

Reportagens audiovisuais no Jornal Correio: a busca por audiência no YouTube¹

Ana Carolina Faria Pedreira de CERQUEIRA²

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar a produção e circulação de produtos jornalísticos audiovisuais locais no ambiente digital. Tem como objeto empírico as reportagens audiovisuais produzidas pelo Jornal Correio, de Salvador, e publicadas no canal do YouTube do veículo, @Correio24hBahia. Abrange mapeamento e categorização de 38 vídeos totais e entrevistas com dois profissionais do jornal. Os resultados indicam que, de 2024 a 2025, diferentes estilos de reportagens foram testados com fortes marcas de experimentação. Houve aumento do número de inscritos, do número de visualizações dos vídeos e da monetização dos conteúdos, com forte interação do público através dos comentários. A partir dos resultados, são discutidos contato com a audiência, inovação e limitações no jornalismo local.

Palavras-chave

Jornalismo audiovisual; Plataformização; YouTube; Reportagem; Jornal Correio.

Corpo do trabalho

A partir da década de 2010, o jornalismo audiovisual passou por uma reconfiguração estrutural impulsionada pela consolidação das plataformas digitais e pela expansão do consumo de notícias em múltiplas telas. O telejornalismo, antes centrado na televisão aberta, passa a circular em ambientes hipermediáticos. Nesse contexto, emergem novas formas narrativas, como as chamadas reportagens audiovisuais completas (Jódar-Marín, 2019), adaptadas às lógicas e dinâmicas das plataformas digitais.

Os dados recentes do Digital News Report (Reuters Institute, 2025) apontam para o crescimento do consumo de notícias em vídeo no Brasil, com destaque para o YouTube, que aparece entre as principais plataformas de compartilhamento de conteúdos informativos. Esse

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Comunicação digital, tecnologias, dados e IA (GP3), atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FACOM/UFBA (PÓSCOM-UFBA), e-mail ac11cerqueira@gmail.com.

cenário impõe desafios e oportunidades para veículos locais, que precisam reposicionar suas estratégias editoriais e modelos de negócio diante da força das Big Techs e da plataformização do jornalismo.

Este artigo parte da questão de pesquisa: como o Jornal Correio, veículo local sediado em Salvador (BA), produz e faz circular suas reportagens audiovisuais no YouTube, e o que essa experiência revela sobre a adaptação do jornalismo local à lógica das plataformas digitais? O objetivo é analisar a produção, os formatos, as estratégias de circulação, a recepção do público e as implicações organizacionais do projeto de reportagens do canal @Correio24hBahia. Abrange mapeamento e categorização de 38 vídeos totais, com foco qualitativo em cinco deles, e entrevistas com os dois profissionais do jornal responsáveis pela produção para o canal. As entrevistas, autorizadas pelo veículo, foram de caráter semiestruturado e feitas por videoconferência com os dois entrevistados, simultaneamente, no dia 8 de outubro de 2025.

Plataformização e o jornalismo audiovisual

A pesquisa adota a compreensão de plataformas digitais como infraestruturas baseadas em processamento algorítmico, circulação de dados e interações estruturadas (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018). No campo do jornalismo, a plataformização implica a incorporação das lógicas dessas infraestruturas às rotinas produtivas, às decisões editoriais e às estratégias econômicas dos veículos.

Belém e Andrade (2025) definem o jornalismo audiovisual como resultado da articulação entre som, imagem e texto em múltiplos ambientes midiáticos. Já Longhi e Piccinin (2024; 2025) destacam as narrativas jornalísticas plataformizadas como estruturas que exploram ferramentas próprias das plataformas, novas tecnologias e modelos de negócio, produzindo maior proximidade com o público. Conceitos como hipertelevisão (Scolari, 2014) e jornalismo para telas (Emerim, 2017) ajudam a compreender esse deslocamento do audiovisual tradicional para um ecossistema interativo e hipertextual.

Pautas, formatos e processo de produção

O Jornal Correio é um veículo local com redação em Salvador e foco de cobertura a nível estadual, na Bahia. O canal no YouTube, intitulado @Correio24Bahia, foi criado em

2009, mas o projeto de produção específica para ele, com equipe própria, foi iniciado em outubro de 2024. As informações para o presente artigo foram extraídas no dia cinco de outubro de 2025. Até esta data, o canal possuía 87,3 mil inscritos e 2,2 mil vídeos, com 18,5 milhões de visualizações. Para análise qualitativa aprofundada, dos 38 vídeos totais presentes na playlist “Reportagens”, foram selecionados seis vídeos com critérios de diversidade: mais curto (A briga para proibir os jegues na Lavagem do Bonfim³), mais longo (O shopping que surgiu no meio do nada e criou uma era em Salvador⁴), mais antigo (Como agiotas colombianos dominam periferias brasileiras?⁵), mais recente (O shopping que surgiu no meio do nada e criou uma era em Salvador⁶), com mais visualizações (Prostituição, o mercado do lucro e da exploração no verão de Salvador⁷) e com menos visualizações (A revelação de Heloísa Perissé ao descobrir um câncer⁸). O mais longo é também o mais recente e, portanto, a análise cobriu cinco vídeos, considerando aspectos como duração, formato, narrativa, presença dos repórteres, uso de imagens de arquivo, desempenho (visualizações e comentários) e identidade editorial.

A análise identificou três formatos principais: (1) resumo de matéria com narração em off; (2) entrevistas centradas no entrevistado; e (3) reportagens com presença ativa dos repórteres no local. Este último formato se destaca por incorporar elementos do vlog, com linguagem informal, subjetividade e forte presença dos jornalistas na tela. Observa-se flexibilização estética — ausência de figurino formal, uso de microfones discretos e gravações em ambientes urbanos — e valorização da experiência pessoal dos repórteres. Em vídeos mais recentes, como o que aborda a história do antigo Shopping Iguatemi, a presença

³ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=Zxtfk7SJi0I&list=PL2FcXM4Xy4NKCo2vvLA46QjCq8WoE5JHa&index=42>. Acesso: 09 de out.2025

⁴ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=Vdbdpu5fi-4&list=PL2FcXM4Xy4NKCo2vvLA46QjCq8WoE5JHa&index=3>. Acesso: 09 out.2025

⁵ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=D09n37Cfgdw&list=PL2FcXM4Xy4NKCo2vvLA46QjCq8WoE5JHa&index=41>. Acesso: 09 out.2025

⁶ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=Vdbdpu5fi-4&list=PL2FcXM4Xy4NKCo2vvLA46QjCq8WoE5JHa&index=3>. Acesso: 09 out.2025

⁷ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=XYRAFS5HJx8&list=PL2FcXM4Xy4NKCo2vvLA46QjCq8WoE5JHa&index=39&t=86s>. Acesso: 09 out.2025

⁸ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=PEIUOSNGRP4&list=PL2FcXM4Xy4NKCo2vvLA46QjCq8WoE5JHa&index=35>. Acesso: 09 out.2025

dos jornalistas é marcante, incluindo memórias pessoais e interação direta com o espaço narrado. Esse movimento indica redefinição do que pode ser considerado reportagem no ambiente digital, aproximando informação, memória e experiência subjetiva. Ao mesmo tempo, mantém elementos de apuração jornalística, como dados oficiais, entrevistas e contextualização histórica.

Os vídeos mais visualizados são aqueles que exploram o território de Salvador e temas ligados à memória urbana, mistérios históricos e dinâmicas sociais locais. Essa conexão territorial parece funcionar como diferencial competitivo, promovendo identificação e pertencimento. Os comentários revelam forte engajamento, com elogios e sugestões de pauta. De janeiro até outubro, o canal ganhou cerca de 27 mil novos inscritos. Se no dia 5 de outubro, quando foram coletados os dados para a pesquisa, o canal possuía 87,3 mil inscritos, no dia 6 de dezembro, que marca a finalização da pesquisa, possui 96,3 mil inscritos. As visualizações, que agora chegam a quase 500 mil, antes do projeto não passavam de cinco mil. O canal também aumentou em 100 vezes a monetização dos vídeos.

Apesar do crescimento, o núcleo de produção conta apenas com dois profissionais responsáveis por todas as etapas: pauta, pesquisa, gravação, entrevistas, roteiro, edição e publicação. A pressão por periodicidade semanal e por desempenho em métricas gera sobrecarga e, em alguns casos, necessidade de horas extras. Esse cenário evidencia uma das principais tensões da plataformização: a ampliação das demandas produtivas sem expansão proporcional das equipes.

Considerações finais

A análise da produção audiovisual de reportagens do Jornal Correio no YouTube demonstra que a plataformização das notícias transforma profundamente as rotinas, formatos e estratégias do jornalismo local, exigindo que veículos tradicionalmente ligados ao impresso e aos sites se adaptem a um ambiente regido por algoritmos, métricas e dinâmicas próprias de engajamento. Mais do que um simples canal de distribuição, o YouTube impõe lógicas que influenciam decisões organizacionais e estimulam experimentações narrativas, permitindo a criação de conteúdos mais longos, subjetivos e territorializados, capazes de fortalecer vínculos com comunidades específicas e humanizar o fazer jornalístico por meio da valorização dos repórteres e da interação com o público. Ao incorporar linguagem informal e

elementos do vlog, o projeto sinaliza uma redefinição do que pode ser considerado notícia no ambiente digital, com flexibilização estética e adoção de narrativas híbridas que mesclam informação, memória e subjetividade, ainda que sob tensões decorrentes da dependência de uma plataforma privada e da instabilidade de suas regras.

Referências

- BARBOSA, S. **Entre a espada e a parede**: jornalismo digital no contexto da plataformização. 2023, Projeto (Pós-Doutorado) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.
- BELÉM, V. C. F.; ANDRADE, A. O. Jornalismo Audiovisual. *In*: Arruda, A., Soster, D. A., Rovida, M. (org), 2025. **Dicionário Brasileiro de Narrativas Midiáticas**. Aluminio: CLEA Editorial. p.117-118.
- DE MATTOS, F. S. Plataformização da notícias e consumo de informação: tendências do jornalismo em um novo ambiente informacional. *In*: Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2021, Brasília. **Anais eletrônicos**, Galoá, 2021. Disponível em:
<<https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/plataformizacao-da-noticias-e-consumo-de-informacao-tendencias-do-jornalismo-em?lang=pt-br>>. Acesso em: 10 Dez. 2025.
- EMERIM, C. Telejornalismo ou jornalismo para telas: a proposta de um campo de estudos. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 2, 2017. Disponível em: <https://abre.ai/idlf>. Acesso em: 10 Dez. 2025.
- JÓDAR-MARÍN, J. Á. (2019). Los nuevos formatos audiovisuales en los cibermedios: del reportaje televisivo al videonews. **Communication & Society**, 32(4), 63- 75.
- LONGHI, R. R.; PICCININ, F. Narrativas audiovisuais no jornalismo plataformizado. *In*: CHRISTOFOLETTI, R.; SILVA, T. (org.). **Jornalismo: reflexão e inflexão**. Florianópolis: Ed. UFSC, 2024. v. 2. p. 192-210.
- LONGHI, R. R.; PICCININ, F. Narrativas Jornalísticas Plataformizadas. *In*: Arruda, A., Soster, D. A., Rovida, M. (org), 2025. **Dicionário Brasileiro de Narrativas Midiáticas**. Aluminio: CLEA Editorial. p.235-236.
- SCOLARI, C. This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. *In*: CARLÓN, M.; FECHINE, Y. (org.) **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento; Recife: Editora UFPE, 2014. 134 p.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. (2018). **The Platform Society**: Public Values in an Online World. Oxford: Oxford University Press, 2018.