



Webvídeos: uma Proposta de Webjornalismo Audiovisual a partir da Análise da Produção da *BBC* Brasil¹

Maruzia DULTRA²

Beatriz RIBAS³

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

Resumo

Este artigo pretende analisar a experiência em webjornalismo audiovisual da rede *BBC* Brasil, seção da *BBC* (*British Broadcasting Corporation*), tendo como pressuposto no termo webjornalismo um modo de fazer jornalístico específico das novas tecnologias de comunicação a partir das características destas. Neste sentido, o vídeo, considerado aqui como um recurso multimídia da *web*, apresenta-se com especificidades próprias tanto na estrutura como nas formas diversas de exibição, sendo chamado de “webvídeo”. Este estudo enfoca a produção jornalística audiovisual no formato de webTV desenvolvida pela *BBC*, apontando as diferenças e aproximações de linguagem deste tipo de produto em relação ao telejornalismo.

Palavras-chave: vídeo; internet; webjornalismo

Introdução

A convergência das telecomunicações com a informática provocou, e ainda provoca, reconfigurações em âmbitos diversos da sociedade. Novas práticas sociais, comunicacionais, políticas, artísticas, culturais e éticas passaram a ser delineadas a partir da década de 70 com o advento das novas tecnologias da informação e comunicação (TICs).

Neste contexto, surge o conceito de cibercultura, definida por Lemos (2003) como “a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica”. No entanto, o autor alerta para que não se adote a partir do termo um determinismo tecnológico, já que o prefixo *cyber* derivou de

¹ Trabalho apresentado no GT – Cibercultura e Tecnologias da Comunicação, do Iniciacom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFBA, e integrante do Grupo de Pesquisa Poética Tecnológica na Dança como pesquisadora de Iniciação Científica (PIBIC/ Fapesb), email: maruzia@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Doutoranda do Programa de Pós-graduação Comunicação e Cultura, da Faculdade de Comunicação da UFBA, e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo *On-line*, email: biaribas@hotmail.com



cybernetics (do grego, *kubernetes*)⁴, termo este cunhado por Nobert Weiner para designar o campo do controle e da teoria da comunicação.

Com o domínio analógico do mundo, possível a partir da manipulação da energia e da matéria, passou-se à exploração tecnológica e informacional. Disso resultou uma gestão técnica e científica da sociedade, chamada por Castells (1996 *apud* LEMOS, 2003) de sociedade da informação. A terminologia, no entanto, passa a ser questionada a partir da conectividade possível através das máquinas, trazendo o conceito de “sociedade da comunicação”.

Nela são desenvolvidas novas formas de apropriação social-midiática, regidas pelas leis da reconfiguração das relações (e não substituição ou aniquilamento); liberação do pólo de emissão, que permite a multivocalidade, compartilhamento de informações e opiniões, ampliando as possibilidades de debate; além da conectividade generalizada, que reconfigura espaço e tempo, pondo em relação indivíduos que estão só, mas não isolados. Segundo Lemos, esta é uma fase pré-histórica do fenômeno dinâmico chamado cibercultura.

Não imune às transformações sócio-culturais, o jornalismo contamina-se constantemente pela cultura digital da contemporaneidade. Do universo *high tech*, surge o conceito de webjornalismo, que abarca a atividade jornalística de investigar, produzir e difundir informação através da interface *web* da internet. Este artigo pretende contribuir para o aprofundamento da pesquisa sobre o webjornalismo audiovisual emergente, na medida em que propõe investigar as formas de reapropriação dos recursos audiovisuais e jornalísticos já existentes na produção específica para a internet de conteúdo em vídeo pela filial brasileira da rede *BBC* (*British Broadcasting Corporation*), a *BBC* Brasil (<http://www.bbc.co.uk/portuguese/>).

O Jornalismo na Web

A terminologia em torno dessa produção não é consenso. Como aponta Mielniczuk (2003), existem diversas possibilidades de nomenclatura para o jornalismo

⁴ A relação do *kubernetes* com o controle da embarcação pressupõe interatividade com o meio ambiente. Ficam latentes, no próprio termo, dicotomias entre possibilidades antagônicas relativas aos jogos de poder e ideologias coexistentes no uso da técnica: liberação/ controle; democracia/ totalitarismo, igualdade/ sectarismo. Tomando esse aspecto, "ciber" é a palavra ideal para dar conta de histórias onde os personagens vagam por espaços informacionais eletrônicos lutando pela privacidade dos netizens, mostrando falhas de segurança dos sistemas, impedindo a censura e a violação dos direitos dos cidadão, ou mesmo caçando ou roubando o bem mais precioso nesses cenários futuros: a informação." (LEMOS, 2003, p. 1)



desenvolvido com/ nas tecnologias digitais, e a escolha terminológica depende do aspecto a ser focado na análise. A opção deste estudo é adotar o termo “webjornalismo” por considerá-lo um elemento-base, a partir do qual são agregadas novas características para as outras definições postuladas.

Com o “jornalismo *online*”, o webjornalismo adquire uma temporalidade contínua, baseada na idéia de tempo real e instantaneidade. No “ciberjornalismo”, acrescenta-se a noção de imersão incorpórea do leitor no ambiente virtual, com ou sem internet; para tanto, são propostas diversas formas de interação: leitor-informação, leitor-jornalista, leitor-leitor. Já no “jornalismo digital” ou “jornalismo multimídia”, estão presentes recursos adicionais de imagem e áudio; além disso, inclui a informação produzida através da pesquisa na internet, mesmo que a disseminação não seja feita nela. O jornalismo eletrônico, por sua vez, engloba as tecnologias digitais e analógicas (TV, Rádio), tanto na produção das notícias, quanto na publicação destas.

Além de ser um ponto de convergência das nomenclaturas supracitadas, o termo “webjornalismo” remete de forma específica ao veículo de publicação do material jornalístico, o que designa uma maior especificidade dentro do chamado, por Mielniczuk, “jornalismo digital”. Além disso, a utilização da nomenclatura aqui escolhida não exclui as características agregadas nas denominações “ciberjornalismo” e “jornalismo *online*”, como a própria autora ressalta.

A noção de convergência também pode ser expandida para a análise da forma de produzir o conteúdo e disseminá-lo, que tem cada vez mais borradas as fronteiras entre linguagem, objetos, artefatos e meios de comunicação. Nesse contexto, o webjornalismo passa por fases de existência que, segundo Palácios (2002 *apud* Mielniczuk, 2003), podem ser classificadas em três gerações, que não são fixas, nem excludentes.

Propomos uma classificação que contempla o webjornal a partir da esfera do produto e, no nosso entender, também pode ser expandida para pensar questões relacionadas à produção e à disseminação das informações. (...) dividimos a trajetória até aqui percorrida pelos produtos jornalísticos desenvolvidos para a *web* em três momentos: produtos de primeira geração ou fase da transposição; produtos de segunda geração ou fase da metáfora; e produtos de terceira geração ou fase da exploração das características do suporte *web*. (MIELNICZUK, 2003, p. 4)

Desta maneira, a relação entre jornalismo e *web* pode ser entendida como um processo complexo de reconfiguração, cujas características “aparecem majoritariamente como



Continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores” (PALÁCIOS, 2002).

Estudos anteriores apontam como especificidades do webjornalismo a multimídia, a interatividade, a hipertextualidade, a personalização, a memória e a instantaneidade. Para este trabalho, será destacada a multimídia, que, de acordo com Palácios,

(...) refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade. (PALÁCIOS, 2002, p. 3).

Webvídeos

Como ressalta Couchot (2003), a fotografia representou um marco para a relação do homem com a imagem. A partir da técnica fotográfica, foi possível uma revolução na pintura, que deixou de ter a demanda da figuração, passando ao desenvolvimento de outros estilos pictóricos. Também por consequência da fotografia, foi criado o cinema, que passou a desenvolver sua própria linguagem e foi responsável por reflexões acerca das novas demandas perceptivas do espectador em relação às obras artísticas e ao próprio mundo (BENJAMIN, 1985).

Com o advento da imagem eletrônica, um outro marco à vida social vem à tona, a televisão, e com ela surgem outras possibilidades de tratamento da imagem, como transmissão contínua e doméstica. A partir do desenvolvimento de dispositivos de gravação magnética da imagem (os *videotapes*), a produção imagética foi tornando-se cada vez mais popularizada, com o então chamado vídeo. Algumas características deste suporte podem ser consideradas como responsáveis por sua propagação: baixo custo de produção; liberdade no tratamento plástico da imagem; independência do processo de revelação e sonorização.

Originado de *videre* (do latim, “eu vejo”), o vídeo é considerado por Dubois (2004) como um elemento que tem a existência condicionada ao tempo, ou seja, não há como existir sem a exibição, já que não possui a materialidade do negativo da fotografia, nem da película do cinema. No vídeo, a imagem é codificada, seja por sinal magnético ou digital; não há como acessar a existência da imagem sem a reprodução do material



videográfico (fita VHS, CD, VCD, SVCD, DVD, fitas digitais ou arquivos de imagem *in locu*, isto é, armazenada no computador).

Um outro aspecto, este trazido por Machado (1988), é que o vídeo tem como característica fundamental o hibridismo, por situar-se entre o cinema e a televisão. Hoje, pode-se acrescentar o elemento *web*. Deste fato, surge, o que para alguns configuraria um conflito, mas que nada mais é do que a linguagem videográfica, uma exploração – e, em seguida, extrapolação – das características do próprio suporte. Desta forma, segundo Machado, existiriam elementos fundamentais na concepção videográfica, antes, vale ressaltar, da criação dos recursos digitais.

Naquela época, o vídeo caracterizava-se por uma imagem de baixa resolução – granulosa e mosaicada; fluida, ruidosa, manipulável. Este fator limitava a quantidade de informações na tela, já que havia pouca definição dos detalhes e pouca profundidade de campo. Com os adventos digitais, as características do vídeo associadas à baixa qualidade da imagem mudam; permanecem, porém, os hibridismos próprios do vídeo. A partir da manipulação de *bits* e *bytes* através da interface computacional, mais uma ruptura emerge no campo audiovisual, e o vídeo passa a ser pensado como um recurso multimídia que apresenta a cadência associativa entre imagem-som-tempo-texto.

Na produção webjornalística, segundo Nogueira (2004), a utilização do vídeo pode ser analisada em três fases, uma classificação que possui correspondência nas fases do webjornalismo. São elas: a transposição de conteúdo da TV para a internet; a produção de conteúdo audiovisual específico para a *web*, mas seguindo a lógica de produção televisiva; além da produção específica de vídeos para a *web*, chamados aqui de webvídeos, explorando os recursos possíveis nesse meio.

A partir da análise de cada uma dessas fases, Nogueira (2005) define três tipos de circulação do conteúdo audiovisual produzido: a TV aberta em presença on-line, correspondente à primeira fase do webjornalismo audiovisual; na sequência, a webTV; e, por fim, canal de conteúdo em vídeo. Este último, por ser o mais específico, é o tipo mais propício à reconfiguração da linguagem jornalística audiovisual.



A Experiência da *BBC* Brasil

Na página *web* da *BBC* Brasil, os vídeos são apresentados numa seção específica, chamada “Vídeo & Áudio” (<http://www.bbc.co.uk/portuguese/multimedia/>). Nesta janela, há um *frame* de cada vídeo com informações referentes ao lado: título, data da publicação (dia, mês, ano) e duração do vídeo. Cada *frame* possui um *link* conjuntivo intratextual que leva à janela específica do vídeo.

Na janela de cada vídeo é exibida uma tela pequena com barra inferior de opções de tamanho de exibição e do uso de legendas (o público tem a opção de assistir com texto escrito ou não). Ao lado desta tela, estão título do vídeo, chamada da notícia, duração, além de um *link* conjuntivo intratextual intitulado “Outros vídeos”, que leva para uma listagem dos vídeos recentes. Na parte inferior da janela, ficam dispostos dois vídeos acompanhados de título e chamada. As chamadas das notícias apresentam-se como texto escrito curto com o máximo de 3 linhas, seguido de enunciados “Veja ao lado”, “Assista a reportagem”, “Veja a reportagem”.

Como estrutura básica, os vídeos da *BBC* Brasil na *web* apresentam a vinheta desta no início e no fim, além de curta duração (de 40 segundos a 1,5 minuto). A reportagem é direcionada pelo áudio, uma narração em *off* feita por uma voz feminina não identificada no vídeo. Em alguns vídeos o início do conteúdo da narração é o texto da chamada, que se encontra ao lado da tela de exibição. Os textos seguintes aprofundam o conteúdo, dando informações históricas e fazendo análises críticas ao tema noticiado. Há casos, no entanto, em que são explorados somente o som ambiente da gravação.

As entrevistas, quando há, são incorporadas na narração para tradução das falas. A identificação do entrevistado só é feita por geração de caracteres; no *off* eles são mencionados pela profissão que exercem. Alguns vídeos apresentam passagem feita por repórter, seguindo o formato televisivo de plano médio e uso de microfone. Nestes casos, o nome do repórter é referido tanto no texto da chamada, quanto na geração de caracteres (ex: “Internet é grátis em museus e parques de Paris” – Figura 1). Alguns utilizam também imagens de arquivo, fazendo referência a acontecimentos passados (ex: “Dentro do museu nacional do Iraque”).



Figura 1: Registro de tela no momento da passagem feita na reportagem “Internet é grátis em museus e parques de Paris”.

Em relação à exibição, a interface permite que o público escolha a qualidade de exibição do vídeo, para que seja adequada à banda de internet de cada usuário. É disponibilizado, inclusive, um tutorial para o público (http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/story/2007/01/070130_bandalarga.shtml).

Mesmo na opção feita para bandas com taxa menor que 256kbps, a qualidade da imagem não se apresenta comprometida. Há também a opção de ver o vídeo com legendas e em dois tamanhos distintos (chamados de “normal” ou “2x maior” (Figura 2). Estes aspectos apontam para a característica do webjornalismo de personalização ou customização do acesso.



Figura 2: Barra inferior da tela de exibição dos vídeos

Na análise, foram identificadas duas desvantagens no recurso de exibição dos vídeos. Uma é em relação à “reprise” do material: como o arquivo é de acesso *on demand*, isto é, não fica temporariamente armazenado no computador (“em *cache*”), para assistir o vídeo novamente tem que ser feito outro acesso. A outra dificuldade, que impede a manipulação instantânea da imagem, é que o vídeo não pode ser acessado a partir de diferentes pontos; o dispositivo só permite a função de pausa na exibição, não há como retroceder ou anteceder a imagem. Este ponto prejudica a interatividade do usuário com o conteúdo, mesmo que a ação de adiantar ou voltar o vídeo seja uma interação considerada mínima.



Sobre o conteúdo, os fatos noticiados são de abrangência internacional (França, Espanha, Coréia do Sul, Iraque, Israel, EUA, etc). O teor conteudístico é factual, mas todos no âmbito de curiosidades. Isto leva ao questionamento de se esses vídeos seriam mesmo notícias e qual a relevância deles para o jornalismo.

Como as potencialidades da *web* não são exploradas na produção audiovisual da *BBC*, a ponto de extrapolar a linguagem telejornalística, o material disponível no sítio eletrônico da rede pode ser considerado como webTV. Ainda assim, como a produção de vídeo específica para a *web* é muito escassa, a experiência da *BBC* parece ser válida no sentido de instigar o início de uma produção de webvídeos.

Para tanto, faz-se necessário pensar não só na duração e qualidade das imagens, mas também nas possibilidades de diálogo com outros conteúdos através de *links*, na manipulação dos arquivos de vídeo pelos usuários da internet, além do papel do repórter, que pode passar a acumular as funções de câmera, editor de texto e de imagem.

Referências Bibliográficas

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1985. p.165-196. v. 1.

BENTES, Ivana. Vídeo e cinema: ruptura, reações e hibridismos. In: **Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro**. Arlindo Machado (org.). São Paulo: Editora Iluminuras/ Itaú Cultural, 2007.

COUCHOT, Edmond. **A tecnologia na arte: da fotografia à realidade virtual**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo e Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

JOHNSON, Steven; **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2001.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: Lemos, André; Cunha, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003; p. 11-23.



_____. *et al.* **O que é Cyberpunk?** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/CIBERPESQUISA/CYBERPUNK/_pesqu/textpa/guarda/oquee.htm>. Acesso em: 10 nov 2007.

_____; PALÁCIOS, Marcos (orgs). **Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura.** Porto alegre: Sulina, 2001.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo.** São Paulo: Brasiliense, 1988.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web.** <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc>>. Acesso em 13 dez 2007.

_____. O link no webjornalismo. In: Capítulo 4 da Tese de Doutorado, intitulada **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**, defendida em 25 de março de 2003, na FACOM/UFBA.

MURRAY, Janet. **Hamlet no holodeck: o futuro das narrativas no ciberespaço.** São Paulo: Itaúcultural: UNESP, 2003.

NOGUEIRA, Leila. **O jornalismo audiovisual on-line e suas fases na web. Trabalho apresentado no V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet.** Salvador, 2004. In: <http://www.facom.ufba.br/jol/materias/v_iberico_trabalhos_selecionados.htm>. Acesso em 13 dez 2007.

_____. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online.** In: <http://www.facom.ufba.br/jol/producao_dissertacoes.htm>. Acesso em 13 dez 2007.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate.** In: <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao2002.htm>>. Acesso em 13 dez 2007.

_____; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português.** Trabalho apresentado no XXV Intercom. Salvador, 2002. In: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/18627/1/2002_NP2PALACIO_S.pdf>. Acesso em 13 dez 2007.