

O acesso ao audiovisual

Guilherme Felipe Bernardi

O audiovisual está presente em tudo, e acompanha o avanço tecnológico de seu tempo. O audiovisual tem como finalidade comunicar algo. Entre os meios de comunicação, a televisão é quem possui maior fatia de mercado. Como veículo de massa, a televisão se torna muitas vezes o único meio para se comunicar com parcelas da população, que podem não serem atingidas por outros meios de comunicação como o jornal e internet.

O seu alcance, a gratuidade e também o baixo nível de escolaridade da população fazem com a TV se torne a principal fonte de informação. Antes da expansão da internet e o avanço das novas tecnologias, a televisão era a única forma de transmissão de audiovisual. Com o desenvolvimento tecnológico, aparelhos como as câmeras e softwares de edição de vídeo ficaram mais baratas, o que possibilitou maior acesso das pessoas a esse tipo de equipamento, e que permitiu que qualquer pessoa pudesse também criar seu próprio conteúdo.

Hoje em dia as empresas não dependem somente da TV para anunciarem, plataformas como Youtube, permitem criar conteúdo específicos para aquele público, que embora comparado a TV, o Youtube não é um meio de comunicação de massa, pois não conseguem falar com todos ao mesmo tempo.

No século XX, eram poucos que podiam ter acesso as mídias audiovisuais, devido ao seu alto custo de produção e distribuição. Depois da Segunda Guerra Mundial, tentaram proibir os filmes pela TV, eles obtinham o controle de produção e distribuição. Com o tempo o cinema teve que se adaptar, passando a oferecer filmes com cenas que não poderiam ser exibidas pela TV. A TV foi perdendo o controle da distribuição de vídeo para a internet, o que torna possível o download e exibição por streamings.

No ano de 2011, em média, 100 milhões de norte-americanos assistiram a vídeos pela internet por dia, 43% a mais que em 2010. Além do crescimento do número de espectadores na internet, o número de streamings saltou de 44%, atingindo a casa de 43,5 bilhões em dezembro de 2011 (Digital Future, 2012).

Dentro do potencial do vídeo nos dias de hoje estão na produção de aulas vídeos para o Youtube, uma maneira de atrair o público jovem para assistir as aulas de forma mais dinâmica com som e imagem, sem a leitura maçante dos textos científico. Isso fez com que o Youtube se tornasse um “canal de ciências”. Não somente os estudantes, cada vez mais o Youtube é procurado pesquisar alguma informação ou por quem prefere vídeo do que texto. Até mesmo o principal canal de comunicação da campanha de Barak Obama à presidência, em 2008, foi pelo Youtube.

Plataformas como Youtube permite ao acesso ao audiovisual, antes tido concentrado nas mãos das emissoras de TV. Pessoas e empresas podem produzir ser seu próprio conteúdo. Não necessitando atualização a todo momento e nem de uma grade fixa de programação. Além do Youtube ter baixo custo de produção.

Dados atuais de 2021 mostram que 80% dos brasileiros assistiram vídeos online gratuitos, frente a 65% dos estrangeiros. O mesmo vale para vídeos em redes sociais (72% x 57%) e vídeos em serviços por assinatura (62% x 50%). E o crescimento ocorre independentemente da forma de acesso: 68% dos usuários de internet viram mais vídeos e TV por streaming gratuito durante os períodos de isolamento e 58% mais streaming pago (KANTAR IBOPE MEDIA, 2021).

Podemos perceber que com o avanço das tecnologias o acesso ao audiovisual ficou muito fácil, permitindo várias possibilidades de criação e edição de vídeos. E mais do que isso, permitiu que a comunicação fosse produzida por todos e para todos.

REFERÊNCIAS

RIBEIRO, Ângelo Augusto. **YouTube, a nova TV coporativa: o vídeo na web como estratégia de comunicação pública e empresarial**. Aldo Antonio Schmitz, 2013.

KANTAR IBOPE Media. **Consumo de vídeo bate recorde no Brasil**. 2021. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>>. Acesso em: 30 de set. 2021