

JORNALISMO AUDIOVISUAL NOS TEMPOS DA GLOBALIZAÇÃO DA CULTURA¹

Laura Hernandez ISERN² (UPM)

RESUMO

O presente artigo desenvolve um levantamento bibliográfico sobre o futuro do jornalismo audiovisual, levando em consideração o atual contexto da cultura digital e globalizada e seus impactos nas produções jornalísticas audiovisuais. Dentro desse contexto, é possível observar o aumento de relevância das plataformas de *streaming* e, com isso, mudanças na forma de se consumir conteúdo. Nesse novo cenário, os documentários (em forma de longa, curtas ou séries) e novas formas de se fazer Jornalismo começam a emergir. A abertura deste novo espaço de produção para o Jornalismo acaba por aproximá-lo a um ambiente de linguagem cinematográfica.

Palavras-chave: Globalização. Cultura digital. Jornalismo audiovisual. Plataformas de streaming.

¹Trabalho apresentado no GP de Comunicação e Cultura Digital, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Mestranda no Programa de pós-graduação em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, orientada pela professora doutora Suzanna Ramos, docente na instituição.

INTRODUÇÃO

Pensadores e especialistas afirmam que o mundo como hoje o conhecemos - e no qual vivemos - é plenamente configurado por uma sociedade globalizada. O que significa ser “a chegada do mundo até nós. Sem sairmos de onde estamos, podemos estar onde quisermos. Quebraram-se as barreiras do tempo e do espaço.” (RODRIGUES *et al.*, 2001). Essa nova organização social se transpõe a barreiras físicas, geográficas e culturais. Com a chegada do mundo moderno e digitalizado, as distâncias foram encurtadas e, com a rapidez de um clique, é possível acessar informações e conteúdos vindos do outro lado do globo.

Caracterizar um conjunto aparentemente bastante heterogêneo de fenômenos que ocorreram ou ganharam impulso a partir do final dos anos 80 - como a expansão das empresas transnacionais, a internacionalização do capital financeiro, a descentralização dos processos produtivos, a revolução da informática e das telecomunicações [...] - mas que estariam desenhando todos uma efetiva ‘sociedade mundial’, ou seja, uma sociedade na qual os principais processos e acontecimentos históricos ocorrem e se desdobram em escala global. (ALVAREZ, 1999, p. 97)

No âmbito da cultura, esse fluxo de rápida troca de informação não foi diferente. A Internet veio para unificar e conectar os continentes, sendo possível, em questão de segundos, termos notícias, imagens e vídeos de acontecimentos ocorridos a milhares de quilômetros de distância, sendo essas informações verdadeiras ou não - vide o advento das *fake news*, termo popularizado em meados de 2016 durante as eleições presidenciais dos EUA que designa desinformação intencional ou não (QUANDT; FRISCHLICH; SCHATTO-ECKRODT; BOBERG, 2019).

Dentro desse processo de digitalização global, para além da explosão de redes sociais, um outro produto que ganhou grande espaço no imaginário popular e mudou a forma de consumirmos conteúdo foram as plataformas de *streaming*, ambientes virtuais “que fornecem o acesso a filmes, séries e documentários via streaming de vídeos. O termo ‘streaming’ se refere à forma de armazenamento e distribuição de dados multimídia na nuvem³” (OLIVEIRA, FROGERI, 2020 apud. GOMES, FRANÇA, BARROS E RIOS, 2015). Nesse novo espaço de conteúdo, podemos ter acesso a produtos fora do eixo convencional *hollywoodiano*, além de podermos escolher quando e como assisti-los. O controle agora está nas mãos do usuário.

Com essa nova forma de consumo de informação, os conteúdos também tiveram de se adaptar. A popularização das séries foi algo bastante marcante nessa década.

A primeira condição é a que chamamos de forma, e está ligada tanto ao desenvolvimento de novos modelos narrativos, quanto à permanência e à reconfiguração de modelos clássicos, ligados a gêneros estabelecidos como a sitcom, o melodrama e o policial. A segunda condição está relacionada ao contexto tecnológico em torno do digital e da internet, que impulsionou a circulação das séries em nível global, para além do modelo tradicional de circulação televisiva. (SILVA, 2014)

Juntamente com diversos conteúdos, os documentários (em forma de longa, curtas ou séries) também ficaram mais acessíveis ao grande público, popularizando o gênero, antes mais restrito a canais e audiência mais alternativos. Isso porque “a tecnologia digital permite que documentários

³ “A nuvem (cloud) é o nome genérico dado à computação em servidores disponíveis na Internet a partir de diferentes provedores. (OLIVEIRA, FROGERI, 2020 apud. JOHNSTON, 2013)”

sejam produzidos e distribuídos em curtíssimos intervalos de tempo”, como atesta Lucas Rossi Gervilla em sua publicação para a Revista *Apotheke* em 2020. Além desse fator, “a liberdade estética e o vanguardismo” - naturalmente pertencentes ao gênero - “têm gerado um número crescente de interessados na produção documental” (2020). O autor explica que essa crescente relevância do gênero entre o público e potenciais realizadores “tem uma relação com o surgimento de novas plataformas de distribuição, principalmente via internet. [...] O documentário se expandiu e tornou-se ainda mais amplo, se espalhando por diversas mídias e suportes, ocupando novos tipos de telas” (2020).

Nessa categoria, o jornalismo pôde encontrar uma forma de também começar a ocupar esse novo mercado de trabalho oferecido pelas plataformas de *streaming*. Mas para isso, precisou se adaptar, abrindo espaço para novos formatos e abordagens. Em meio a um catálogo cheio de opções audiovisuais voltadas ao entretenimento de massa, o jornalismo teria de trazer consigo uma nova roupagem, capaz de competir em mesmo nível com as demais produções pela atenção do espectador. Além, claro, do fato de que nas plataformas digitais, a notícia/informação precisa manter sua relevância por mais tempo, dando maior abertura para pautas e temas menos factuais, diferente do que oferecem os formatos já consolidados na TV aberta - focados no *hard news*.

A abertura deste novo espaço de produção para o Jornalismo acaba por aproximá-lo a um ambiente de linguagem cinematográfica. Dentro deste contexto, existe um maior respiro e tempo de produção, sendo possível um maior aprofundamento no tema retratado e podendo mostrar além daquilo que vemos e ouvimos todos os dias na TV, rádio, jornais e portais de notícias. É a oportunidade da produção ter um olhar mais detalhado e até poético em relação aos temas abordados.

Nos telejornais, geralmente as reportagens e entradas ao vivo narram, *in loco* ou não, aquilo que já aconteceu ou está prestes a acontecer. No documentário, mais parecido com o que faz o cinema, é possível escolher “mostrar” em vez de “contar”. É o que diz a roteirista Nora Ephron em fala registrada no artigo *Jornalismo literário, cinema e documentário: apontamentos para um diálogo entre as áreas*: “como jovem jornalista, eu achava que as histórias eram simplesmente o que aconteceu” (EPHRON *apud* MARTINEZ, 2012). Foi como roteirista que percebeu a importância da estrutura narrativa. Ou seja, contar uma história cativante com começo, meio e fim.

De certa forma, a utilização desta técnica nos remete ao que o Jornalismo Literário trouxe durante sua consagração. Jack Hart, editor do jornal estadunidense *Oregonian* e ganhador de dois prêmios *Pulitzer*, defende o domínio da narrativa dramática, em contraponto à narrativa resumida que se está acostumado a produzir no Jornalismo tradicional. Nesse cenário, o jornalista toma a liberdade de se descolar de “uma suposta imparcialidade e assume sua posição como autor da narrativa” (MARTINEZ, 2012). Monica Martinez conclui ainda que, se bem empregadas, as técnicas cinematográficas “podem tornar a narrativa mais envolvente, possibilitando [...] a sensação de experimentar a ação como se ela estivesse acontecendo em tempo real” (2012).

Desta forma, o presente artigo pretende analisar através de levantamento bibliográfico os rumos que o jornalismo audiovisual vem tomando e as novas maneiras de se produzir informação, levando em conta o contexto de globalização, digitalização e encurtamento de fronteiras - processos que direcionam a caminhada rumo ao consumo *on-demand* (sob-demanda) - fomentado pela consolidação das plataformas de *streaming*.

TÓPICOS

A Globalização da cultura

Para entender o processo frenético de troca de informação em escala mundial, é preciso discutir o que é a globalização e seus impactos na cultura do século XXI. Segundo John Tomlinson em sua obra “*Globalization and Culture*”, a globalização pode ser definida como uma rede de interconexões em constante desenvolvimento - ao que ele chama de “Conectividade complexa” - que caracterizam o estilo de vida moderno (1999). Em relação à cultura, Tomlinson afirma que ela pode ser entendida como “uma ordem de vida em que seres humanos constroem significado através de práticas de representação simbólica” (1999).

Dentro desse contexto de globalização e intensa - e quase instantânea - troca de informações, a cultura invariavelmente também foi transformada. A forma como o homem constrói sua identidade e visão de mundo se forma através dessa intrínseca rede de trocas de informação.

Desde aquele sujeito do Iluminismo entendido como totalmente unificado desde seu nascimento, dotado das capacidades de razão, consciência e ação, passando pela idéia mais recente do "sujeito sociológico" que se forma nas relações com outras pessoas que mediam seus valores, sentidos e símbolos expressos em uma cultura. Em outras palavras, o sujeito pós-moderno é definido historicamente, e não mais biologicamente. (MIRANDA, 2000).

Ainda segundo Antonio Miranda em seu artigo *Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos*, existe uma “globalização do mercado da produção intelectual” (2000), o que veio para modificar estruturalmente os padrões culturais - cada vez mais globalizados e unificados. Ele explica que o fenômeno “tem se acentuado principalmente porque o modo de produção industrial capitalista tornou-se hegemônico na produção e distribuição de produtos intelectuais” (2000). Esse processo, portanto, ainda segundo Miranda, “estimula e favorece a remoção dos nossos relacionamentos e de nossas referências de vida de contextos locais para contextos transnacionais (2000), favorecendo a criação de uma cultura global - capaz de ser facilmente consumida em qualquer lugar do mundo.

Dessa forma, é possível concluir que existe um “empacotamento” cultural, uma padronização capaz de levar o produto mais longe e torná-lo mais fácil de ser consumido por qualquer pessoa, independente de suas raízes culturais. A tecnologia digital possibilitou a mercantilização da informação e da cultura em escala global. Antônio Miranda ainda complementa sua ideia com a afirmação de que o homem moderno, portanto, “não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente, por estar sujeito a formações e transformações contínuas em relação às formas em que os sistemas culturais o condicionam” (2000).

A cultura audiovisual nos tempos modernos

A ideia de globalização cultural nos remonta ao conceito sociológico de cultura, postulado por Dennys Cuhe em *Noção de Cultura nas Ciências Sociais*, em que sua evolução semântica na sociedade francesa do século XIX nos entrega a ampliação da acepção desta palavra. Agora, “cultura” ganha a significância de um conjunto de costumes e vivências compartilhadas por uma sociedade e suas particularidades coletivas, em contraposição à visão particularista antes difundida pelo conceito de *kultur* (cultura) alemão por volta do século XVIII (1996).

“Cultura” se enriqueceu com uma dimensão coletiva e não se referia mais somente ao desenvolvimento intelectual do indivíduo. Passou a designar também um

conjunto de caracteres próprios de uma comunidade, mas em um sentido geralmente vasto e impreciso. (CUCHE, 1996)

Cuche explica que, nesse período, o conceito francês da palavra é marcado pela noção do “pensamento universalista” (1996). Ou seja, a cultura ganha um sentido coletivo, onde recusa-se a oposição entre os conceitos de “cultura” e “civilização”. Ainda segundo Cuche, “a ideia universalista francesa da cultura acompanha a concepção eletiva de nação” (1996).

Cultura e civilização, tomadas em seu sentido etnológico mais vasto, são um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade (1996, p. 35, apud La Civilization Primitive, 1871, p.1).

Como interpretado por Cuche, para Tylor a cultura é a expressão da totalidade da vida social do homem. Tal conceito traduz bem a forma como nos portamos, consumimos e compartilhamos informação na sociedade moderna.

Devido a evolução tecnológica e a Internet, as produções culturais já não esbarram mais em fronteiras. É possível consumir em tempo real filmes, músicas, séries - dentre outros tipos de produções culturais - produzidos em outros países. Prática que se tornou ainda mais comum com a chegada das plataformas de *streaming*, como a *Netflix*. Hoje é comum assistirmos a produções feitas fora do eixo *hollywoodiano*.

Faz muito pouco tempo que passamos a ver todos os tipos de produtos de consumo à venda, das origens mais variadas: China, Paquistão, Argentina, Malásia, que devem ter passado por outros países ainda (...) até chegar a nós. Vemos nossas novelas nas telas russas, cubanas, e assistimos a filmes indianos, mongóis e japoneses. (CESNIK; BELTRAME, 2005)

Como John Tomlinson complementa em “*Globalization and Culture*”, em tempos de globalização “a cultura é híbrida e multifacetada”, não podendo mais ser considerada “pura” - sem interferência de fatores externos. (1999)

Dessa forma, é possível concluir que as produções audiovisuais acabam sofrendo um processo natural de padronização, facilitando a exportação e “leitura” desse conteúdo em qualquer país do mundo - processo muito evidente dentro da plataforma de *streaming Netflix*. Grande parte de seus produtos seguem um formato de produção e linguagem bastante parecidos. Para muitos, tal processo pode significar a perda de uma identidade e criatividade artística dentro do sistema audiovisual. Porém, por outro lado, contribuiu com o fomento de produções culturais em diversos países, possibilitando acesso fácil a produções fora do eixo convencional Estados Unidos-Inglaterra.

A chegada das plataformas de *streaming* mudou também a forma como consumimos conteúdo cultural. Se antes nós aguardávamos e modificávamos nossas agendas para podermos assistir determinado conteúdo no horário marcado - seja na TV ou no cinema - agora somos nós quem decidimos quando e onde consumi-lo. No transporte público a caminho do trabalho, ou de noite no conforto do lar, todo o conteúdo disponível nessas plataformas pode ser visto a qualquer momento e quantas vezes quisermos. Essa forma de consumo é também conhecida como *on-demand* - em tradução livre para o português, sob demanda.

De acordo com artigo publicado pela Revista de Radiodifusão sobre Pesquisas em Ambientes Digitais, em 2013, a *Netflix*, empresa global provedora de filmes e séries de televisão via transmissão

por assinatura, já contava com mais de 30 milhões de assinantes mundo afora (2013, p. 45, *apud VARIETY, 2013*). Esse impressionante número colocou em discussão a rápida migração do público rumo à plataforma e a um novo tipo de consumo de conteúdo, onde há uma quebra da linearidade a qual estávamos acostumados com a televisão, onde não tínhamos a possibilidade de escolher quando e onde consumir um conteúdo. Agora, o público tinha o poder de quebrar essa linearidade. Essa disrupção em grande escala é citada por Tim Wu na obra *Impérios da Comunicação. Do telefone à Internet, da AT&T ao Google*, onde atesta que “o Ciclo é impulsionado por inovações disruptivas que destronam indústrias até então vicejantes, levam poderes dominantes à falência e mudam o mundo. Essas inovações são extremamente raras, mas são elas que fazem o ciclo se mover”. (WU, 2010, pág 29).

O Jornalismo como produto na era on-demand

Levando em conta as evidências aqui exploradas, existe uma clara migração do público rumo às plataformas digitais e ao consumo *on-demand*. Dentro desse novo universo, o jornalismo também vem aos poucos conquistando seu espaço. Mas, invariavelmente, acaba tendo que modificar estruturalmente a forma de contar histórias para se adaptar ao novo contexto e forma de consumo e, por consequência, acaba esbarrando em diversos tabus da profissão, como a transformação do produto jornalístico em uma peça mercadológica. Tema discutido no artigo *Jornalismo E Globalização: Uma Análise Dos Novos Rumos Da Profissão*.

As inovações tecnológicas e comunicacionais trouxeram à atividade jornalística uma amplitude global jamais vista. Dissociar a globalização da comunicação da globalização econômica é impossível, já que a difusão de informações está diretamente ligada a manutenção do sistema capitalista onde o liberalismo econômico é seu carro-chefe. (BARROS; CALEIRO, 2012)

No entanto, é inegável que esse movimento digital apresentou um novo mercado em ascensão para produções audiovisuais de cunho jornalístico. Ou seja, um novo “espaço” a ser ocupado por profissionais da comunicação em tempos de grandes cortes em redações de jornais. Segundo pesquisa elaborada por Ricardo Gandour, “83% dos jornais brasileiros reportam redução de profissionais no período de 10 anos” (2019).

Mas, para que as produções jornalísticas consigam se encaixar dentro dessas plataformas digitais - sem perder sua relevância e, ao mesmo tempo, ser um produto atrativo para o consumidor - a forma como conhecemos o Jornalismo teria de se modernizar para se adaptar a esse ambiente virtual. Aos poucos, é possível observar novos formatos emergindo dentro desse contexto, representados por séries e longas documentais, pautados pela apuração jornalística, mas com uma roupagem mais cinematográfica.

Um caso de sucesso é a parceria que vem sendo estabelecida entre o Jornalismo da TV Globo e a plataforma de *streaming* do conglomerado, a Globoplay. A colaboração já rendeu produções como *Em Nome de Deus*, minissérie que conta a história de João de Deus, um médium brasileiro que gerou controvérsia após ser apontado como assediador por vítimas que vieram a público para denunciar o caso. A produção, conduzida pelos Jornalistas Pedro Bial e Camila Appel, reúne entrevistas com vítimas e seguidores do médium e uma reconstituição da história através de um grande trabalho de investigação, resgate de arquivos e apuração jornalística. Essa e outras obras documentais, como *Marielle - O Documentário*, e o mais atual *A Corrida das Vacinas*, também da plataforma Globoplay, apresentam novas maneiras de se fazer e reconhecer o Jornalismo audiovisual.

As narrativas das produções citadas acima partem do princípio fundamental do jornalismo de se oferecer informação de interesse público, denunciar, colocar um holofote sob temas que precisam ser discutidos, etc. No entanto, suas estruturas e maneiras de se contar uma história seguem técnicas básicas de construção de roteiro que nos remetem à prática do cinema a fim de prender a atenção do espectador e informar enquanto entretém. Na série *A Corrida das Vacinas*, ao final de cada episódio, o roteiro deixa um gancho e uma história importante a ser resolvida no próximo episódio. Técnica conhecida como *cliffhanger ending*, “uma história ou situação, geralmente perigosa ou de grande importância, em que dois resultados opostos são possíveis e você não sabe o resultado até o último momento” (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2021). Além de apresentarem um novo cuidado com a imagem, contando com uma direção de fotografia minuciosa, correção de cor em pós-produção e trilha sonora original. É o que afirma Daniel Torres, cinegrafista do Documentário *A Corrida das Vacinas* sobre as decisões tomadas na direção de fotografia da série, um marco da quebra no formato tradicional veiculado na TV:

A nossa maior preocupação era fugir dos métodos de filmagem típicos de um telejornal diário. Esse caminho nos levou a escolher equipamentos mais adequados para o cinema e a abrir mão do recurso do *slow motion*, por exemplo, muito utilizado no Fantástico. [...] Ao mesmo tempo em que buscávamos um registro fiel da realidade, o cinema também abre essa porta que é a correção de cor, um recurso que descola um pouco o filme do mundo real e nos permite trabalhar algumas nuances, transmitir mensagens através da cor, como uma atmosfera mais fria no interior de um hospital em São Paulo, utilizando tons de ciano e uma cor de pele mais pálida, ou um mundo mais vivo, quente e colorido nas imagens dos países que trataram a questão das vacinas com mais seriedade e agora colhem os frutos, já quase sem restrições. (informação verbal)⁴

CONCLUSÃO

Levando em conta a atual configuração social, totalmente globalizada e interconectada - onde as barreiras físicas, geográficas e culturais são derrubadas - a cultura e as formas como as vivenciamos e manifestamos também mudaram. Hoje, em questão de segundos, é possível termos notícias, imagens e vídeos de acontecimentos ocorridos a milhares de quilômetros de distância. Dentro desse contexto, as plataformas de *streaming* ganharam grande espaço no gosto do público. Nesse novo espaço de conteúdo, podemos ter acesso a produtos fora do eixo convencional *hollywoodiano*, além de podermos escolher quando e como assisti-los. Além dessa quebra de linearidade, outra modificação veio através do encurtamento das fronteiras e distâncias de conteúdos produzidos em diferentes campos do globo. Dessa forma, é possível observar gradativamente um processo de padronização natural das produções, a fim de que essas possam ser consumidas e “lidas” com facilidade em qualquer parte do mundo.

Nesse fluxo de grande acesso a diversos tipos de conteúdos, os documentários (em forma de longa, curtas ou séries) também ficaram mais acessíveis ao grande público - antes mais restrito a canais e audiência mais alternativos. Nesse contexto, o jornalismo pôde encontrar uma forma de também começar a ocupar esse novo mercado de trabalho oferecido pelas plataformas de *streaming*,

⁴ Entrevista concedida por TORRES, Daniel Castorino. Entrevista I [16.05.2021]. Entrevistador: Laura Isern, 2021, via aplicativo de mensagem

levando em consideração a tendência de enxugamento dos quadros de funcionários em redações de jornais e revistas Brasil afora.

Mas, para poder adentrar esse novo universo e conquistar a atenção do espectador, imerso num ambiente repleto de opções nos mais variados formatos, o jornalismo precisaria se adaptar, trazendo uma nova roupagem para si nas plataformas digitais, a notícia/informação precisa manter sua relevância por mais tempo, dando maior abertura para pautas e temas menos factuais, diferente do que oferecem os formatos já consolidados na TV aberta - focados no *hard news*. A abertura deste novo espaço de produção para o Jornalismo acaba por aproximá-lo a um ambiente de linguagem cinematográfica, com um maior respiro e tempo de produção, sendo possível um maior aprofundamento nos temas retratados, podendo, portanto, mostrar além daquilo que vemos e ouvimos todos os dias na TV, rádio, jornais e portais de notícias. No documentário, por exemplo, mais parecido com o que faz o cinema, é possível escolher “mostrar” em vez de “contar”. Ou seja, contar uma história cativante com começo, meio e fim.

De acordo com o levantamento bibliográfico, esse processo intenso de troca de informações e conteúdos através do globo está diretamente relacionado com a globalização e digitalização da cultura, transformando também a forma como o homem constrói sua identidade e visão de mundo. Em levantamento na obra de Antonio Miranda, foi possível verificar que existe, através da globalização, uma expansão da mercantilização da produção intelectual - o que, inevitavelmente, veio para modificar estruturalmente os padrões culturais - cada vez mais padronizados e unificados. Segundo ele, esse processo favorece a remoção dos nossos relacionamentos e de nossas referências de vida de contextos locais para contextos transnacionais” (2000). Logo, é possível observar o surgimento de uma cultura global, facilmente consumível em qualquer canto do mundo. Para que isso seja possível, é inexorável o processo de “empacotamento” do conteúdo cultural, uma padronização capaz de torná-lo mais fácil de ser consumido por qualquer pessoa, independente de suas raízes culturais. Processo facilitado pela tecnologia digital e a possibilidade de mercantilização da informação e da cultura em escala global.

Nesse contexto, a palavra “cultura” ganha cada vez mais a significância de um conjunto de costumes e vivências compartilhadas por uma sociedade, trazendo um senso coletivo à expressão. Sendo a cultura uma expressão da totalidade da vida social do homem, é possível concluir que, na atualidade, que nossos costumes e manifestações tendem a se padronizar e apresentar-se cada vez mais “híbrida e multifacetada” (1999). Isso porque, devido a evolução tecnológica e a Internet, as produções culturais já não esbarram mais em fronteiras. Um exemplo importante desse grande compartilhamento de produções é a plataforma de *streaming* Netflix. Através dela, podemos acessar conteúdos diversos, provenientes de diferentes países, a qualquer momento. Com isso, grande parte de seus produtos seguem um formato de produção e linguagem bastante parecidos, o que, para muitos, pode significar a perda de uma identidade artística dentro do sistema audiovisual. Porém, por outro lado, contribui com o fomento de produções culturais em diversas nações. Além disso, a chegada das plataformas de *streaming* mudou também a maneira que consumimos conteúdo. Agora somos nós quem decidimos quando e onde consumi-lo, fenômeno conhecido como *on-demand* - em tradução livre para o português, sob demanda.

Para se inserir com naturalidade nesse novo ambiente, o Jornalismo vem se reinventando e se apresentando em novos formatos como séries, longas documentais, animações, todos pautados pela apuração jornalística, mas com uma roupagem mais cinematográfica. Um caso de sucesso é a parceria que vem sendo estabelecida entre o Jornalismo da TV Globo e a plataforma de *streaming* do

conglomerado, a Globoplay. Dessa colaboração surgiram obras como *Em Nome de Deus*, *Marielle - O Documentário*, *Cercados* e *A Corrida das Vacinas*. As produções citadas partem todas do princípio fundamental do jornalismo de se oferecer informação de interesse público, mas com uma estrutura narrativa diferenciada. Nelas é possível notar técnicas básicas de construção de roteiro que nos remetem à prática do cinema, a fim de prender a atenção do espectador e informar enquanto entretém. Conclui-se, portanto, que as plataformas digitais não vieram para derrubar ou substituir as formas tradicionais de se fazer jornalismo, mas, sim, para ampliar o universo de possibilidades para os profissionais da área - incluindo também novos formatos de se reportar uma notícia ou informação, abrindo espaço para um cruzamento proveitoso entre diversas áreas da comunicação visual, como o cinema, a fotografia, o design, etc.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, Marcos César. **Cidadania e direitos num mundo globalizado**. Perspectivas, São Paulo, n. 22, 95-107, 1999.

BARROS, Kelen Maria Ribeiro de; CALEIRO, Maurício de Medeiros. Jornalismo E Globalização: Uma Análise Dos Novos Rumos Da Profissão. In: **INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO**, 17., 2012, Viçosa. Artigo. Ouro Preto: 2012. p. 1-13. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/PAPERS/REGIONAIS/SUDESTE2012/resumos/R33-2047-1.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2021.

CAMBRIDGE DICTIONARY (Inglaterra). **Cliffhanger**. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/cliffhanger>. Acesso em: 04 jun. 2021

CESNIK, Fábio de Sá; BELTRAME, Priscila Akemi. Globalização e seus atributos. In.: **Globalização da Cultura**. Barueri: Manole, 2005. Cap. 1, p. 1. (Série Entender o Mundo). Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=3M63GuosEjwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=cultura+e+globaliza%C3%A7%C3%A3o&ots=cSveS8zdjJ&sig=w_QNSsMAbrby7thXlfQKoGhJyL8#v=onepage&q=cultura%20e%20globaliza%C3%A7%C3%A3o&f=false. Acesso em: 27 mar. 2021.

CUCHE, Denys. **A Noção de Cultura nas Ciências Sociais**: a invenção do conceito científico de cultura. Editora da Universidade do Sagrado Coração, 1996.

GANDOUR, Ricardo. **Jornalismo em retração, poder em expansão: como o encolhimento das redações e o uso crescente de redes sociais por governantes podem degradar o ambiente informativo e prejudicar a democracia**. 2019. 162 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Ciências da Comunicação, Eca, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-23072019-114456/publico/RicardoGandour.pdf>. Acesso em: 16 maio 2021.

GERVILLA, Lucas Rossi. **Fora da Capital – Oficina de documentários em vídeo digital**. 6. ed. São Paulo: Ia-Unesp, 2020. 16 p. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/apotheke/article/view/17920>. Acesso em: 23 abr. 2021.

Gomes, C., França, R., Barros, T. & Rios, R. (2015) **Spotify: streaming e as novas formas de consumo na era digital**. Anais do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Natal, RN, Brasil.

ISERN, Laura. **Entrevista a Daniel Castorino Torres** concedida por mensagem em 16.05.2021

MARTINEZ, Monica. **Jornalismo literário, cinema e documentário**: apontamentos para um diálogo entre as áreas. Revista Comunicação Midiática, v. 7, n. 2, p. 99-116, maio 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/lhernand/Downloads/Dialnet-JornalismoLiterarioCinemaEDocumentario-4413031%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/lhernand/Downloads/Dialnet-JornalismoLiterarioCinemaEDocumentario-4413031%20(2).pdf). Acesso em: 13 maio 2021.

MIRANDA, Antonio. **Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos**. *Ci. Inf.* [online]. 2000, vol.29, n.2, pp.78-88. ISSN 1518-8353. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652000000200010>. Acesso em: 14 maio 2021.

OLIVEIRA, Priscila Damiane de; FROGERI, Rodrigo Franklin. **PLATAFORMAS DE STREAMING E A MUDANÇA NA DINÂMICA DOS MERCADOS**: uma análise na perspectiva dos consumidores. In: SIMGETI, 6. Varginha: 2020. p. 1-32. Disponível em: researchgate.net/profile/Rodrigo-Frogeri/publication/348234275_STREAMING_PLATFORMS_AND_THE_CHANGE_IN_THE_DYNAMICS_OF_THE_MARKETS_an_analysis_from_the_consumers%27_perspective/links/5ff46382299bf14088708ca4/STREAMING-PLATFORMS-AND-THE-CHANGE-IN-THE-DYNAMICS-OF-THE-MARKETS-an-analysis-from-the-consumers-perspective.pdf. Acesso em: 04 jun. 2021.

QUANDT, Thorsten; FRISCHLICH, Lena; SCHATTO-ECKRODT, Tim; BOBERG, Svenja. Fake News. In: VOSS, Tim P.. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. s: Wiley Blackwell, 2019. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118841570.iejs0128>. Acesso em: 12 maio 2021.

RODRIGUES, Ana Maria da Silva *et al.* **Globalização, cultura e sociedade da informação: globalização enquanto processo**. In: RODRIGUES, Ana Maria da Silva *et al.* *Globalização, cultura e sociedade da informação: globalização enquanto processo*. Belo Horizonte: -, 2001. p. 98. Disponível em: http://www.ufrgs.br/laviecs/edu02022/portfolios_educacionais/t_20061_m/Leandro_Raizer/globalizacao_e_cultura.pdf. Acesso em: 26 mar. 2021.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade**. 2014, São Paulo. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1982-25532014000100020&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 23 abr. 2021.

TOMLINSON, John. Globalization and Culture: globalization as complex connectivity. In: TOMLINSON, John. **Globalization and Culture: globalization as complex connectivity**. Chicago: University Of Chicago Press, 1999. Cap. 1. p. 1-25. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=N9IgIGn2OG0C&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 26 mar. 2021.

TYLOR, Edward B. 1871. **La civilization primitive**. 2 vol. Paris: C. Reinwald

VARIETY, 2013. **Netflix surpasses HBO in U.S. -subscribers**. Disponível em <<http://variety.com/2013/digital/news/netflix-surpasses-hbo-in-u-s-subscribers1200406437/>>

WU, T. **Impérios da Comunicação**. Do telefone à Internet, da AT&T ao Google. Editora Zahar, 2010.