para assistir o mesmo conteúdo no Globoplay, levando à percepção de que os vídeos estão alocados em um único suporte partilhado pelos dois *sites*. Se o modo “tela cheia” é acionado, não há diferença alguma entre as duas interfaces.

Nesse sentido, podemos retomar as ideias de Machado (2010) a respeito das hibridações dos meios, que tendem cada vez mais a fundirem-se e confundirem-se, não sendo mais possível distinguir ao certo suas especificidades. Ressalta-se, entretanto, que neste momento estamos falando a respeito do conteúdo dos *sites* dos telejornais da Rede Globo dentro do portal G1. A página inicial do G1, por sua vez, apresenta uma configuração típica de um *site* de notícias, com matérias em texto escrito, acompanhadas de imagens e vídeos.

Importa destacar também que o conteúdo ao vivo dos telejornais só é transmitido por meio do canal da Rede Globo alocado na interface “*Agora na TV*” no Globoplay, não sendo, portanto, exibido por meio das páginas próprias dos telejornais nem dentro do Globoplay e nem dentro do portal G1. Assistir às edições completas dos telejornais na íntegra também só é possível por meio do Globoplay, na página do telejornal em questão, tendo em vista que elas não são disponibilizadas nos *sites* dos telejornais dentro do portal G1.

O conteúdo telejornalístico da Rede Globo, portanto, é distribuído por meio de duas plataformas digitais oficiais do Grupo Globo: o G1 e o Globoplay. Após exibido no fluxo televisivo, ele se dispersa pelas duas vertentes, permanecendo “no ar” após o fim de sua exibição na grade televisiva (FINGER, 2011). Dessa forma, com o conteúdo telejornalístico, compreende-se que o Grupo Globo abre concorrência frente a dois segmentos diferentes. O G1 permite à empresa de mídia competir diretamente com outros portais de notícias, ao passo que o conteúdo jornalístico disponibilizado no Globoplay se torna um diferencial da plataforma face aos outros serviços de *streaming*: embora concorrentes estrangeiras como *Netflix* e *Amazon* tenham alcance mundial, o Globoplay oferece conteúdos que vão além de filmes e séries, como o próprio jornalismo – bem como esportes, telenovelas e outros. Compreende-se isso, pois enquanto o portal G1 se apresenta enquanto um portal de notícias, com foco em conteúdo jornalístico, tendo os vídeos de notícias exibidos pelos telejornais

nacionais da Rede Globo como mais um elemento da interface computacional e utilizando, além deles, outros tipos de linguagens, como textos escritos, imagens e infográficos para complementar as informações; o Globoplay se enuncia enquanto uma plataforma digital de *streaming* e **vídeos**, cujo entretenimento é seu carro-chefe.

Além disso, entende-se que o Globoplay funciona como um acervo digital. O jornalismo da emissora, portanto, sendo parte importante da sua programação e tendo relevância nacional, não poderia deixar de ser englobado pela plataforma. A ancoragem por data tanto das íntegras quanto dos “trechos” dos telejornais em suas respectivas páginas no Globoplay auxiliam nessa percepção do serviço de *streaming* como um acervo. Em comparação ao G1, nele é mais fácil encontrar de forma conjunta matérias que foram exibidas dentro de um determinado espaço de tempo em determinado telejornal, uma vez que as matérias pertencentes a uma mesma edição ficam reunidas de acordo com a data de sua exibição no fluxo televisivo, facilitando o mecanismo de busca.

Essa configuração, em certa medida, remete ao “calendário de edições”, inserido no *site* do Jornal Nacional após as atualizações que ele sofreu em 2004. Esse recurso, como mencionado anteriormente, permitia ao usuário navegar pelas edições do JN e encontrar com mais facilidade os vídeos exibidos no fluxo televisivo, uma vez que ficavam todos englobados em sua respectiva data de exibição. Entretanto, veio a sair do ar em 2018. Segundo Marcia Menezes e Paloma Pietrobello, diretora e gerente de produto do G1 respectivamente, a retirada desse recurso do *site* acompanhou os novos hábitos e opções de consumo, apontando o Globoplay como responsável por essa reconfiguração (GLOBO, 2019b).

Diante disso, nota-se que embora haja intersecções entre as duas plataformas no que diz respeito ao jornalismo, elas apresentam diferenças estratégicas na disponibilização do conteúdo. Sendo assim, o G1 - assim como o canal televisivo da Rede Globo - tem direcionado o internauta também ao Globoplay de diversas formas, uma vez que a plataforma de vídeos atua como uma expansão da televisão. Compreende-se que tais estratégias se configuram enquanto um movimento de convergência entre as plataformas e formas de distribuição de conteúdo do Grupo Globo. Além dos canais *broadcasting* e *narrowcasting* e dos *sites* informativos, os conteúdos dos telejornais passou a poder ser acessado também pelo aplicativo do Globoplay conectado às *smart TVs*, *desktops* e a dispositivos móveis.

Dessa forma o telespectador tem sido inserido cada vez mais no contexto da hipertelevisão. A matéria do *site* Notícias da TV, publicada em 07 de setembro de 2021 e redigida por Vinícius Andrade, traz logo no título a seguinte informação: *Streaming cresce 50% em um ano e só perde para a Globo no Ibope*. A matéria informa que o consumo de

audiovisual online por meio de plataformas de *streaming* não só continuou aumentando após o início da quarentena no Brasil em 2020, como chegou ao final do primeiro semestre de 2021 ultrapassando a audiência de todos os canais de TV paga. O mês que demarcou a superação da audiência da TV paga pelo consumo de audiovisual por meio de plataformas de *streaming* foi maio de 2020. Em relação aos canais pertencentes à TV aberta, contudo, o consumo *on demand* foi superado apenas pela audiência da TV Globo.

Dados obtidos pelo Notícias da TV indicam que os streamings tiveram um crescimento de 48% na chamada média-dia (das 7h à meia-noite) no PNT (Painel Nacional de Televisão), que representa o ibope das 15 maiores regiões metropolitanas do país. No primeiro semestre do ano passado, o consumo de serviços fora da TV paga e da TV aberta havia registrado 5,0 pontos de média, enquanto neste ano foram 7,4 de ibope nos seis primeiros meses de 2021. O salto de 2,4 pontos representa 643,2 mil lares brasileiros a mais sintonizados nas plataformas (NOTÍCIAS DA TV, 2021).

Segundo a matéria, nessa medição os dados de *streaming* estão incluídos na categoria “conteúdo de TV/Vídeo sem referência”. Entretanto, a esta categoria não pertencem unicamente as plataformas de *streaming* - como o Globoplay, o Diney+, HBO Max, Prime Video, etc -, mas tudo o que se encontra “fora da programação linear da televisão”. Ou seja, nela também estão inseridos os videogames, os DVDs, o próprio Youtube, entre outros. Além disso, só é contabilizada a audiência por meio do aparelho televisivo. O acesso por meio de celulares ou *tablets* não entram na medição. Contudo, como já mencionado, a programação em fluxo da TV Globo, ainda permanece líder de audiência. Mesmo possuindo boa parte da “fatia” desse mercado por meio do Globoplay, a programação linear da TV Globo ainda tem precedência nos lares brasileiros.

A Globo, que tem parte desse consumo online com plataformas como Globoplay e Canais Globo, é a única com índices melhores do que a soma de todo o "conteúdo de TV/vídeo sem referência". A líder de audiência registrou 15,1 pontos na média-dia do primeiro semestre, um pouco mais do que o dobro dos 7,4 do streaming (NOTÍCIAS DA TV, 2021).

Nesse sentido, após ilustrarmos a trajetória de migração do conteúdo televisivo da Globo – com um enfoque nos telejornais - para a internet, pretende-se a partir de agora, verificar quais as estratégias enunciativas utilizadas pelo Grupo Globo para manter os telejornais como produtos relevantes nesse novo cenário comunicacional, caracterizado pela convergência dos meios e pelo hibridismo de formatos e linguagens. Tendo em vista que o telejornalismo se constituiu a partir de dispositivos expressivos propriamente televisivos e sua configuração inicial prevê o seu consumo ao vivo, busca-se compreender como o

telejornalismo da Rede Globo tem se atualizado na *web*. Além disso, pretende-se analisar a arquitetura de distribuição do conteúdo telejornalístico no Globoplay, a fim de compreender como ele mantém valores como os efeitos de sentido de verdade, objetividade, credibilidade, imediatismo, atualidade e simultaneidade na disponibilização de seu conteúdo também na plataforma.

CAPÍTULO 3 – TRSMISSÃO TELEVISIVA DO JORNAL NACIONAL AO VIVO PELO GLOBOPLAY

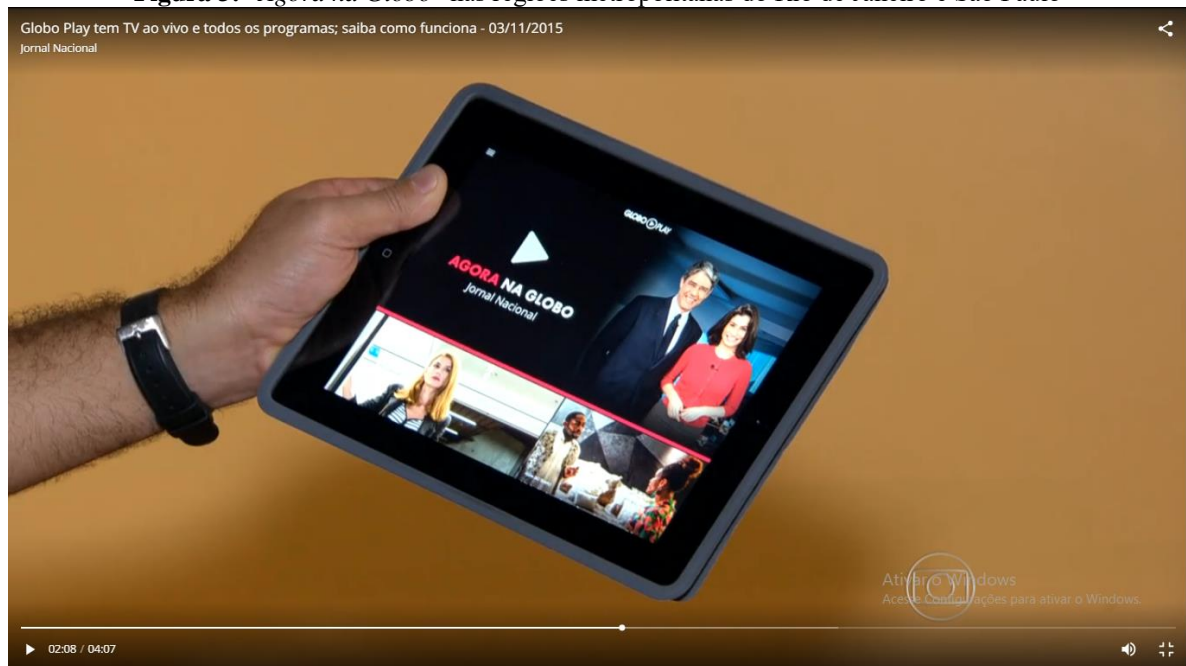
A observação da distribuição do telejornalismo da Rede Globo no Globoplay teve início em 2019, perdurando até o ano de 2021. Durante este período, percebeu-se que o Grupo Globo adota estratégias muito semelhantes na alocação do conteúdo dos telejornais na plataforma. Para ilustrar esse movimento, foram coletados materiais referentes principalmente à disponibilização do conteúdo do Jornal Nacional ao longo desse período, tendo em vista sua relevância dentro da grade de programação da Rede Globo e seus históricos altos índices de audiência. A medição realizada entre os dias 13 e 19 de setembro de 2021, por exemplo, classifica o telejornal como um dos cinco programas com maior audiência durante o horário nobre no consolidado dos 15 mercados regulares aferidos pela Kantar IBOPE Media (2021)³. A semiótica discursiva de linha francesa, por sua vez, será utilizada como metodologia para a análise dos materiais coletados, auxiliando assim na compreensão da forma como o Jornal Nacional é enunciado e ancorado na plataforma.

Para compreender a arquitetura de distribuição do conteúdo do Jornal Nacional no Globoplay, será analisada primeiramente a interface “*Agora na Globo*” da plataforma, antecessora à interface “*Agora na TV*”, em um momento em que apenas a programação em fluxo televisivo da Rede Globo era exibida no Globoplay e no qual muitas cidades e algumas regiões do Brasil ainda não possuíam acesso a ela.

Conforme já relatado em capítulos anteriores, a ampliação da área de cobertura para a disponibilização da programação da Rede Globo em tempo real pelo Globoplay foi crescendo gradativamente. Inicialmente apenas o público das regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo tinham acesso a ela. Matéria do Jornal Nacional, exibida na edição do dia 3 de novembro de 2015, anunciando o lançamento da nova plataforma de *streaming* e vídeos do Grupo Globo mostra como o público dessas regiões poderia assistir a programação ao vivo da emissora pelo aplicativo.

³ Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/audiencia-do-horario-nobre-15-mercados-13-09-a-19-09-2021/>. Acesso em 27 de set. de 2021.

Figura 3: “Agora na Globo” nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e São Paulo



Fonte: Globoplay (2021). Edição de 3 de nov. de 2015 do JN.⁴ Captura de tela realizada pela autora

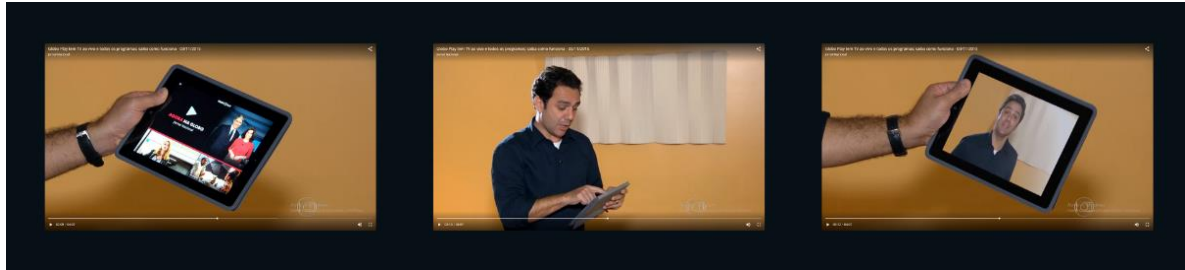
Nela, o repórter Paulo Renato Soares, do Rio de Janeiro diz: *“Para você que está nas regiões metropolitanas do Rio e de São Paulo, o aplicativo tem uma cara um pouco diferente. A primeira coisa que você vê é a tela da programação ao vivo do que está passando na tela da Globo neste exato momento. Olha aqui, ó: Jornal Nacional: foto do Bonner e da Renata. Se eu apertar o play, você vê a reportagem que está passando agora”* (JORNAL NACIONAL, 2015). Abaixo há uma sequência de capturas de tela da reportagem - disponível no Globoplay - demonstrando a sequência de passos feita pelo repórter para ensinar como assistir a programação ao vivo pelo aplicativo nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Na primeira delas o repórter demonstra como a interface que direciona à página “Agora na Globo” fica em evidência na página inicial do Globoplay nessas regiões, dando destaque ao programa que está sendo exibido naquele instante. No caso, o repórter, cuja matéria está sendo transmitida naquele momento no Jornal Nacional – ao vivo - mostra que o telejornal está sendo apontado na interface inicial como programa em exibição. A segunda captura de tela diz respeito ao momento em que o repórter diz *“se eu apertar o play”*, quando ele clica no símbolo de *play* (triângulo apontando para o lado direito). Por fim, a terceira

⁴ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4584236/>

imagem mostra a programação sendo exibida naquele instante. Ou seja, a sua própria matéria no ar no Jornal Nacional.

Figura 4: Tutorial para assistir a programação da Rede Globo nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo em novembro de 2015



Fonte: Globoplay (2021). Edição do dia 3 de nov. de 2015 do JN⁵. Capturas de tela e montagem realizadas pela autora.

Como já discutido no primeiro capítulo, assistir o fluxo televisivo no aplicativo promove o mesmo efeito de sentido de presença que postula Fechine (2008) ao discutir a transmissão direta, uma vez que milhares de pessoas assistem a mesma programação ao mesmo tempo. Junto a todos os outros, o espectador está sendo colocado diante do mundo “real” por meio do construto de tempo real. A autora também aponta que a articulação de estratégias enunciativas de instauração do tempo é que auxiliará a TV a constituir um efeito de sentido de presença. Esse efeito, segundo ela, depende “do modo como o discurso televisual relaciona a duração da transmissão com uma duração do “mundo” (dos fatos) que ela própria constrói narrativamente” (FECHINE, 2008, p. 19).

O fato da grade de programação se constituir em fluxo televisivo é suficiente para de algum modo inserir o espectador em contato com o mundo, uma vez que a “programação baseia-se, por definição, numa sucessão contínua de arranjos sintagmáticos que se repetem em função dos horários e dias da semana (grade)” (FECHINE, 2014, p. 122). Essa organização em função do tempo articula com a grade “as práticas e temporalidades do cotidiano. É essa articulação que injeta na programação uma duração que é tanto do dia quanto da televisão, que é vivida tanto por mim quanto por todos os outros que acompanham a grade” (FECHINE, 2014, p. 122).

Entretanto, até mesmo nas regiões em que não se podia assistir a programação linear da TV Globo em tempo real pelo aplicativo, observava-se uma intenção de promover um

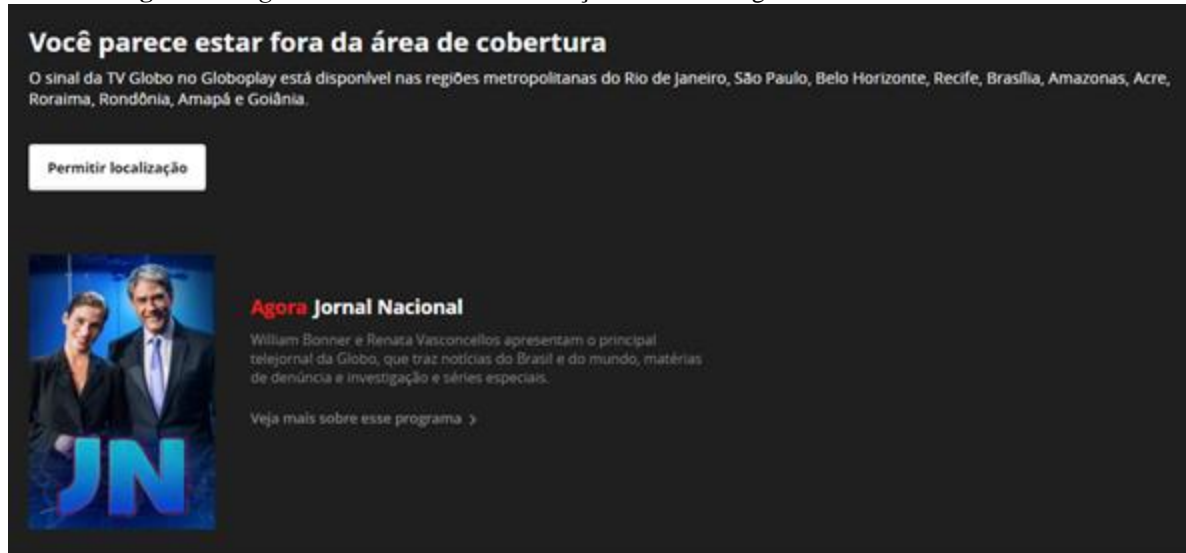
⁵ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4584236/>.

efeito de sentido de simultaneidade/ concomitância entre a programação enunciada na interface “*Agora na Globo*” da plataforma e a exibida na televisão.

3. 1 Interface “Agora na Globo”

Como já dito, a página “*Agora na Globo*” dava acesso aos usuários do Globoplay à programação da Rede Globo em tempo real pelo aplicativo. Entretanto, este acesso era limitado a determinadas áreas do país. Em julho de 2019, como indica a captura de tela do aplicativo acessado via *desktop* abaixo, a programação da Rede Globo estava disponível para as regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, de São Paulo, de Belo Horizonte, de Recife e de Brasília; para os estados do Amazonas, do Acre, de Roraima, de Rondônia e do Amapá; e para a cidade de Goiânia. Os internautas fora da área de cobertura, por sua vez, visualizavam a seguinte frase: “*Você parece estar fora da área de cobertura*”. Em substituição à programação em tempo real, a interface indicava o programa que estava no ar naquele momento.

Figura 5: “*Agora na Globo*” durante exibição do JN em regiões fora da área de cobertura



Fonte: Globoplay (2019). Captura de tela realizada pela autora em 25 de jul. de 2019.

Ao observar as estratégias de enunciação do Grupo Globo no que diz respeito à instauração do tempo no discurso, percebe-se uma intenção de conferir o efeito de sentido de presença (FECHINE, 2008) ao ambiente virtual. O Globoplay torna-se um “lugar comum de interação” (FECHINE, 2008) com a televisão e, por consequência, com o mundo, como se ele fosse uma extensão da TV e partilhasse com ela o efeito de sentido de presença. Pela plataforma, mesmo no caso de cidades impossibilitadas de assistir a programação ao vivo da

emissora, por meio da interface “*Agora na Globo*” o usuário tinha contato com o que estava sendo exibido no fluxo televisivo, ainda que não estivesse vendo a programação em fluxo propriamente dita. Criava-se um efeito de sentido de contato da interface “*Agora na Globo*” com o que estava sendo exibido na grade televisiva naquele momento e, conseqüentemente, com o que estava se passando no mundo. Dessa forma, a temporalidade televisiva “comum ao mundo”, de certo modo, estava sendo reproduzida no Globoplay.

Do ponto de vista discursivo, observam-se no Globoplay marcas enunciativas que configuram um mesmo tempo entre ele e a TV: um mesmo “agora”, mas em espaços diferentes: um “aqui” (plataforma digital) e um “lá” (canal *broadcasting* ou por assinatura da Globo). No caso das regiões em que não se podia assistir a programação em tempo real da Rede Globo pela plataforma, era a transposição do espaço “aqui” para o espaço “lá” que colocava o sujeito em conjunção com o seu objeto valor: a informação propagada pelo telejornal em tempo real. Assim, se o internauta localizado fora da área de cobertura da transmissão ao vivo da programação pelo aplicativo quisesse acompanhar a grade televisiva, deveria fazê-lo por meio dos canais abertos ou a cabo.

A análise das estratégias discursivas presentes na interface “*Agora na Globo*” do Globoplay referente ao dia 25 de julho de 2019 – período que antecedeu o acesso à programação integral da Rede Globo em fluxo na TV para todas as regiões do país - durante a exibição televisiva do Jornal Nacional permitiu identificar a construção de um efeito de sentido de continuidade no Globoplay, levando a plataforma de *streaming* a parecer uma extensão do canal televisivo, tendo em vista que as atualizações no ambiente virtual acontecem simultaneamente à exibição do telejornal na TV, exercendo as funções conativa e fática da linguagem (JAKOBSON, 1969).

3.1.1 Interface “*Agora na Globo*” para regiões fora da área de cobertura

Durante a transmissão do Jornal Nacional na grade televisiva, na interface “*Agora na Globo*” era exibida a foto padrão do telejornal com o seguinte título ao lado: “*Agora Jornal Nacional*”. Abaixo do título estava a descrição do programa: “*William Bonner e Renata Vasconcellos apresentam o principal telejornal da Globo, que traz notícias do Brasil e do mundo, matérias de denúncia e investigação e séries especiais*”. Tal enunciado enunciado (FIORIN, 2005) confere um efeito de sentido de contato do internauta com mundo “real” pela carga semântica nas marcas discursivas “*notícias*”, “*Brasil*” e “*mundo*”. Confere ainda ao enunciador o *ethos* de credibilidade por meio das marcas “*principal telejornal*” e “*Globo*”.

Podemos analisar a constituição desses enunciados também pela perspectiva das funções da linguagem (JAKOBSON, 1969). Dentre as seis funções concebidas por Roman Jakobson (1969), duas nos auxiliam a compreender os mecanismos presentes na plataforma de *streaming* da Globo: a função fática e a conativa. A primeira objetiva verificar a eficiência do canal. Isso significa prolongar ou interromper a comunicação, atrair a atenção do seu interlocutor ou verificar se ele permanece atento à mensagem. Já a função conativa da linguagem tem a sua ênfase voltada para o destinatário da comunicação. Segundo Barros (2002), esta última se constrói por diferentes procedimentos, entre os quais, o uso de segunda pessoa e do vocativo, por exemplo. “Esses textos produzem os efeitos de sentido de interação com o destinatário, a que se procura convencer ou persuadir, e de quem se espera, como resposta, atitudes e comportamentos, sejam eles linguísticos ou não” (BARROS, 2002, p. 35).

A palavra “*Agora*” em vermelho a destaca das outras e funciona como um ponto de captura da atenção do enunciatário. Exercendo a função fática, esta ancoragem temporal busca manter a ênfase no canal e atrair a atenção do destinatário. É a única em cor que está fora do padrão: preto e branco são as cores predominantes da interface e o azul reitera a identidade visual do *Jornal Nacional*. O arranjo enunciativo verbal “*Agora Jornal Nacional*” centralizado na interface produz um contraste pela manifestação cromática. São formas tipográficas destacadas do fundo preto. Entretanto, o cromatismo vermelho do “*Agora*” produz o efeito de sentido de simultaneidade e imediatismo, enquanto o cromatismo branco de “*Jornal Nacional*” produz o efeito de sentido do conteúdo disponibilizado. Assim, o “*Agora*” em vermelho destaca que o telejornal está acontecendo naquele momento, conferindo um efeito de sentido de urgência para o enunciatário, pois está em curso uma duratividade que projeta uma terminatividade.

Exerce também a função conativa da linguagem: por meio da manipulação por tentação, o destinador da comunicação busca convencer ao internauta fora da área de cobertura a ligar a TV naquele instante para assistir a programação exibida em *broadcasting* ou por assinatura. Modaliza o internauta, que assume o papel de sujeito, segundo um *querer-fazer*, um querer assistir a programação antes que ela termine. A transposição do espaço “aqui” (Globoplay) para o lá (televisão) demonstra a aceitação do contrato estabelecido. Fazendo isso, o enunciatário entra em conjunção com seu objeto-valor: a programação em tempo real, e é informado sobre as “*principais notícias do Brasil e do mundo*” por meio do *Jornal Nacional*, sendo essa a recompensa resultante da sanção positiva do destinador-manipulador. Há ainda uma manipulação por sedução, pois é estabelecido socialmente que o cidadão tem como dever se manter informado e que pessoas bem esclarecidas geralmente

sabem o que se passa ao seu redor. Para manter-se bem informado, portanto, deve assistir ao *Jornal Nacional* que está sendo exibido. Verifica-se também que todos os verbos do enunciado estão no presente. Esses elementos junto ao destaque da palavra “*agora*” constituem marcas de simultaneidade/ concomitância entre o discurso do Globoplay e da televisão.

Abaixo da descrição do programa, há o indicativo “*veja mais sobre esse programa*”, seguido de uma seta para a direita. Ao clicar sobre este *link* o internauta é direcionado para a página do *Jornal Nacional* dentro do aplicativo. Mais uma vez observa-se a função conativa da linguagem, centrada no destinatário e manifestada pelo verbo no imperativo, com o intuito de levá-lo à página do telejornal na plataforma. Nela encontramos as íntegras das edições anteriores do telejornal, bem como as matérias que compuseram a edição, organizadas por ordem cronológica. A interface “*Agora na Globo*”, por sua vez, é alterada concomitantemente ao início de cada novo programa.

Com base nos estudos realizados por Fachine (2008), consideramos que essas são estratégias de linguagem que sugerem uma concomitância entre o tempo televisual e o tempo da plataforma de vídeos na *web* e ajudam a construir marcas de simultaneidade. Tais procedimentos enunciativos exercem também a função fática da linguagem (JAKOBSON, 1969), pois conectam o internauta à programação da TV ao vivo no ambiente virtual, uma vez que remete ao que está passando na TV em tempo real.

Observa-se, portanto, a estratégia de vincular a grade de programação da TV aberta como conteúdo relevante do *Globoplay*. Nas regiões dentro da área de cobertura para transmissão da programação em tempo real pelo aplicativo, o internauta tinha a possibilidade de acessar a transmissão da grade televisiva pelo *Globoplay* concomitantemente à sua exibição na TV. Já aos internautas fora da área de cobertura, a interface mantém atualizada a informação de qual é a programação que está sendo exibida naquele momento, com o propósito de persuadi-los a sintonizar o canal em *broadcasting* ou a cabo para assistir à programação em tempo real. As estratégias de convencimento ocorrem na navegação direcionada por ancoragens da sintaxe discursiva em projeções temporais como “*agora*”, projeções espaciais como “*está fora da área*”, “*regiões metropolitanas*” e “*Amapá*”, e em projeções actoriais como “*Você*”, “*Jornal Nacional*” e a imagem dos apresentadores, estimulando o consumo de mídia cruzada enquanto as limitações tecnológicas não permitiam à plataforma englobar toda a programação da TV em tempo real para todos os internautas.

O fazer-fazer desta manipulação ocorre tanto por tentação como por sedução, pois leva o usuário a *querer* ligar a TV naquele instante, uma vez que há implícito o efeito de sentido

do valor positivo de se manter bem informado. A eventual adesão do enunciário ao contrato proposto, quer seja migrar para a televisão em tempo real, aberta ou por assinatura, quer seja acessar trechos do *Jornal Nacional* na própria plataforma do *Globoplay*, representa para o destinatador da comunicação a captura da atenção do destinatário em um ambiente no qual a hipertelevisão acomoda diferentes televisualidades.

3.2 “Agora na TV”

A transmissão ao vivo da programação da emissora atualmente acontece por meio da interface “*Agora na TV*” e está disponível para todas as regiões do país – embora ainda haja cidades fora da área de cobertura. A necessidade do isolamento social decorrente da pandemia de COVID-19, como já especificado no capítulo anterior, acelerou o processo de disponibilização integral da programação televisiva da Rede Globo pelo aplicativo aos usuários de todas as regiões do país durante o período de quarentena.

Com a ampliação da área de cobertura para a transmissão ao vivo da programação em fluxo televisivo pelo *Globoplay*, percebe-se que a plataforma de fato efetivou-se enquanto extensão da TV Globo. Com a inserção dos canais fechados, nomeados como “*Canais ao vivo*”, contudo, essa extensão se expandiu, sendo não só a extensão de um canal televisivo – a Rede Globo – como era antes, mas de todos os canais televisivos do Grupo Globo, sejam os abertos e gratuitos, como a própria Rede Globo e o Canal Futura, sejam os fechados, acessados anteriormente apenas por meio da contratação de pacotes de TV por assinatura.

No aplicativo, mantém-se também essa diferenciação. A programação da Rede Globo e do Canal Futura podem ser assistidas gratuitamente pela plataforma em tempo real, ao passo que, como já mencionado, para assistir aos canais “fechados”, antes acessíveis apenas por meio dos pacotes de TV por assinatura, é necessário contratar um pacote especial do serviço de *streaming*: o “*Globoplay + Canais ao vivo*”. Agora conectado à internet, o *Globoplay* remedia (BOLTER; GRUSIN, 2000) o universo televisivo do Grupo Globo, mantendo inclusive seus modelos mercadológicos tradicionais - como, por exemplo, a segmentação do acesso à programação dos canais fechados também na plataforma, deixando gratuita apenas a programação já oferecida gratuitamente pelo sistema televisivo aberto. O usuário passa então a ter outras possibilidades de acesso à programação dos canais televisivos da empresa de mídia além das já tradicionais formas de distribuição.

Como já discutido anteriormente, por meio da exibição em fluxo da programação dos canais televisivos do Grupo Globo na plataforma, o efeito de sentido de presença e o caráter

atual da transmissão direta são percebidos no ambiente virtual da mesma forma como são percebidos na televisão, uma vez que pela plataforma, agora o usuário tem contato direto com fluxo televisivo. Cria-se, portanto, um efeito de sentido de continuidade da TV no Globoplay. A interface “*Agora na TV*”, portanto, exerce a função fática da linguagem (JAKOBSON, 1969), tendo em vista que ela prolonga a comunicação dos canais televisivos do Grupo Globo.

Por meio do próprio nome dado à interface que dá acesso ao fluxo televisivo - *Agora na TV* – percebe-se que o Globoplay não se reconhece enquanto TV. O nome da interface é construído por meio de uma debreagem temporal enunciativa - “*Agora*” - somada a uma debreagem espacial enunciativa - “*na TV*”.

Segundo Fiorin (2005), a debreagem é um dos mecanismos de instauração de pessoas, tempos e espaço no discurso e pode ser tanto enunciativa quanto enunciva. A debreagem enunciativa “é aquela em que se instalam no enunciado os actantes da enunciação (*eu/tu*), o espaço da enunciação (*aqui*) e o tempo da enunciação (*agora*)” (FIORIN, 2005, p. 43-44 – grifo do autor). Dessa forma, os tempos da enunciação considerados como enunciativos, de acordo com Fiorin (2005, p. 44 - grifos do autor), são aqueles “ordenados em relação ao *agora* da enunciação”. Ou seja, estabelecendo o momento da enunciação como um marco zero do tempo e “aplicando-se a ele a categoria topológica *concomitância/não-concomitância (anterioridade/posterioridade)*, obtém-se o conjunto dos tempos enunciativos”.

Diante disso, compreende-se que o “*Agora*” que constitui o nome da interface “*Agora na TV*”, estabelece um tempo concomitante entre o conteúdo exibido nesta interface do Globoplay e o tempo da enunciação televisiva. Sendo assim, trata-se, como já dito, de uma debreagem temporal enunciativa.

Em relação à debreagem espacial enunciativa, considera-se “que todo espaço ordenado em função do *aqui* é um espaço enunciativo. Assim, o *lá* que se contrapõe ao *aqui* é enunciativo” (FIORIN, 2005, p. 44). Dessa forma, quando o destinador da comunicação enuncia o nome da interface *Agora “na TV*”, nota-se o reconhecimento da “TV” enquanto um “*lá*”, ou seja, um “outro” meio, fazendo um contraponto ao Globoplay, assumido neste caso como o espaço de referência “*aqui*”. Diante disso, o “*na TV*” é considerado como uma debreagem espacial enunciativa.

Observa-se, portanto, que a “TV” é enunciada como um meio “outro” (*lá*), exterior ao Globoplay, que também pode ser acessado pela plataforma. Se apenas a interface “*Agora na TV*” fornece acesso à “TV”, então se compreende que a plataforma não reconhece os conteúdos sob demanda enquanto televisão, mas em vez disso, entende como televisão os conteúdos audiovisuais em fluxo televisivo.

Diante disso, em um primeiro momento pode parecer que “*na TV*” se constitui enquanto uma *debreagem espacial enunciativa*. A *debreagem enunciativa* “é aquela em que se instauram no enunciado os actantes do enunciado (*ele*), o espaço do enunciado (*algures*) e o tempo do enunciado (*então*)” (FIORIN, 2005, p. 44 – grifos do autor). Fiorin (2005, p. 44-45) explica que “o *algures* é um ponto instalado no enunciado”. Dessa forma, “*na TV*” pode ser visto como um “*algures*”, ou seja, um ponto instalado no enunciado. Contudo, como vimos, “*na TV*” se constitui como um “*lá*” que contrapõe-se ao “*aqui*”, configurando-se como *debreagem espacial enunciativa*. Além disso, ainda que num primeiro momento a *debreagem espacial* possa parecer *enunciativa*, seu caráter *enunciativo* é reforçado pelo fato de a “TV” ser englobada pelo Globoplay. Ou seja, a “TV” está no mesmo “*aqui*” que o Globoplay: está no Globoplay, podendo ser acessada também pela plataforma. Sendo assim, aquilo que em um primeiro momento pode parecer uma *contradição*, pelo fato do enunciado apontar para um “*outro meio*” - a TV- quando na verdade esse “*outro meio*” pertence a ele - ao Globoplay -, se torna evidente a partir do momento em que se identifica a característica englobante da plataforma, que insere não só a TV, mas todo - ou quase todo - o conteúdo audiovisual do Grupo Globo em um único lugar: em um mesmo “*aqui*”.

Embora tenham sido apresentados os itens pelo quais a interface “*Agora na TV*” é composta, apenas a programação em fluxo televisivo da Rede Globo exibida na interface é de interesse desta pesquisa, mais especificamente a transmissão do Jornal Nacional ao vivo pela plataforma.

3.2.1 *Jornal Nacional em exibição no canal da Rede Globo*

Reforça-se a compreensão de que a interface “*Agora na TV*” do Globoplay é uma *remediação* (BOLTER; GRUSIN, 2000) do universo televisivo do Grupo Globo. O canal televisivo da Rede Globo, portanto, é *remediado* pela plataforma. Quando clicamos sobre o *link* que nos direciona para a interface “*Agora na TV*” somos colocados diretamente em contato com a programação exibida na Rede Globo naquele instante, como é possível observar abaixo. Embora haja outros canais televisivos ali, é como se a Rede Globo estivesse “*sintonizada*” automaticamente.

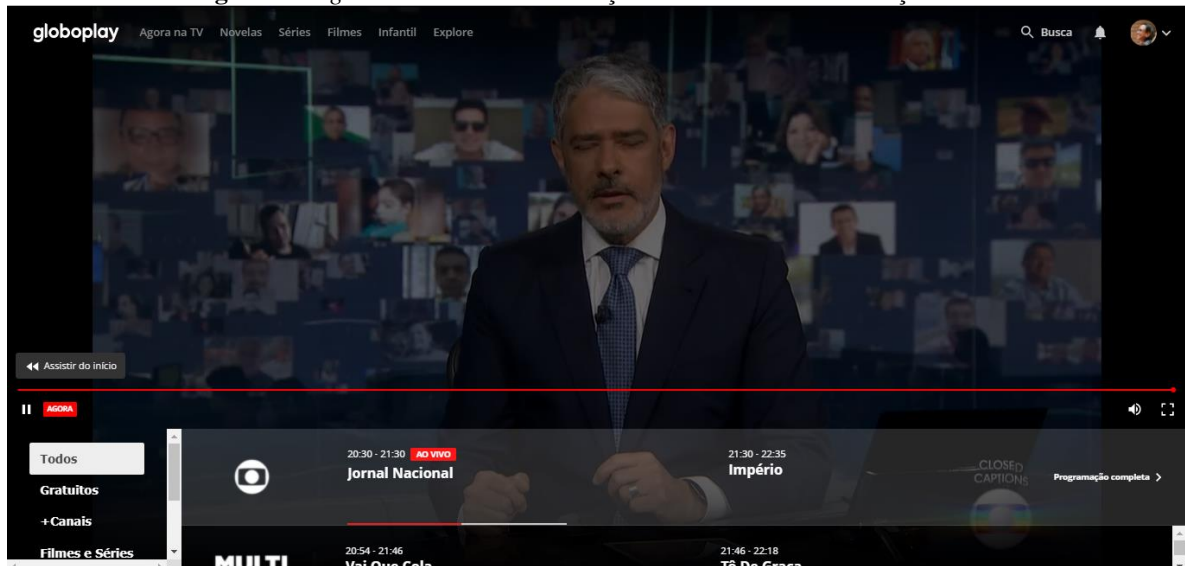
Figura 6: “Agora na TV” durante exibição do JN em fluxo televisivo



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 20 de set. de 2021.

Entretanto, se movimentamos o cursor sobre a tela, surge uma lista dos demais canais que podem ser acessados pela plataforma. Essa lista, inclusive, é bem semelhante às listas dos canais disponíveis nos serviços de TV por assinatura. Por meio da barra de rolagem na lateral esquerda da tela, é possível acessar a todos os canais, que também estão organizados e categorizados para facilitar os mecanismos de busca.

Figura 7: “Agora na TV” - movimentação do cursor durante exibição do JN



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

Destaca-se que as imagens aqui exibidas foram capturadas da tela de um *notebook*. Contudo, a interface do Globoplay possui um *desing* responsivo, que se adapta aos mais variados tipos de telas. Nesse sentido, o conteúdo central da interface “Agora na TV”

permanece o mesmo, apenas se ajustando à tela da melhor forma, de modo a facilitar a navegação do usuário em cada dispositivo. As capturas de tela do *notebook*, portanto, serão utilizadas como materiais de análise na maior parte do tempo, pela maior facilidade de acesso e de captura.

No que diz respeito à instauração do tempo no discurso, observa-se que no momento de exibição do Jornal Nacional pelo canal da Rede Globo na interface “*Agora na TV*”, o tempo presente é muito bem demarcado. A projeção temporal “*Agora*” presente na lateral esquerda da tela - capturada no dia 19 de agosto de 2021 - assim como o cromatismo vermelho que a destaca, produz efeito de sentido de simultaneidade/ concomitância entre o tempo presente e o tempo televisual. Além de conferir um efeito de sentido de imediatismo, o “*Agora*” em vermelho evidencia um tempo televisivo comum ao mundo, assim como uma simultaneidade entre a programação da Rede Globo exibida no Globoplay e a programação da Rede Globo exibida pelo tradicional sistema de TV aberto. Também nesse caso, essa demarcação temporal proporciona a percepção de uma duratividade em curso que projeta uma terminatividade.

A projeção de tal duratividade é, inclusive, reforçada pela linha vermelha que, no caso do acesso via *desktop*, se estabelece quase ao centro da tela quando movemos o cursor. O cromatismo vermelho da linha temporal indica que estamos acompanhando o fluxo televisivo simultaneamente à sua exibição na grade de programação. O pequeno círculo que se estabelece ao final da linha indica “onde” estamos localizados na linha do tempo televisual. Nesse caso, ele se localiza ao fim da linha, sinalizando o acompanhamento da grade de programação em tempo real e atuando como debragem espaço-temporal enunciativa. Ou seja, o cromatismo vermelho da linha e a localização do pequeno círculo ao final representam o momento próprio de enunciação da TV Globo.

Fiorin (2005, p. 42) aponta que “todo espaço e todo tempo organizam-se em torno do ‘sujeito’, tomado como ponto de referência”, que enuncia. Dessa forma, o espaço e o tempo se articulam em função do enunciador. “O *aqui* é o espaço do *eu* e o presente é o tempo em que coincidem o momento do evento descrito e o ato de enunciação que o descreve” (2005, p. 42, grifo do autor). O “*sujeito*”, o “*eu*” ou o “enunciador” projetado no discurso, nesse caso, é a própria Rede Globo.

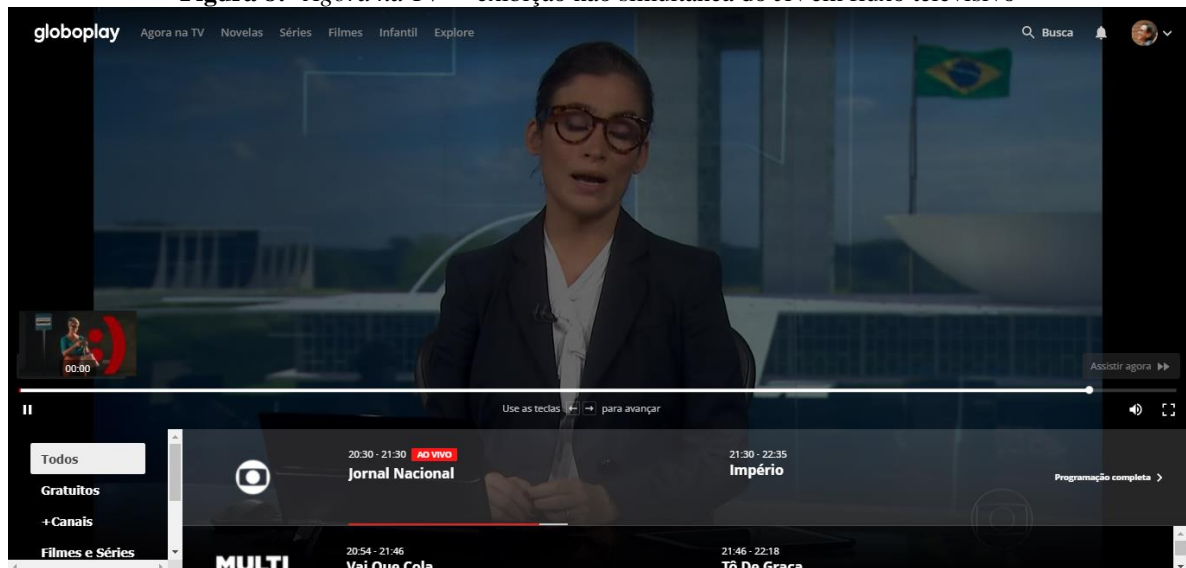
Ressaltamos a explicação de Fiorin (2005) de que o enunciador não necessariamente precisa ser figurativizado por seres humanos. Para tornar-se um enunciador, basta que “se dirija a ele, qualquer outro ser, concreto ou abstrato, presente ou ausente, existente ou inexistente” (2005, p. 42). Nesse caso, o enunciador é o canal televisivo da Rede Globo na

interface “*Agora na TV*”. No que diz respeito ao canal da Rede Globo, todo o tempo será articulado em todo do seu ato enunciativo, “porque a enunciação é o lugar de instauração do sujeito e este é o ponto de referência das relações espaço-temporais, ela é o lugar do *ego, hic et nunc*”(FIORIN, 2005, p. 42).

Por meio do *desktop* é possível retroceder na linha do tempo televisual e assistir ao fluxo televisivo com certo atraso. A própria plataforma, ainda durante esse período – agosto de 2021 - incentiva esse tipo de consumo, tendo em vista que ela deixa evidente na lateral esquerda da tela, acima da linha temporal, o comando “*assistir do início*” – como ilustrado na figura acima -, que possibilita ao usuário assistir aquela programação que está sendo exibida desde o início no fluxo televisivo. Nesse caso, a linha temporal que demarca o desenrolar do tempo televisual não mais apresenta o cromatismo vermelho, mas em vez disso, o cromatismo branco. Esse cromatismo branco, portanto, promove o efeito de sentido de consumo televisual não simultâneo/ não-concomitante ao tempo televisivo. Dessa forma, se o cromatismo vermelho da linha demarcava o fluxo televisivo com valor de enunciação, o cromatismo branco demarca o fluxo televisivo com valor de enunciado, produto da enunciação consumido fora do ato enunciativo. O círculo que indica o fim dessa linha branca – *debreagem* espaço-temporal enunciativa -, apontando a localização do usuário em relação ao tempo televisual, por sua vez, também retrocede, não ficando mais localizado na extremidade direita da linha. Dessa forma, aponta a quantidade de atraso com a qual a programação está sendo consumida em relação ao desenrolar do fluxo televisivo em “tempo real”.

O restante da linha temporal que se estende além da linha temporal com cromatismo branco, apresenta cromatismo cinza, ficando quase transparente, como é possível observar abaixo. Esse cromatismo cinza indica o tempo televisual que já existe, mas que o usuário ainda não está vendo, ou seja, demarca a quantidade de enunciado já produzido pelo ato da enunciação da Rede Globo representado pelo fluxo televisivo, mas ainda não consumido pelo usuário.

Figura 8: “Agora na TV” - exibição não simultânea do JN em fluxo televisivo

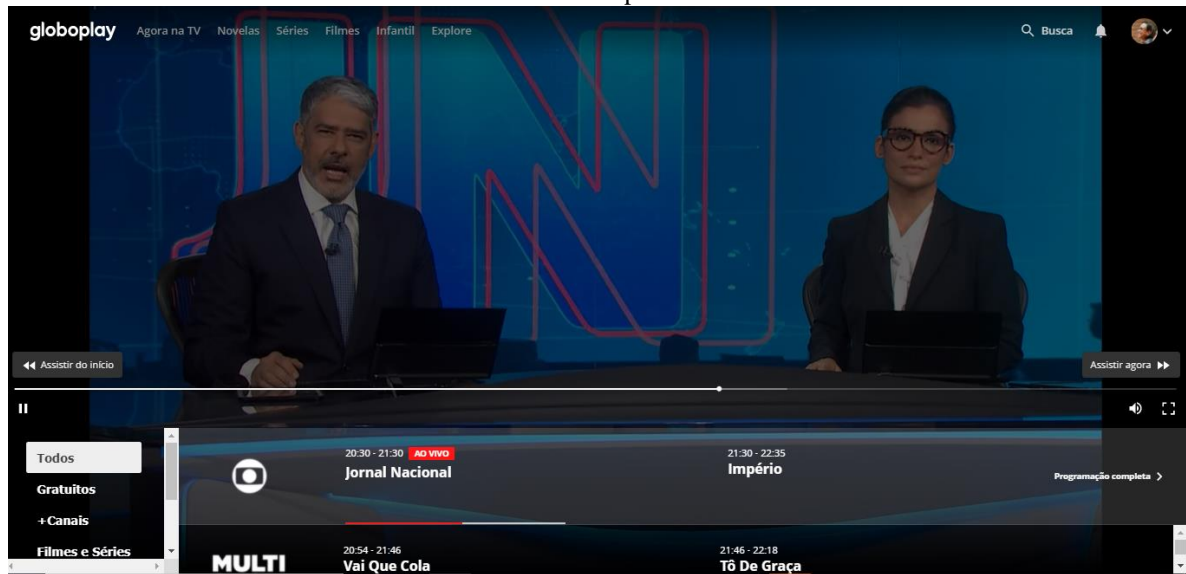


Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

A figura acima indica a localização temporal do fluxo televisivo para o qual o usuário foi direcionado quando clicou sobre “assistir do início”. No caso, como é evidente, ele foi levado ao momento em que o programa teve início na grade de programação. O círculo da linha do tempo, agora na cor branca, demonstra a localização do usuário em relação ao tempo televisual. A linha branca, por sua vez, determina a programação anterior ao início do telejornal, enquanto a linha cinza, quase transparente, indica a quantidade de telejornal que já foi exibida em tempo real, mas ainda não foi consumida pelo usuário. Nesse momento, aparece o comando “Assistir agora”. Clicando sobre esse comando, o usuário é levado a assistir a programação em tempo real. Ressalta-se que não necessariamente o usuário necessita clicar sobre esses comandos. Ele também pode optar por mover o círculo “manualmente”, se dirigindo a outros pontos da linha temporal que não necessariamente o momento do início do programa nem o momento do “agora” televisivo. Esses dois comandos, entretanto, estabelecem as duas projeções temporais televisuais mais comuns: o “agora” e o “início” da programação no fluxo televisual.

Quando o usuário está assistindo a programação em fluxo com certo atraso, já tendo passado do início do programa, a plataforma deixa em evidência as duas opções de comando: “Assistir do início” e “Assistir agora”, como é possível observar na imagem abaixo. Nesses comandos observa-se a instalação de duas debreagens temporais enunciativas: “Agora” e “início”, ambas fazendo referência ao tempo de enunciação do telejornal. “Agora” diz respeito ao próprio momento de sua enunciação, enquanto “do início” diz respeito ao momento em que ele começou a ser exibido.

Figura 9: Comandos “assistir do início” e “assistir agora” durante o consumo do fluxo televisivo não simultâneo ao tempo televisivo.



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

É importante ressaltar que essa linha temporal demarca um espaço de tempo de aproximadamente uma hora e meia, sendo possível, portanto, assistir com atraso a até uma hora e meia da programação por meio da interface “Agora na TV”. Assim, só é possível “Assistir do início” a programação que está sendo exibida naquele instante, no caso, o Jornal Nacional. Não é possível, por exemplo, “Assistir do início” ao programa anterior. Se o usuário volta na linha temporal para assistir à programação anterior, o comando “Assistir do início” não aparece novamente a fim de levá-lo ao início daquela programação que já “terminou” no fluxo televisivo. Nesse momento, apenas o comando “Assistir agora” fica evidente na tela.

Nessa remediação da televisão no Globoplay, houve uma hibridização da linguagem televisiva com a linguagem da *web*. Conforme explanado no primeiro capítulo, para Kilpp (2018b, p. 5), na televisão off-line - aquela que não necessita de internet para exibir sua programação -, há sempre o sentido de fluxo, enquanto no on-line, prevalece o sentido de arquivo. Sendo assim, a possibilidade de pausar, retroceder e avançar o fluxo televisivo durante a exibição da programação linear realmente confere um efeito de sentido de arquivo ao fluxo, de algo que está gravado e que se desenrola por meio da ação do usuário. Entretanto, isso só acontece quando o usuário move o cursor sobre a tela, ou seja, quando ele se propõe a interagir com a tela, pois, ao clicar na interface “Agora na Globo” a programação da Rede Globo é exibida automaticamente de maneira linear, sem que o usuário da plataforma tenha que realizar nenhuma outra ação além dessa. O sentido de arquivo, portanto, em certa medida, é limitado, até mesmo porque apenas uma hora e meia de programação fica disponível para

ser acessada como “arquivo” dentro do fluxo temporal televisivo. Essas questões, por sua vez, são suficientes para demonstrar um hibridismo de linguagens, uma vez que o efeito de sentido de fluxo se dilui no efeito sentido de “arquivo”, fenômeno este característico à remediação, tendo em vista a coexistência de uma linguagem já consolidada pelo meio televisivo com características próprias da lógica do banco de dados (MANOVICH, 2015).

Pelas *smart TVs*, contudo, esse efeito de sentido de “arquivo” na interface “*Agora na TV*” não existe. Ao conectar-se a ela, a programação da Rede Globo é exibida automaticamente, não sendo possível interagir com ela: não se pode pausar e nem retroceder o fluxo televisivo em exibição. Dessa forma, a linha temporal que se estabelece no *desktop*, assim como a projeção “agora” que aparece próxima a essa linha, portanto, não aparecem na televisão. O usuário pode apenas trocar os canais televisivos ou navegar entre as categorias que os organizam na interface. Supõe-se que futuramente tais recursos estarão disponíveis na plataforma também para as *smart TVs*, mas até o momento, observa-se que a exibição do conteúdo em fluxo televisivo via *smart TV* privilegia a linguagem televisiva em sua forma original: o fluxo, sem hibridismos.

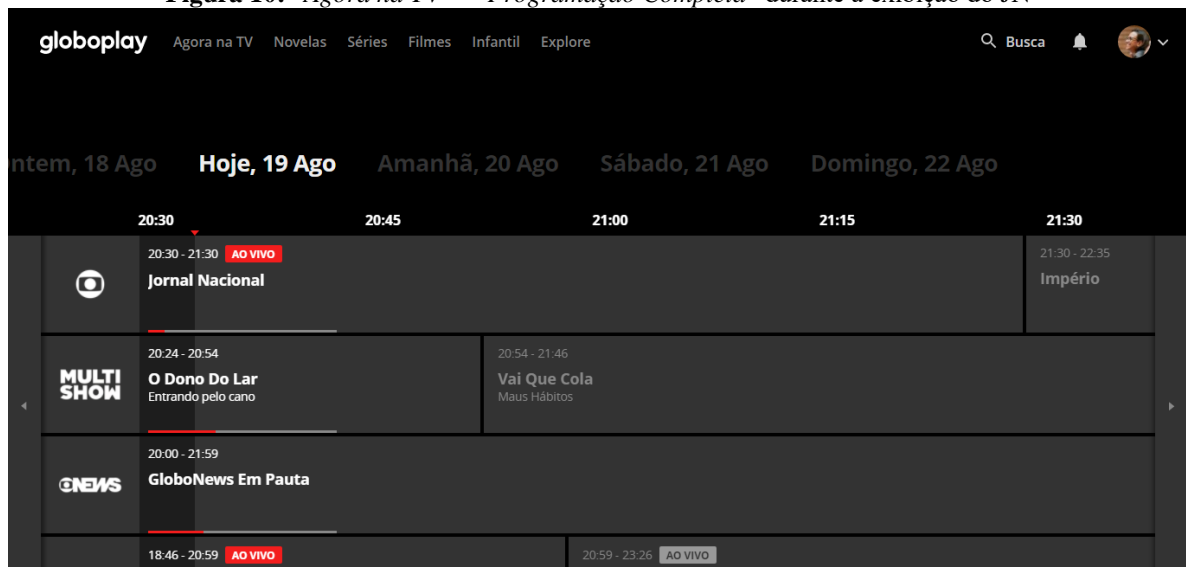
Paralelamente a isso, também destacado na interface por meio do cromatismo vermelho está a demarcação “*Ao vivo*”, indicando que o telejornal está acontecendo naquele momento, ou seja, representando o momento mesmo da enunciação. Essa demarcação também confere o efeito de sentido de “atualidade” e de “imediatismo” ao programa exibido via *streaming* e “contamina” até mesmo as matérias gravadas exibidas no telejornal com um efeito de sentido de “atualidade”. Os dispositivos técnicos que constituíram a linguagem televisiva, como a transmissão direta, o “ao vivo” e o fluxo televisivo, portanto, se atualizam também no Globoplay, atualizando, assim, a linguagem televisiva na plataforma e mantendo os efeitos de sentido conferidos ao telejornal no meio televisivo, neste novo meio.

Assim, por meio das projeções temporais “*Agora*”, “*Ao vivo*” e da linha temporal que se estabelece na tela demarcando simultaneidade entre o tempo televisivo e o tempo real, os efeitos de sentido de imediatismo, atualidade e simultaneidade, característicos do telejornalismo, se atualizam na plataforma, implicando a promoção também dos efeitos de sentido de “verdade” e objetividade”, tendo em vista a capacidade que a articulação de dispositivos expressivos como transmissão direta e o “ao vivo” tem de promovê-los – como já discutido no segundo capítulo.

3.2.2 “Programação completa”: projeções temporais na indicação do Jornal Nacional como parte da programação

O enunciado “*programação completa*” presente no canto direito da faixa indicativa do canal da Rede Globo dá acesso a uma lista que indica os dias e horários de exibição de todos os programas dos canais pertencentes ao Grupo Globo, como está ilustrado abaixo. Esse tipo de funcionalidade é típico dos serviços de TV por assinatura, sendo, portanto, uma forma de remediá-lo. A programação, por sua vez, é ancorada pela data de sua exibição. As datas têm sempre como referente o tempo presente: o “Hoje”, constituindo-se, portanto, mais uma vez como debreagens temporais enunciativas. Dessa forma, são demarcados temporalmente apenas o “Ontem” e o “Amanhã”. Assim, o tempo televisivo comum ao mundo, ressaltado na grade de programação em fluxo televisivo (FECHINE, 2008), é também atualizado no Globoplay, tendo em vista que a projeção da grade televisiva também é articulada em função do tempo presente.

Figura 10: “Agora na TV” - “Programação Completa” durante a exibição do JN



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

A imagem acima ilustra isso. Na linha temporal que se estabelece na parte superior da tela, o dia 19 de agosto é tomado como o “Hoje”. Dessa forma, o dia 20 de agosto, é denominado como “Amanhã”, enquanto o dia 18 de agosto é denominado “Ontem”, tendo em vista que o então presente, ou seja, o dia 19 de agosto é o ponto de referência. Os demais dias do mês, por sua vez, são identificados segundo o dia semana de ocupam. Com o passar dos dias, portanto, as projeções temporais “Ontem”, “Hoje” e “Amanhã” são substituídas pelos

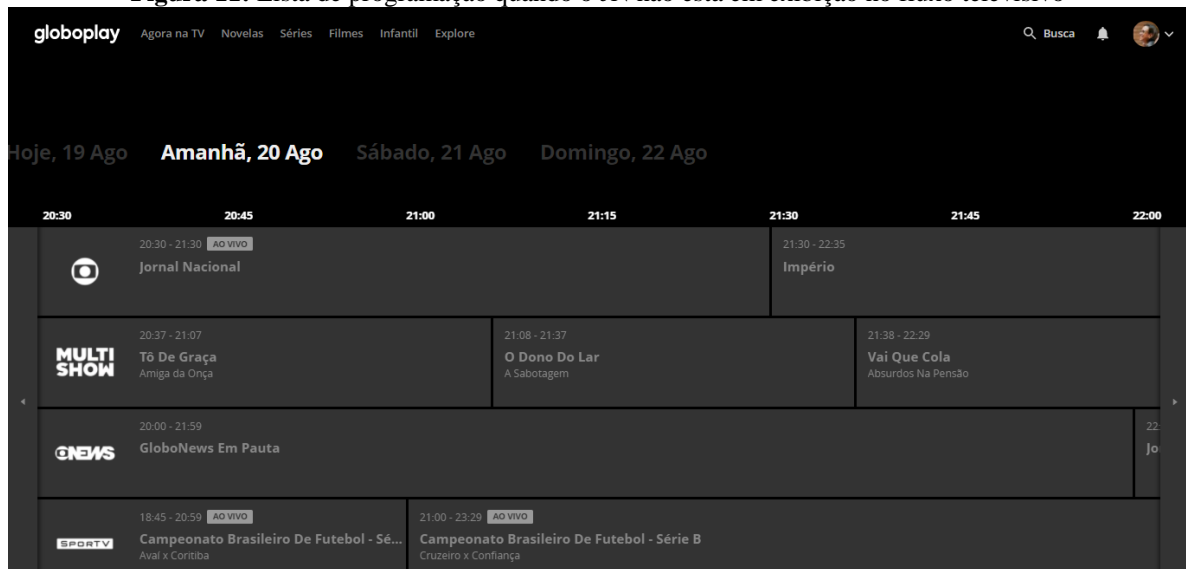
dias da semana que ocuparam ao longo do ano e outras datas recebem as projeções temporais de “Ontem”, “Hoje” e “Amanhã”, sempre tendo como referência o tempo presente.

Paralelamente, observa-se que o dia televisivo na lista de programação é dividido em espaços de 15 minutos a fim de indicar os horários de início e de término de cada programa. A imagem acima é resultado de uma captura da tela do *link* “*programação completa*” no momento de exibição do Jornal Nacional. De todas as listas de canais que aparecem na tela, apenas a programação referente à TV Globo é de interesse desta pesquisa. Observa-se ainda que nessa lista o Jornal Nacional é apresentado como um programa que se desenvolve “ao vivo”. O enunciado “ao vivo” somado ao cromatismo vermelho promove um efeito de sentido de programa em exibição com transmissão ao vivo. Além disso, é estabelecida uma linha temporal também em vermelho produzindo efeito de sentido de tempo decorrido.

Clicando sobre as setas laterais, podemos percorrer toda a grade de programação e assim ter acesso à indicação dos programas que serão ou que foram exibidos em outros dias horários. Quando, ao percorrê-la, chegamos à indicação do horário de exibição do Jornal Nacional do dia seguinte ou do dia anterior, ou quando acessamos a indicação do programa fora do seu horário de exibição, percebemos que a linha temporal que se estabelece abaixo do nome do programa quando ele está em exibição, indicando o tempo decorrido em vermelho, desaparece, como está ilustrado na imagem abaixo, promovendo um efeito de sentido de programa em estado de “não-exibição”.

A demarcação “ao vivo”, por sua vez, está ali presente, mas sem o cromatismo vermelho. Em vez disso, apresenta cores acinzentadas misturando-se ao restante da interface. O enunciado “Ao vivo”, então, permanece constantemente ancorado à indicação do Jornal Nacional, a fim de enunciar que o programa é diariamente desenvolvido e exibido “Ao vivo”. No momento de sua exibição, então, esse enunciado recebe um destaque especial, de fato, promovendo efeito de sentido de programa em exibição e transmitido ao vivo. Percebe-se, assim, que a plataforma preza pela vinculação do enunciado “ao vivo” à indicação do telejornal, mesmo quando ele não está sendo transmitido, como forma de reforçar a uma permanente atualidade noticiosa do programa.

Figura 11: Lista de programação quando o JN não está em exibição no fluxo televisivo



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

Quando navegamos pela grade de programação, podemos clicar sobre os programas que temos interesse para termos mais informações a seu respeito. Assim, são indicados o canal, o dia, e o horário em que é exibido o programa, bem como o seu nome e uma breve sinopse. Mais uma vez essa estrutura lembra bem a apresentada aos contratantes dos serviços de TV por assinatura em relação ao conteúdo da sua grade de programação.

Figura 12: Box de informações sobre o JN

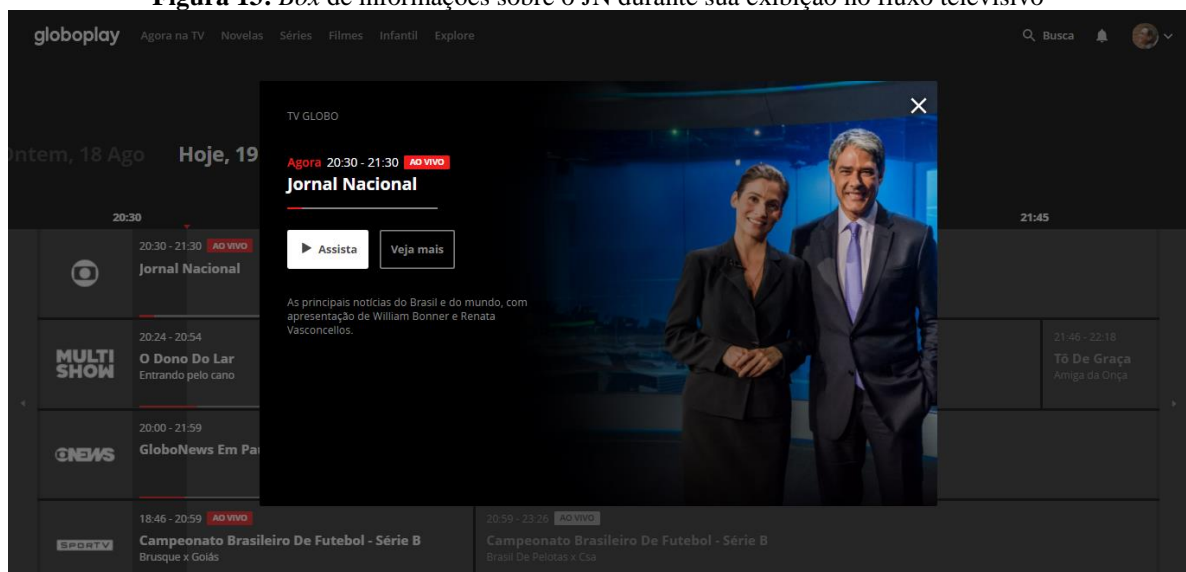


Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

Quando clicamos sobre a programação do “Jornal Nacional”, portanto, um *box* com as informações a respeito do programa se expande na tela, como demonstrado na imagem acima. Dessa forma, nota-se o nome do canal: *TV Globo* – debreagem espacial; o dia da semana em que é exibido e seu horário de exibição: *20:30 – 21:30* – debreagem temporal; e, com maior destaque, o nome do programa: *Jornal Nacional*, seguido de sua descrição: “*As principais notícias do Brasil e do mundo, com apresentação de William Bonner e Renata Vasconcellos*”.

Se o conteúdo sobre o qual clicamos está em exibição naquele momento, a esse *box* são acrescentadas as projeções temporais observadas até então que têm como referência o tempo presente. O “Agora” em vermelho substitui o dia da semana em que o programa vai ao ar, assim como a coloração acinzentada do “Ao vivo”, que até o momento conferia a esse enunciado um efeito de sentido de não-exibição em fluxo televisivo, também é substituída pelo cromatismo vermelho, conferindo-lhe destaque na interface. O acionamento da cor vermelha faz com que seja projetado um efeito de sentido de exibição simultânea/concomitante e de imediatismo. Entre o “Agora” e o “Ao vivo”, por sua vez, permanece a indicação do horário de início e fim do programa, projetando sua duratividade. Como é possível observar, as ancoragens temporais permanecem em uma mesma linha enunciativa. Entretanto, abaixo do nome do telejornal é adicionada outra projeção temporal: uma linha que, em vermelho, demarca o tempo de programação decorrido, reforçando sua duratividade.

Figura 13: *Box* de informações sobre o JN durante sua exibição no fluxo televisivo



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

Desse modo, quando o telejornal está sendo exibido, tudo o que se refere a ele dentro da interface “*Agora na TV*” traz elementos que apontam para uma simultaneidade/

concomitância com o tempo televisivo, bem como promovem efeito de sentido de imediatismo e atualidade. O cromatismo vermelho, por sua vez, mais do que conotar urgência e imediatismo, é a própria actorialização do tempo presente na enunciação.

Dessa forma, o efeito de “ao vivo” e a transmissão direta são recursos da linguagem televisiva muito explorados também no ambiente digital. Todas essas projeções temporais, por sua vez, reforçam o efeito de atualidade não só característicos como também necessários ao telejornalismo. Compreende-se que o destinador da comunicação reconhecesse que a televisão ainda se sustenta por meio desse recurso de linguagem e que o interesse pelo fluxo televisivo pode ser ainda maior quando o conteúdo exibido é enunciado como um conteúdo “Ao vivo”. Esse é o caso de todos os telejornais. Entretanto, convém ressaltar que essa demarcação não é exclusiva do telejornal. Todos os programas realizados “Ao vivo”, recebem essa indicação em vermelho, recebendo destaque em relação ao restante da interface, o que constitui uma forma de conferir valor ao fluxo de exibição de conteúdos audiovisuais, enquanto modo de distribuição.

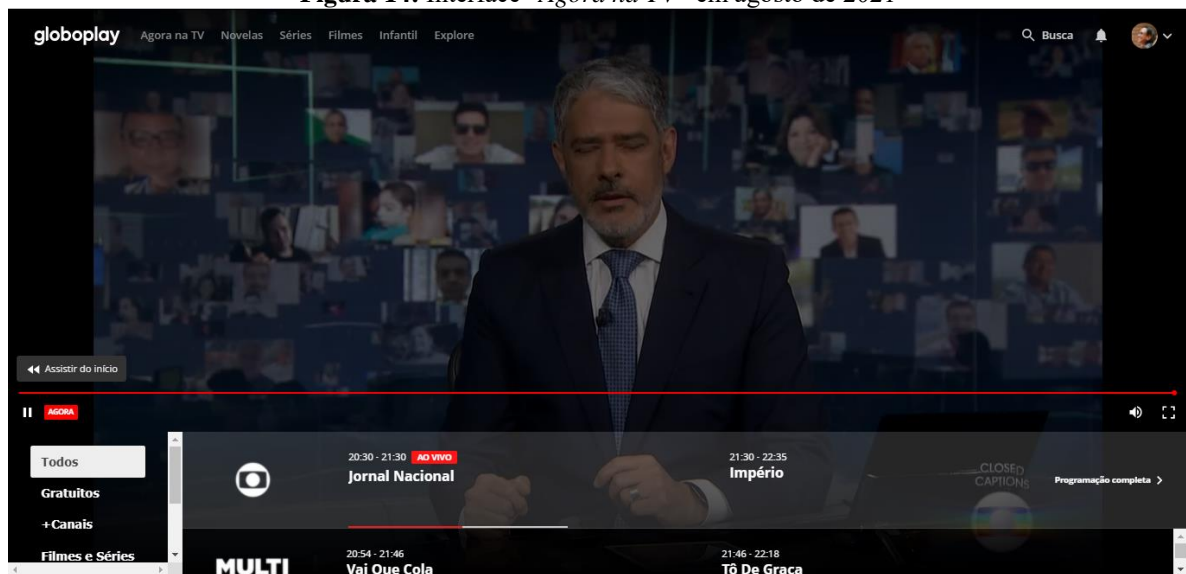
3.2.3 Alteração nas projeções temporais do canal da Rede Globo

No processo de constante adequação da interface, tendo em vista que o Globoplay é um objeto dinâmico, contudo, foram observadas, em setembro de 2021, algumas alterações nas projeções temporais do canal da Rede Globo na interface “*Agora na TV*”. Anteriormente, no espaço destinado à demarcação textual da programação do canal da TV Globo era indicado com certo destaque o nome do programa em exibição – no caso, *Jornal Nacional* – e acima dele o seu horário estipulado de início e de fim na grade televisiva, seguido do enunciado “Ao vivo” em vermelho. Com a alteração observada, na faixa destinada à exibição da programação da Rede Globo, no momento de exibição do *Jornal Nacional*, há apenas o enunciado “*Agora na Globo*” somado à indicação de “ao vivo”.

A indicação do programa que será exibido em seguida na faixa destinada ao canal da Rede Globo também foi retirada. Da mesma forma, o comando “*Assistir do início*” – localizado anteriormente acima da linha temporal vermelha, no canto esquerdo da tela - que levava o usuário a assistir a programação em exibição desde o seu início na grade televisiva – no caso do acesso via *desktop* - também não está mais disponível. No acesso via *desktop*, a linha temporal vermelha que indica o consumo do fluxo televisivo em tempo real, por sua vez, ainda permanece, assim como a projeção temporal “*Agora*” em vermelho logo abaixo dela na lateral esquerda da tela. Observa-se, assim, no *desktop*, uma duplicação da projeção temporal

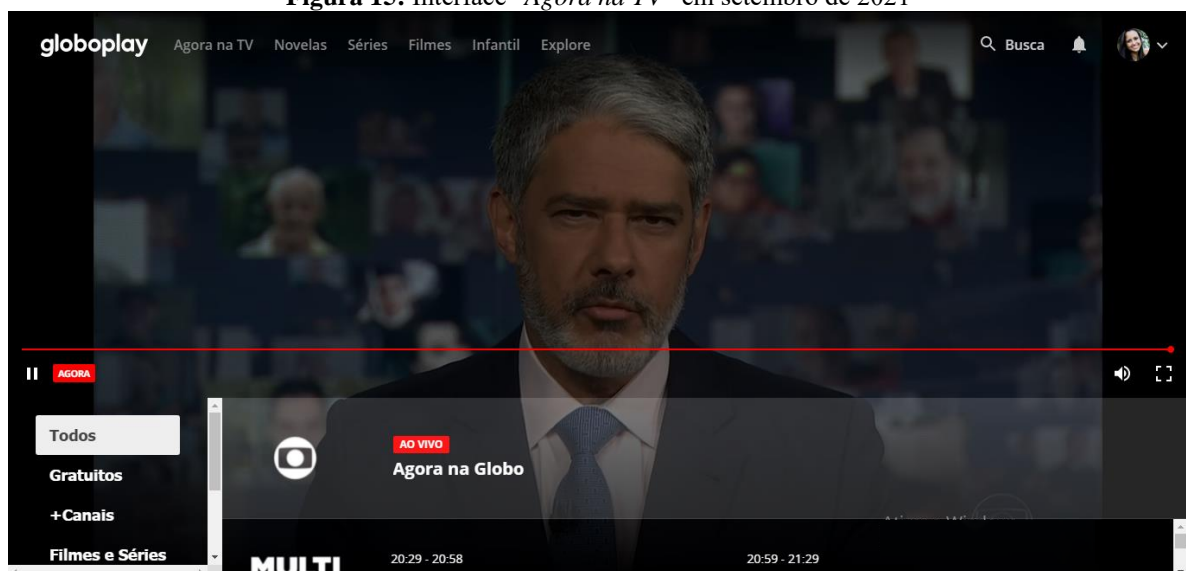
“Agora”: uma em um *box* vermelho na lateral da tela e outra na própria faixa indicativa do canal da TV Globo, por meio do enunciado “Agora na Globo”. Abaixo essas alterações podem ser comparadas. A primeira imagem é uma captura de tela da interface “Agora na TV” durante a exibição do Jornal Nacional realizada no dia 19 de agosto de 2021; a segunda, por sua vez, é uma captura de tela da mesma interface realizada no dia 21 de setembro do mesmo ano.

Figura 14: Interface “Agora na TV” em agosto de 2021



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 19 de ago. de 2021.

Figura 15: Interface “Agora na TV” em setembro de 2021



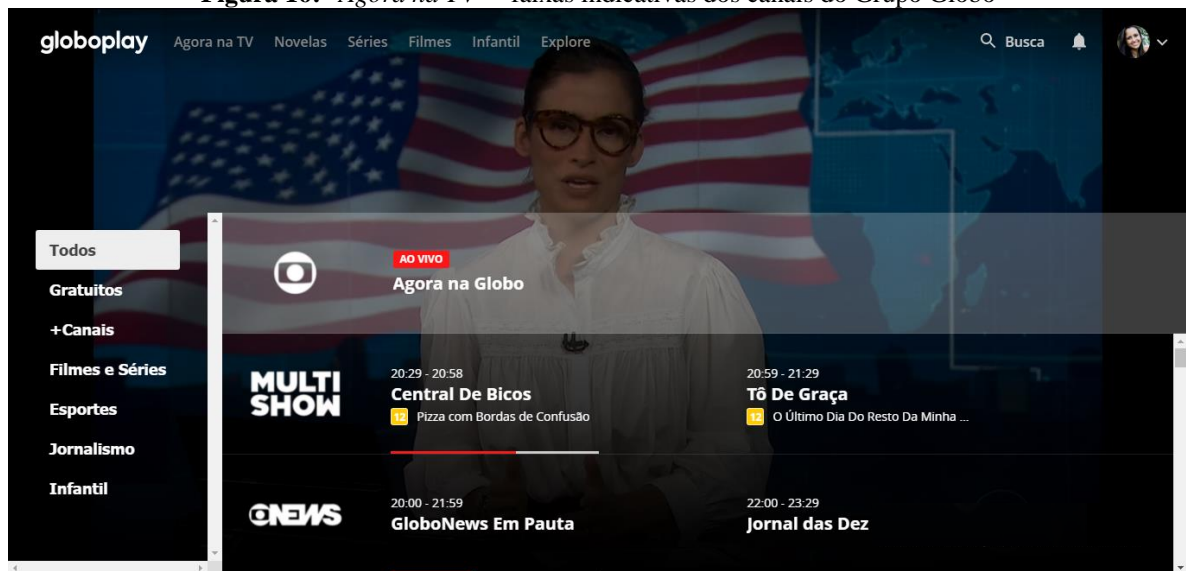
Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 21 de set. de 2021.

No caso do acesso via *smart TV*, retomamos que a linha temporal vermelha, que permite ao usuário se movimentar pelo fluxo, assim como a demarcação temporal “Agora”,

abaixo dela, já não existiam anteriormente e permanecem não existindo. Dessa forma, nas *smart TVs* não há essa duplicação da projeção temporal “Agora” acima especificada, permanecendo apenas o enunciado “Agora na Globo” na faixa indicativa do canal da Rede Globo.

É importante ressaltar que apenas os elementos da faixa referente ao canal da Rede Globo foram alterados. As faixas que indicam a programação dos demais canais do Grupo Globo permanecem da mesma forma, apresentando o nome dos programas e seu horário de exibição. Além disso, também continuam indicando qual o programa será exibido em seguida, como pode ser observado na imagem a seguir.

Figura 16: “Agora na TV” - faixas indicativas dos canais do Grupo Globo



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 21 de set. de 2021.

A respeito dessas mudanças, consideramos o fato de que a TV Globo se consolidou principalmente enquanto um canal da televisão aberta. Nesse formato, as informações que o telespectador tem a respeito dos programas da grade são aquelas fornecidas por meio de anúncios dentro do próprio fluxo televisivo, quando durante a programação ou durante os intervalos comerciais são exibidas as chamadas dos programas. Para saber o nome do programa em exibição, por sua vez, caso ele não seja familiar, é necessário esperar pelas vinhetas que rodam na tela antes e depois dos comerciais. O horário de início e de término de um determinado programa, por sua vez, é algo já consolidado na memória do telespectador. Alguns tipos de programas, contudo, na volta do comercial, anunciam qual o bloco do programa que está se iniciando. Dessa forma, na transmissão pela televisão aberta a Rede Globo não se beneficia propriamente de algum indicador extra, além dos próprios GCs que

surtem no écran do televisor durante a programação. Isso foi algo que se tornou mais comum com os programas de TV por assinatura.

Compreende-se essa alteração, portanto, como um teste do Grupo Globo em relação à forma de enunciar a programação da Rede Globo, privilegiando seu modelo comercial tradicional, que não dá acesso ao telespectador a nenhuma informação extra senão aquela fornecida durante o próprio fluxo televisual. Dessa forma, o canal televisivo da Rede Globo, que tem grande prestígio na televisão aberta e se enuncia na interface “*Agora na TV*” como um canal gratuito, se afasta do modelo de TV por assinatura. Isso se faz coerente quando apontamos o fato de que o canal da TV Globo no Globoplay não faz parte do conjunto de canais pagos, podendo ser acessado sem a contratação de nenhum pacote do serviço de *streaming*. Assim, observa-se que o destinador da comunicação busca aproximar o canal televisivo da Rede Globo dentro do Globoplay do modelo televisivo de televisão aberta.

Prova disso é que, quando movimentamos o cursor sobre a lista dos demais canais, o enunciado “*programação completa*” fica aparente na tela como um *link* que direciona o usuário à lista de programas daquele canal, indicando seu dia e horário de exibição – anteriormente, esse *link* ficava fixo na faixa indicativa de cada um dos canais; após a alteração ele fica visível apenas mediante a movimentação do cursor sobre a tela. Todavia, quando movemos o cursor sobre a faixa referente ao canal da Rede Globo, esse *link* não aparece. Mais uma vez essa estratégia nos remete às estratégias adotadas pelos serviços de TV por assinatura, uma vez que, se o telespectador tradicional se conecta ao canal da TV Globo pela televisão aberta, ele não possui acesso a nenhuma lista de programação. Entretanto, se ele acessa a TV Globo entre os canais cujo acesso é fornecido mediante a contratação de pacotes de TV por assinatura, então, o telespectador consegue ter acesso à lista de programação da Rede Globo.

Da mesma forma acontece no Globoplay: embora o *link* para a “*programação completa*” não apareça quando o usuário movimenta o cursor sobre o canal da Rede Globo, ele consegue ter acesso à sua programação quando acessa o *link* para a programação completa que aparece sobre qualquer outro canal fechado da Rede Globo. Compreende-se essa possibilidade de acesso do usuário não contratante do pacote “*Globoplay + canais ao vivo*” à lista da grade de programação dos canais do Grupo Globo como uma estratégia de modalização do usuário à contratação deste pacote segundo um *querer fazer*. Ao utilizar esse mecanismo de autorreferencialidade do qual se constitui a lista de programação, o Globoplay pode modalizar o usuário por tentação, tendo em vista que à sua frente se expande uma lista

de programas que são restritos a ele, podendo ser acessados apenas mediante contratação de pacote específico da plataforma.

É válido lembrar ainda que o enunciado “*Agora na Globo*” que substitui a indicação do programa em exibição é o mesmo que dava nome à interface “*Agora na TV*” anteriormente. “*Agora na Globo*” era o nome dessa interface quando nela era exibida apenas a programação da Rede Globo. Considera-se essa estratégia, portanto, como uma maneira de retomar o modelo de transmissão da programação da emissora no Globoplay inicialmente, que tinha como referência o padrão de transmissão da televisão aberta. Nessa fase inicial de disponibilização do conteúdo da Rede Globo no Globoplay, não era apresentada ao usuário a lista indicativa da grade de programação da emissora na interface “*Agora na Globo*”. Tal interface se restringia unicamente a exibir programação em fluxo televisivo.

Algo que corrobora a compreensão de que o canal da Rede Globo no Globoplay está tomando como referência o canal da emissora em televisão aberta é o fato de o comando “*Assistir do início*”, anteriormente disponível no acesso via *desktop*, não estar mais disponível na interface. Entende-se que ela deixou de facilitar ao usuário o consumo da programação em fluxo fora do “tempo real”, não mais o direcionando ao momento do início do programa em exibição na grade televisiva. Caso o usuário que se conecta ao fluxo televisivo após o início do programa deseje assisti-lo desde o início, ele deve movimentar o círculo da linha temporal até encontrar o momento exato de início do telejornal – ou do programa em exibição – assistindo-o então a partir dali.

Se assim ele o faz, ou seja, se o usuário move o cursor sobre a linha temporal passando a assistir a programação em um tempo não simultâneo ao tempo televisivo, então surge na tela o comando “*Assistir agora*”. Diante disso, compreende-se que a plataforma, enquanto destinadora da comunicação, busca modalizar o usuário a um *querer/dever* assistir a programação em tempo real. Embora o Globoplay ofereça a possibilidade de consumo de fluxo televisivo enquanto arquivo, a plataforma ainda possui o consumo do fluxo televisivo simultâneo enquanto padrão, estimulando-o e aproximando-se da forma de consumo televisivo da Rede Globo em sistema aberto. O Globoplay, por meio da interface “*Agora na TV*” busca, então, modalizar o internauta a se organizar para assistir ao telejornal – ou outro programa – dentro do fluxo televisivo em tempo real. Caso isso não seja possível, todavia, ele fornece ferramentas que facilitam a navegação do usuário pelo conteúdo já exibido, mas esse não é mais o padrão de consumo estimulado pela plataforma.

3.2.4 “Assista o vivo”: outra forma de acesso à interface “Agora na TV”

Quando o Globoplay é acessado pelo *smartphone* por meio do aplicativo, em sua interface inicial, ao descer um pouco a tela, o usuário se depara com uma subdivisão de categoria denominada “Assista ao Vivo”. Na parte superior, ocupando a maior parte da tela, é exibido um carrossel com indicações de filmes e séries que estão em destaque na plataforma, acompanhados de breve descrição. Logo abaixo há a categoria “Novidades”, seguida da categoria “Continue assistindo”. Posteriormente, há então a categoria “Assista ao vivo”.

A programação da Rede Globo é a primeira a compor a lista de canais exibidos em “Assista ao vivo”. Para ver toda a listagem, é necessário que o usuário deslize o dedo pela tela na direção da direita para a esquerda. Ao seu lado, são indicados outros programas que estão sendo transmitidos ao vivo em outros canais pagos, disponíveis, portanto, apenas a assinantes do pacote “Globoplay + canais ao vivo”. Para facilitar a compreensão, essa descrição está ilustrada na imagem abaixo.

Figura 17: “Assista ao vivo” - interface inicial do Globoplay via *smartphone*



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora.

No aplicativo, no momento da exibição do Jornal Nacional, o telejornal é anunciado como programa que está sendo exibido ao vivo na Rede Globo por meio de uma *thumbnail*, ou seja, uma foto em miniatura da Renata Vasconcellos e de William Bonner no estúdio do JN. Abaixo da *thumbnail*, é indicado o tempo de início e fim do programa (21:30 – 22:30). Aqui se identifica uma incoerência, tendo em vista que esse não condiz com o horário de exibição do JN na grade televisiva.

Na frente do tempo de início e fim do programa, por sua vez, há um símbolo de “Gravando”, que fica pulsando na tela em vermelho, produzindo o efeito de sentido de um programa que está sendo gravado naquele instante (a imagem abaixo apresenta uma sequência de capturas de tela demonstrando esse fenômeno) tendo em vista que esse símbolo em

vermelho pulsante na tela remete à luz vermelha que aparece no écran das câmeras de vídeo enquanto elas estão em processo de filmagem.

Logo abaixo deste símbolo, há a indicação do nome do telejornal: Jornal Nacional. Destaca-se que embora a captura de tela abaixo tenha sido realizada em agosto de 2019, em setembro ela permaneceu imutável, atuando da mesma forma no horário de exibição do Jornal Nacional.

Figura 18: Alternância de cromatismo vermelho do símbolo “gravando”



Fonte: Globoplay via *smartphone* (2021). Captura de tela e montagem realizadas pela autora em 19 de ago. de 2021.

Esse tópico, portanto, chama a atenção do usuário para os programas que estão sendo exibidos naquele instante. Mais uma vez, a indicação do tempo de duração do programa somado ao símbolo pulsante em vermelho de “gravando”, indica uma duratividade que projeta uma terminatividade, promovendo assim um sentido de urgência para o enunciatário, instigando-o a clicar sobre a *thumbnail* para se dirigir à interface “*Agora na TV*” a fim assistir ao telejornal pelo canal da Rede Globo. Entretanto, quando clicamos sobre a *thumbnail* - que se constitui enquanto um *link* de direcionamento - e somos levados à interface “*Agora na TV*”, nos deparamos com a seguinte mensagem “*Canal TV Globo fora da área de cobertura*”.

Ressalta-se, contudo, que não se trata da localização por onde o aplicativo foi acessado via *smartphone*, pois pela mesma localização, se acessamos a programação pelo *desktop* ou pela *smart TV*, podemos assistir ao telejornal em tempo real. Além disso, observamos que isso ocorre apenas com o canal da Rede Globo. Pelo aplicativo é possível assistir, por exemplo, a programação da TV Futura, que também é gratuita. Dessa forma, nota-se que ele ainda está passando por um processo de ajustes para a exibição do conteúdo audiovisual do Grupo Globo de forma integral. Nesse processo de migração, a exibição da programação linear da TV Globo por meio da interface “*Agora na TV*” ainda possui restrições de acesso para *smartphones*.

Contudo, ainda que não seja possível acompanhar a programação da Rede Globo em fluxo televisivo, na interface é indicado o nome do programa, o tempo de sua duração e a indicação “*Ao vivo*”, em vermelho, assim como ocorria na interface “*Agora na Globo*” em um momento em que a programação em tempo real não estava disponível para todo o país por meio do Globoplay. Dessa forma, por meio da interface, o destinador da comunicação também promove um efeito de sentido de contato entre a interface “*Agora na TV*” e a programação que está sendo exibida no fluxo televisivo.

No caso do *desktop* e da TV, esse direcionamento para a interface “*Agora na TV*” durante a exibição do telejornal acontece de uma forma um pouco diferente. A captura de tela realizada em setembro de 2021 demonstra que embora a programação ao vivo da Globo receba um destaque especial, sendo a primeira da lista, ela é a única que não indica qual a programação está sendo exibida naquele momento. No lugar em que seria indicado o nome da programação, permanece apenas o enunciado “*Agora na Globo*”. A projeção temporal que teria como função indicar o horário de início e de fim do programa, por sua vez, permanece zerada. O símbolo de “gravando”, contudo, permanece alternando o cromatismo vermelho, como se estivesse pulsando na tela.

Figura 19: “Assista ao vivo” - interface inicial do Globoplay via *desktop* durante exibição do JN



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 21 de set. de 2021.

Observa-se, portanto, que a mesma estratégia adotada pelo canal da Rede Globo na própria interface “*Agora na TV*” se estende para a categoria “*Assista ao vivo*” que direciona ao canal pela interface principal da plataforma, não sendo especificado, portanto, qual o programa está em exibição e nem o seu tempo de duração. Além disso, enquanto na indicação dos demais canais há uma linha temporal apontando quanto tempo de programa ainda resta a ser exibido na grade televisiva, na indicação da programação da TV Globo, a linha temporal permanece toda vermelha, conotando simultaneidade/concomitância entre o tempo presente e o tempo televisivo, não sendo possível saber quanto tempo do programa em exibição – que não é especificado na interface – ainda resta ser exibido. Dessa forma, no Globoplay, assim

como no modelo da televisão aberta tradicional, o tempo restante de programação é um elemento surpresa, sendo possível ao usuário, assim como ao telespectador, apenas estimá-lo com base na familiaridade que possui com o tempo de exibição que o programa ocupa dentro da grade televisiva.

3.2.5 A linguagem televisiva no Globoplay

Compreende-se, portanto, que o canal da TV Globo dentro do Globoplay busca se aproximar do canal da emissora disponível na televisão aberta. Como já dito, há uma remediação do canal da TV Globo no Globoplay. Embora em certo momento a plataforma estivesse acrescentando a linguagem do banco de dados ao fluxo televisivo e incentivando o seu consumo não simultâneo, com o passar do tempo observou-se um movimento de reaproximação da linguagem da interface “*Agora na TV*” - no que diz respeito ao canal da Rede Globo - à linguagem televisiva utilizada na televisão aberta.

Em relação ao canal da Rede Globo percebe-se até mesmo um movimento de afastamento da estética dos canais de TV por assinatura, uma vez que os elementos utilizados para enunciar informações a respeito da grade televisiva dos canais pagos, embora estejam presentes na enunciação dos canais de TV por assinatura disponíveis aos assinantes do pacote “*Globoplay + canais ao vivo*”, foram retirados da faixa que ancora o canal da TV Globo na interface “*Agora na TV*”.

A interface “*Agora na TV*”, portanto, privilegia a linguagem televisiva, principalmente no canal da Rede Globo, cuja a estética se assemelha a da televisão em sinal aberto. Dessa forma, nessa interface a transmissão do Jornal Nacional - aqui utilizado como metonímia para fazer referência aos telejornais nacionais de emissão aberta da emissora - se beneficia de todos os recursos utilizados pela linguagem televisiva, uma vez que ela é remediada (BOLTER; GRUSIN, 2000) pela plataforma. São mantidos, portanto, também no ambiente virtual os efeitos de sentido de “verdade”, “objetividade”, “atualidade”, “imediatismo” e “simultaneidade” que os dispositivos técnicos televisivos - como o “ao vivo” e a transmissão direta - são capazes de promover, tendo em vista que eles estão presentes também no Globoplay por meio da interface “*Agora na TV*”. Paralelamente a isso, como apresentado, outros elementos discursivos adicionais reforçam o caráter de atualidade, simultaneidade, imediatismo durante a exibição do telejornal na plataforma.

Por fim, observa-se ainda que, tendo em vista que no modelo da televisão aberta a transmissão ocorre por meio da concessão de espectros de frequência, que por sua vez

depende de determinadas regulações, bem como de acordos políticos e econômicos, compreende-se que a TV Globo, diante de possibilidades de alterações no cenário tecnológico, político e econômico, tem buscado efetivar sua total migração para o ambiente virtual, consolidando a fruição da sua programação por *streaming* por meio do Globoplay. Considera-se esta uma estratégia do Grupo Globo para assegurar a manutenção do canal da TV Globo no mercado de comunicação mesmo diante de uma contingente impossibilidade de transmissão de sua programação em sistema de televisão aberta. Estima-se, contudo, que tais espectros de frequência, que atualmente entregam a programação dos canais televisivos, poderão, no futuro, ser substituídos pelo fluxo de dados e, nesse sentido, o Grupo Globo assume uma posição de vanguarda.

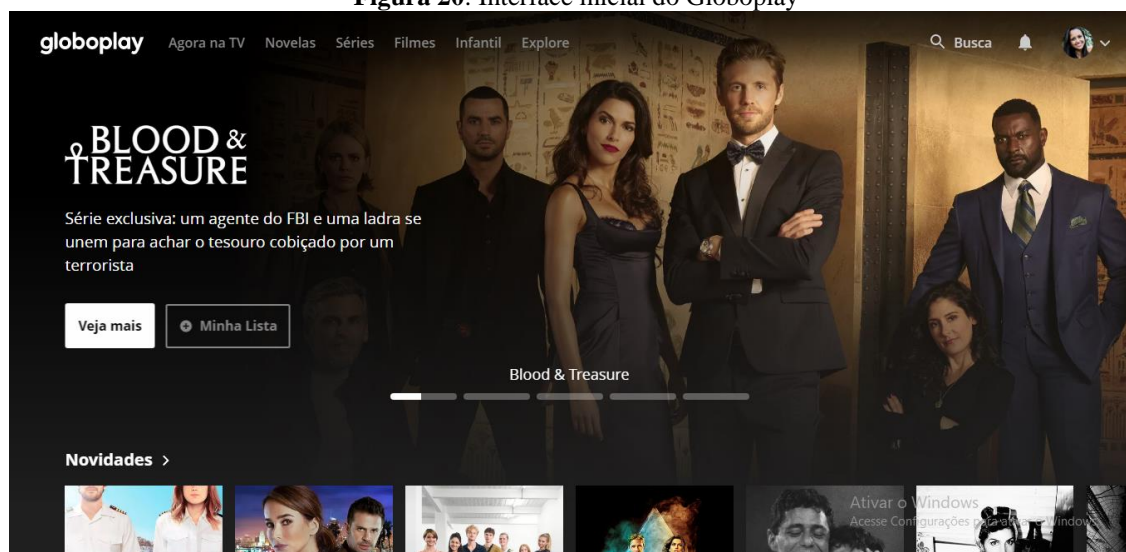
CAPÍTULO 4 – O JORNAL NACIONAL SOB DEMANDA NO GLOBOPLAY

Embora atualmente seja possível assistir a programação da TV Globo – e de mais outros 19 canais do Grupo Globo - pelo Globoplay, a plataforma se destacou inicialmente pela disponibilização de conteúdos para fruição sob demanda. Assim como filmes, séries, novelas e outros programas, os telejornais da emissora também fazem parte dos conteúdos disponíveis no Globoplay. Entretanto, ao conteúdo dos telejornais não é dado tanto destaque na interface inicial da plataforma.

O único momento em que os telejornais ficam em evidência na página inicial do Globoplay é via *smartphone*, quando eles estão sendo exibidos na grade televisiva. O Globoplay é um aplicativo responsivo, cuja interface se adapta às mais diversas telas pelas quais pode ser acessado, como, por exemplo, às telas televisivas, às telas de *smartphones*, de *tablets* e *desktops*. Como já detalhado no capítulo anterior, nesse momento, por meio do *smartphone* – e unicamente por meio desse dispositivo – a categoria “Assista ao vivo” indica que o telejornal está em exibição naquele momento. Entretanto, quando o aplicativo é acessado pelo *desktop* ou pela TV, a categoria “Ao vivo” que compõe a interface inicial da plataforma, não indica qual o programa está sendo exibido da Rede Globo naquele instante. O enunciado “Agora na Globo” substitui o nome do telejornal e a foto em miniatura do telejornal, que o representa na interface – *thumbnail* – é substituída por uma foto em miniatura do logo da Globo.

A página inicial do Globoplay é composta por diversos elementos: imagens, recursos gráficos, ícones, logotipos, entre outros. Em evidência, compondo a maior parte da tela são divulgados os conteúdos em destaque na plataforma. São cinco cartazes que alternam entre si, cada um ocupando o espaço de destaque por cerca de cinco segundos. Os cartazes são compostos por uma imagem do filme, série, ou de qualquer outro tipo de conteúdo audiovisual, que ocupa todo o espaço de fundo. Sobrepostos a essa imagem, na lateral esquerda, estão o nome do programa e abaixo dele uma breve síntese situando o usuário a respeito do seu conteúdo. Logo abaixo o usuário tem as opções de assistir ao conteúdo, se dirigindo para sua página específica dentro da plataforma ou adicioná-lo a “*minha lista*”, ou seja, a uma lista composta por conteúdos que o usuário tenha interesse em ver em outro momento.

Figura 20: Interface inicial do Globoplay



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 22 de set. de 2021.

À medida que se aciona a barra de rolagem para descer a tela, subcategorias vão aparecendo, tais como: *Novidades*; *Continue assistindo*; *Assista ao vivo*; *Top 10*; dentre outras. No menu superior, como é possível observar, há *links* que direcionam o usuário para tipos de conteúdos específicos: *Agora na TV* – que leva o internauta a assistir a programação televisiva em fluxo dos mais diversos canais do Grupo Globo, cuja interface já foi analisada no capítulo anterior; *Novelas*; *Séries*; *Filmes*; *Infantil* - que como sugerem os próprios nomes da categoria direcionam o usuário para esses tipos de conteúdos específicos; e *Explore*, que apresenta ao usuário todas as categorias de conteúdo da plataforma. Ainda no menu superior, mas no canto direito, há o campo de “*Busca*” e, ao seu lado, o ícone que dá acesso ao “*minha conta*”, pelo qual é possível acessar as configurações da conta do usuário.

Na *smart TV*, esse menu, aparece na lateral esquerda da tela, e apenas mediante seu acionamento pelo controle remoto. No *smartphone*, por sua vez, esse menu permanece estático na parte inferior da tela. Nestes dois últimos dispositivos, contudo, esse menu apresenta elementos um pouco diferentes. No *smartphone* ele é composto por “*Início*”, “*Agora*” [na tv], “*Explore*”, “*Downloads*” e “*Busca*” (o tópico “*minha conta*” permanece na parte superior direita da tela). Já na *smart TV*, o menu apresenta praticamente os mesmos elementos, mas em vez de “*Downloads*”, ele dá acesso ao tópico “*minha conta*”, e logo um pouco abaixo, ele já deixa em evidência a opção de sair do aplicativo.

4. 1 Globoplay: a interface do banco de dados

Conforme a descrição realizada, fica evidente a estruturação do Globoplay enquanto um banco de dados nos moldes definidos por Manovich (2015). O autor aponta que embora as mídias digitais de armazenamento, como os CD-ROMS, tenham mais facilidade para abarcar gêneros tradicionais que já possuem uma estrutura similar à do banco de dados, foi na internet que a *forma* banco de dados realmente se efetivou. Isso porque a própria estrutura da *web* propicia isso:

Definida pelo original HTML, uma página na *Web* é uma lista sequencial de elementos separados – blocos de texto, imagens, vídeos digitais e links para outras páginas. É sempre possível adicionar um novo elemento à lista – tudo o que você tem de fazer é abrir um arquivo e adicionar uma nova linha. Como resultado, a maioria das páginas na *Web* são coleções de elementos separados - textos, imagens, *links* para outras páginas e *sites* (MANOVICH, 2015, p. 9).

Todos esses elementos são encontrados no Globoplay. Ele nada mais é do que um conjunto de textos e de imagens que dão acesso aos registros audiovisuais correspondentes, além de um conjunto de *links* que redireciona o usuário a outras páginas dentro da plataforma, onde são exibidas outras coleções de conteúdos. Ao explicar como as páginas da *web* se estruturam como coleções de textos, imagens e *links* de redirecionamento, Manovich (2015) exemplifica:

Uma *homepage* é uma coleção de fotografias pessoais. Um site de uma grande ferramenta de busca é uma coleção de numerosos links para outros sites (junto, evidentemente, com a função de busca). O *site* de uma estação de rádio ou TV oferece uma coleção de programas em vídeo ou áudio, junto com a opção de escutar a transmissão atual, mas esse programa atual é apenas uma escolha entre tantos outros programas armazenados no site. Dessa forma, a tradicional experiência da radiodifusão, que consiste unicamente em uma transmissão em tempo real, torna-se apenas um elemento em uma coleção de opções. Assim como a mídia CD-ROM, a *Web* ofereceu solo fértil para gênero de bancos de dados já existentes (bibliografia, por exemplo) e também inspirou a criação de alguns novos (...)" (MANOVICH, 2015, p. 9, - grifos dos autor)

Segundo os exemplos apontados acima pelo autor, compreende-se que o Globoplay se enquadra como um “*site* de uma estação de TV”, uma vez que apresenta ao usuário uma “coleção de programas em vídeo” somado à opção de assistir a programação televisiva em tempo real, sendo essa, portanto, apenas uma escolha possível dentre “tantos outros programas armazenados no site”. Pode-se considerá-lo, então, como uma expansão da televisão, tendo em vista que apresenta outras possibilidades de conteúdos e de fruição além das propiciadas pelos canais televisivos tradicionais, expandindo, portanto, o alcance e as possibilidades desse meio.

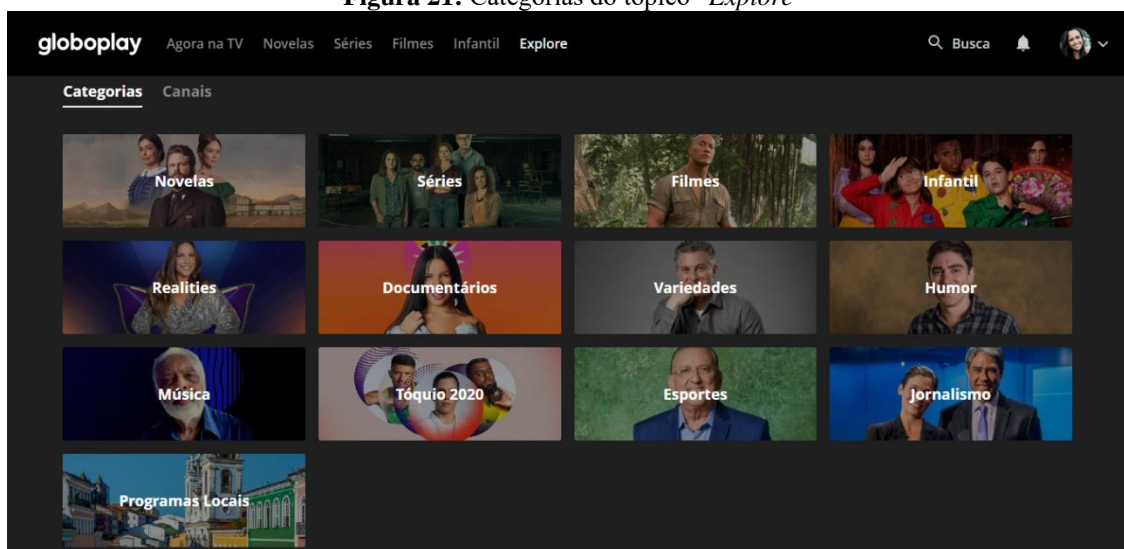
Todos os programas e conteúdos armazenados no *site* também remetem ao caráter de acervo que possui o Globoplay, tendo em vista que dentro da plataforma é possível encontrar novelas e outros programas que compuseram a grade televisiva já há bastante tempo. Assim, percebe-se que o Globoplay também funciona enquanto uma plataforma de armazenamento do conteúdo audiovisual do Grupo Globo que passou pelo processo de digitalização.

Manovich (2015) conta que nos anos 1990, quando o computador passou a ser visto como uma “Máquina de Mídia Universal”, sociedades que já eram computadorizadas passaram a se interessar ainda mais pelo universo digital. Dessa forma, todos os tipos de mídia – arquivos de fotos, vídeo e áudio - passaram a ser digitalizados e inseridos nos computadores em uma velocidade cada vez maior. Com o Grupo Globo não foi diferente, tanto que em 2003 – como discutido no segundo capítulo - o Globo Media Center surgiu como resultado desse processo de digitalização de seu conteúdo audiovisual. Apenas digitalizá-lo, entretanto, não é suficiente. Como explica Manovich (2015, p. 12) “uma vez digitalizados, os dados têm de ser limpos, organizados e indexados”. Dessa forma, nota-se que “a era do computador trouxe com ela um algoritmo cultural novo: realidade -> mídia -> dados -> banco de dados” (2015, p. 12).

4.2 Navegação e acesso à interface do Jornal Nacional

Diante da observação dos tipos de conteúdo em destaque na página inicial, nota-se que o Globoplay privilegia os conteúdos de entretenimento – Novelas; Filmes; Séries; Infantil. Não há um tópico específico na página inicial que direcione o usuário diretamente para o conteúdo jornalístico do Grupo Globo. Dessa forma, para ter acesso aos telejornais é necessário clicar sobre o tópico “*Explore*”. Só por meio desse *link* que o “Jornalismo” aparece como uma categoria de conteúdo do Globoplay.

Figura 21: Categorias do tópico “Explore”

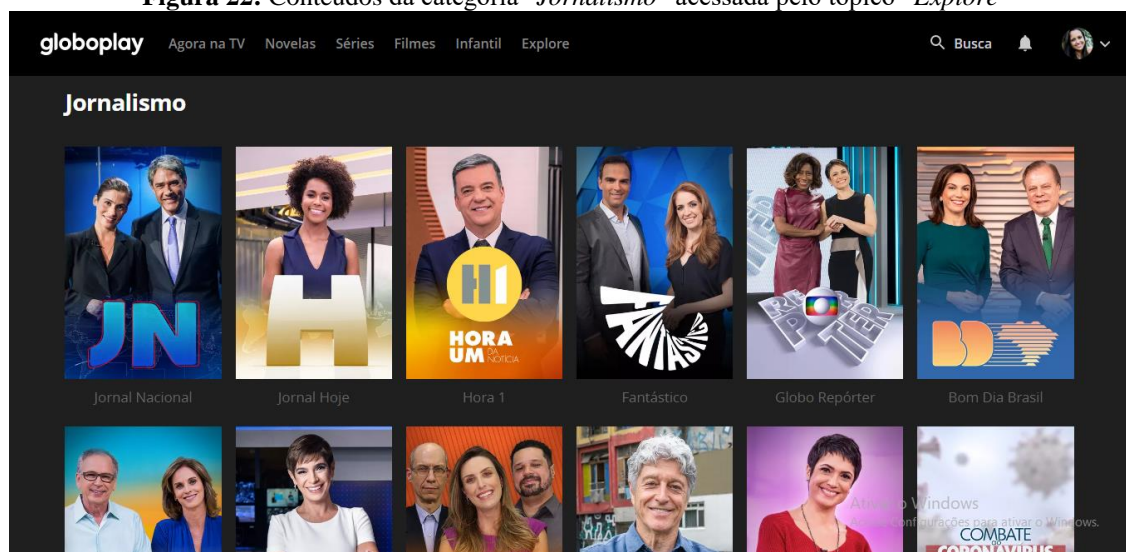


Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 22 de set. de 2021.

Como é possível notar na imagem acima, o jornalismo ocupa uma das últimas posições, sendo necessário que o usuário corra os olhos por todas as categorias anteriores antes de localizá-lo. Ressalta-se ainda que a imagem utilizada para representar todo o conteúdo jornalístico do Grupo Globo é justamente uma imagem do Jornal Nacional, uma vez que este historicamente é constituído como o telejornal de maior prestígio – e audiência – não só da emissora como também do Grupo Globo.

Ao clicar na categoria “Jornalismo” todo o conteúdo jornalístico do Grupo Globo é disposto na tela. Os telejornais de exibição nacional da TV Globo ocupam os lugares de maior evidência e o Jornal Nacional, por sua vez, ocupa a posição de maior destaque. Ressalta-se que a maior parte do conteúdo jornalístico pode ser acessada gratuitamente. Aqueles exibidos nos canais pagos do Grupo Globo, entretanto, necessitam de contratação de pacote especial para serem consumidos.

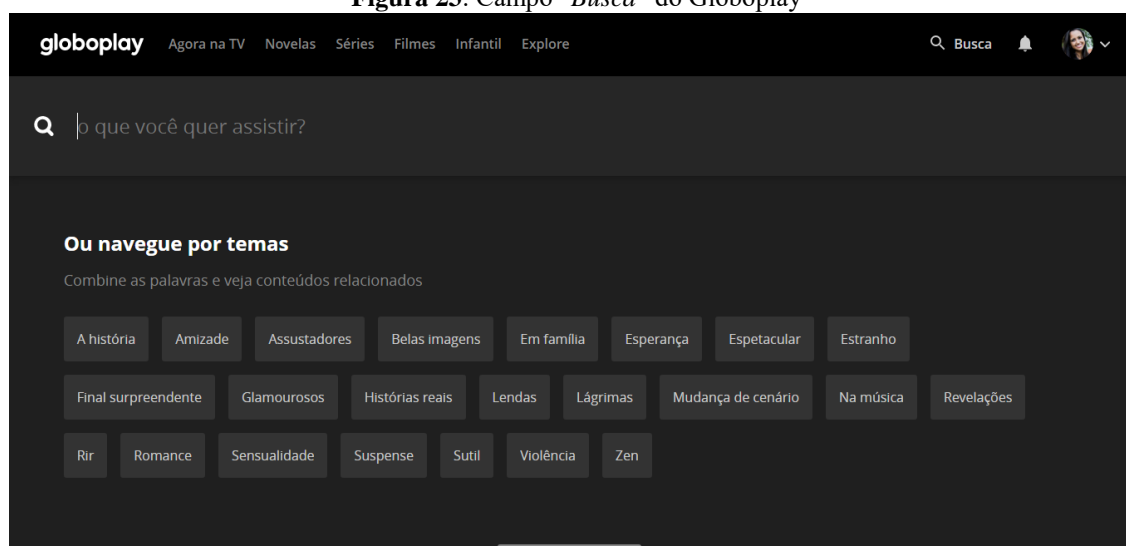
Figura 22: Conteúdos da categoria “*Jornalismo*” acessada pelo tópico “*Explore*”



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 22 de set. de 2021.

Outra forma de acessar ao conteúdo dos telejornais de maneira rápida é acionando o mecanismo de “Busca”, cujo símbolo é uma lupa. Ao clicar sobre ele, o usuário será direcionado a um espaço onde poderá pesquisar pelo nome do telejornal – ou conteúdo audiovisual – que deseja acessar. Entretanto, caso não saiba exatamente que tipo de conteúdo está procurando, a plataforma, quando acessada via *desktop* ou *smartphone* - oferece alguns temas com o intuito de auxiliar na filtragem da busca.

Figura 23: Campo “*Busca*” do Globoplay



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 22 de set. de 2021.

O mecanismo de busca reforça a estrutura do Globoplay como um banco de dados (MANOVICH, 2015), uma vez que essa é uma ferramenta típica dessa estrutura, tendo em

vista a impossibilidade que há de apresentar ao usuário em um só momento todo o conteúdo alocado nele.

4.2.1 Sintagma e paradigma: a inversão da linguagem televisiva no Globoplay

Ao clicar sobre a imagem que figurativiza o telejornal escolhido, - no caso desta pesquisa, o Jornal Nacional - seja realizando o primeiro ou o segundo percurso, o usuário é redirecionado para a página específica do telejornal dentro do Globoplay. Essas várias possibilidades de caminhos a serem percorridos dentro da plataforma convocam o usuário a realizar o seu próprio percurso, construindo, assim, seu próprio sintagma dentro da plataforma.

Narrativa e banco de dados são opostos por natureza. Todavia, o peso entre esses dois termos em oposição são redistribuídos na cultura computacional (MANOVICH, 2015), e isso pode ser observado no Globoplay. Se em uma narrativa tradicional as opções de escolha do destinador ficam ocultas ao destinatário, uma vez que o que se vê da narrativa é apenas o resultado de uma sequência de escolhas feitas pelo autor, não sendo possível ao destinatário saber quais outras possibilidades o autor tinha além daquelas que compõem a narrativa; no Globoplay, caracterizado como uma nova mídia e também como um banco de dados, as possibilidades de constituição da narrativa do usuário ficam todas à mostra, permanecendo ocultas apenas as escolhas por ele realizadas, ou seja, o percurso do usuário. Dessa forma, em uma narrativa cinematográfica ou literária, conforme denomina Manovich (2015, p. 17), “o banco de dados de escolhas através da qual a narrativa é construída (o paradigma) é implícito, enquanto a narrativa atual (o sintagma) é explícita”. No caso das novas mídias, há uma inversão nesse processo: “ao banco de dados (o paradigma) é dada uma existência material, enquanto a narrativa (o sintagma) é desmaterializada” (MANOVICH, 2015, p. 17). Ou seja, no Globoplay, o usuário tem acesso ao paradigma, sendo o sintagma uma incógnita a ser construída pelo próprio usuário.

O conteúdo sob demanda do Globoplay é um conteúdo que poderia perfeitamente constituir o sintagma televisivo, mas que é disposto na plataforma seguindo uma estrutura e linguagem típicas da internet. Essa linguagem, por sua vez, subverte a linguagem televisiva, tendo em vista que pela televisão o usuário só tem acesso a um sintagma previamente montado pelo destinador da comunicação – a emissora. No Globoplay, por sua vez, ele tem acesso a inúmeras possibilidades de escolhas fornecidas pelo destinador da comunicação. Entretanto, embora o usuário tenha a possibilidade de montar seu próprio percurso de

consumo, não ficando mais restrito à linearidade televisiva, é válido ressaltar que esse percurso só é realizado dentro de um universo de possibilidades fornecidas pelo destinador da comunicação. Em certa medida, portanto, o Grupo Globo, por meio do Globoplay, determina o que será visto pelo enunciatório ainda que lhe dê liberdade em relação à forma de consumo do conteúdo.

O conteúdo telejornalístico sob demanda também segue essa configuração. Por meio da plataforma os produtores dos telejornais não detêm mais pleno conhecimento a respeito das condições do espectador ao consumir esse conteúdo. Se pela televisão sabe-se que o telespectador assiste o telejornal ao vivo, em tempo real, e segundo a narrativa proposta pelos seus próprios enunciadores; no Globoplay os enunciadores não tem mais controle a respeito de sua forma de fruição. Não é possível saber, por exemplo, quando o enunciatório assistirá o telejornal, nem ao certo se ele o consumirá na íntegra ou se assistirá apenas algumas de suas partes. Nessas condições, busca-se compreender como esse conteúdo se atualiza no Globoplay. Para isso, pretende-se observar quais as estratégias do Grupo Globo para disponibilizar o Jornal Nacional para consumo sob demanda na plataforma. Pretende-se analisar de que modo as estratégias discursivas garantem o efeito de sentido de atualidade, de simultaneidade, de imedistismo, de verdade e de objetividade próprias do discurso noticioso também fora do fluxo televisivo e qual a sua atratividade dentro desse contexto.

4.3 Interface do Jornal Nacional: isotopias de credibilidade

Na página do Jornal Nacional no Globoplay, como pode ser observado abaixo, há em destaque o título do programa - “*Jornal Nacional*”. A fonte que dá forma ao título é mais espessa e apresenta tamanho maior em relação às outras fontes presentes na interface. Abaixo dele está a categoria de programação a que pertence: “jornalismo”, e, logo em seguida, está a descrição do telejornal: “*William Bonner e Renata Vasconcellos apresentam o principal telejornal da Globo, que traz notícias do Brasil e do mundo, matérias de denúncia e investigação e séries especiais*”. Esse enunciado enunciado, que confere a impessoalidade e objetividade (FIORIN, 2005) próprias do gênero jornalístico, também corrobora para um efeito de contato entre o internauta e o mundo “real”, como já discutido. A televisão propicia esse efeito de sentido por meio da transmissão direta e o Globoplay busca propiciá-lo também ao enunciar que “o principal telejornal da Globo traz notícias do Brasil e do mundo”(grifo nosso).

Esse texto, presente também no acesso via *smart TVs*, contudo, é omitido quando acessamos a página do Jornal Nacional pelo *smarthphone*. Além disso, o nome do telejornal e sua categoria, bem como os outros elementos, são dispostos sobre da imagem dos apresentadores. Compreende-se que isso ocorre a fim de melhor distribuir os elementos da interface na tela deste tipo de dispositivo, que é menor.

Figura 24: Página do JN no Globoplay



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 23 de set. de 2021.

Observa-se que há a reiteração das figuras que dão concretude ao enunciado que descreve o Jornal Nacional na foto que o representa em sua interface. De acordo com Fiorin (2000, p. 64), a figurativização é um dos níveis de concretização do sentido, sendo a figura o termo que faz referência a elementos do mundo natural: “árvore, vagalume, sol, correr, brincar, vermelho, quente, etc. assim, a figura é todo conteúdo de qualquer língua natural ou de qualquer sistema de representação que tem um correspondente perceptível no mundo natural”.

Diante disso, podemos apontar que a descrição do Jornal Nacional apresenta figuras como “*William Bonner*”, “*Renata Vasconcellos*”, “*telejornal*”, “*Globo*”, “*Brasil*” e “*mundo*”. Algumas delas são reiteradas na foto utilizada para representar o telejornal em sua página no Globoplay. Como é evidente, os apresentadores *William Bonner* e *Renata Vasconcellos* estão figurativizados também no texto imagético. Por serem apresentadores consagrados no âmbito jornalístico do meio televisivo da Rede Globo, estando já há bastante tempo na condução do Jornal Nacional, suas figuras carregam traços semânticos que remetem não apenas a si mesmos, mas ao próprio *telejornal da Globo*.

Paralelamente, a cor azul presente no telão de fundo, familiar ao espectador do programa, aciona a identidade visual do JN. Esse formante cromático, portanto, é ele mesmo representativo do Jornal Nacional. Observa-se, portanto, que há uma homogeneidade no discurso garantida por meio da isotopia. Fiorin (2000, p. 81) define isotopia como “a recorrência do mesmo traço semântico ao longo de um texto”.

É necessário que as figuras sejam observadas não individualmente, mas como um todo, afinal, “ler um texto não é apreender figuras isoladas, mas perceber relações entre elas, avaliando a trama que constituem” (FIORIN, 2000, p. 70). O conjunto dessas figuras, portanto, forma uma rede, que, por sua vez, constitui um texto. Esse conjunto ou “encadeamento de figuras”, como diz Fiorin (2000), recebe o nome de “percurso figurativo”. No caso dos enunciados tanto verbais como imagéticos presentes na descrição do telejornal, observa-se que o conjunto de figuras que os constitui compõem o percurso figurativo da informação, do telejornalismo e da credibilidade.

Como já discutido, as figuras do Bonner e da Renata, em função da imagem que construíram ao longo de suas carreiras, carregam traços semânticos que os remetem ao conteúdo informativo, ao telejornalismo e também à credibilidade. Somado a isso, o cromatismo azul também é comumente associado à credibilidade, e, neste caso, ao Jornal Nacional, tendo em vista que o programa assume esse cromatismo como constituinte de sua identidade visual. Observa-se que, além do fundo, a gravata utilizada por William Bonner também é azul. Da mesma forma, a roupa de ambos os apresentadores na foto apresenta cromatismo preto, o que conota seriedade. Entretanto, ressalta-se que o preto é a cor dominante na interface do Globoplay. Dessa forma, a roupa dos apresentadores confunde-se à interface, permitindo que a coloração azul seja ressaltada e assim reforce o percurso figurativo da informação, do telejornalismo e da credibilidade.

Em função da dominância das figuras nos textos de apresentação do Jornal Nacional em sua página no Globoplay – tanto os verbais quanto os imagéticos - compreende-se que esses enunciados constituem-se enquanto textos figurativos. Esses tipos de texto “criam um efeito de realidade, pois constroem um simulacro da realidade, representando, dessa forma, o mundo” (FIORIN, 2000, p. 65). Tal “efeito de realidade”, assim como essa “representação do mundo” corrobora para conferir o efeito de sentido de verdade e de objetividade ao conteúdo do telejornal disponibilizado em sua página na plataforma.

Considera-se pertinente destacar ainda que a foto que figurativiza o telejornal em sua página inicial é praticamente a mesma que o representa em todos os âmbitos dentro do Globoplay – diz-se praticamente, pois pode haver uma leve diferença entre elas, como por

exemplo, a inclinação da cabeça dos apresentadores. Essa reiteração, portanto, auxilia na homogeneidade do discurso.

4.3.1 O efeito de sentido de atualidade

Logo abaixo há o enunciado “*Assista*” em destaque dentro de um *box* em branco. Ao clicar sobre ele, o enunciatário passa a assistir em tela cheia a última edição do telejornal disponibilizada na plataforma. Isso mostra que o destinador da comunicação busca promover um efeito de sentido de atualidade ao conteúdo exibido ali.

Partindo-se do princípio de que o telejornal se sustenta por meio da atualidade noticiosa, compreende-se que o destinador da comunicação reconhece que ao clicar sobre “*Assista*” na interface inicial do Jornal Nacional, o usuário deseja ter acesso às notícias mais recentes do telejornal. Nesse sentido, mantém-se a atualidade noticiosa, dado que a plataforma é abastecida diariamente com a edição que foi ao ar naquele dia. Isso só não acontece aos domingos, quando o telejornal não é exibido na grade televisiva. Dessa forma, se alguém acessa a plataforma na segunda-feira, o conteúdo mais recente do telejornal disponibilizado será referente à edição de sábado. Entretanto, após começar a assistir alguma edição do telejornal, o tópico “*Assista*” será substituído pelo tópico “*Continue*”. Clicando sobre ele, portanto, o usuário será direcionado ao ponto do conteúdo em que parou de assisti-lo.

Embora em um primeiro momento possamos pensar que as notícias perdem sua atualidade noticiosa quando são assistidas depois que foram ao ar na grade televisiva, antes é necessário refletir que o tempo presente e essa dada atualidade na verdade são construções discursivas. Gomis (1991) quando rebate a teoria do espelho diz que os meios não refletem a realidade social, tendo em vista que isso demandaria uma imediatez que raramente acontece. Para o autor os meios dificilmente transmitem algo que de fato se desenvolve naquele momento. Sendo assim, essa teoria desconsidera a mediação da linguagem, capaz de construir o tempo presente e muito importante para os meios de comunicação, principalmente quando se trata de transmitir informações. Em relação a isso, o autor explica:

El lenguaje es capaz de <<hacer presente >> una diversidad de objetos que se hallan ausentes del <<aquí y ahora>> (BERGER Y LUCKMANN, 1984). Gracias al lenguaje, una acumulación enorme de experiencias y significados puede llegar a objetivarse en el <<aquí y ahora>>. Todo un mundo puede actualizarse en cualquier momento gracias al lenguaje. El lenguaje me <<hace presentes>> no sólo a los

semejantes que están físicamente ausentes en ese momento, sino también a los del pasado recordado o reconstruido, como también a otros proyectos hacia el futuro como figuras reales o imaginarias (GOMIS, 1991, p. 17).⁶

Fiorin (2002) também aponta para essa possibilidade que a língua tem de criar o tempo presente, tendo em vista que ela permite que se fale de coisas e situações tanto presentes como também ausentes daquele momento de interlocução. “(...) O objeto nem precisa existir para que falemos dele, pois a língua pode criar universos de coisas inexistentes” (FIORIN, 2002, p. 56). Segundo o autor, por ser uma atividade simbólica, a língua é capaz de criar conceitos, de ordenar a realidade e de categorizar o mundo.

Nesse sentido, muitas matérias exibidas pelo telejornal não são estão de fato acontecendo naquele momento. A maior parte, senão todas, são gravadas e exibidas aos telespectadores durante o telejornal que é conduzido ao vivo pelos apresentadores. Entretanto, a forma como a notícia é apresentada e os dispositivos linguísticos utilizados conferem às informações essa atualidade noticiosa de que necessitam para serem consideradas relevantes. Como já discutido no capítulo anterior, o fato do telejornal ser exibido ao vivo, embora as matérias em si não sejam apresentadas ao vivo, garantem a elas esse efeito de sentido de sentido de tempo presente.

Gomis (1991, p. 14), por sua vez, aponta que “*el presente social de los medios dura por lo menos un par de días y su permanencia en los comentarios – que mantienen vivo ese presente – se prolonga por lo menos una semana*”⁷. Dessa forma, determinado assunto ou notícia permanece atual enquanto estiver sendo discutido, uma vez que os comentários acerca da informação exibida prolongam os efeitos da notícia. Diante disso, o autor aponta que a atualidade é uma relação dos fatos com a ação social dos consumidores dessa informação. Os fatos permanecem atuais, portanto, durante o tempo que contribuirão para o desenvolvimento da consciência coletiva e da preparação para a ação (GOMIS, 1991).

Nessa perspectiva, ao ser disponibilizado no Globoplay, o conteúdo do telejornal, embora perca o efeito de sentido de “ao vivo” que envolve todas as notícias exibidas no fluxo

⁶ Tradução livre: A linguagem é capaz de << tornar presente >> uma diversidade de objetos que estão ausentes do << aqui e agora >> (BERGER E LUCKMANN, 1984). Graças à linguagem, um enorme acúmulo de experiências e significados pode ser objetivado no "aqui e agora". Um mundo inteiro pode ser atualizado em qualquer momento graças à linguagem. A linguagem me << torna presente >> não apenas para os meus semelhantes que estão fisicamente ausentes neste momento, mas também para os do passado lembrado ou reconstruído, bem como para outros projetos do futuro como figuras reais ou imaginárias (GOMIS, 1991, p. 17).

⁷ Tradução livre: "O presente social da mídia dura pelo menos alguns dias e sua permanência nos comentários - que mantêm vivo esse presente - dura pelo menos uma semana".

televisivo, não perde de imediato a sua atualidade noticiosa. Quando o usuário clica em “Assista” e a ele é exibida a última edição do Jornal Nacional, mesmo que as notícias tenham sido exibidas no dia anterior, elas não necessariamente perdem sua atualidade, tendo em vista que ainda podem ser pauta das conversas cotidianas.

O campo de comentários do Globoplay representava bem essa questão. Anteriormente, abaixo do conteúdo do telejornal - tanto da íntegra quanto dos trechos - havia um espaço de interação para os usuários da plataforma, por onde era possível comentar acerca dos assuntos do telejornal. Esses espaços, contudo, eram limitados, uma vez que admitiam comentários até três dias depois da inserção do conteúdo na plataforma. Após esse período, era exibida uma mensagem anunciando que o conteúdo não recebia mais comentários.

Esse espaço, contudo, não era muito popular. Exemplo disso é que dentre as 19 matérias constituintes da edição do dia 25 de julho de 2019 publicadas no campo “trechos” da página do JN na plataforma, apenas duas receberam comentários, como está especificado na tabela abaixo.

Tabela 1: Número de comentários no conteúdo do Jornal Nacional no Globoplay

Interação com o conteúdo da edição do dia 25 de jul. de 2019 do Jornal Nacional no Globoplay	
Matéria	Comentários
A	0
B	0
C	2
D	0
E	1
F	0
G	0
H	0
I	0
J	0
K	0
L	0
M	0
N	0
O	0
P	0
Q	0
R	0
S	0

Fonte: elaborado pela autora

Entretanto, por meio desses comentários é possível perceber essa expansão da atualidade do conteúdo do noticiário e sua possibilidade de ser comentado posteriormente. Dentre eles, apenas um foi feito no momento da exibição do telejornal. Os outros dois foram feitos no dia seguinte, revelando sua característica diferida, como é possível observar abaixo. Dessa forma, é demonstrada a disposição dos usuários não apenas para assistir o conteúdo do telejornal em um momento posterior, como também para comentar acerca dele.

Tabela 2: Especificações acerca dos comentários publicados no conteúdo do JN

Interação com o conteúdo do Jornal Nacional no Globoplay - Edição do dia 25 de julho de 2019						
Matéria	Título	n° de comentários	Data do comentário	Horário do comentário	Curtidas do comentário	Conteúdo do comentário
C	JN esclarece informação sobre Intercept	2	25/07/2019	20h44	1	"N estou conseguindo achar o ep que fala sobre o crescimento do emprego."
			26/07/2019	13h57	0	"Muito bem. Errou tem que mostrar o erro."
E	Advogado de suspeito diz que suposto hacker queria vender os dados ao PT	1	26/07/2019	19h07	0	"Nao entendi porque na reportagem, nao foi dada oportunidade do ministro sergio moro falar, nada obstante ter sido citado desde o inicio ao fim da noticia."

Fonte: elaborado pela autora

Posteriormente, contudo, o espaço de comentários foi retirado da plataforma. Isso caracteriza a articulação do Globoplay enquanto expansão televisiva, ou seja, enquanto uma *new media* e não como uma *new new media*, nos termos propostos por Levinson (2014). “*In “new media,” such as Amazon, iTunes, and The New York Times online, the content is for the most part created and decided upon by professionals and curators. In “new new media,” such as YouTube, Facebook, and Twitter, the content is created by everyone*” (LEVINSON, 2014, p. 91-92)⁸

Para fazer um contraponto a *new media* – nova mídia -, em que o conteúdo exibido continua sendo determinado por aqueles que têm o domínio sobre ela, Levinson (2014) criou o termo *new new media* - novas novas mídias - para fazer referência às mídias que permitem que os consumidores sejam também produtores de conteúdo, como por exemplo, o YouTube, o Facebook e Twitter. Uma das características das mídias interativas da era da *new new media*, na qual os consumidores de informação tornam-se produtores é possibilidade de comentar acerca dos conteúdos.

Em seu texto, “*Transmedia Transnational Video Journalism*”, a fim de exemplificar a dinâmica da *new new media*, Levinson (2014) narra o episódio em que assistiu pela primeira

⁸ Em “novas mídias”, como Amazon, iTunes e The New York Times online, o conteúdo é em grande parte criado e decidido por profissionais e curadores. Em “novas novas mídias”, como YouTube, Facebook e Twitter, o conteúdo é criado por todos.

vez por meio de seu computador a uma cobertura do movimento *Occupy Wall Street* (que se iniciou em 2011) realizada pelo jornalista cidadão americano, Tim Pool, por meio de seu *smartphone* e transmitida ao vivo pelo *site* U-stream, até então dedicado a possibilitar a transmissão ao vivo de vídeos. Durante a transmissão, os espectadores não apenas comentavam em tempo real a respeito do conteúdo em exibição, como também respondiam aos comentários feitos por outros espectadores ao vivo:

On U-Stream, where Pool's "Timcast" was streaming live, comments poured in from Chicago, New Orleans, San Francisco, Los Angeles - and from London, Madrid, Tokyo, Rio, and other points all around the world. As with all the interactive media of our new new media age - in which consumers of information, including news, become producers - the comments on U-Stream were not only about Tim Pool's coverage, but were responses to one another, or comments in response to prior comments. Pool himself was able to read many of the comments, when he turned his eyes for a few moments from his camera (LEVINSON, 2014, p. 93)⁹.

Notadamente, esse não é o caso do Globoplay. Embora, como mostrado no capítulo anterior, a plataforma exiba seu conteúdo ao vivo por meio da interface “Agora na TV”, não há a possibilidade dos usuários comentarem acerca do conteúdo em exibição em tempo real (assim como evidentemente não há a possibilidade dos usuários produzirem e publicarem conteúdos próprios na plataforma).

Já com o conteúdo sob demanda do Jornal Nacional, em determinado momento os usuários puderam interagir. Essa forma de interação, contudo, como anteriormente apontado, era limitada, uma vez que o Globoplay permitia comentários por até três dias depois da veiculação do conteúdo. Compreende-se tal artifício como uma forma de controle do Grupo Globo, que intencionava manter o domínio da produção da maior parte do conteúdo do Globoplay.

A posterior retirada do campo de comentários – e também de curtidas do conteúdo – indica que a plataforma, de fato, não busca se constituir enquanto uma plataforma interativa. Sua “interatividade” se resume a possibilidade de escolha do usuário acerca do conteúdo que

⁹ Tradução livre: No U-Stream, onde o "Timcast" do Pool estava transmitindo ao vivo, comentários chegaram de Chicago, Nova Orleans, São Francisco, Los Angeles - e de Londres, Madri, Tóquio, Rio, e de outros pontos em todo o mundo.

Como em toda a mídia interativa de nossa era *new new media* - na qual consumidores de informação, incluindo notícias, se tornam produtores - os comentários no "U-Stream" não eram apenas sobre a cobertura do Tim Pool, mas eram respostas uns aos outros, ou comentários em resposta a comentários anteriores. O próprio Pool foi capaz de ler muitos dos comentários, quando ele virou seus olhos para a camera por alguns momentos.

irá consumir. Todo esse conteúdo, por sua vez, é criado/ decidido por profissionais e curadores da própria empresa de comunicação.

Dessa forma, fazendo referência ao termo “televisão expandida”, podemos apreender o usuário do Globoplay como um “telespectador expandido”. A ele cabe apenas consumir o conteúdo disponibilizado pelo Globoplay, sem, de fato, se envolver ou interagir com ele – comentando ou curtindo – por meio da plataforma em si. Os comentários acerca do conteúdo consumido, por sua vez, podem ser realizados nas redes sociais do grupo de comunicação.

Entretanto, é possível também a compreensão de que houve um ajustamento (LANDOWSKI, 2014) entre o Globoplay e seus usuários, uma vez que, embora houvesse o campo de comentários e de curtidas, o engajamento e a interatividade dos usuários do Globoplay com o conteúdo ali disponibilizado era muito baixo, ao passo que nas redes sociais, como o *facebook*, o engajamento com o conteúdo do Jornal Nacional possuía proporções maiores.

Isso se comprova por meio da comparação da quantidade de curtidas e comentários de algumas matérias da edição do dia 25 de julho de 2019 veiculadas no Globoplay, no G1 e no facebook, que pode ser observada abaixo. É notável que o nível de engajamento das matérias no facebook é bem maior do que no Globoplay e até mesmo do que no G1.

Tabela 3: Comparação da interação do público com as matérias da edição do dia 25 de jul. de 2019 do JN veiculadas no Globoplay, no G1 e no Facebook

Comparação da interação do público com as matérias do JN					
Matéria	Curtidas		Comentários		
	Globoplay	Facebook	Globoplay	Site no G1	Facebook
A	1	404	0	0	365
B	0	569	0	3	575
C	1	-	2	4	
D	1	-	0	-	-
E	0	154	1	3	165
F	3	62	0	3	42
G	1	49	0	14	15
H	0	-	0	-	-
I	1	82	0	2	59
J	0	35	0	0	11
K	0	46	0	-	10
L	1	46	0	-	16
M	1	88	0	0	24
N	2	-	0	-	-
O	1	-	0	-	-
P	1	195	0	-	61
Q	0	191	0	-	53

Fonte: elaborado pela autora

Para melhor compreensão da tabela é válido lembrar que o G1 não possui sistema de “curtidas” e explicar que os traços existentes nas colunas “Facebook” significam que determinada matéria não foi encontrada na página do JN na rede social no momento da coleta de dados. Já os traços na aba do G1, significam que não havia campo para comentários naquela matéria, tendo em vista que o espaço de comentários só é exibido quando as matérias em vídeo são acompanhadas de texto verbal escrito.

Observa-se, portanto, que mesmo com alguns dos recursos característicos de uma *new new media* os usuários interagem com o Globoplay majoritariamente enquanto uma *new media*. Diante disso, compreende-se que a plataforma abandonou tais estratégias para se consolidar apenas enquanto uma *new media*: enquanto uma expansão da televisão na internet.

Entretanto, a interface produz em sua manifestação o efeito de sentido de uma *new new media* por meio das ancoragens gráficas e da arquitetura de navegação que permite ações consideradas interativas. Vejamos alguns exemplos: ao lado do *box* “Assista”, há o enunciado “minha lista”. Ao clicar sobre ele o enunciatário deixará o telejornal “salvo” em uma lista própria, facilitando que o encontre com mais facilidade na próxima vez que entrar na plataforma, garantindo, assim, que não se esquecerá de seu interesse pelo conteúdo.

Abaixo da descrição existem duas abas clicáveis: “Edições”, “Trechos” e “Detalhes”, sendo esta última uma adição posterior, ou seja, não presente nas primeiras versões da plataforma, em cujo campo repete-se a sinopse do programa. O conteúdo telejornalístico, portanto, é disposto na plataforma de duas maneiras diferentes. Na primeira, são disponibilizadas as edições na íntegra do telejornal, enquanto na segunda são disponibilizadas as matérias que fizeram parte da edição.

4.3.2 O campo “Edições”

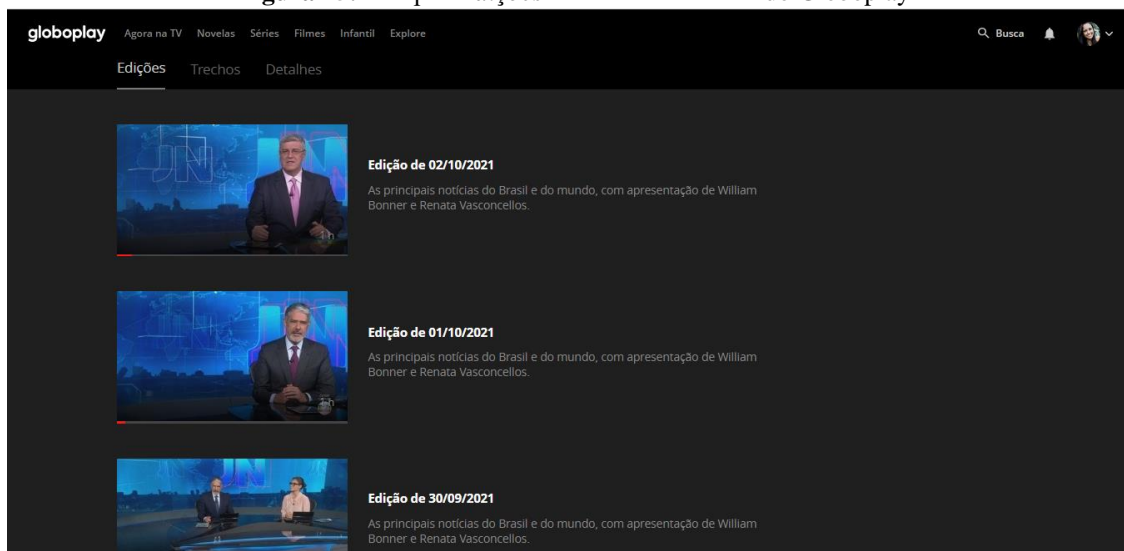
Em “Edições”, como o próprio nome diz, são disponibilizadas as edições do telejornal como um todo. Convém explicar que as edições aparecem expostas em forma de lista vertical quando acessadas por meio de *desktops* e *smartphones*. Pelas *smart TVs*, a exposição das edições na tela se dá de maneira horizontal. Cada uma delas é ancorada na interface pela data de sua exibição no fluxo, sendo nomeadas de acordo com a sua data de veiculação na grade de programação, como por exemplo: “Edição de 02/10/2021”. Além de organizá-las na interface e de favorecer os mecanismos de busca, as datas atuam como ancoragens de tempo. As

ancoragens são recursos da semântica discursiva. Segundo Barros (2005) elas ajudam a construir os efeitos da realidade:

Trata-se de atar o discurso a pessoas, espaços e datas que o receptor reconhece como “reais” ou “existentes”, pelo procedimento semântico de concretizar cada vez mais os atores, os espaços e o tempo do discurso, preenchendo-os com traços sensoriais que os “iconizam”, os fazem “cópias da realidade”. Na verdade, fingem ser “cópias da realidade”, produzem tal ilusão (BARROS, 2005, p. 58).

As edições do telejornal, portanto, estão atadas às datas que concretizam o tempo do discurso. Essas datas auxiliam na construção do efeito de sentido de verdade e de objetividade próprias do gênero telejornalístico, tendo em vista que, por serem conhecidas como “reais” ou “existentes” pelo usuário, e por serem tomadas como pontos de referencia, elas conferem um efeito de *dizer verdadeiro* ao conteúdo ali disponibilizado. Esse recurso também auxilia o usuário a localizar temporalmente a edição do telejornal e assim definir o seu nível de atualidade. A edição mais recente sempre fica em evidência na lista de edições do Jornal Nacional. A última edição, portanto, sempre ocupa o primeiro lugar da lista, facilitando ao usuário encontrá-la e, assim, se informar de acordo com o que há de mais atual do noticiário.

Figura 25: Campo “Edições” da interface do JN do Globoplay



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 04 de out. de 2021.

No caso do acesso via *desktop* e *smartphone*, abaixo do nome da edição, há uma breve descrição acerca do conteúdo que será apresentado (nas *smart TVs*, por sua vez, essa descrição não aparece). Entretanto, em todas as edições a descrição é sempre a mesma – a mesma, apresentada, inclusive, em outros lugares quando se trata de descrever o conteúdo do

Jornal Nacional de forma sucinta: “*As principais notícias do Brasil e do mundo, com apresentação de William Bonner e Renata Vasconcellos*”.

Observa-se nesse enunciado a instalação de debreagens enuncivas de espaço e de pessoa, ou seja, a instalação de “actantes do enunciado (*ele*), do espaço do enunciado (*algures*), o tempo do enunciado (*então*)” (FIORIN, 2005, p. 44, grifos do autor). Nesse caso, os espaços do enunciado são o “*Brasil*” e o “*Mundo*”. Ainda que estejamos localizados no “*Brasil*”, que por sua vez faz parte do “*mundo*”, essas duas espacialidades são projetadas como um “*não-aqui*”, ou seja, como um “*algures*”, conferindo distanciamento ao discurso. Na mesma perspectiva, são estabelecidos os actantes do enunciado: “*William Bonner*” e “*Renata Vasconcellos*”, ambos projetados como terceiras pessoas do discurso, dessa forma afastando-se de um caráter de subjetividade. É responsabilidade d’*eles*”, portanto, apresentar as notícias desse espaço “*algures*”. No enunciado acima, portanto, é produzido um efeito de objetividade, uma vez que foram eliminadas as marcas de enunciação do texto – da enunciação enunciada. Tal enunciado, portanto, se apresenta como um enunciado enunciado.

Observa-se, ainda, que os actantes do enunciado – os apresentadores – de maneira recorrente são debruados também nas imagens em miniatura que representam as edições do telejornal no Globoplay. A maior parte das *thumbnails*, salvo exceções, é composta por um *frame* dos apresentadores na bancada do Jornal Nacional. Há variações: às vezes na imagem estão presentes os dois apresentadores – William Bonner e Renata Vasconcellos; às vezes apenas um deles – Bonner ou Renata; e no caso das edições de sábados e das edições especiais, são os apresentadores que conduziram essas edições que vão aparecer compondo a imagem em miniatura – seja apenas um deles ou ambos; entretanto, elementos como o telão azul do telejornal, a bancada e o apresentador são constantemente reiterados. Mais uma vez identifica-se uma isotopia figurativa que, como já discutido anteriormente, corrobora para o efeito de sentido de verdade e de objetividade do conteúdo do telejornal na plataforma.

Por meio do campo “*Edições*” é possível assistir ao conteúdo do Jornal Nacional na íntegra de maneira linear, da forma como foi exibido no fluxo televisivo. A única adaptação acontece em relação ao intervalo comercial. Quando a íntegra do telejornal é assistida por uma *smart TV*, o intervalo comercial é suprimido, não havendo anúncios: no momento da divisão de blocos, há um corte brusco e o bloco seguinte é inserido logo na sequência.

Por outro lado, quando a íntegra é assistida por meio de dispositivos móveis, no momento da divisão de blocos, logo que há a finalização do bloco, surge uma sequência de anúncios segundo as lógicas da internet. São exibidos de um a quatro anúncios seguidos,

apresentando diferentes durações: os anúncios variam de cinco a trinta segundos. Após sua exibição, a reprodução do telejornal é retomada.

Nos comerciais a partir de 10 segundos, às vezes a plataforma oferece a possibilidade de “*Pular anúncio*”. Esse comando dá a oportunidade do usuário não assistir o anúncio até o fim. Contudo, quando esse comando aparece, ele só fica disponível após exibidos 5 segundos de anúncio. Ou seja, o usuário é obrigado assistir ao menos 5 segundos de seu conteúdo. Além disso, eles são exibidos de forma aleatória, não sendo possível prever a duração do anúncio seguinte, a não ser quando ele começa a ser exibido, pois nesse momento uma contagem regressiva do seu tempo de duração se estabelece na lateral inferior esquerda da tela. Essa contagem regressiva se constitui enquanto uma debreagem temporal enunciativa, tendo em vista que se ordena em função do tempo presente, possuindo a finalidade de projetá-lo ao usuário.

Na íntegra do telejornal os anúncios aparecem de acordo com a quantidade de blocos do programa. Então se determinada edição tem três blocos, os anúncios sequenciados aparecem duas vezes, na transição de cada bloco. Se a edição tem quatro blocos, os anúncios sequenciados aparecem três vezes, na transição de cada bloco. Entretanto, se o usuário adianta um pouco do conteúdo, transicionando de um bloco para o outro do programa sem necessariamente assistir o momento da transição, os anúncios aparecem imediatamente interrompendo a sequência da programação. Se ele continuar avançando a programação, o próximo anúncio só irá aparecer quando o usuário novamente passar para o bloco seguinte. Os anúncios, contudo, aparecem apenas uma vez demarcando a mudança de bloco. Se o usuário retorna ao bloco anterior e depois volta a assistir o bloco posterior, o anúncio não aparece novamente demarcando essa passagem, assim ele pode se movimentar pelo conteúdo sem que lhe apareça nenhum anúncio.

O “intervalo comercial”, portanto, também acaba sendo remediado na exibição da íntegra do telejornal via dispositivos móveis. Compreende-se que o destinador da comunicação busca aproveitar a configuração inicial da televisão para monetizar seu conteúdo no Globoplay ao inserir os anúncios nos mesmos momentos em que seriam exibidos nos intervalos comerciais da grade televisiva. Assim, o telejornal além de ser monetizado nos intervalos comerciais da grade televisiva em horário nobre, é monetizado também no Globoplay. Como dito, entretanto, esses anúncios seguem a linguagem da *web*, promovendo interatividade com o usuário em alguns aspectos: este agora tem o poder de, em certa medida, escolher se verá ou não o anúncio, podendo clicar sobre a opção “*Pular anúncio*”, quando ela lhe aparece. Entende-se que no acesso ao programa por meio de um dispositivo móvel, o

Globoplay se beneficia da familiaridade do internauta com os anúncios da *web* para monetizar seu conteúdo de outra forma, além das assinaturas do serviço.

Ressaltamos, contudo, que o acesso ao Jornal Nacional no Globoplay é gratuito. Entretanto, os anúncios na íntegra da edição aparecem até mesmo para os assinantes. Dessa forma, além de potencializar a lucratividade do telejornal, quando acessado via dispositivos móveis, eles também atribuem sentido ao conteúdo do telejornal, ressaltando o momento de transição entre blocos. Como apontado por Machado (2001) e discutido no primeiro capítulo, o *break*, não diz respeito apenas a questões econômicas, não se restringe apenas à monetização do conteúdo, mas também auxilia na organização da programação televisiva. Retomamos a ideia de que o intervalo comercial tem como função também “garantir, de um lado, um momento de ‘respiração’ para absorver a dispersão e, de outro, explorar ganchos de tensão que permitem despertar o interesse da audiência (MACHADO, 2001, p. 88).

Ainda que os usuários possam abandonar e retomar a fruição da íntegra do telejornal sempre que quiserem, assim como adiantar ou rever partes do programa, pode haver aqueles que de fato possuem o ritual de assistir o noticiário como um todo no Globoplay via dispositivos móveis. Dessa forma, tendo em vista que nestes tipos de dispositivos há uma maior possibilidade de dispersão, apenas um corte brusco entre um bloco e outro poderia não ser suficiente para garantir esse “respiro” que, de acordo com Machado (2001), absorve a dispersão.

Somado a isso, compreende-se que o telejornal distribui seu conteúdo ao longo da edição de acordo com suas especificidades, agrupando temáticas e tipos de conteúdos semelhantes. De acordo com Barbeiro (2013), é tarefa do editor-chefe criar as categorias, classificar e ordenar as notícias. Dessa forma, nenhum critério de organização é definitivo, podendo inclusive haver critérios variados. O autor exemplifica isso da seguinte forma: “uma reportagem sobre uma enchente no Mato Grosso pode vir seguida de outra contando como foi a enchente em Taiwan. Se fosse separada por categorias de “nacional” e “internacional”, provavelmente estariam distantes uma da outra” (BARBEIRO, 2013, p. 87). Tais critérios, portanto, variam de acordo com aquilo que acontece no mundo, o que permite que a classificação seja realizada segundo o interesse do público. De um modo geral, entretanto, observa-se que as notícias mais densas, como, por exemplo, as relacionadas à política, segurança e economia, são apresentadas logo ao início do telejornal, enquanto ao final são exibidas matérias que exigem menos do telespectador, como por exemplo, as relacionadas a comportamento e esportes. A divisão de blocos, portanto, apontaria para uma transição em relação ao tipo de conteúdo ou temática abordada, sendo necessário, por meio dos anúncios,

não só monetizar o conteúdo, mas também sinalizar de modo mais evidente para essa alteração no tipo de conteúdo que será exibido. Prova disso é que os anúncios só são exibidos uma vez durante essa transição. Posteriormente o usuário pode percorrer livremente todo o conteúdo da edição sem ser interrompido.

Nas *smart TVs*, contudo, o tipo de fruição é outra. Compreende-se que o usuário que se dispõe a assistir o telejornal pelo aplicativo via *smart TV* dispensará mais atenção ao conteúdo, a fim de ter uma fruição com maior nível de profundidade, sendo menor o seu nível de dispersão. Se o telespectador se dispõe a assistir uma edição do telejornal sob demanda pelo Globoplay a partir de uma *smart TV*, possivelmente é porque ele tem interesse naquele conteúdo. Dessa forma, o Globoplay lhe oferece a possibilidade de assistir ao telejornal no horário mais adequado a sua rotina e sem intervalos.

Compreende-se que aqueles que acessam conteúdo sob demanda pelo aparelho televisivo, procuram desfrutar de um tipo de fruição mais linear e com o mínimo possível de fragmentação do conteúdo. Observa-se que o destinador da comunicação – Globoplay – também compreende seu usuário dessa maneira. Tanto que, a página do Jornal Nacional pela *smart TV* privilegia o consumo das edições do telejornal em detrimento de seus trechos. Na verdade, ao pesquisar por determinada edição, só é possível assistir às edições completas do telejornal: os trechos não ficam disponíveis para acesso. Pela plataforma, é possível encontrar apenas os trechos mais vistos no dia anterior e os mais vistos de um modo geral. Isso reforça o estímulo ao consumo televisivo linear pelas *smart TVs*, e ao consumo fragmentado via dispositivos móveis, o que demonstra que o aplicativo se adapta ao tipo de linguagem predominante em cada meio.

Paralelamente a isso, considera-se pertinente destacar que quando o usuário clica para assistir a íntegra de alguma edição do telejornal pelo dispositivo móvel, o conteúdo exibido ocupa todo o espaço da tela, como está ilustrado abaixo.

Figura 26: Íntegra do JN em exibição no Globoplay



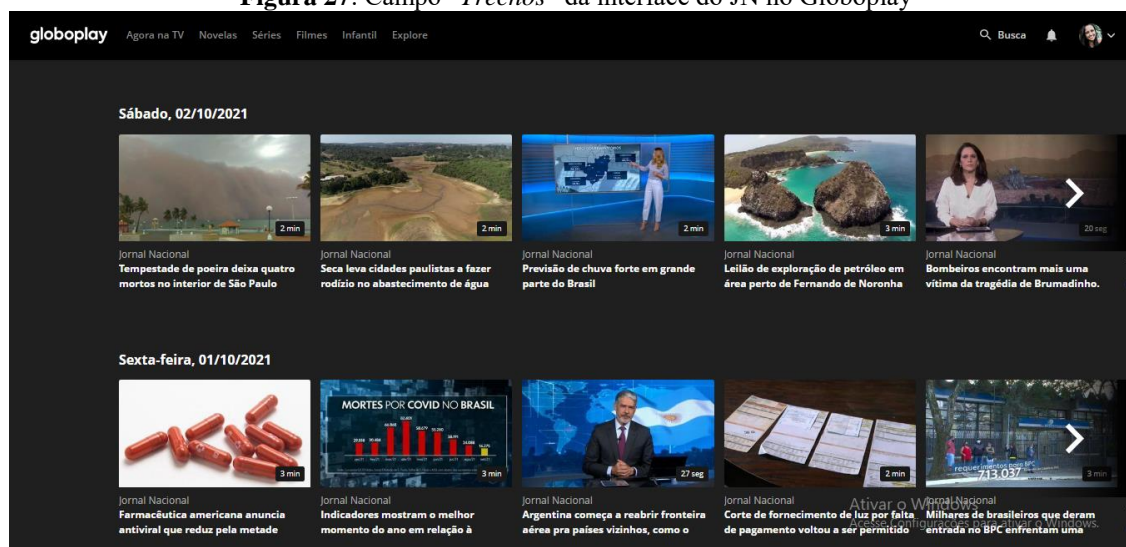
Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela da edição do dia 01 de out. de 2021 realizada pela autora em 04 de out. de 2021.

O fato de o conteúdo ocupar toda a tela, mesmo que o modo “tela cheia” não esteja ativado, por sua vez, também remete à forma televisiva, cujo conteúdo em exibição ocupa todo o écran do televisor. Constitui-se, portanto, enquanto mais uma forma de televisualidade, um traço que remete ao ser televisivo (KILPP, 2018c), mesmo quando acessado via *desktop*.

4.3.3 O campo “*Trechos*”

O campo “*Trechos*” aparece no Globoplay quando acessado via dispositivo móvel e nele são disponibilizadas partes do telejornal. Neste campo o usuário pode assistir a matérias específicas que compuseram o telejornal. Por meio dele é mais fácil encontrar de maneira isolada as matérias que compuseram determinada edição. Elas ficam agrupadas, ancoradas pela data que foram ao ar no fluxo televisivo.

Figura 27: Campo “Trechos” da interface do JN no Globoplay



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 04 de out. de 2021.

No caso do campo “Trechos”, as datas do mês são atadas ao dia da semana a que elas se referem, como por exemplo: “*Sábado, 02/10/2021*”. Contudo, essas ancoragens temporais possuem como referência o tempo presente. Dessa forma, os trechos da edição do dia anterior ao que se acessa a plataforma, em vez da data da semana, apresenta a demarcação temporal “*Ontem*”. Do mesmo modo, a edição daquele dia, antes da data, recebe a demarcação temporal “*Hoje*”. Demarcações temporais como “*Ontem*” e “*Hoje*”, por terem como referência o tempo presente, conferem ao conteúdo um efeito de sentido de atualidade. Além disso, as datas - presentes tanto em “*Trechos*”, como no campo “Edições” - por si só conferem o efeito de sentido de verdade ao telejornal disponibilizado na plataforma, pois projetam uma temporalidade ao discurso que é comum ao mundo e dessa forma inserem o conteúdo dentro do tempo “real” vivenciado pelo usuário tanto dentro da plataforma como também fora dela.

4.3.3.1 *Thumbnails*: a representação do conteúdo na interface

Abaixo do título da coleção – nomeado de acordo com a sua data de exibição no fluxo televisivo – são dispostas as matérias que compuseram as edições. Cada uma é representada na plataforma por meio de uma imagem em miniatura – *thumbnail* -, constituídas por um *frame* do vídeo. Sobre ela, na lateral direita, há o tempo de duração da matéria. Abaixo, por sua vez, há o título do telejornal a que pertence – *Jornal Nacional* – e logo em seguida, o título da notícia. Essa composição que representa as matérias na interface do campo “*Trechos*” tem como função fornecer informações sobre o vídeo ao usuário antes que ele clique para assisti-lo. Por meio dela, o internauta atribui sentido ao todo da matéria e decide

se vai ou não consumi-la. Quando se clica sobre ela, o registro audiovisual correspondente é recuperado.

O *frame* que constitui a *thumbnail* é retirado de um conjunto de imagens que em sua essência foram capturadas em movimento para serem exibidas em movimento. Portanto, torna-se estático um quadro concebido como imagem dinâmica. Fontcuberta (2017, p. 32) aponta que vivemos em uma era de produção massiva de imagens, estando expostos a elas de maneira excessiva. A desmaterialização da imagem, característica da pós-fotografia, faz dela, segundo o autor, uma informação sem corpo, que permite que tais imagens sejam “transmitidas e colocadas em circulação em um fluxo frenético e incessante” (tradução nossa). No audiovisual, as imagens se justapõem umas às outras e cabe a nós abstrair o todo do sentido de sua efemeridade. A *thumbnail* - ou miniatura – mantém estático o que era para ser efêmero. Trata-se de uma pós-fotografia fixada em uma interface para representar o conjunto de imagens do qual faz parte em essência. A *thumbnail*, portanto, é o que permanece do transitório e do efêmero do audiovisual.

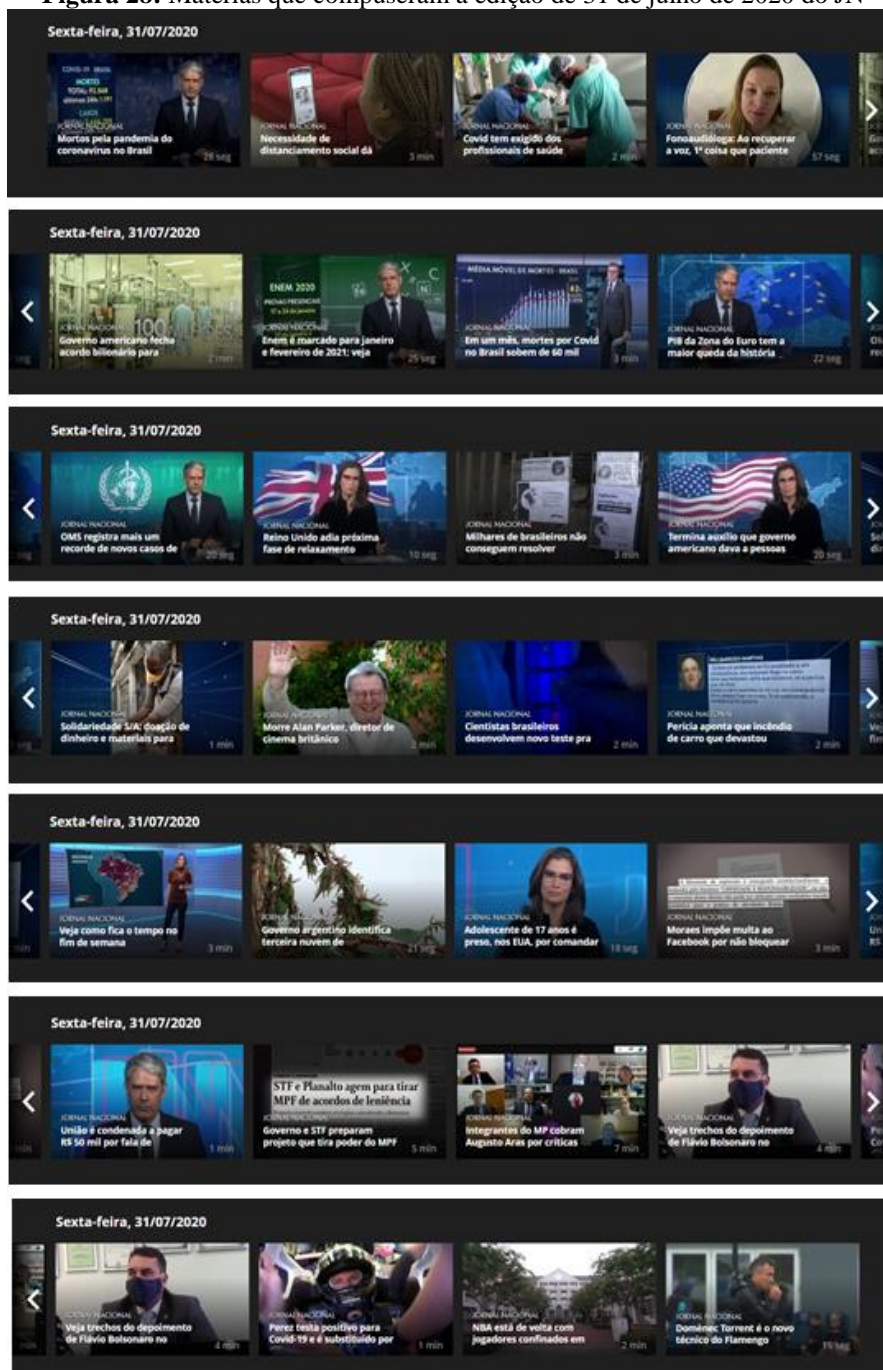
Considerando pertinente compreender como as matérias telejornalísticas são apresentadas na interface da plataforma de *streaming* do Grupo Globo, foram feitas análises das *thumbnails* de quatro matérias da edição do dia 31 de julho de 2020 do Jornal Nacional, alocadas na aba “*trechos*” da página do telejornal no aplicativo, com o objetivo de entender como as imagens estáticas tematizam e figurativizam o conteúdo, a fim de verificar sua atratividade aos usuários da plataforma. Propõe-se a investigação da figurativização dos temas abordados pelas matérias por meio das imagens estáticas escolhidas para representá-las na interface do aplicativo, ou seja, será observado como os temas das matérias estão figurativizados nos *frames* selecionados para representá-las. Para isso, serão considerados principalmente os componentes semânticos das estruturas discursivas do percurso gerativo de sentido.

A definição da data ocorreu de modo aleatório dentro dos dois anos de pesquisa da arquitetura de distribuição do Jornal Nacional dentro do Globoplay. Em 2021, ano de finalização deste trabalho, contudo, a forma de apresentação dos trechos do telejornal na plataforma recebeu algumas alterações que serão comentadas logo a seguir, mas essas atualizações não alteraram o todo de sentido de sua forma de exposição.

É importante ressaltar que o ano de 2020 foi marcado pela pandemia de covid-19. Em função disso é que se dá a recorrência dessa temática do conteúdo do telejornal. Ao todo a edição foi composta por 27 matérias. Elas são distribuídas na interface da aba “*trechos*” em uma linha horizontal - como indicado pela seta lateral direita da imagem abaixo -, ficando

apenas as quatro primeiras em evidência. Ao clicar na seta, temos acesso aos quatro vídeos seguintes e assim por diante. Ressaltamos que a captura das imagens para análise foi feita da tela de um *notebook*.

Figura 28: Matérias que compuseram a edição de 31 de julho de 2020 do JN



Fonte: Globoplay (2020). Captura de tela e montagem realizadas pela autora.

A fim de ilustração, as matérias na imagem acima foram diagramadas uma abaixo da outra, mas, como indicado pelas setas, na interface do Globoplay elas são dispostas em uma linha horizontal. Dessa forma, somente os quatro primeiro vídeos ficam em evidência na

interface do campo “*Trechos*”. Ao clicar na seta lateral direita, temos acesso aos quatro vídeos seguintes e assim por diante.

Abrimos um parênteses para dizer, a caráter de curiosidade, que pelos *smartphones* ficam evidentes na tela apenas dois vídeos por vez, sendo necessário deslizar a tela lateralmente para ter acesso aos demais. Explicamos também que nas *smart TVs* não existe o campo “*trechos*” como existe nos dispositivos móveis, que permite assistir isoladamente todos os trechos que constituíram cada uma das edições do telejornal. Nas *smart TVs*, como anteriormente apontado, são exibidas apenas as edições completas dos programas. Em relação aos trechos, surgem apenas duas categorias em que são disponibilizados: “*Mais vistos de ontem*, [seguido da data do dia anterior]” e “*Mais Vistos*”, sendo possível apenas assistir aos trechos que são disponibilizados nessas duas categorias específicas. Pelas *smart TVs*, então, não é possível pesquisar pelos trechos que compuseram uma edição específica.

No momento de captura do material para análise, o título das matérias e o nome do telejornal a qual pertencem são apresentados em cima da *thumbnail*, compondo a imagem em miniatura. Dessa forma, o título e o nome do telejornal se misturam à imagem tornando-se parte dela. Após atualizações na plataforma, eles passam a ser dispostos abaixo da imagem, havendo, portanto, divisão entre texto e imagem e, dessa forma, facilitando a identificação e a leitura do título e do nome do telejornal. Acima da imagem permanece apenas o tempo de duração do vídeo, ainda na lateral direita.

Nas *thumbnails* referentes à edição do dia 31 de julho de 2020 os títulos das matérias aparecem incompletos. Só temos acesso a sua totalidade quando clicamos para assisti-las, uma vez que neste momento ele aparece logo abaixo do vídeo. A imagem em miniatura teria, portanto, o papel de complementá-lo, indicando o tema abordado na matéria a fim de instigar o internauta a clicar para assisti-la. Observemos, portanto, as quatro primeiras matérias dispostas no campo “*Trechos*” da edição citada acima, que ficam em evidência na interface acessada via *desktop*, a fim de verificar, portanto, se as imagens estáticas selecionadas entre as cenas do vídeo para compor a *thumbnail* exercem essa função.

Figura 29: *Thubnails* dos trechos em evidência da edição do dia 31 de jul. de 2020 do JN



Fonte: Globoplay (2020). Captura de tela realizada pela autora.

4.3.3.1.1 Análise: *thumbnail 1*

A primeira *thumbnail* a ser analisada refere-se à notícia: “*Mortos pela pandemia do coronavírus no Brasil passaram de 92.500*”. Trata-se de uma nota pelada: as informações são dadas pelo próprio apresentador do telejornal, não havendo uma cobertura jornalística fora do estúdio que ilustre os dados apresentados. A notícia em vídeo, portanto, é constituída por uma única cena. A partir dos dois segundos do vídeo, dados a respeito dos números de vítimas do Covid-19 são projetados na tela.

Figura 30: *Thumbail 1* - Mortos pela pandemia do coronavírus no Brasil passaram de 92.500



Fonte: Globoplay (2020). Captura de tela realizada pela autora.

A *thumbnail* foi composta a partir de um *frame* que contemplava essa projeção. Assim, ao lado da imagem do apresentador, Willian Bonner, estão os dados a respeito do número de mortes pelo Covid-19 e número de casos da doença. O nome do telejornal ao qual pertence à notícia – Jornal Nacional - e o tempo do vídeo – 28 seg – também compõem a miniatura, somados a parte do título da matéria: “*Mortos pela pandemia do coronavirus no Brasil*”. O restante do título - “*passaram de 92.500*” - está oculto. Contudo, nesse primeiro momento, é possível inferir o restante do título pelos dados que compõem a imagem estática retirada do vídeo que foi ao ar. Assim que lemos a primeira parte do título do vídeo, nosso olhar já é

direcionado para as palavras “COVID-19 BRASIL”, “MORTES”, “TOTAL: 92.568” e “últimas 24h: 1.191”. Tratam-se de figuras que atribuem efeito de sentido de verdade ao discurso.

Segundo Barros (2005, p. 83), as figuras são elementos da semântica discursiva que se relacionam com elementos do mundo natural, conferindo efeito de sentido de realidade ao discurso. A figurativização, por consequência, “é o procedimento semântico pelo qual conteúdos mais “concretos” (que remetem ao mundo natural) recobrem os percursos temáticos abstratos”. Bertrand (2003, p. 154) aponta que “o conceito semiótico de figuratividade foi estendido a todas as linguagens, tanto verbais quanto não verbais, para designar esta propriedade que elas têm em comum de produzir e restituir parcialmente significações às de nossas experiências perceptivas mais concretas”.

Dessa forma, o espaço – Brasil –, o tempo – as últimas 24h e a totalidade do tempo desde o início da pandemia sintetizado pela palavra “total” –, assim como a actorialização implícita nas 92.568 mortes ao todo e nas 1.191 mortes nas “últimas 24 horas”, estão alocados no discurso, figurativizando a temática da pandemia em linguagem verbal. As próprias palavras “mortes” e “covid-19” são figuras que ajudam a conferir concretude a essa temática. Os atores são figurativizados ainda em linguagem não-verbal: no telão, atrás do apresentador, há rostos esmaecidos de diversas pessoas distribuídos em quadrados. Quando os associamos às palavras em destaque, logo inferimos que se tratam da individualização daqueles números que vemos na tela: pessoas perdidas em função da Covid-19, atribuindo a eles um grau maior de figurativização. Temos aqui, portanto, uma iconização: “a última etapa da figurativização, com o objetivo de produzir ilusão referencial” (BARROS, 2005, p. 69).

Os formantes eidéticos (GREIMÁS, 1984), como a fonte em caixa alta das três primeiras linhas, assim como os dois tons de azul e amarelo que constituem os formantes cromáticos (GREIMÁS, 1984), ressaltam tais informações e sua relevância, completando o título da matéria. As informações em relação ao número de casos da doença, por outro lado, se perdem, uma vez que as informações adicionais pertencentes à *thumbnail*, especificadas anteriormente – título da matéria e nome do telejornal –, se sobrepõem a elas. Isso confere maior destaque às informações superiores que dizem respeito ao número de mortes, fazendo referência diretamente ao título e complementando-o (atualmente, entretanto, isso não aconteceria, tendo em vista que o título da matéria e o nome do telejornal passaram a ser exibidos na parte de baixo da *thumbnail*, de forma separada, e não em cima da imagem, como nesse momento).

Em todo caso, não haveria outra imagem para representar essa notícia, pois ela é formada por uma única cena. O apresentador é o responsável por fornecer as informações da própria bancada, tendo apenas o auxílio dos dados projetados na sua lateral. A única possibilidade de uma composição diferente seria escolher um *frame* pertencente ao primeiro segundo do vídeo: momento em que os dados ainda não foram projetados, como se pode ver na figura abaixo.

Figura 31: *Frames* do início e do restante do vídeo



Fonte: Globoplay (2020). Capturas de tela e montagem realizadas pela autora.

A partir dos dois segundos de vídeo, o apresentador divide a tela com as informações até o fim da notícia, havendo apenas leves movimentos de câmera e da projeção das informações. Dessa forma, a fim de atribuir maior sentido ao conteúdo que será apresentado na matéria, um *frame* com os dados em exibição na tela torna-se mais pertinente para representá-la e ancorá-la na interface.

4.3.3.1.2 Análise: *thumbnail* 2

Analisemos agora a *thumbnail* da matéria: “*Necessidade de distanciamento social dá impulso forte na chamada telemedicina*”, segunda a ser apresentada na interface da aba “trechos”, referente à edição do telejornal em análise. Assim como a anterior, ela contém o nome do telejornal a qual pertence – Jornal Nacional -, o tempo de duração do vídeo – 3 min - e o título da matéria incompleto: “*Necessidade de distanciamento social dá*”. Observaremos as isotopias encontradas no discurso presente na imagem.

Figura 32: *Thumbnail 2* – Necessidade de distanciamento social dá impulso forte na chamada telemedicina



Fonte: Globoplay (2020). Captura de tela realizada pela autora.

A isotopia assegura a repetição de elementos semânticos no discurso. Desse modo, de acordo com Bertrand (2003, p. 187), por meio da recorrência, ela garante “a continuidade figurativa e temática do texto”. Segundo o autor, as isotopias figurativas dizem respeito à instalação dos atores, do espaço e do tempo no discurso, enquanto as isotopias temáticas são mais abstratas, podendo ser apreendidas por meio da superfície figurativa do discurso.

No cenário de pandemia vivenciado em função do Covid-19 a partir de 2020, a temática do distanciamento social tornou-se comum aos telejornais. Nesse sentido, a tecnologia tem sido grande aliada da população no que diz respeito ao cumprimento desse distanciamento. Ela permite que compromissos, que antes necessitavam de deslocamento e aglomeração de pessoas, sejam cumpridos de forma remota, dentro de casa. Na *thumbnail* em análise, podemos observar dois atores em contato por uma videochamada. O celular, nesse cenário, permite que duas pessoas em espaços físicos diferentes sejam colocadas em conjunção em um mesmo tempo e espaço virtual. Trata-se de uma isotopia figurativa, recorrente nas temáticas de distanciamento social, sendo essa prática de comunicação incentivada por anúncios publicitários e propagandas em geral em tempos de pandemia.

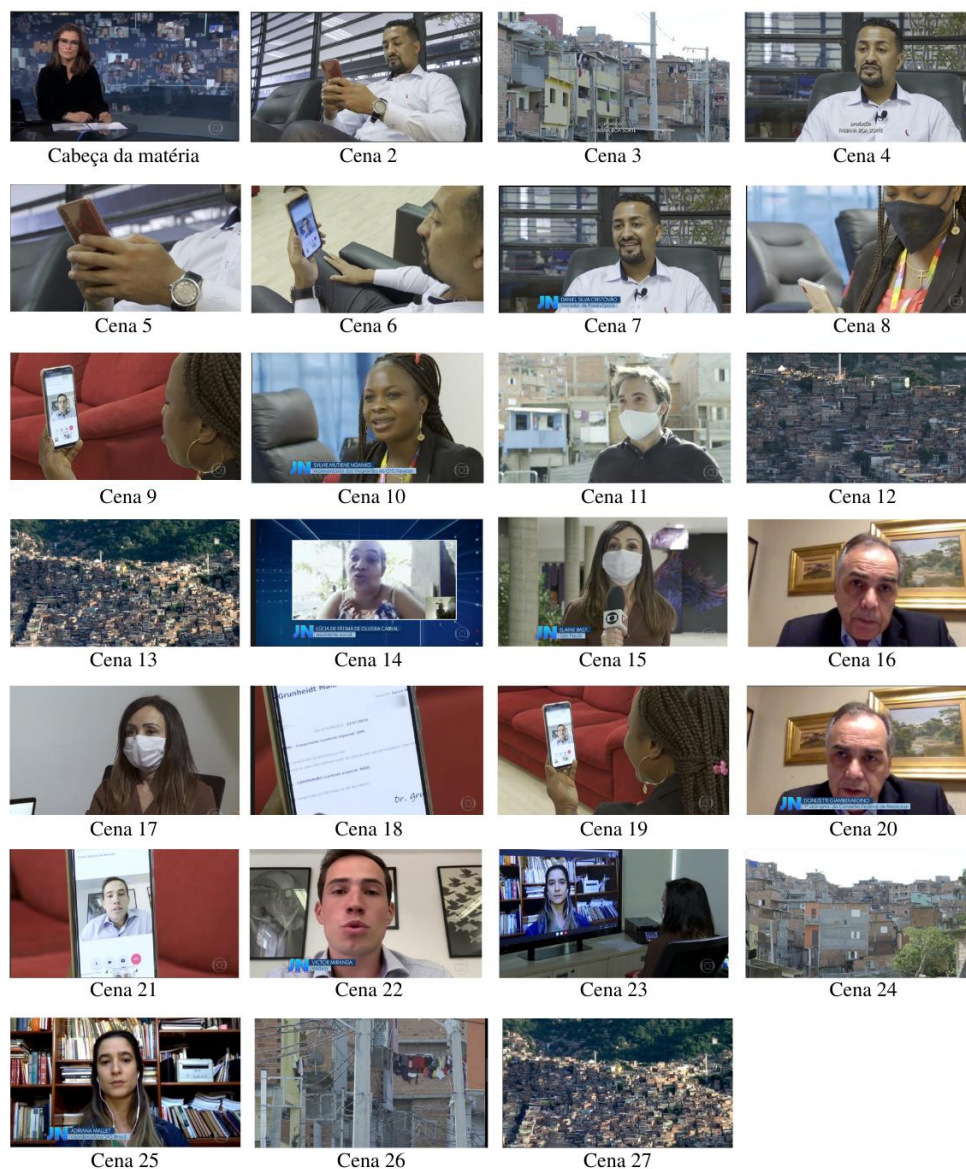
Com as mesmas figuras seria possível apreender também a temática da telemedicina, uma vez que a telecomunicação também pode ser figurativizada pela conjunção de atores em espaços físicos diferentes, em um mesmo tempo e espaço virtual. Embora no título completo da matéria, contudo, estejam presentes verbalmente os dois núcleos isotopantes - distanciamento social e telemedicina -, na imagem em miniatura fixada na interface, só podemos apreender o primeiro: “distanciamento social”, tendo em vista que o segundo está oculto. Isso permite interpretar a imagem segundo a temática do distanciamento social e não da telemedicina. Trata-se do fenômeno da recepção semântica, que opera, como explica

Bertrand (2003, p. 192), “sobre os traços e núcleos isotopantes que comandam, após si, o desenrolar coerente da interpretação”. Desse modo, o lexema atualizado mais forte manifesta seu sentido, conduzindo a interpretação do enunciado. Quando clicamos para assistir o vídeo, temos acesso ao título completo e somente então podemos compreender as duas temáticas figurativizadas pela imagem em miniatura.

A *thumbnail*, portanto, representa diretamente a parte do título que está à mostra, mas não permite ao usuário inferir, por meio dela, a parte faltante do título que diz respeito ao “*impulso na telemedicina*”. Embora a questão da telecomunicação também seja figurativizada pela conjunção de atores em espaços físicos diferentes, em um mesmo tempo e espaço virtual por meio da tecnologia, não há nada que evidencie a figura de um médico, ainda que o ator presente na tela do celular seja um. Se ele estivesse ornamentado com figuras típicas de sua profissão, como um jaleco branco ou um estetoscópio ao redor do pescoço, conseguiríamos apreender melhor a temática total da matéria antes de lermos seu título completo, uma vez que “o desenvolvimento semântico do discurso é assegurado pelas isotopias” (BERTRAND, 2003, p. 205).

Retirou-se um *frame* de cada uma das cenas da matéria – que podem ser verificados na figura logo abaixo - para analisar as possibilidades de *thumbnails*, a fim de observar se alguma outra cena apresentaria maior isotopia figurativa em relação à temática da telemedicina. Nota-se que há outros *frames* com os mesmos níveis figurativos, como por exemplo, os das cenas 06 e 09, porém não maiores. Em nenhuma delas vemos um médico figurativizado de acordo com o imaginário da profissão. Cenas como a 02, a 05 e a 08, embora enfoquem o dispositivo móvel, não apresentam a imagem de uma vídeochamada, apresentando, portanto, menor nível de figuratividade.

Figura 33: *Frames* das cenas da matéria “Necessidade de distanciamento social dá impulso forte na chamada telemedicina”



Fonte: Globoplay (2020). Capturas de tela e montagem realizadas pela autora.

Embora a cena 23 também apresente uma videochamada, só podemos apreender isso assistindo à matéria, uma vez que temos como prática utilizar dispositivos móveis como *smartphones*, computadores, entre outros, para realizá-la. Realizar videochamadas por TV ainda não é uma prática tão recorrente: em um primeiro momento essa imagem nos remete à prática de assistir à televisão. Então ainda que a colocação dessa imagem junto ao núcleo isotópante “distanciamento social” pudesse atribuir esse sentido à figura, ela ainda possuiria um nível de figuratividade menor em relação às cenas já mencionadas. Compreende-se, portanto, que a escolha de um *frame* da cena 19 para representar o vídeo na interface foi adequada.

4.3.3.1.3 Análise: *thumbnail 3*

A matéria “*Covid tem exigido dos profissionais de saúde aprendizado constante sobre a doença*” traz em sua *thumbnail*, além do nome do telejornal e o tempo de duração do vídeo - 2 min -, o título incompleto da matéria. O título aparente se limita a: “*Covid tem exigido dos profissionais de saúde*”, sendo omitida sua segunda parte “*aprendizado constante sobre a doença*”. O primeiro segmento da frase sozinho já possui um sentido completo, mas não o mesmo que o título completo propõe. É de conhecimento de todos que o cenário pandêmico exige muito dos profissionais da saúde que estão na linha de frente na batalha contra a Covid-19: exige mais horas de trabalho, menos tempo de descanso, maior esforço, distanciamento da família, cuidados redobrados, dentre outros. A matéria em específico, por sua vez, trata da exigência do aprendizado constante sobre a doença.

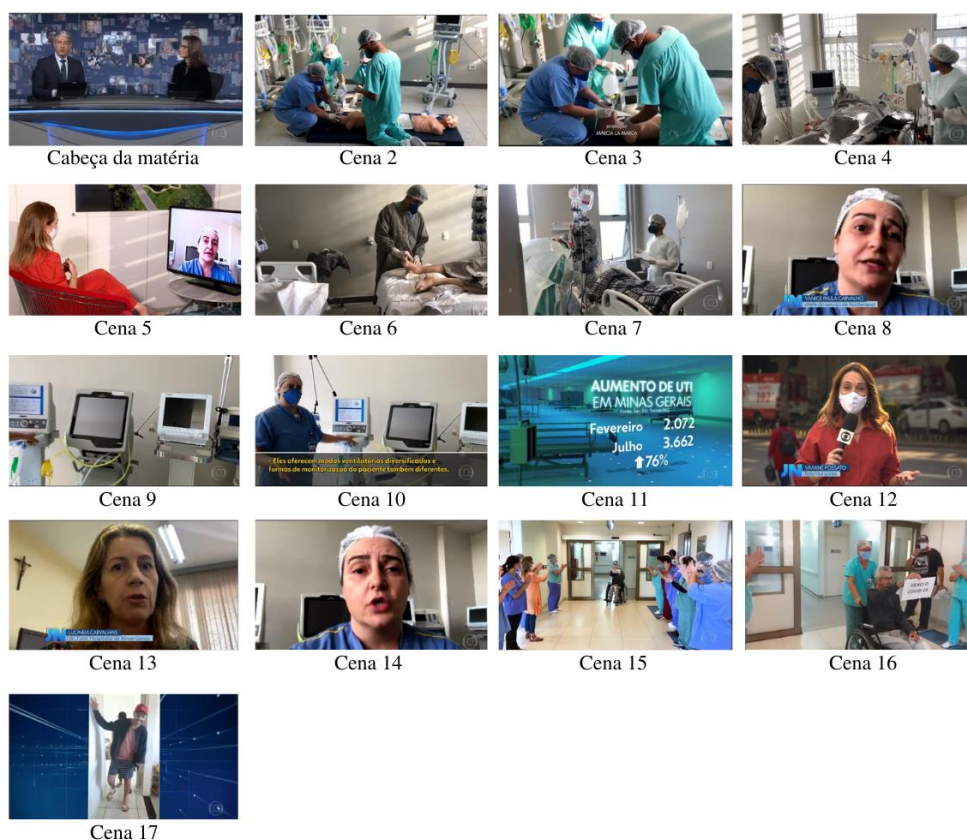
Figura 34: *Thumbnail 3* – Covid tem exigido dos profissionais de saúde aprendizado constante sobre a doença



Fonte: Globoplay (2020). Captura de tela realizada pela autora.

Os profissionais da saúde na imagem em miniatura estão muito bem figurativizados. O cenário hospitalar, os aparelhos médicos, os uniformes e as toucas estabelecem a trama figurativa própria da temática do combate ao Covid-19. São figuras que remetem diretamente à profissão, fornecendo a isotopia necessária para a construção e manutenção do sentido do discurso. O boneco que manuseiam, por sua vez, figurativiza a temática do aprendizado, tendo em vista que é do imaginário comum a utilização de bonecos nos cursos da área da saúde para a simulação de situações reais de atuação dos profissionais. Desse modo, a figura do boneco produz o sentido total do enunciado, ainda que a parte a respeito do aprendizado esteja omitida na *thumbnail*.

Figura 35: Frames das cenas da matéria “Covid tem exigido dos profissionais de saúde aprendizado constante sobre a doença”



Fonte: Globoplay (2020). Capturas de tela e montagem realizadas pela autora.

Ao analisar as demais cenas, vemos que grande parte delas figurativizam a temática da vida hospitalar. Nos *frames* 02, 03, 04, 06, 07, 08 10, 14, 15 e 16, os uniformes, as toucas, os aparelhos médicos e o próprio espaço físico de um hospital estão em evidência. Qualquer uma dessas imagens iconizaria os profissionais de saúde. Contudo, somente as cenas 02 e 03 iconizam bem a temática do aprendizado por esses profissionais, devido à figura do boneco, já discutida. As demais cenas apresentam os profissionais sozinhos ou acompanhados de pacientes reais. Compreendemos, portanto, que a *thumbnail* utilizada para representar essa matéria na interface do JN no Globoplay cumpre com a sua função, auxiliando a fornecer, junto ao título, o sentido completo da temática abordada.

4.3.3.1.4 Análise: *thumbnail* 4

A última matéria a ser analisada corresponde um vídeo da série testemunhal intitulada “*Aqui dentro*”. Segundo o telejornal, é um momento em que os profissionais da saúde contam o que estão vendo, fazendo e sentindo em tempos de pandemia. Os vídeos possuem um

minuto de duração. São compostos pela chamada dos apresentadores, pela vinheta do quadro “*Aqui dentro*”, seguido de um vídeo testemunhal de algum profissional de saúde diretamente vinculado ao combate à doença e finalizado com a vinheta do quadro. É constituído, portanto, de quatro cenas, como demonstrado:

Figura 36: *Frames* da matéria “Fonoaudióloga: Ao recuperar a voz, 1ª coisa que paciente pede é para falar com a família”



Fonte: Globoplay (2020). Captura de tela e montagem realizadas pela autora.

Nesta edição do dia 31 de julho de 2020, o JN se dedicou a ouvir o testemunho de uma fonoaudióloga. A *thumbnail* do vídeo foi composta por um *frame* da cena do seu testemunho, tendo em vista que é a imagem do profissional que diferencia os vídeos da série uns dos outros: a chamada do quadro pelos apresentadores e a vinheta são elementos constantes em todos eles. A novidade, portanto, está na pessoa que conta seu relato.

Figura 37: *Thumbnail 4* - Fonoaudióloga: Ao recuperar a voz, 1ª coisa que paciente pede é para falar com a família



Fonte: Globoplay (2020). Captura de tela realizada pela autora.

Por meio da *thumbnail*, é fácil identificar o vídeo que pertence à série “*Aqui dentro*”. Todas as imagens em miniatura do quadro apresentam os mesmos formantes eidéticos, cromáticos e topológicos (GREIMÁS, 1984), garantindo-lhes isotopia. A vinheta da série é formada pelo cromatismo azul e branco. Há um círculo branco ao centro com o nome do quadro “*Aqui dentro*”. A primeira palavra possui apenas linhas que dão forma às letras vazadas, sem preenchimento, sendo possível ver o fundo branco do logo. A segunda palavra,

por sua vez, possui preenchimento sólido na coloração azul. As bordas exteriores ao círculo também são formadas pela coloração azul. Entende-se que esse formante cromático seja uma referência à própria identidade visual do Jornal Nacional, que também tem seu logo na cor azul, a fim de demarcar a que telejornal o quadro pertence.

Após a vinheta, o nome da série - “*Aqui dentro*”- desaparece e dentro do círculo é inserido o vídeo do profissional de saúde que conta seu relato sobre a pandemia. É como se o nome do quadro estivesse ali apenas esperando-o ocupar o lugar que lhe é de direito dentro do círculo. A imagem do profissional, então, ocupa o centro da figura circular, ficando envolta pelo cromatismo azul.

O título da matéria, por sua vez, é o seguinte: “*Fonoaudióloga: Ao recuperar a voz, 1ª coisa que paciente pede é para falar com a família*”, mas na *thumbnail* conseguimos ler apenas: “*Fonoaudióloga: Ao recuperar a voz, 1ª coisa que paciente...*”. A primeira palavra que o compõe é a categoria profissional que dará o seu testemunho. Nesse caso, observa-se que o título possui primeiramente o papel de semantizar a figura apresentada ao centro da imagem, a fim de indicar qual profissional contará sua experiência. Em seguida, ele destaca no título parte da história que será contada pela participante, fazendo o usuário apreender que o testemunho é a respeito de uma pessoa que teve sua voz recuperada e expressou uma ação, sendo esta ação omitida na parte do título aparente, mobilizando o fato curiosidade, que leva o usuário a querer clicar no vídeo para saber qual a ação realizada. Há aqui, portanto, uma manipulação por sedução.

Concluimos, dessa maneira, que a *thumbnail* é atrativa ao internauta e cumpre com o seu papel de representar o vídeo na interface do Globoplay. Por meio dela, é fácil identificar o vídeo pertencente à série “*Aqui dentro*” na disposição dos vídeos na interface, devido à manutenção da isotopia plástica e figurativa na miniatura.

4.3.3.1.5 Considerações gerais acerca das *thumbnails* do Jornal Nacional

Ao levar em consideração os componentes do nível discursivo do percurso gerativo de sentido, ou seja, a instalação da pessoa, do tempo e do espaço no discurso imagético, bem como os temas e as figuras, observa-se que as temáticas abordadas pelas matérias são bem figurativizadas nos *frames* selecionados para representar as matérias na interface do Jornal Nacional no Globoplay e na maioria das vezes complementam o título que se oculta na imagem em miniatura.

No caso de notícias que são transmitidas diretamente pelos apresentadores, não havendo coberturas externas, observamos que existe uma coerência entre a parte do título que se destaca e o *frame* do vídeo selecionado para compor a *thumbnail*. Dessa forma, um complementa o outro. Os formantes eidéticos, cromáticos e topológicos também assumem papel fundamental para a produção de sentido, garantindo a identidade do telejornal e destacando os dados oficiais, por meio de cores, formas e disposição na tela.

As *thumbnails* das matérias que compõem o quadro “*Aqui dentro*” também garantem a identidade do quadro na interface do Globoplay por meio dos formantes plásticos e figurativos. Além disso, o título tem como função atribuir sentido à figura que aparece ao centro da imagem, informando claramente ao internauta qual o profissional dará seu depoimento naquele vídeo.

Conclui-se, portanto, que dentro das possibilidades das cenas que compõem as matérias, os *frames* selecionados para compor as *thumbnails* são adequados. Esses *frames*, antes partes mínimas constituintes de imagens dinâmicas, tornam-se agora estáticos, como uma espécie de fotografia, uma pós-fotografia (FONTCUBERTA, 2017), que se instala na interface da plataforma, cumprindo a função de representar o vídeo como um todo. Na interface do Jornal Nacional no Globoplay, permitem aos internautas compreender rapidamente a temática abordada no vídeo como um todo e, desse modo, selecionar para assistir aqueles vídeos cujos temas fazem parte de seu interesse. Somado a isso, o fato das *thumbnails* serem constituídas a partir de um *frame* da matéria, que, por sua vez, traz elementos do mundo natural e “real”, auxilia na construção do efeito de sentido de verdade do conteúdo do telejornal ali disponibilizado.

Considera-se pertinente ainda apontar para a forma de construção do título de cada matéria – trecho do telejornal – também como um mecanismo de expansão de sua atualidade noticiosa. Não importa quanto tempo passe após sua exibição no fluxo, sempre que o usuário entrar no Globoplay e navegar pelo campo “Trechos” da página do Jornal Nacional, o título das matérias permanecerá imutável, estando sempre no tempo presente.

Gomis (1991) aponta que essa é uma estratégia recorrente nos meios de comunicação, pois a adoção desse mecanismo linguístico faz parecer que aquela informação que nos é apresentada está acontecendo naquele momento, mesmo que os fatos tenham acontecido no passado – ontem, ou anteontem.

O presente, segundo Gomis, é mais direto e mais próximo, tanto que quando queremos atribuir mais “vivacidade” a algo que temos para contar, o contamos utilizando o tempo presente: “*El presente se emplea porque es el tiempo de lo inmediato, porque es más vívido y*

porque cuando la gente cuenta algo que le ocurrió y le conmovió mucho, tiene a contarlo en presente (1991, p. 27)”¹⁰.

Sendo assim, esse recurso é muito utilizado na redação dos títulos das matérias jornalísticas, pois, por si só, o título é capaz de atribuir sentido ao todo da matéria. Lê-lo apenas já fornece ao usuário uma atualização acerca da notícia, sem que necessariamente ele necessite assistir o vídeo como um todo. O núcleo temático é claramente apresentado ali e o tempo presente estende sua atualidade para o momento da sua leitura. “*Los titulares trasladan la información, del tiempo en que realmente ocurrió, al tiempo del lector, del tiempo del suceso al de la conversación. Y de la acción*”¹¹ (GOMIS, 1995, p. 28). O tempo presente no título das matérias, portanto, faz perdurar o efeito de sentido de atualidade nos trechos do telejornal, ainda que sejam assistidos dias depois de sua exibição.

4.3.3.2 O consumo segmentado do Jornal Nacional

O campo “*Trechos*” - anteriormente nomeado como “*Cenas*” - deixa evidente a exposição do conteúdo do telejornal de acordo a forma simbólica da era do computador (MANOVICH, 2015). A disponibilização para consumo de matérias específicas do telejornal – fragmentos - contribui para que o usuário não fique mais restrito à perspectiva linear do programa. Segundo Manovich (2015), enquanto a perspectiva linear é considerada como uma “forma simbólica” da era moderna, o banco de dados pode ser considerado como uma nova forma simbólica da era do computador. Dessa forma, as matérias que compuseram o telejornal inicialmente se apresentam ao usuário enquanto uma coleção e não mais enquanto uma narrativa, possibilitando que ele construa seu próprio percurso de consumo, não ficando mais restrito à narrativa linear construída e proposta naquela edição específica do telejornal. De acordo com o autor,

A natureza aberta da mídia *Web* (cujas páginas são arquivos de computador que sempre podem ser editados) significa que os *websites* nunca precisam estar completos; e raramente estão. Eles sempre crescem. Novos *links* são continuamente adicionados ao que já estão lá. É tão fácil adicionar novos elementos ao final da lista quanto inseri-los em qualquer lugar dela. Tudo isso contribui muito para a lógica

¹⁰ Tradução livre: O presente é usado porque é o momento do imediato, porque é mais vívido e porque quando as pessoas contam algo que lhes aconteceu e as emocionou bastante, ficam tentadas a contá-lo no presente.

¹¹ As manchetes transferem a informação do momento em que realmente aconteceu até o tempo do leitor, do momento do evento até o momento da conversa. E da ação.

antinarrativa da *Web*. Se novos elementos são adicionados ao longo do tempo, o resultado é uma coleção, não uma história (MANOVICH, 2015, p. 9-10 – grifos do autor).

Tendo em vista que o Globoplay é veiculado na *web*, seus conteúdos também seguem a natureza aberta própria dessa mídia. Como já mencionado, todos os dias a página do telejornal é abastecida, sendo inseridos os conteúdos que foram ao ar na última edição exibida no fluxo televisivo. O usuário, por sua vez, pode optar por consumir o conteúdo de uma única edição, ou pode navegar entre as edições, consumindo seu conteúdo das mais variadas formas: as íntegras, as matérias isoladas, pulando parte do conteúdo, abandonando uma exibição e iniciando outra, entre outras formas. Como Manovich (2015) propõe, portanto, isso tudo contribui para essa lógica antinarrativa da *web*.

Observa-se, contudo, que o Globoplay pretende de algum modo garantir uma linearidade ao consumo do telejornal. Tanto que, como já apontado, pelas *smart TVs*, o consumo das edições na íntegra é priorizado. Dessa forma, a perspectiva linear é privilegiada em detrimento da forma simbólica do computador, o banco de dados, no acesso pelo televisor. Além disso, pelo *desktop*, observa-se também uma tentativa de conferir certa linearidade ao consumo dos trechos do telejornal, tendo em vista que quando o usuário clica sobre uma matéria disponível em “*Trechos*” para assisti-la, ao lado dela aparece uma lista com as demais matérias exibidas naquela edição do telejornal, como está ilustrado na imagem abaixo. Na verdade, não se trata apenas de uma lista, mas de uma *playlist*, pois caso o usuário não interfira na exibição do conteúdo, as demais matérias são reproduzidas automaticamente.

Figura 38: “Trechos” do JN em exibição no Globoplay



Fonte: Globoplay (2021). Captura de tela realizada pela autora em 04 de out. de 2021.

Embora as matérias da lista sejam enumeradas, como é possível observar acima, elas não seguem a ordem de exibição do fluxo televisivo. Para comprovar isso, foi catalogada a ordem das matérias exibidas na *playlist* referente aos “trechos” da edição do dia 01 de outubro de 2021 do Jornal Nacional com a ordem das matérias que compuseram a edição na íntegra do telejornal. Feito isso, foi realizada uma comparação entre as duas ordens de exibição. Essa comparação está detalhada na tabela abaixo.

Tabela 4: Comparação da ordem de exibição das matérias na íntegra do JN e na *playlist* de exibição dos trechos da mesma edição

Ordem de exibição no Globoplay das matérias que compuseram a edição de 01 de out. de 2021 do Jornal Nacional		
	Edições/ JN na Íntegra	Trechos/ Playlist
1	Farmacêutica americana anuncia antiviral que reduz pela metade hospitalizações e mortes por Covid	Farmacêutica americana anuncia antiviral que reduz pela metade hospitalizações e mortes por Covid
2	Indicadores mostram o melhor momento do ano em relação à pandemia no Brasil	Indicadores mostram o melhor momento do ano em relação à pandemia no Brasil
3	Brasil registra 492 mortes por Covid em 24 horas	Argentina começa a reabrir fronteira aérea pra países vizinhos, como o Brasil
4	Argentina começa a reabrir fronteira aérea pra países vizinhos, como o Brasil	Corte de fornecimento de luz por falta de pagamento voltou a ser permitido
5	Começou na sexta-feira a campanha de vacinação para jovens abaixo dos 15 anos	Milhares de brasileiros que deram entrada no BPC enfrentam uma espera longa
6	Corte de fornecimento de luz por falta de pagamento voltou a ser permitido	Brasil registra 492 mortes por Covid em 24 horas
7	Milhares de brasileiros que deram entrada no BPC enfrentam uma espera longa	Drone capta imagens da destruição provocada pelo vulcão Cumbre Vieja, em La Palma
8	Drone capta imagens da destruição provocada pelo vulcão Cumbre Vieja, em La Palma	Nuvens de poeira voltam a cobrir cidades no Sudeste e no Centro-Oeste
9	Nuvens de poeira voltam a cobrir cidades no Sudeste e no Centro-Oeste	Começou na sexta-feira a campanha de vacinação para jovens abaixo dos 15 anos
10	Veja como fica o tempo neste fim de semana	Crise de energia: um ano depois da operação das usinas térmicas, situação das hidrelétricas piorou
11	Crise de energia: um ano depois da operação das usinas térmicas, situação das hidrelétricas piorou	Desmatamento na Amazônia pode elevar temperaturas a ponto intolerável ao corpo humano, diz estudo
12	Pesquisadores brasileiros criam técnica de reaproveitamento de água	MPF vai investigar se Michelle Bolsonaro agiu para Caixa liberar empréstimos a amigos da família
13	Desmatamento na Amazônia pode elevar temperaturas a ponto intolerável ao corpo humano, diz estudo	Rádio CBN completa 30 anos
14	MPF vai investigar se Michelle Bolsonaro agiu para Caixa liberar empréstimos a amigos da família	Deputado é preso sob suspeita de mandar sequestrar jornalista em Roraima
15	Deputado é preso sob suspeita de mandar sequestrar jornalista em Roraima	Rebeca Andrade é campeã do individual geral no Brasileiro de Ginástica
16	Rádio CBN completa 30 anos	Athletico-PR contrata Alberto Valentim
17	Athletico-PR contrata Alberto Valentim	Veja como fica o tempo neste fim de semana
18	Rebeca Andrade é campeã do individual geral no Brasileiro de Ginástica	Pesquisadores brasileiros criam técnica de reaproveitamento de água

Fonte: elaborado pela autora

A edição do dia primeiro de outubro de 2021 foi composta por 18 matérias. Do lado esquerdo da tabela foram listadas as matérias de acordo com a ordem que apareceram na íntegra do telejornal, ou seja, seguindo a linearidade proposta por essa edição do Jornal Nacional. Do lado direito, por sua vez, as matérias da edição estão listadas seguindo a ordem em que estão disponíveis na *playlist* que aparece na tela quando o usuário clica para assistir a uma matéria isolada. Em seguida foram usadas cores para demonstrar com maior clareza a posição que cada matéria ocupa em cada uma das listas. As mesmas matérias, portanto, estão destacadas com a mesma tonalidade de cor nas duas colunas. Observa-se que apenas as duas primeiras matérias estão na *playlist* seguindo a ordem que compuseram a íntegra do telejornal – ou seja, que foram exibidas no fluxo televisivo.

Considera-se que a enumeração e a organização das matérias em exibição em uma *playlist* representam estratégias para buscar conferir certa organização a essa coleção de conteúdo. A respeito do banco de dados e de seu caráter antinarrativa, Manovich (2015) aponta que:

(...) muitos novos objetos midiáticos não contam histórias; eles não têm início ou fim; de fato, não tem qualquer desenvolvimento temático ou formal, ou outra coisa que possa organizar seus elementos em uma sequência. Em vez disso, eles são coleções de itens individuais, em que cada item possui a mesma importância que qualquer outro (MANOVICH, 2015, p. 1).

Acerca disso, pode-se refletir o seguinte: o telejornal, sendo um produto criado para exibição na grade televisiva é composto por uma sequência de matérias e reportagens apresentadas em sequência de forma a garantir uma linearidade ao seu conteúdo. Os apresentadores são os responsáveis por garantir o todo de sentido da narrativa do telejornal, interligando uma matéria à outra por meio de seus comentários. A organização da ordem de exibição dos conteúdos por temáticas semelhantes também facilita para a construção da narrativa do telejornal.

Entretanto, em “*Trechos*” o telejornal é dividido em partes. Cada parte, por sua vez, é composta pelo vídeo gravado da reportagem e por tudo que lhe agrega sentido, como por exemplo, a cabeça da matéria¹² e a nota pé¹³. Dessa forma, cada “trecho” do telejornal possui sentido por si só. Cada parte conta uma história que possui início e fim.

¹² Introdução do assunto feita pelo apresentador antes de “chamar” a matéria (VT).

¹³ Informações complementares fornecidas pelo apresentador depois da exibição da matéria (VT)

No campo “*Trechos*”, por sua vez, essas partes são disponibilizadas individualmente. Entretanto, como já mencionado, as partes de uma única edição são agrupadas segundo sua data de exibição. Podemos dizer então que cada agrupamento de matérias segundo sua data de exibição constitui uma coleção, nos termos de Manovich (2015). Dentro de cada uma dessas coleções, ancoradas por data, cada parte – ou “*trecho*” – possui tanta importância quanto qualquer outra. Podemos considerar que, pelo caráter de atualidade que possuem os telejornais, as coleções mais recentes, que comportam as matérias das últimas edições exibidas na grade televisiva possuem maior relevância que as mais antigas na plataforma. Comparando os itens de cada coleção, contudo, não há item de maior importância que outro. A sua relevância dentro deste contexto do Globoplay será definida por critérios pessoais do usuário que opta pela parte do telejornal que deseja consumir. A íntegra do telejornal, disponibilizada em “*Edições*” nesse caso é a responsável por apresentar a narrativa do telejornal com o seu todo de sentido, tanto que o conteúdo de “*Edições*” é exibido de maneira única e linear, não aparecendo na tela nenhuma *playlist*.

Já a *playlist* que aparece quando o usuário clica sobre um “*Trecho*” do telejornal para assisti-lo pelo *desktop*, por sua vez, trata-se de uma estratégia de exibição do conteúdo, tendo em vista que ela pode modalizar o usuário a querer assistir às demais partes que são reproduzidas automaticamente, partes essas que fazem parte de uma mesma edição. Contudo, as matérias – ou “*trechos*” –, como já demonstrado, não necessariamente são reproduzidas seguindo a linearidade proposta pelo telejornal, ou seja, segundo a ordem que foram exibidas no fluxo televisivo.

A *playlist* que se apresenta, embora reproduza as partes do telejornal sequencialmente, não tem a pretensão de reproduzir o todo de sentido que produz a edição na íntegra do telejornal. A própria dinâmica dos anúncios impede isso. Se na reprodução da íntegra do telejornal no campo “*Edições*” os anúncios apareciam no início e na divisão de blocos do telejornal, na reprodução das matérias individuais os anúncios aparecem sempre ao início de uma nova matéria. Dessa forma, quando a *playlist* reproduz automaticamente uma sequência de matérias, ao início de cada uma delas são exibidos anúncios sequenciais. Isso causa uma interrupção na linearidade da exibição, o que garante que cada matéria seja vista como uma unidade de sentido independente e reforça ao enunciário que ele está diante de trechos do telejornal e não diante da edição do telejornal fragmentada em uma sequência ordenada.

No caso dos *smartphones*, ao clicar para assistir a um trecho do conteúdo, não é exibida uma *playlist*, como no caso do acesso via *desktop*, entretanto o conteúdo do telejornal é exibido também automaticamente, um após o outro, sem uma ordem definida e separados

pela exibição de anúncios. Também não são exibidos trechos de uma única edição, como na *playlist* que se forma no acesso via *desktop*, em vez disso, são exibidos trechos de modo aleatório, de edições diferentes, o que reforça o caráter de unidade de sentido individual que possui cada um dos trechos.

Já nas *smart TVs*, os poucos trechos que podem ser acessados pela página do Jornal Nacional, presentes na categoria “*mais vistos*”, por sua vez, não são reproduzidos automaticamente. É necessário que o usuário retorne na página anterior para selecionar o próximo trecho ou edição que deseja assistir. Compreende-se, portanto, que o aplicativo, quando acessado pela *smart TV*, não busca colaborar para essa lógica antinarrativa da era do computador. Ele exibe automaticamente em sequência apenas conteúdos que de fato possuem uma narrativa nos moldes tradicionais, uma “narrativa cinematográfica”, como aponta Manovich (2015). O mesmo acontece com a exibição das íntegras do JN pelo televisor. As edições do telejornal não são reproduzidas automaticamente, ao contrário do que acontece com a exibição de episódios de séries e capítulos de telenovelas. Supõe-se que isso acontece, em função da compreensão de que as edições do telejornal não se tratam de uma narrativa sequencial e de que cada uma das edições possui um sentido completo, assim também como os trechos. Dessa forma, o acesso pelo televisor privilegia a perspectiva linear, enquanto o acesso pelos dispositivos móveis privilegia a forma simbólica da era do computador (MANOVICH, 2015).

4.3.4 A inserção do conteúdo do telejornal no Globoplay

Entretanto, mais do que analisar como o conteúdo sob demanda do Jornal Nacional é disposto em sua interface no Globoplay, interessa a esta pesquisa também compreender como ele é inserido na plataforma. Para isso, foram feitas duas coletas de materiais em períodos diferentes a caráter de atualização e de comparação: uma no dia 25 de julho de 2019 e outra em 14 de outubro de 2021. Em ambas foram feitas a captura da tela da interface da página do Jornal Nacional no Globoplay via *desktop* simultaneamente à exibição do telejornal em fluxo televisivo, a fim de saber como o conteúdo do telejornal é disponibilizado tanto em “Edições” quanto em “Trecos”. Para isso, foi utilizada a extensão *Auto Refresh* no navegador, *Google Chrome*, para que as páginas atualizassem automaticamente a cada minuto, a fim de saber com maior precisão o horário em que os conteúdos eram disponibilizados em cada uma delas.

Neste primeiro momento, portanto, serão apresentados os dados coletados no dia 25 de julho de 2019. Ressalta-se, a fim de localizar temporalmente o leitor, que essa data está

situada em um momento em que apenas a programação da Rede Globo era exibida em fluxo televisivo no Globoplay, ainda por meio da interface “*Agora na Globo*” e não estando disponível para grande parte do país. Comparemos as atualizações das plataformas abaixo:

Tabela 5: Mapeamento das inserções do conteúdo da edição de 25 de jul. de 2019 do JN no Globoplay

Mapeamento das atualizações da página do Jornal Nacional no Globoplay no dia 25/07/2019		
Hora	TV	Globoplay
20h30	Início do telejornal	
21h17		Sobem vídeos: A,B,C e D
21h19	Término do telejornal	
21h27		Sobem vídeos E,F,G e H
21h42		Sobe íntegra do JN
22h00		Sobem vídeos I,J,K,L,M,N,O e P
22h05		Sobe vídeo Q.

Fonte: elaborado pela autora

No dia acima especificado, o Jornal Nacional teve início no fluxo televisivo às 20h30. A primeira atualização na página do Jornal Nacional no Globoplay acontece às 21h17. Neste momento ficam disponíveis na plataforma os vídeos A, B, C e D. Observa-se que o telejornal terminou na grade de programação às 21h19. Dessa forma, a primeira atualização aconteceu apenas 2 minutos antes da finalização do telejornal no fluxo televisivo. Após sua finalização, às 21h27 ficam disponíveis mais quatro matérias daquela edição – E, F, G e H.

A íntegra do telejornal pode ser vista na plataforma 23 minutos depois da finalização do telejornal na televisão – às 21h42. Às 22h entram no Globoplay outras 8 matérias – I, J, K, L, M, N, O e P - e às 22h05 mais uma matéria fica disponível no campo “Trechos” – Q. A caráter de curiosidade, segue abaixo a especificação do título das matérias que, para facilitar de compreensão e organização dos dados, foram nomeadas de acordo as letras do alfabeto.

Tabela 6: Relação do título das matérias publicadas na edição de 25 de jul. de 2019 no JN com o nome adotado para cada uma delas

Matéria	Título
Matéria A	Hackers presos invadiram celulares de Bolsonaro
Matéria B	Moro diz ter avisado ao Supremo que ministros do STF e do STJ foram hackeados
Matéria C	JN esclarece informação sobre Intercept
Matéria D	PF cumpre mandados em 3 estados em investigação sobre suspeita de desvio de R\$ 40 milhões
Matéria E	Advogado de suspeito diz que suposto hacker queria vender os dados ao PT
Matéria F	Quadrilha rouba 750 quilos de ouro do aeroporto de Cumbica
Matéria G	Ministério e INSS vão atuar juntos para coibir assédio a aposentados
Matéria H	Marinha do Reino Unido vai escoltar navios de bandeira britânica no Estreito de Ormuz
Matéria I	Toffoli determina que Petrobras venda combustível para navios iranianos
Matéria J	Sobe para 12 número de mortos na chuva que atingiu a Região Metropolitana do Recife
Matéria K	Amigos e parentes de vítimas da barragem da Vale lembraram seis meses da tragédia
Matéria L	Chuva deve continuar no leste de Pernambuco
Matéria M	Paris tem dia mais quente da história
Matéria N	Aquecimento global é maior evento climático em 2 mil anos
Matéria O	CBF contrata técnica sueca, Pia Sundhage, para seleção
Matéria P	Etiene Medeiros é prata no Mundial de Esportes Aquáticos.
Matéria Q	Game XP atrai milhares de pessoas ao Parque Olímpico

Fonte: elaborado pela autora

A edição do dia 25 de julho de 2019, contudo, foi composta por 19 matérias. Até a finalização da coleta do material, ou seja, da captura das telas, entretanto, duas delas ainda não haviam sido disponibilizadas na plataforma. Por este motivo não apareceram na tabulação dos dados. Essa incongruência, entretanto, não prejudicará na análise final.

Diante dos dados apresentados, observa-se que, durante a transmissão do telejornal em fluxo, o Globoplay busca, em certa medida, construir marcas de simultaneidade na disponibilização do conteúdo. Ao disponibilizar quatro matérias antes do término do telejornal na grade de programação, o destinador da comunicação, faz *parecer* que a atualização da interface do Jornal Nacional na plataforma está relacionada à transmissão da programação em fluxo televisivo, mantendo, portanto, o usuário informado em um mesmo “agora” que os telespectadores.

Isso, entretanto, não passa de uma ilusão, pois, como se pode visualizar, a atualização acontece apenas dois minutos antes da finalização do telejornal em fluxo televisivo. Dessa forma, ainda que, neste momento, o Globoplay comece a abastecer a plataforma com os trechos do Jornal Nacional durante a sua exibição do fluxo, nota-se que a maior parte do conteúdo fica disponível apenas após a finalização do telejornal na grade televisiva: tanto a íntegra quanto os trechos.

Compreende-se, portanto, que o Grupo Globo, embora queira levar o telespectador a assumir o contrato enunciativo de assistir ao telejornal no Globoplay a partir, por exemplo, de enunciados como “*Veja e Reveja no Globoplay*” - que aparecem na tela nos segundo finais do telejornal, como já discutido no segundo capítulo - ainda evita fornecer concorrência para a programação em fluxo televisivo, uma vez que só depois do término do telejornal é que a plataforma é atualizada mais frequentemente.

Esse movimento de privilegiar o conteúdo em fluxo em detrimento do conteúdo sob demanda, por sua vez, é confirmado pela coleta de material realizada no dia 14 de outubro de 2021. Como se pode observar na tabela abaixo, o conteúdo do telejornal ficou disponível no Globoplay após a finalização do Jornal Nacional na grade de programação.

Tabela 7: Mapeamento das inserções do conteúdo da edição de 25 de jul. de 2019 do JN no Globoplay

Mapeamento das atualizações da página do Jornal Nacional no Globoplay no dia 14/10/2019		
Hora	TV	Globoplay
20h00	Início do telejornal	
20h36	Término do telejornal	
20h57		Sobem videos A, B, C, D, E, F, G, H, I e J
21h08		Sobem video K, L, M, N, O, P, Q, R e S
21h20		Sobe a íntegra do JN

Fonte: elaborado pela autora

Neste dia o telejornal teve início mais cedo na grade televisiva, às 20h e finalizou às 20h36. Durante a sua exibição, a página do JN do Globoplay não recebeu nenhuma atualização. A primeira atualização só veio a ocorrer após 20 minutos do término do telejornal. Esta edição também foi composta por 19 matérias. Dessas, 10 matérias ficaram disponíveis no Globoplay às 20h57, de uma única vez. Pouco mais de dez minutos depois, às 21h08, as nove matérias restantes – a outra metade - também foram disponibilizadas na plataforma. Só depois disso, por volta de 21h20, é que a íntegra do telejornal ficou acessível na página do JN. Mais uma vez, abaixo, a caráter de curiosidade, está elencado título das matérias.

Tabela 8: Relação do título das matérias publicadas na edição de 14 de out. de 2021 do JN com o nome adotado para cada uma delas

Matéria	Título
Video A	JN Escalada
Video B	Relatório revela que países do G20 aumentaram emissão de gases do...
Video C	6 morrem e 30 ficam feridos em tiroteio em protesto em Beirute, no
Video D	Incêndio em prédio deixa 46 mortos e mais de 40 feridos, em Taiwan
Video E	Policiais paraguaios reforçam área na fronteira com o Brasil onde houve sete...
Video F	Polícia de Goiás conclui que incêndios na chapada dos Veadeiros foram...
Video G	Lira adia para a semana que vem a votação da PEC sobre Conselho...
Video H	Veja a previsão do tempo para a sexta-feira
Video I	Justiça de SP absolve PM acusado de matar adolescente de 15 anos
Video J	Integrantes da Via Campesina invadem sede da Associação Brasileira
Video K	Justiça condena oito militares pelas mortes de músico e catador do Rio
Video L	João Roberto Marinho será o novo presidente do Grupo Globo e Paulo...
Video M	Voluntários de testes de vacinas contra Covid no Brasil não conseguem...
Video N	Mais de 150 milhões de pessoas tomaram a primeira dose da vacina
Video O	Pandemia faz despencar o número de exames de mamografia
Video P	Rock in Rio confirma novas atrações do Palco Mundo
Video Q	Vágner Mancini é o novo técnico do Grêmio
Video R	STF derruba lei que permitia venda de remédios para emagrecer
Video S	Grupo distribui absorvente em protesto contra Bolsonaro

Fonte: elaborado pela autora

Observa-se, portanto, uma lógica maior na forma de disponibilização do conteúdo do telejornal em outubro de 2021 do que em julho de 2019. Em outubro, nota-se uma maior coerência na forma de inserção do material televisivo: ou seja, primeiro o telejornal termina na grade televisiva, posteriormente são disponibilizados os trechos do programa para só então ser disponibilizada a íntegra do telejornal.

Nesse sentido, compreende-se que manter o espectador no fluxo televisivo ainda é o objetivo principal da Rede Globo. Tanto que o próprio fluxo televisivo agora está disponível para ser assistido pelo próprio Globoplay. Dessa forma, pelo que foi possível observar, a plataforma evita fornecer concorrência entre dois tipos de consumo dentro de um mesmo lugar: privilegia-se a fruição em fluxo, e só então o consumo sob demanda.

Destaca-se ainda uma novidade em relação aos “trechos” que foram inseridos. Pela primeira vez, no campo “trechos” observou-se a inserção da escalada do JN. Anteriormente, apenas as partes do telejornal que continham as matérias especificamente eram disponibilizadas. Contudo, nesta data as partes do telejornal foram disponibilizadas por completo, inclusive a sua abertura, que contém a escalada, o que caracteriza cada vez mais o Globoplay enquanto um acervo digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista as reconfigurações tecnológicas na era da chamada hipertelevisão (SOLARI, 2014), o presente trabalho teve como objeto de pesquisa as estratégias enunciativas utilizadas na disponibilização do Jornal Nacional no Globoplay. Partiu-se do princípio de que o telejornalismo foi um gênero desenvolvido para ser exibido especificamente na televisão e que resultou da articulação de dispositivos expressivos propriamente televisivos, como a transmissão direta e o ao vivo. Estes dispositivos, por sua vez, auxiliam na construção dos efeitos de sentido de verdade, de objetividade, de imediatismo e de simultaneidade característicos do fazer jornalístico.

Com o acentuamento da convergência dos meios propiciada pela internet, as plataformas de *streaming* e vídeos, como o Globoplay, ganharam evidência no que diz respeito à forma de acesso a conteúdos audiovisuais. O *broadcasting* e o *narrowcasting* não são mais as únicas formas de transmissão do fluxo televisivo. Os programas das emissoras televisivas também passaram a ser exibidos no cibermeio, e, dentre eles, os telejornais.

Buscou-se, portanto, compreender como o telejornalismo, que se consagrou no meio televisivo, tem se adaptado a essa nova cena midiática. De modo mais específico: objetivou-se apreender como o Jornal Nacional tem sido distribuído no Globoplay, analisando, assim, de que modo as estratégias discursivas utilizadas na disponibilização do telejornal na plataforma garantem efeitos de sentido de atualidade, de simultaneidade, de imediatismo, de verdade e de objetividade próprias do discurso telejornalístico também fora do meio televisivo. Para isso, o objeto de pesquisa foi observado durante os anos de 2019 a 2021 e como metodologia de análise foi utilizada a semiótica discursiva de linha francesa, com enfoque no nível discursivo do percurso gerativo de sentido.

Uma vez que o telejornalismo é um gênero atrelado ao tempo - tendo em vista a necessidade da atualidade noticiosa - verificou-se como as projeções temporais são instauradas no discurso do Jornal Nacional no Globoplay, tanto na transmissão direta do telejornal, por meio da interface “*Agora na TV*”, quanto na própria interface do Jornal Nacional na plataforma. Assim, o conceito de *debregem* temporal, espacial e actancial (GREIMAS, 2011; FIORIN, 2005), bem como os conceitos de tematização e figurativização (GREIMAS, 2011; BARROS, 2005, 2002; BERTRAND, 2003; FIORIN, 2005) foram úteis para a análise das estratégias enunciativas: auxiliaram a compreender como o Jornal Nacional é disponibilizado e representado na plataforma, e também a observar o nível de atratividade do conteúdo do telejornal ao consumidor de vídeo sob demanda do Globoplay.

As análises apontaram que durante a exibição do Jornal Nacional em fluxo televisivo por meio do canal da Rede Globo na interface “*Agora na TV*”, os efeitos de sentido de atualidade, de simultaneidade, de imediatismo, de verdade e de objetividade próprias do telejornalismo permanecem, tendo em vista que o conteúdo exibido é o mesmo. O que se altera nesse processo de migração é a forma de distribuição – de *broadcasting* (ou *narrowcasting*) para *streaming* –, a interface de exibição e o meio.

Na interface “*Agora na TV*” o Jornal Nacional é constantemente enunciado como um programa que se realiza “ao vivo”. Assim, observa-se que os dispositivos técnicos televisivos, como a transmissão direta e o “ao vivo” foram englobados pela plataforma e o telejornal pode ser transmitido por ali em sua forma original. Contudo, houve uma hibridização de linguagens: a linguagem televisiva – fluxo – confunde-se à linguagem da internet – arquivo. Durante sua exibição no fluxo televisivo, entretanto, mesmo havendo a possibilidade de voltar trechos do programa e assisti-lo com certo atraso pelo *desktop* - em forma de arquivo - o consumo do telejornal em “tempo real” é incentivado pela plataforma. Mesmo havendo a hibridização da linguagem televisiva – fluxo – com a linguagem da internet – arquivo -, durante a exibição da programação televisiva em fluxo, a linguagem televisiva e o consumo concomitante ao tempo televisivo são estimulados por meio, por exemplo, de comandos enunciados como “*Assista agora*” que surgem na tela quando o usuário volta algum trecho da programação, assistindo-a com certo atraso em relação ao tempo televisivo original. Somado a isso, durante a exibição do Jornal Nacional em fluxo a debreagem temporal “*Agora*” é exibida em vários espaços enunciativos, corroborando o efeito de sentido de atualidade, de imediatismo e simultaneidade do telejornal. No acesso pela *smart TV*, contudo, observa-se o favorecimento da linguagem televisiva.

A página do Jornal Nacional no Globoplay, em uma observação mais recente, não recebe nenhuma alocação de conteúdo durante a transmissão do telejornal em fluxo televisivo, o que mais uma vez aponta para o incentivo ao consumo da programação em tempo real em detrimento ao consumo do telejornal sob demanda. Entretanto, a página começa a ser abastecida com as matérias que compuseram a edição do telejornal pouco tempo depois da finalização do telejornal em fluxo televisivo.

Mesmo que em um primeiro momento possa parecer que o telejornal perde sua atualidade noticiosa quando assistido posteriormente fora do fluxo televisivo, observa-se que ao ser disponibilizado em sua página no Globoplay, o conteúdo do telejornal, na verdade, perde o efeito de sentido de “ao vivo” que envolve todas as notícias exibidas no fluxo televisivo, mas não perde de imediato a sua atualidade noticiosa, pois os fatos permanecem

atuais durante o tempo que contribuem para o desenvolvimento da consciência coletiva e da preparação para a ação (GOMIS, 1991). Sendo assim, mesmo que as notícias sejam assistidas no dia seguinte, elas não necessariamente perdem sua atualidade, tendo em vista que ainda podem ser pauta das conversas cotidianas.

Paralelamente, o conteúdo distribuído na página do Jornal Nacional do Globoplay se organiza em função do tempo presente. Debreagens temporais como “Hoje”, “Ontem” e a projeção das datas a que estão atadas o conteúdo telejornalístico auxiliam o usuário a localizar temporalmente a edição do telejornal e assim definir o seu nível de atualidade. Somado a isso, o tempo presente no título das matérias faz perdurar o efeito de sentido de atualidade nos trechos do telejornal, ainda que sejam assistidos dias depois de sua exibição.

As datas atadas ao conteúdo do telejornal auxiliam ainda na construção do efeito de sentido de verdade e de objetividade próprias do gênero telejornalístico, tendo em vista que, por serem conhecidas como “reais” ou “existentes” pelo usuário, e por serem tomadas como pontos de referência, elas conferem um efeito de sentido de *dizer verdadeiro* ao conteúdo ali disponibilizado.

Observa-se ainda na página do Jornal Nacional a transferência da linguagem televisiva: tanto a edição na íntegra quanto os trechos do telejornal são disponibilizados no Globoplay. Entretanto, o caminho de acesso a esses textos audiovisuais e a sua forma de exibição seguem uma arquitetura de *web*. O conteúdo é disposto e estruturado segundo a lógica do banco de dados (MANOVICH, 2015). Embora sejam expostos seguindo os moldes de arquitetura da *web*, contudo, o conteúdo enunciado na televisão é todo transposto para a internet - com exceção dos comerciais que são substituídos por comerciais segundo a lógica e os moldes da *web*. Nesse sentido, o consumo sob demanda é privilegiado na página do Jornal Nacional no Globoplay, ao contrário da interface “Agora na TV” que privilegia a exibição em fluxo. Paralelamente a isso, percebe-se que o acesso ao conteúdo do Jornal Nacional pelo Globoplay via dispositivos móveis, privilegia a forma do banco de dados (MANOVICH, 2015), enquanto que o acesso pelas *smart TVs* privilegia uma perspectiva linear de exibição de conteúdo.

De um modo geral, ao longo desse período de observação do Globoplay, notou-se que a plataforma passou por várias transformações. Em sua primeira fase, exibia primordialmente o conteúdo da Rede Globo somado a conteúdos extras como filmes e séries. Em um segundo momento, passou a englobar o conteúdo de todos os canais do Grupo Globo, anteriormente acessíveis apenas mediante a contratação de pacotes de TV por assinatura. Entretanto, para acessar o conteúdo dos demais canais do Grupo Globo é necessária a contratação de pacote de

assinatura especial. O Globoplay, portanto, atualiza e remedia (BOLTER; GRUSIN, 2000) o universo televisivo do Grupo Globo. Assim, o canal da Rede Globo antes acessível via sistema de televisão aberta passa a poder ser acessado pela plataforma, como também os canais fechados, disponíveis nos pacotes de TV por assinatura. Além disso, seguem a mesma estrutura mercadológica de acesso original: conteúdo gratuito/ conteúdo acessível mediante a contratação de pacote específico.

Diante dessas e de outras transformações observadas e relatadas ao longo deste trabalho, conclui-se que o consumo televisivo e audiovisual dos produtos do Grupo Globo tem cada vez mais se consolidado pelo Globoplay. Tendo em vista que a transmissão aberta depende da concessão de espectros de frequência, que por sua vez demanda acordos políticos e econômicos, observa-se que o Grupo Globo tem efetivado a migração de seu conteúdo via *streaming* pelo Globoplay. Dessa forma, diante de uma possível alteração política e econômica, a empresa se assegura no mercado de comunicação mesmo diante de uma contingente impossibilidade de transmissão da sua programação televisiva pelo sistema aberto de televisão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, K. C. K. **História e usos da Internet**. Biblioteca on-line de Ciência da Comunicação, 2009. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt>. Acesso em 18 de maio de 2021.
- BARBEIRO, H. **Manual de jornalismo para Rádio, Tv e Novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- BARROS, D. P. **Teoria Semiótica do Texto**. 4ª ed. São Paulo: Ática, 2005.
- BARROS, D. P. A comunicação humana. In: FIORIN, J. L. (org.) **Introdução à lingüística**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- BAUMAN, Z. **Retrotopia**. Tradução de Renato Aguiar. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.
- BECKER, B. **Televisão e telejornalismo: transições**. 1ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- BERGSON, H. **A evolução criadora**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BERGSON, H. **Matéria e memória**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BERTRAND, D. **Caminhos da semiótica literária**. Bauru, SP: Edusc, 2003.
- CALDAS, C. H. S.; AMORIN, G. CARMO, M. B. Da transmissão televisiva ao vivo na web às práticas interacionais: estudo de caso da CNN Brasil na posse do Presidente Joe Biden. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 44., 2021, Virtual. **Anais...** Recife: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2021, 14 p.
- CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- FECHINE, Y. **Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta**. São Paulo: Estação das Letras e cores, 2008.
- FECHINE, Y. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In: CARLÓN, M.; FECHINE, Y. (Orgs). **O fim da televisão**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.
- FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. 9ª ed. São Paulo: Contexto, 2000.
- FIORIN, J. L. **As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2005.
- FISCHER, G. D. **As trajetórias e características do YouTube e Globo Media Center/ Globo Vídeos: Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2008.

FLOCH, J. M. **Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral**. São Paulo: Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2001.

FREUND, G. **La fotografía como documento social**. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1993.

GLOBO, M. **JN: 50 anos de telejornalismo**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Globo, 2019b.

GREIMAS, A.J; COURTES, Joseph. **Dicionário de semiótica**. Tradução de Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Contexto, 2011.

GOMIS, L. **Teoría del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

GUTMANN, J. F. **Formas do Telejornal: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais**. Salvador: Edufba, 2014.

JAKOBSON, R. Linguística e poética. In: JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1969.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução de Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**: São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

KALOGEROPOULOS, A.; CHERUBINI, F.; NEWMAN, N. **The future of online news video**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016.

KILPP, S. **Ethnicidades Televisivas: Sentidos identitários na televisão**. São Leopoldo: Unisinos, 2003a.

KILPP, S. Mundos televisivos e sentidos identitários na TV. **Cadernos IHU Idéias**: São Leopoldo, v. 7, 2003b.

KILPP, S. **A traição das imagens. Espelhos, câmeras e imagens especulares**. Porto alegre: Entremeios, 2010.

KILPP, S. Televisualidades em interfaces contemporâneas. **XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**: Curitiba, 2017. Disponível em: 2019, de: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1170-1.pdf>. Acesso em: 17 de outubro de 2020.

KILPP, S. **Imagem-duração e teleaudiovisualidades na internet**. Curitiba: Appris, 2018a.

KILPP, S. Sentidos identitários paradoxais de TV na internet. **Significação**: São Paulo, v. 45, n. 50, p. 278-296, 2018b. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/140894>. Acesso em: 11 jan. 2021.

KILPP, S. Tele-visões em interfaces contemporâneas. **Revista Famecos**: Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-15, 2018c.

LEVINSON, P. Transmedia Transnational Video Journalism. *In: Periodismo transmedia: miradas múltiples*. RENÓ, D.; CAMPALANS, C.; RUIZ, S.; GOSCIOLA, V. (Eds). Barcelona: Editorial Uoc, 2014, p. 91-98.

MACHADO, A. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2001.

MACHADO, A. **Arte e mídia**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

MANOVICH, L. Banco de Dados. **Revista ECO-Pós**: Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 7–26, 2015. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/2366. Acesso em: 9 ago. 2021.

MÉDOLA, A. S. L. D. Globo Media Center: televisão e internet em processo de convergência midiática. *In: LEMOS, A.; BERGER, C.; BARBOSA, M. (Orgs.). Livro da XIV COMPÓS - Narrativas Midiáticas Contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MÉDOLA, A. S. L. D; DOURADO, M. A influência do contexto multimidiático na configuração atual do telejornalismo. **Em Questão**: Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 15-27, jan./jun. 2010.

MÉDOLA, A. S. L. D; SILVA, S. E. Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição de televisão. **Revista Famecos**: Porto Alegre, v. 22, n. 1, p.145-164, 2015.

NIELSEN, R. K.; SAMBROOK, R. **What Is happening to Television News**. Oxford: Reuters institute for the Study of Journalism, 2016.

RENAULT, L. **Webtelejornalismo: telejornalismo na web**. 2013. 303 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

SAUSSURE, F. de. **Curso de lingüística geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

SCOLARI, C. A. Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea. *In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs). Televisão digital: desafios para a comunicação*. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SCOLARI, C. A. This is the End: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. *In: CARLÓN, M.; FECHINE, Y. (Orgs). O fim da televisão*. 1. ed.. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

SCOLARI, C. A. (ed.). **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015.

SCORALICK, K. Das ondas do rádio para as antenas da tv. *In: Encontro Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia*, 6ª ed., 2008, Porto Alegre.

SILVA, A.; MONTAÑO, S. Teleaudiovisualidades dos debates eleitorais para presidente. **42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**: Belém, 2019. Disponível em:

<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1649-1.pdf>. Acesso em: 27 de janeiro de 2021.

SILVA, L. F.; LOPES, M. S.; OLIVEIRA, P. S. G. A mudança no mercado de videolocadoras sob a perspectiva da ecologia das populações organizacionais. **Revista Ciências Sociais em Perspectiva**: Cascavel, v. 12, n. 22, p. 1-19, 2013.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2ª Ed., 2005a, 224p.

THURLER, L. Novas tecnologias e interatividade Uma análise da participação do espectador com a convergência da TV e Internet. In: Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, 10, 2004. Rio de Janeiro. **Anais do X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste**. Rio de Janeiro: Intercom, 2004.

VERÓN, E. Semiótica como sociosemiótica. Entrevista a Eliseo Verón. In: SCOLARI, C.; BERTETTI, P. (eds). Mediámerica. **Semiótica e análise dei media a America Latina**. Torino: Cartman Edizioni, 2007.

VILCHES. L. **A migração digital**. São Paulo: Loyola, 2003.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 3ª ed. Lisboa: Presença, 1994.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

ANDRADE, V. Streaming cresce 50% em um ano e só perde para a Globo no Ibope. **Notícias da TV**, 2021. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/streaming-cresce-50-em-um-ano-e-so-perde-para-globo-no-ibope-veja-64762>. Acesso em: 07 de set. de 2021.

ÁREAS de atuação do Grupo Globo. **Grupo Globo**, 2018. Disponível em: <https://grupoglobo.globo.com/quem-somos/>. Acesso em: 22 de nov. de 2019.

CENTRAL DE AJUDA: em que cidades é possível assistir à programação da TV Globo ao vivo no Globoplay? **Globo**, 2019a. Disponível em: <http://centraldeajuda.globo.com/Globoplay/Informacao-Tecnica/noticia/2015/10/em-que-cidades-e-possivel-assistir-programacao-da-globo-ao-vivo.html>. Acesso em: 25 de nov. de 2019.

CENTRAL DE AJUDA: Preciso pagar para usar o Globoplay? **Globo**, 2021. Disponível em: <http://centraldeajuda.globo.com/ajuda-isp/Globoplay/Acesso-e-Cadastro/noticia/2015/10/preciso-pagar-para-usar-o-globo-play.html>. Acesso em: 07 de nov. de 2021.

GLOBO PLAY passa dos 3 milhões de downloads em menos de 2 meses. **G1**, 2015 Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/12/globo-play-passa-dos-3-milhoes-de-downloads-em-menos-de-2-meses.html>. Acesso em: 02 de dez. de 2019.

GLOBO PLAY: 6.3 bilhões de minutos de programação consumidos em um ano. **Rede Globo**, 2016. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2016/11/globo-play-63-bilhoes-de-minutos-consumidos-em-um-ano.html>. Acesso em: 21 nov. de 2019.

GLOBOPLAY + canais ao vivo chega à plataforma em setembro. **Rede Globo**, 2020 Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/globoplay-canais-ao-vivo-chega-a-plataforma-em-setembro.ghtml>. Acesso em: 08 set. de 2021.

GRUPO GLOBO sobe no ranking de maiores empresas de mídia do mundo. **Grupo Globo**, 2016. Disponível em: <https://grupoglobo.globo.com/2016/05/grupo-globo-sobe-no-ranking-de-maiores-empresas-de-midia-do-mundo/>. Acesso em: 05 nov. de 2019.

JORNAL NACIONAL. **Globo Play tem TV ao vivo e todos os programas; saiba como funciona**. Globoplay, 3 de nov. 2015, 4 min 7 seg, son., color. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4584236/>. Acesso em 19 de set. de 2021.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Audiência TV 15 Mercados 16/07/2019: dados de audiência nas 15 praças regulares com base no ranking consolidado – 08/07 a 14/07/2019**. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/dados-de-audiencia-nas-15-pracas-regulares-com-base-no-ranking-consolidado-2503-a-03032019-3-2-2-3-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2/>. Acesso em: 05 de nov. de 2019.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Audiência do horário nobre – 15 Mercados – 13/09 a 19/09/2021**. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/audiencia-do-horario-nobre-15-mercados-13-09-a-19-09-2021/>. Acesso em 27 de set. de 2021.

PAIVA, F. Base de assinantes do Globoplay cresce 2,5 vezes em um ano. **Mobile Time**, 2020. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/18/06/2020/base-de-assinantes-do-globoplay-cresce-25-vezes-em-um-ano/>. Acesso em: 01 de set. de 2020.