

Além do broadcast: a terceira fase de expansão e interiorização da televisão brasileira

Beyond broadcast: the third phase of expansion and internalization of Brazilian television

José Jullian Gomes de SOUZA¹

Resumo

Esta pesquisa discorre sobre o processo de expansão e interiorização da televisão brasileira, considerando a presença do ambiente digital e do transbordamento do audiovisual televisivo para a internet. O que configura a emergência de uma terceira fase da expansão e interiorização da televisão, marcada pela presença das WebTVs. Como procedimentos metodológicos adotamos a pesquisa qualitativa, levantamento bibliográfico e a pesquisa descritiva sobre a emergência das WebTVs. Sinalizamos que nesta fase há uma descentralização da televisão sob o modelo broadcast para o ambiente digital, que possibilitou novas experiências televisivas e audiovisuais sobretudo por produtores independentes que utilizaram a plataforma YouTube para produzir, arquivar, compartilhar e possibilitar o acesso aos conteúdos das WebTVs. Com isso, houve uma expansão para a produção televisiva na internet em territórios interioranos brasileiros, acarretando numa maior ampliação da presença da televisão em diálogo com os ambientes digitais.

Palavras-chave: Televisão. WebTV. Internet. YouTube. Expansão audiovisual.

Abstract

This research discusses the process of expansion and internalization of Brazilian television, considering the presence of the digital environment and the spillover of television audiovisual onto the internet. This represents the emergence of a third phase of the expansion and internalization of television, marked by the presence of WebTVs. As methodological procedures we adopted qualitative research, bibliographical research and descriptive research on the emergence of WebTVs. We point out that at this stage there is a decentralization of television from the broadcast model to the digital environment, which enabled new television and audiovisual experiences, especially by independent producers who used the YouTube platform to produce, archive, share and provide access to WebTV content. As a result, there was an expansion of television production on the internet in Brazilian interior territories, resulting in a greater expansion of the presence of television in dialogue with digital environments.

Keywords: Television. WebTV. Internet. YouTube. Audiovisual expansion.

¹ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) - Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: jullianjose64@gmail.com

Introdução

A partir da identificação das duas primeiras fases do processo de expansão e interiorização da televisão brasileira propostas por Souza e Lima (2023) e Lima e Souza (2023), evidenciamos a presença de uma terceira fase a partir da ampliação da produção audiovisual televisiva para a internet, a partir das WebTVs. Nesta fase, formatos, linguagem e gramática televisiva transbordam para sites, plataformas de compartilhamento e difusão de vídeos, como o YouTube, proporcionando a criação das WebTVs, que utilizam as redes sociais digitais (Facebook, Instagram, TikTok) para a circulação dos vídeos (fragmentados).

A caracterização dessa terceira fase ocorreu a partir da visualização do barateamento de equipamentos, ferramentas e dispositivos de captação ampliando a produção televisiva/audiovisual independente e descentralizada de grandes empresas e grupos midiáticos, bem como de territórios que não se encontram próximos dos grandes centros urbanos. Entendemos que essa ampliação e (re)modelação dos processos televisivos é fundamental para que determinados territórios e sujeitos possam se ver representados nas telas, e não somente no televisor (aparelho). Mas, também, e principalmente, com a circulação de vídeos em dispositivos móveis: os smartphones.

Dessa forma, este estudo se volta para a reflexão e compreensão da importância que a televisão possui para o contexto sociocultural e histórico brasileiro, bem como das suas novas formas mediante as transmutações e diálogos com as mídias digitais. Destacamos, assim, que na propositura desta terceira fase do processo de expansão e interiorização, características como a proximidade, o pertencimento e a construção de identidades também podem ser identificadas nessas “novas formas de pensar as televisões” brasileiras.

Para a realização desta investigação, adotamos a pesquisa qualitativa, voltada para a discussão das transformações e mudanças da televisão mediante a um levantamento bibliográfico sobre a presença da televisão na internet e plataformas digitais, como no caso da migração dos arquivos televisivos para o ambiente digital e, posteriormente, para as experiências das WebTVs no Brasil. Ademais, apresentamos também novas propostas de produção e transmissão televisivas contemporâneas, como nos casos da CazéTV, TwitchTV e DiaTV.

O transbordamento da televisão (fragmentada) para as novas mídias digitais

É possível explicitarmos que um dos primeiros passos de expansão da televisão foi o seu transbordando para a internet, inicialmente quando as empresas iniciaram o desenvolvimento dos sites institucionais. Nessa fase, nossa reflexão parte da expansão do audiovisual telejornalístico para compreendermos este cenário de abrangência da televisão para as novas janelas de exibição, compartilhamento e acesso. De acordo com Souza (2021), esse transbordamento ocorre:

Com a abertura da comunicação no formato digital foram estabelecidos novos modelos de disponibilização da informação, passando pelo acesso, uso e (re)apropriação para a construção de uma memória audiovisual em ambientes digitais como observada em sites, redes sociais, aplicativos de vídeos e serviços de *streaming*³ (seja de forma institucionalizada ou produzida por outros sujeitos, a exemplo de canais na plataforma YouTube). Dessa forma, é possível dialogar sobre o transbordamento do telejornalismo nos meios digitais, a partir dos arquivos de vídeo disponibilizados na internet (Souza, 2021, p. 112).

Além disso, autoras como Nogueira (2005) e Renault (2011) apontam para as fases de expansão da produção audiovisual para a internet a partir do Webjornalismo Audiovisual e Webtelejornalismo. Assim, na primeira proposta, Nogueira (2005) classifica o Webjornalismo Audiovisual em três fases:

Quadro 1 – Fases do Webjornalismo Audiovisual

Fases	Descrição
1ª fase (Contemplativa)	O Mosaico Digital de Notícias garante a presença da empresa de comunicação no domínio cibernético, sem explorar muito os recursos multimidiáticos; dá acesso apenas aos arquivos das últimas edições dos telejornais exibidos em canal aberto. A hipertextualidade é limitada ao link para o conteúdo audiovisual e a interatividade aos botões de play, pause, stop, avançar ou retroceder e ao envio de sugestões de pauta por e-mail.
2ª fase (Participativa)	O Mosaico Digital de Notícias consegue promover um maior envolvimento do usuário. Além do acesso aos bancos de dados, permite mais interatividade através de ferramentas de busca, enquetes, fóruns, chats, envio de matérias por e-mail (dinamização descentralizada de conteúdo ⁷⁵) etc. e ainda oferece a possibilidade de se assistir a alguns programas ao vivo.
3ª fase (Construtiva)	Além de possuir todas as características presentes nas fases anteriores, o Mosaico Digital de Notícias deve permitir que o usuário monte o seu próprio noticiário audiovisual através de ferramentas específicas e opte por recebê-lo via e-mail: personalização e dinamização centralizada do conteúdo.

Fonte: Nogueira (2005).

A partir das informações disponíveis no Quadro 1, apontamos que na Primeira Fase, “Contemplativa”, a expansão do conteúdo audiovisual para a internet foi marcada

a) pela presença das empresas midiáticas no ambiente digital; b) que ainda não exploravam os recursos desse novo ambiente; c) a limitação ao acesso de links e; d) a interatividade que ocorria apenas com os botões “bases” para assistir aos vídeos disponibilizados.

Já na Segunda Fase, “Participativa”, identificamos alguns avanços, tais como: a) a existência da interatividade entre usuário e o conteúdo, mediante ao banco de dados audiovisual; b) as ferramentas de busca, troca de informações e discussões entre usuários; c) a possibilidade de participar enviando vídeos para o programa – o que indica a denominação desta fase e; d) a ampliação do acesso para assistir os programas ao vivo e não somente gravados. Entretanto, apesar de tais avanços, é necessário pontuarmos que essa “participação” e “maior acesso” eram centralizados pelas próprias potencialidades do novo meio, bem como pelos limites impostos pelas empresas aos seus usuários.

Na última fase, “Construtiva”, Nogueira (2005) explicita que para além de todas as características que já avançaram desde as duas primeiras fases, na terceira fase é permitido que o usuário monte o seu próprio noticiário audiovisual através de ferramentas específicas. Ou seja, adentramos no cenário da fragmentação, da personalização e dinamização do conteúdo. Neste sentido, podemos averiguar que ao longo dessas diferentes fases houve não apenas uma maior ampliação e uso das empresas midiáticas e também dos usuários no ambiente digital. Mas, também, de um maior diálogo entre esses dois ambientes comunicacionais.

Já Renault (2011), que discorre sobre o entrelaçamento entre o Webjornalismo e o Telejornalismo, apresenta a proposta de Webtejournalismo – como forma de reflexão dos processos de migração, transbordamento e expansão do audiovisual telejornalístico para os meios digitais. A autora caracteriza três fases do Webtejournalismo:

Quadro 2 – Fases do Webtejournalismo

Fases	Descrição
Transposição	Estão incluídas as emissoras de televisão, que usam a web para postar o conteúdo exibido durante a programação e/ou para disponibilizar vídeos inéditos. Foram desenvolvidos sites de transposição do audiovisual, que produzem e divulgam imagens da televisão.
Híbridos	São os veículos de informação que não possuem vínculo com o audiovisual, reservando um espaço em seu site para postar vídeos complementares a reportagens ou vídeos avulsos com informações sobre outros assuntos não tratados no veículo de origem. É o caso de rádios, jornais impressos e portais de notícias.
Nativos	São os veículos criados especificamente para produzir conteúdo audiovisual para a internet, existindo somente na plataforma virtual, ou seja, as WebTVs.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Renault (2011), Caselli e Coutinho (2013).

Na proposta elaborada por Renault (2011), a Primeira Fase, “Transposição”, discorre praticamente sobre o que Nogueira (2005) apresentou como sendo a Primeira Fase do Webjornalismo Audiovisual: a simples migração dos conteúdo televisivo, em arquivos de vídeos, para a internet. Esse processo funcionou apenas como uma forma de divulgação e espalhamento desse conteúdo no meio digital, sem novidades para os usuários.

Na Segunda Fase, “Híbridos”, já não temos apenas as empresas midiáticas e jornalísticas produzindo conteúdo audiovisual. Houve uma expansão para os demais veículos informativos (jornais impressos e revistas) que apostaram na produção audiovisual e enxergaram na internet uma nova forma de comunicação e interação com o público. Nessa fase, a produção audiovisual visava o complemento ou conteúdo inédito, elaborado especificamente para a nova mídia – uma fase de transição.

Já na Terceira Fase, “Nativos”, temos os conteúdos audiovisuais produzidos para a internet. Ou seja, eles não existem em outras plataformas ou veículos midiáticos, como no caso das emissoras de televisão. É nessa fase que identificamos o surgimento das WebTVs. E a partir delas que compreendemos uma inicial emergência da terceira fase do processo de expansão e interiorização da televisão brasileira.

As WebTVs: entre as velhas e as novas formas televisivas

Mediante a migração e o transbordamento da televisão para a internet, a partir da fragmentação dos arquivos audiovisuais, na década de 1990, compreendemos que o cenário de surgimento da terceira fase de expansão e interiorização da televisão brasileira é iniciada com a implantação das WebTVs. Pois, conforme aponta Nogueira (2005), a WebTV se configura como uma das formas de produção televisiva na internet:

Quadro 3- Formas de produção audiovisual na internet

Formas de produção audiovisual	Características
TV aberta em presença online	São páginas de emissoras de TV convencionais que foram transpostas para a Web.
WebTV	São as emissoras que nasceram na Web, mas que também podem exibir sua programação em canais de TV por assinatura. Essas emissoras usam a Web apenas como suporte de disseminação regular – ao vivo ou on demand – dos conteúdos produzidos a partir das mesmas práticas da TV convencional.
Canal de conteúdo em vídeo	É uma categoria que apresenta mais chances de transcender o seu meio original ou desenvolver uma gramática e linguagem próprias dos conteúdos audiovisuais.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Nogueira (2005).

A partir do quadro acima e, especificamente, sobre a WebTV, concordamos com a autora que explicita que a WebTV nasceu na internet, ou seja, se configura como um audiovisual nativo digital – ainda que carregue uma gramática e linguagem oriunda da televisão aberta (presente até os dias atuais). Entretanto, a sua proposta de categorização de “Canal de conteúdo em vídeo”, em nossa compreensão, também se configura dentro do contexto de produção das WebTVs como uma subcategoria. Pois, para além do padrão clássico adotado nas primeiras experiências de WebTVs no Brasil, atualmente, também podemos averiguar a continuidade desse padrão: gramática e linguagem sendo utilizada por propostas televisivas nativas digitais.

Dessa forma, precisamos compreender e identificar o que configura uma WebTV. Para Amaral (2007), as TVs on-line existentes na internet podem ser classificadas em dois tipos: as WebTVs e CiberWebTVs. A autora entende que as WebTVs são as emissoras de TV convencionais que disponibilizam o sinal via Web. Já as CiberWebTVs são canais de televisão que existem somente no universo virtual, ou seja, são concebidos, produzidos e transmitidos apenas pela Web. Para Ribeiro (2009), a WebTV é a conversão do conteúdo da televisão para a internet. Com isso, o telespectador consegue assistir aos programas no formato televisivo a partir do computador. Mas, com um diferencial: maior interatividade.

Capanema (2009) sinaliza que as WebTVs são tentativas de se fazer televisão na internet sob o domínio, geralmente, do sufixo “.tv”. Assim, os sites experimentam adaptações de lógicas próprias da televisão em um ambiente digital. Cerqueira (2009) entende que a WebTV abrange a distribuição de conteúdo audiovisual usando a web como plataforma. Desse modo, podemos estabelecer configurações distintas de WebTV em função de aspectos como: natureza do produtor e da programação; tecnologia de distribuição, transmissão ao vivo; interatividade e usabilidade do usuário. Logo, a WebTV pode ser um espaço tanto para a transmissão de conteúdo das emissoras tradicionais (Rede Globo, Record TV, SBT, Band etc.), como de registros produzidos por usuários independentes.

Para Sylvestre e Santos (2011), a WebTV consiste basicamente na transmissão de programações televisivas através da internet, que funciona como um espaço para a experimentação de novas linguagens e outros formatos de mídia com conteúdos audiovisuais. Assim,

As WebTVs podem ser divididas em dois tipos: aquelas que transmitem o mesmo conteúdo que já foi veiculado por alguma emissora, e aquelas que produzem conteúdo exclusivamente para a internet. Estas últimas são também chamadas de CiberTVs. Por pertencerem apenas ao meio digital, podem explorar melhor as qualidades do meio, buscando uma linguagem videográfica mais adequada e à procura de uma linguagem mais adaptada para os internautas, embora ainda não exista uma linguagem específica para WebTV. Além disso, os custos de produção são menores na internet (Sylvestre; Santos, 2011, p. 6).

Já Silva (2014) explica que as WebTVs não correspondem ao significado de televisão como um suporte disseminador de canais. Ela encerra em si própria como um canal. Para a autora, “Se há um suporte de televisão online que poderíamos entender como disseminador de canais é sem dúvida o Youtube” (SILVA, 2014, p. 330). Contudo, como apresentado pela própria autora, o YouTube funciona mais como um suporte e disseminador do que propriamente um modo de fazer televisão. Por fim, Nunes (2016) compreende a WebTV como o conteúdo da televisão produzido, hospedado e compartilhado na Web, de forma que o usuário possa interagir com a programação. Essa estrutura narrativa linear permite ao sujeito escolher o próximo conteúdo ou mesmo salvar para assistir posteriormente.

A partir desse breve levantamento conceitual sobre as WebTVs, podemos constatar que não há uma compreensão consensual pela maioria dos/as autores/as. Alguns defendem que a WebTV é oriunda do processo de migração das emissoras e do conteúdo televisivo. Enquanto outros apontam para a emergência de uma nova possibilidade de fazer televisão na internet, a partir do uso da sigla “TV” em suas respectivas nomenclaturas. Assim, mediante ao que foi apresentado, entendemos as WebTVs como uma possibilidade de alargamento e descentralização da produção televisiva broadcast. Entretanto, carregando algumas marcas, gramáticas e operacionalidades na linguagem audiovisual empreendida.

Não à toa, as primeiras experiências com WebTV no Brasil, que surgiram a partir de empresas provedoras de internet, demonstram essa relação de proximidade com o modelo tradicional e com as novas possibilidades oriundas da mídia digital, como apontamos no quadro a seguir:

Quadro 4 – Primeiras experiências de WebTV no Brasil

TVs	Descrição
TV UOL	Está no ar desde o dia 04 de junho de 1997, sendo o primeiro canal feito e veiculado exclusivamente pela internet. Essa TV pertence ao Universo Online, portal lançado em abril de 1996 e que até 2003 funcionou como resultado de uma associação entre o Grupo Folha e o Grupo Abril.
TV Terra	Passou a fazer parte do portal Terra, antigo ZAZ, em setembro de 2000 e permanece 24 horas no ar, todos os dias. Mas, os programas inéditos e ao vivo são veiculados apenas de segunda a sexta, nos finais de semana a programação é reprisada.
allTV	Foi ao ar oficialmente em maio de 2002. No início, o sinal era transmitido pela internet e não por satélite ou antenas. A allTV migrou do ciberespaço para o espaço “real” em agosto de 2003, quando passou a ser oferecida como um canal da TV Paga, podendo ser acessada no canal 12 da TVA de São Paulo.

Fonte: elaborado pelo autor baseado em Amaral (2007).

No caso da TV UOL e TV Terra, as experiências de transmissão televisiva na internet ainda estavam mais próximas da televisão broadcasting, ainda que fossem canais exclusivos da internet. Já a allTV, apesar de também utilizar os modelos pré-concebidos pela televisão tradicional, demonstrava interesse na utilização dos recursos digitais como a possibilidade de interação com o público a partir do bate-papo. O que para a época já demonstrava um avanço considerável.

É a partir destas primeiras experiências pioneiras de modelos e propostas de WebTVs, entre o final dos anos 1999 (século XX) e inícios dos anos 2000 (século XXI), que sinalizamos para uma descentralização da produção televisiva tradicional, ou seja, partindo da televisão no contexto das emissoras e outorgas para uma expansão da televisão em ambiente digitais. Assim, conforme apontam Rodrigues e Souza (2023, p. 408), “Podemos estender esta discussão para a relação entre televisão e territórios descentralizados que almejam o desenvolvimento de conteúdo televisivo baseado no barateamento dos equipamentos e das tecnologias digitais de produção e difusão acessíveis”.

Ademais, também consideramos que a produção televisiva desenvolvida na internet estabelece uma (re)organização e (re)configuração do território televisivo. Assim, em nossa proposta, a terceira fase de expansão e interiorização da televisão é marcada pela descentralização e poderio da presença da televisão apenas sob o domínio das grandes empresas midiáticas e conglomeradas, que marcam as duas primeiras fases, respectivamente representadas pela Rede Tupi e Rede Globo.

A descentralização televisiva na internet: a terceira fase de expansão e interiorização

Com o advento das tecnologias de informação e comunicação digitais, do barateamento de equipamentos de captação, do surgimento de plataformas para a distribuição e compartilhamento, bem como da ampliação das telas de acesso pelos usuários, a desterritorialização da televisão no ambiente digital assume novas formas e possibilidade. E um exemplo desse feito é a WebTV, que:

[...] faz parte de um processo de mudanças e transformações da comunicação, informática e da convergência entre as diferentes mídias, especificamente na relação entre televisão e internet. Tal relação é parte fundamental para compreender as alterações da expansão televisiva para o digital, bem como da construção de uma proposta de televisão nativa na internet (Rodrigues; Souza, 2023, p. 405-406).

Com a produção webtelevisiva, as formas que a televisão assumiu extrapolaram o modelo tradicional broadcast e do aparelho televisor, como apontado por Machado (1997). Logo, se inicialmente a transmissão televisiva era monopolizada, unidirecional e regida por poucas e grandes corporações midiáticas, no atual cenário midiático temos uma ampliação para empresas e produtores de menor porte que conseguem transmitir para a população produções televisivas que se aproximam mais com a sua realidade geográfica, histórica, sociocultural, política e econômica. Pois, ainda que as emissoras locais (especialmente as que possuem relação de afiliação com grupos midiáticos nacionais) busquem realizar tal feito, há condicionamentos e interferências daquilo que será ou não veículado na televisão aberta.

Com isso, uma das características que marca essa fase é a proximidade. De acordo com Coelho (2007), televisão de proximidade é aquela que emite conteúdos produzidos dentro de uma determinada comunidade e a ela relativos. Com isso, a noção de proximidade é vista como um esforço de comunicar conteúdos pertinentes para um determinado público, funcionando como uma estratégia que objetiva a fidelização do público, a partir de uma forma descentralizada de exercício do poder e que age como uma alternativa num contexto midiático cada vez mais exigente, a exemplo das WebTVs.

Ademais, no caso das WebTVs há uma maior chance de experimentação, assim como há uma realidade econômica que inviabiliza determinadas produções ou mesmo a presença de uma variedade de programação. Contudo, a partir da sua presença no YouTube, as WebTVs têm operado, de forma mais expansiva, sob a lógica da transmissão

direta (Fechine, 2008). Conforme a autora, “[...] a transmissão direta é, antes de mais nada, a transmissão e recepção de um programa de modo simultâneo” (Fechine, 2008, p. 26). Além disso, Fechine (2008) destaca que essa transmissão direta pode ocorrer a partir de duas lógicas: a transmissão que ocorre ao vivo (no tempo presente, do aqui e agora) e/ou na gravação de um programa com efeitos do “ao vivo”.

É a partir da relação de proximidade entre a linguagem televisiva, a internet e o território que as WebTVs corroboram para a descentralização da produção audiovisual. Além disso, o barateamento dos equipamentos de produção, captação e distribuição, exemplo da miniaturização das câmeras e dispositivos, como o smartphone, tornou mais viável a produção audiovisual na internet sob a forma de WebTV.

Assim, entendemos a WebTV como uma possibilidade (1) de expansão da produção e linguagem televisiva ou com características da televisão tradicional nas plataformas e redes sociais como YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, (2) sendo possível a produção de conteúdo amador pelo público em geral, que foge aos padrões da TV broadcast, (3), englobando também uma nova porta para a continuidade da televisão com produções profissionais (como é possível observarmos em diversos canais no YouTube) e (4), ainda, a produção audiovisual com características advindas do webjornalismo como a hipertextualidade, multimídia e interatividade.

Podemos apresentar outros exemplos mais atuais como os casos da CazéTV² e TwitchTV³ onde o modelo de transmissão vivo tem muita força e potência – especialmente quando se trata de transmissão de grandes eventos (como os esportivos). Durante as Olimpíadas de Paris, em 2024, a CazéTV foi o primeiro canal oficial online que transmitiu as modalidades olímpicas⁴, com a presença de ex-apresentadores da TV Globo, a exemplo das jornalistas Fátima Bernardes e Fernanda Gentil, além de um time de influenciadores digitais, a CazéTV que proporcionou uma nova cobertura dos jogos a partir da junção de jornalismo com entretenimento.

² É um canal no YouTube e retransmitido na Twitch, especializado na transmissão de eventos esportivos. Foi criado em novembro de 2022 pelo streamer Casimiro Miguel e pela LiveMode com o objetivo de transmitir a Copa do Mundo FIFA de 2022.

³ É um serviço de streaming de vídeo ao vivo que se concentra em streaming ao vivo de videogame, incluindo transmissões de competições de esportes eletrônicos. Além disso, oferece transmissões de música, conteúdo criativo e mais recentemente, streams na vida real.

⁴ A TV Globo foi a emissora, de televisão aberta, oficial detentora das transmissões dos Jogos Olímpicos de 2024. Contudo, a empresa abriu mão da exclusividade na internet. Assim, a CazéTV adquiriu os direitos digitais e vai transmitir as competições via canal do YouTube e Twitch.

Ademais, temos o caso da DiaTV⁵ para exemplificar como a televisão broadcast exerce uma forte influência no desenvolvimento de experiências televisivas na internet, quando discorremos sobre o processo de expansão. A DiaTV é um canal de televisão via streaming brasileiro operado pela Dia Estúdio, que produz e transmite os conteúdos pelo canal oficial do DiaTV no YouTube, Facebook, TikTok e LinkedIn. A DiaTV é geralmente é mencionada como a “MTV da internet”, isso porque ela traz uma programação voltada para o público jovem, dialogando com o cenário digital. Outra característica importante da DiaTV é que todo o conteúdo é produzido por influenciadores/criadores de conteúdo digital.

Atualmente, podemos afirmar que a DiaTV é uma proposta de televisão na internet com uma forte configuração baseada no modelo tradicional. Pois, ela possui uma grade de programação com horários determinados de exibição ao vivo que posteriormente são disponibilizados em arquivos disponíveis na plataforma da DiaTV e dos seus criadores. Com isso, ela opera entre a lógica do fluxo e do arquivo, estabelecendo um diálogo entre as velhas e as novas formas de assistir televisão na contemporaneidade.

Assim, podemos exemplificar a presença e a influência da televisão aberta no ambiente digital, a partir do caso da DiaTV com o programa “De Frente com Blogueirinha”, que estabelece uma relação direta com o programa “De Frente com Gabi” apresentado pela apresentadora Marília Gabriela no SBT. Desse modo, entendemos que há uma inspiração, paródia e expansão do modelo clássico de televisão para a internet na criação do programa da Blogueirinha na DiaTV. Ou seja, há uma relação de apropriação entre as velhas e as novas mídias para a proposição de uma televisão feita na e para a internet.

⁵ A DiaTV é um canal de transmissão de conteúdo televisivo via streaming, criado em 3 de maio de 2023, pelo empresário Rafael Dias. Com uma programação produzida integralmente por influenciadores, o que já sinalizada para uma especificidade dessa experiência televisiva, a DiaTV é multiplataforma, onde os conteúdos são transmitidos pelos canais oficiais no YouTube, Facebook, TikTok e LinkedIn.

Figura 1 – Programas De Frente com Gabi e De Frente com Blogueirinha



Fonte: Montagem elaborada pelo autor (2025).

Além disso, visualizamos ainda a emergência dos videocasts⁶, que utilizam do *boom* da produção de podcasts (programas de rádio) e transmitem o conteúdo (ao vivo ou gravado) em canais no YouTube. Na Figura 2, destacamos alguns exemplos de videocasts brasileiros, como o “Vênus”, o “PodDelas” e o “PodPah”, uma imbricação formada por um programa de rádio e programa de entrevista televisionado.

Figura 2 – Exemplos de videocast brasileiros



Fonte: Montagem elaborada pelo autor (2025).

Na aproximação com a televisão tradicional, os canais do YouTube apresentam a questão da transmissão direta definida por Fachine (2008). A partir desta compreensão, a autora faz uma distinção importante: de um lado, temos a tecnologia do direto e, de outra, do ao vivo. Pois, é possível na transmissão direta, como fator técnico, instaurar a presença ao vivo no contexto da gravação, numa espécie de simulação.

Com isso, tal realidade é observada em diversos programas no YouTube, uma vez que a sua gravação não apresenta sinais de corte ou edição de retiradas de determinados

⁶ O termo é decorrente da junção das palavras podcast e vídeo. De modo geral, é um podcast (programa de rádio) transmitido também por meio de vídeo e distribuído no YouTube, por exemplo. Os videocasts são gravados em estúdios com cenário composto por uma mesa, microfones e uma tela (geralmente utilizada para publicidade). Ademais, o programa é feito por entrevistadores e convidados que debatem um tema.

trechos, indicando que houve uma alteração pós-gravação. Como exemplo, podemos citar os inúmeros videocasts presentes nos diferentes canais do YouTube. Nas redes sociais digitais (Facebook, Twitter, Instagram e Tik Tok), há também a presença do ao vivo. Como exemplo temos os perfis jornalísticos, como o G1, do Grupo Globo, ou mesmo as lives⁷ realizadas durante o contexto da pandemia de Covid-19, que estiveram em bastante evidência no ano 2020. Além disso, Almeida (2020, p. 17) discorre sobre o fenômeno da segunda tela⁸ a partir da TV Social, que “[...] a atividade de ver TV com a de navegar na internet simultaneamente utilizando outro dispositivo (smartphone, notebook ou tablet) para ler e/ou fazer comentários sobre o conteúdo televisivo”.

É com a TV social que apontamos uma aproximação entre o conteúdo televisivo e as redes sociais digitais. Pois,

A experiência televisiva nos dias de hoje abrange as diversas práticas de consumo, novos formatos de programas, modelos de negócio e de financiamento, além de associar o uso de plataformas on-line e off-line. A combinação de dispositivos e modos de recepção acontece quase de forma individual, o que diversifica os hábitos de audiência e torna ainda mais difícil a sua compreensão (Almeida, 2020, p. 18).

Além da possibilidade de interação (como comentar, por exemplo) o conteúdo televisivo com outros telespectadores usando as redes sociais, o que ocorre também é o fenômeno do transbordamento do conteúdo televisivo nas redes sociais digitais. disso, funciona como uma vitrine de interlocução com o público (seja aquela que já acompanha a programação televisiva oriunda da televisão linear, seja o público mais jovem que consome conteúdo audiovisual na internet, a exemplo das redes sociais).

Com a expansão da televisão para a internet e o cenário multiplataforma, sinalizamos que o processo de interiorização da televisão também ocorre seja a partir do acesso aos novos conteúdos produzidos nos grandes centros urbanos e disponibilizados na internet, seja a partir da produção local, a exemplo de WebTVs que surgem como forma de descentralização dos monopólios midiáticos. Nesse sentido, o fenômeno da interiorização, como já destacado, provém da descentralização da produção televisiva

⁷ Uma transmissão ao vivo realizada na internet. No caso específico, trata-se do fenômeno das lives que foram feitas no Instagram e no YouTube, especialmente durante o ano de 2020 – quando a pandemia de Covid-19 se instaurou no mundo e as pessoas ficaram isoladas nos lares.

⁸ A segunda tela é um termo que se refere a um dispositivo eletrônico adicional que permite ao consumidor interagir com o conteúdo que está consumindo, a exemplo dos programas de televisão. Nessa interação, as redes sociais digitais adquirem protagonista para a discussão, bem como o ato de assistir e comentar ao mesmo tempo. Os realities shows, por exemplo, tem o poder de estabelecer essa proximidade.

para os territórios que estão para além dos grandes centros urbanos, representados, majoritariamente, pelas capitais brasileiras a exemplo das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro – onde o desenvolvimento da televisão ocorreu inicialmente.

Neste sentido, a televisão aberta foi modificada pelo novo ecossistema audiovisual a partir das reconfigurações ocasionadas pelo processo de digitalização. Pois, os dispositivos de captação e produção de imagens, as janelas de distribuição e consumo, a mobilidade, ubiquidade e miniaturização das telas, bem como a integração do audiovisual às redes sociais digitais possibilitaram uma fruição mais abrangente e uma circulação mais imediata.

Considerações finais

A partir deste estudo compreendemos que a terceira fase de expansão e interiorização da televisão é configurada pelo processo de descentralização da produção televisiva, resultante da chegada da internet e suas potencialidades como os sites e as plataformas de vídeos que proporcionaram novos modos de distribuição e consumo audiovisual. Além disso, essa nova fase também é marcada pelo barateamento do equipamentos e ferramentas de captação de imagem com câmeras portáteis mais acessíveis ao público em geral e, posteriormente, sob a onipresença dos dispositivos móveis (tanto para a produção, como para o ato de assistir).

Com isso, identificamos que houve maior acesso às formas de produção, bem como um papel importante para que os produtores independentes pudessem desenvolver conteúdos audiovisuais. A criação da plataforma YouTube também foi essencial para que tais produções pudessem ser arquivadas, compartilhadas e acessadas pelos usuários. O que também acarretou uma maior circulação da produção para além do território de produção.

O movimento de descentralização permitiu que diferentemente das fases anteriormente apontadas, marcada pela constituição de conglomerados midiáticos como a Rede Tupi e a Rede Globo –, nesta terceira fase enxergamos a presença de produtores e empresas independentes. O que indica também a construção de um audiovisual televisivo com características mais amadoras, em alguns casos. Ademais, há um espalhamento dessa produção que adentra os territórios interioranos brasileiros possibilitando a presença e existência do processo da televisão em funcionamento na

internet. Com isso, podemos também discorrer que há uma maior visibilidade de determinadas regiões, especialmente onde não há uma empresa de televisão sob a chancela da concessão.

Assim, a fase da WebTV ou webcasting que se estende desde as primeiras experiências dos grandes grupos de comunicação (UOL e Terra) até empresas e produtores mais independentes que utilizam o YouTube como uma grande janela de exibição. Isso não significa que há uma diminuição da presença da televisão aberta, sob o modelo broadcasting. Mas, é possível identificar uma convivência e convergência de ambas as possibilidades proporcionando o surgimento de novas experiências televisivas para o contexto contemporâneo de transformações na história da televisão brasileira.

Neste sentido, esta terceira fase nos direciona para refletir sobre a importância da democratização da comunicação audiovisual. Pois, a partir desta terceira fase novas imagens podem ser construídas e apresentar um Brasil para além das imagens consagradas pelas emissoras em rede nacional. Entretanto, também é necessário apontarmos que algumas dificuldades são existentes nessas WebTVs, tais como: a falta de recursos estruturais, financeiros e de pessoal para uma produção com maior qualidade; a falta de uma profissionalização que perpassa desde a gestão econômica (sobrevivência) até a produção de conteúdo e; condições de trabalhos mais precárias.

Referências

ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. **TV social: o telespectador como protagonista na televisão em múltiplas plataformas**. Curitiba: Appris, 2020.

AMARAL, Neusa Maria. Televisão e Telejornalismo: modelos virtuais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais [...]** Santos: Unisanta, 2007.

CAPANEMA, Letícia Xavier de Lemos. **A televisão no ciberespaço**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

CASELLI, Thais; COUTINHO, Iluska. Webjornalismo Audiovisual: uma análise descritiva da programação da allTV. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 18., 2013, Bauru. **Anais [...]**. Bauru: Unesp, 2013.

CERQUEIRA, Jean Fábio Borba. Uma análise das potencialidades de implantação de uma Webtv a partir dos sites YouTube, Vimeo, YahooVideo. In: CONGRESSO

BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: UFPR, 2009.

LIMA, Maria Érica de Oliveira; SOUZA, José Jullian Gomes de. A Era Rede Globo: segunda fase da expansão e interiorização da televisão no Brasil. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.20, n.2, p. 207-229, jul./dez. 2023.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

NUNES, Juliana Gouveia de Amorim. **WebTV como ferramenta de jornalismo público: um estudo sobre a TV IFPB, TV Bem Baiano e Canal IFPE**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

RENAULT, Letícia. Webtelejornalismo: diálogo entre televisão e web a partir do telejornalismo no Brasil. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2011.

RIBEIRO, D. C. **WebTV: perspectivas para construções sociais coletivas**. Covilhã: BOCC, 2009.

RODRIGUES, Ligia Coeli Silva; SOUZA, José Jullian Gomes de. Fé (web)televisada: expansão da linguagem e manutenção dos laços sociais na TV Mãe das Dores. In: CONGRESSO INTERNACIONAL MEDIA ECOLOGY AND IMAGE STUDIES, 6., 2023, Aveiro. **Anais [...]**. Aveiro: Ria Editora, 2023.

SILVA, Claudia Cristina da. A WebTV no eixo Portugal-Brasil: definições, tendências e desdobramentos. **C&S**, São Bernardo do Campo, v.35, n.2, p. 315-351, jan./jun. 2014.

SOUZA, José Jullian Gomes de; LIMA, Maria Erica de Oliveira. Entre rastros e vestígios da primeira fase de expansão e interiorização da televisão brasileira: o caso da Rede Tupi. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, v.12, n.2, p. 187-204, jul./dez. 2023.

SOUZA, José Jullian Gomes de. O transbordamento dos arquivos de telejornalismo em meios digitais. **Memorare**, Tubarão, v.8, n.2, p. 111-123, jul./dez. 2021.

SYLVESTRE, Helena Schiavoni; SANTOS, Vanessa Matos dos. WebTV: novas perspectivas para a prática do jornalismo ambiental. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife. **Anais [...]**. Recife: UFPE, 2011.