



# O hibridismo no processo de produção televisiva do jornalismo pós-industrial: estudo de caso do canal *My News*

Angelo Sastre

Juliano Maurício de Carvalho

UNESP – Bauru - Brasil

# O cenário pós-industrial

O processo de produção dos meios de comunicação enfrenta a necessidade de se adaptar as novas tecnologias e suportes nas plataformas tecnológicas digitais para manter e conquistar a audiência necessária para sua manutenção.

As produções televisivas e/ou de audiovisual do jornalismo pós-industrial vem experimentando diversos formatos, entre eles, estruturas híbridas que consistem nos modelos convencionais associados à difusão nas plataformas digitais como os canais disponibilizados no Youtube.

*“Cada produto que molda uma sociedade acaba por transpirar em todos e por todos os seus sentidos. Que os nossos sentidos humanos, de que os meios são extensões, também se constituem em tributos fixos sobre as nossas energias pessoais e que também configuram a consciência e experiência de cada um de nós”*

Marshall McLuhan



# Novos modelos de negócio

Anderson, Bell e Shirky (2012) apontam que a tendência é a redução na receita e na participação de mercado caso não sejam efetuadas as adaptações necessárias aos novos métodos e processos de trabalho.

- Pesquisa da Ericsson aponta que o crescimento de consumo de vídeos *on demand*, passou de 1,6 plataforma por usuário, em 2013, para 3,8, em 2017.
- Estudo da GfK, nos Estados Unidos, acusou que 72% da geração *millenial* (nascidos de 1980 a 1985) entende “televisão” como o ato de ver o conteúdo audiovisual em qualquer dispositivo.
- A mesma pesquisa aponta que para 71% da “*now generation*” (pós-*millenial*) o serviço de *streaming* substituiu a TV linear.
- Um estudo da agência de mídia Zenith, com sede em Londres (Inglaterra), estima que, em 2019, a população mundial gastará, em média, 170,6 minutos (cerca de três horas) por dia utilizando a Internet, o que se equipara ao tempo disponível assistindo televisão (170,3 minutos).



# Ecossistema informativo

Jarvis (2015) observa que o crescimento do “ecossistema informativo” foi alavancado pelo perfil *prosumer*, em razão de que as novas tecnologias permitem que qualquer pessoa tenha possibilidade de produzir e distribuir informações ou se associar a canais de comunicação sem a dependência das empresas tradicionais, e pela manutenção e surgimento de plataformas, aplicativos, blogs e sites locais.

“A realidade que enfrentamos hoje é que a mídia tradicional diminuiu sua influência sobre o público. A capacidade de informar já não pertence apenas a eles, pelo contrário, hoje o ecossistema midiático é um cenário complexo formado por profissionais, usuários e máquinas que com diferentes linguagens e formas narrativas criam e trocam conteúdos em plataformas digitais. Portanto, não podemos continuar tomando decisões com base na maneira como a mídia antiga funciona. Hoje, devemos andar de mãos dadas com aqueles que estão imersos em novas mídias, usar as ferramentas que usam e encontrar oportunidades para criar produtos com base em seu comportamento nas redes sociais – Carlos Serrano (2011, p. 24) ”



# Estudo de Caso *My News*

O projeto *My News* consiste na manutenção de um canal exclusivo para difusão de notícias no Youtube



## Origem

- O canal foi idealizado por Mara Luquet, jornalista e especialista em economia e finanças, e pelo publicitário Antonio Tabet, fundador do canal de humor Porta dos Fundos que, em 2017, foi o 6º canal mais visto no Youtube com 13,7 milhões de inscritos e cerca de 3,6 bilhões de visualizações. O *My News* iniciou suas atividades em março de 2018, conta com 66 mil inscritos e uma grade com nove programas atualizados com intervalos de um dia a uma semana.

## Audiência

- Nos três primeiros meses de atuação, o canal *My News* teve uma média entre 3 e 5 mil visualizações para os posts com duração de até 10 minutos e uma média de cerca de 20 mil visualizações para o programa de debates “Segunda Chamada”, considerado o principal produto do canal, que é atualizado semanalmente e possui uma duração média de 60 minutos. O programa piloto de estreia teve 49 mil visualizações, já o recorde, até o momento, foi uma entrevista com o empresário Eike Batista, que em dois meses, alcançou 369 mil visualizações.

# Estudo de Caso *My News*

A estratégia de hibridismo explorado pelo canal *My News* vai além da difusão pelo Youtube por meio da manutenção de perfis em mídias sociais como o Twitter, Facebook, Instagram e LinkedIn.

“Facilitar as coisas para os usuários vai de detalhes como conversar com eles na mídia e em suas respectivas mídias sociais; personalizar a maneira como eles usam o site; otimizar o URL [endereço do site na internet] para que eles nos encontrem mais facilmente nos mecanismos de busca e, claro, criar conteúdos que resolvam qualquer necessidade – Carlos Serrano (2011, p. 24) ”



# Estudo de Caso *My News*

A manutenção e longevidade de canais no ciberespaço está diretamente ligada a capacidade de atualização e reinvenção dos modelos de negócio visando atender as expectativas dos usuários por meio da oferta de serviços, produtos e conteúdos relevantes


A nova realidade envolvendo os veículos nativos digitais e as plataformas produtoras de conteúdo exigem uma visão ampla sobre o modelo de negócio, já que em virtude do aumento da competitividade será essencial acompanhar as migrações de audiência e novos hábitos gerados pelo cenário construído a partir das novas tecnologias. Dessa forma, como analisado no contexto envolvendo o estudo de caso do canal *My News*, a estratégia de exploração dos novos formatos de produção televisiva demonstra ser a grande tendência nos canais de *streaming* ou de vídeo *on demand*, mas a sua eficiência também está atrelada a estrutura de retroalimentação por meio de outras plataformas como as mídias sociais que possuem características distintas.






# Obrigado

 Angelo Sastre

 [angelo.sastre@unesp.br](mailto:angelo.sastre@unesp.br)

 <https://angelosastre.wixsite.com/angelosastre>