

Webséries WebTV NIC: experiências jornalísticas em webconteúdos ¹

Maria Façanha TAVARES²
Francisco Daniel Rocha DA SILVA³
Raissa Karen Leitinho SALES⁴
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

O trabalho tem como objetivo apresentar a produção de uma série de vídeos jornalísticos com conteúdo exclusivo para web. As webséries "Novos conceitos no trabalho" e "Além da mesa" foram pensadas e elaboradas em caráter experimental na WebTV NIC – célula do Núcleo Integrado de Comunicação (NIC) da Universidade de Fortaleza (Unifor). O projeto utilizou como etapas do processo de produção as pesquisas, roteirização, entrevistas, edição e publicação nas plataformas YouTube e Facebook. A elaboração do produto considerou como foco a necessidade de experimentar e inovar com um conceito visual díspar, na intenção de atingir o público alvo internauta. Nesse sentido, buscou-se contemplar tendências das plataformas digitais na difusão de conteúdos jornalísticos e distanciar-se dos conceitos televisivos tradicionais, procurando uma iniciativa de criação.

PALAVRAS-CHAVE: Websérie; Webjornalismo; WebTV.

1 INTRODUÇÃO

A WebTV NIC é uma das células do projeto de extensão Núcleo Integrado de Comunicação (NIC) da Universidade de Fortaleza, desenvolvido por alunos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Eventos e Audiovisual e Novas Mídias. No ano de 2015, ao completar um ano de criação, a célula passava por uma reformulação e elaboração de novos produtos, quando as webséries foram elaboradas e posteriormente publicadas.

A concepção do termo “websérie” foi utilizada, primeiramente, em publicações de entretenimento e diversão, como em versões digitais de TV e canais de filmes e curtas em sites de compartilhamento. O formato foi apropriado neste trabalho como de cunho

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção laboratorial em videojornalismo e telejornalismo (avulso, conjunto ou série).

² Aluna líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: marisafatavares@gmail.com.

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: daniellrs630@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: raikaren@hotmail.com

jornalístico para cumprir com a essência de informar e noticiar de forma dinâmica e aprazível. O conceito websérie foi adotado para designar um conjunto de vídeos produzidos para web com a mesma temática, mas assuntos com abordagens diferentes organizados em episódios.

Na compreensão dessas definições a WebTV NIC produziu duas webséries: "Novos Conceitos no trabalho" e "Além da Mesa" com três episódios divulgados em periodicidade semanal e com duração média de 3 minutos e 40 segundos cada publicação. A divulgação das publicações aconteceu por meio virtual em uma comunidade de compartilhamento de vídeos, concentrada em periodicidade semanal.

2 OBJETIVO

A finalidade das webséries produzidas pelos estudantes estagiários da WebTV NIC é apresentar ao internauta uma visão ampliada sobre temas atuais, com destaque à iniciativas e projetos empreendedores ou de inovação regional nos campos de cultura, economia, cidade e esporte.

Este trabalho contempla duas edições de webséries com três episódios cada uma. Na primeira, optou-se por evidenciar pautas do mercado de trabalho e seus aspectos inovadores, como as novas formas de organização e ambiente de trabalho; a seleção e recrutamento de pessoas; e o consumo de produtos por meio de novos modelos de negócios. Na outra, destacou-se os temas: a culinária e os produtos regionais; o multiculturalismo em espaços de entretenimento; e a gastronomia como lazer e experimentação.

Tem-se, portanto, os seguintes objetivos específicos: oferecer produção jornalística dinâmica em plataforma digital com valorização do conteúdo regional; e desenvolver e experimentar técnicas e recursos apropriados aos webconteúdos jornalísticos.

3 JUSTIFICATIVA

O jornalismo passa por um período de intensa transformação, principalmente quando se considera a sua inserção na internet. Ao se tratar de notícias e reportagens é possível associar interação e entretenimento, mas esse “fazer jornalismo” ainda é muito recente. Na web, a união da informação e do entretenimento se faz necessária, e é uma opção para se diferenciar nas plataformas. As possibilidades na web são facilitadas e acessíveis, o que

também conquistou o mercado de comunicação, incluindo as grandes mídias e as iniciativas colaborativas. Wolff (2015) compreende a mídia digital como um meio com potencial para o fornecimento de informações com as vantagens de instantaneidade, baixo custo e uma leitura única. “O novo meio poderia fornecer informações mais rapidamente com menos custos e diretamente a cada usuário individual, e não mais coletivo; o sonho funcional do início da web, e depois colocado em prática pelo Facebook e Twitter, era um jornal feito só para você” (WOLFF, 2015, p.34).

A agência de marketing social *We Are Social* (2016) divulgou um relatório digital em que afirma que o Brasil é o país de indivíduos que mais gastam tempo na internet, ganhando até mesmo da televisão. A facilidade e a oferta de informações ao usuário garantem a oportunidade de ter acesso aos conteúdos em diferentes formatos: áudio, vídeo e texto.

Na tentativa de valorizar os meios surgidos anteriormente ou tradicionais, existe a ideia de que os materiais produzidos na internet possuem uma qualidade duvidosa e uma relevância menor. Palacios (2002) não acredita na existência de um formato canônico, nem tampouco “mais avançado” no jornalismo na web, e sim uma nova forma, nem melhor nem pior, apenas diferente. O que não se pode questionar é o potencial da internet como um instrumento importante para o jornalismo contemporâneo, movimento este que influencia a moldar outros tipos de produtos midiáticos, unindo interação e qualidades convidativas (FERRARI, 2004).

Entende-se, portanto, que não buscar um padrão pré-existente - como o da televisão e do jornal impresso - dentro da internet, pode acarretar em uma aproximação com o público. Ser feito em uma plataforma popular como a internet, e sem modelos definidos, não faz dos conteúdos algo sem qualidade. No que diz respeito aos vídeos, Wolff (2015, p. 142) acrescenta: “não importa quão truncado seja, ou ‘real’, ou trabalho de amadores, é, pelo menos para o mercado, desempenho e história. Ele não seria monetizado com a mera função de dados ou comportamentos compulsivos”.

Quanto ao mérito das temáticas expostas nas webséries da WebTV NIC, procurou-se investir em um “olhar amplo” sobre os temas abordados. Revelar tendências tanto no setor gastronômico como no setor empresarial, temáticas que no primeiro momento podem parecer não conversar, mas que fazem parte de novos cenários e contextos que muitas vezes

o grande público desconhece. Sobre isso, Dines (1996) estabelece que um dos papéis do jornalista é colocar o leitor dentro do acontecimento, ou da reportagem, é inseri-lo no mundo, colocá-lo à altura do mundo.

As webséries "Novos Conceitos no trabalho" e "Além da Mesa" buscam, por meio dos episódios, desvendar as curiosidades sobre assuntos determinados se utilizando de uma linguagem direta. Um dos desafios foi estabelecer um roteiro sobre como fazer websérie, já que o formato, ainda novidade, não possui estudos aprofundados e a internet é um campo vasto que disponibiliza diversas ferramentas de produção.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As webséries produzidas se fundamentam no jornalismo interpretativo, que expande a visão sobre as temáticas propostas, buscando aclaração do conteúdo (BELTRÃO, 1976). Esse formato foi escolhido com a finalidade de buscar uma aproximação com o público da internet em uma abordagem fundamentada do modo de fazer jornalismo e abordar os assuntos pautados.

Para realização do trabalho contou-se com uma equipe de quatro estagiários voluntários, estudantes dos cursos de jornalismo e audiovisual e novas mídias, uma professora orientadora e o apoio de dois técnicos em edição e gravação de vídeo. Cabe ressaltar que, durante essa experiência, os alunos vivenciaram as práticas de técnicos de gravação e edição de áudio e vídeo, repórter e produtor e administradores de conteúdos em mídias digitais.

A escolha dos temas foi pensada de acordo com critérios de atualidade, proximidade e regionalidade. A ideia foi de encontrar assuntos relevantes em contextos próximos e, ao mesmo tempo, que valorizem a cultura e o mercado cearense.

A pesquisa por informações em busca de pautas se deu por meio de observação no mercado de negócios, em eventos sobre empreendedorismo, leitura em pesquisas acadêmicas e experiências vivenciadas pela própria equipe. A coleta de informações em grupo e os momentos de compartilhamento desses conhecimentos foram partes essenciais da etapa de pesquisa e fundamentação das pautas.

A primeira websérie, “Novos conceitos no trabalho”, teve como tema central o atual mercado de trabalho, e a partir desse tema houve um processo de roteirização que teve

como objetivo principal apresentar o mundo dos negócios com uma linguagem mais direta e informal, estruturando passagens e *offs* nesse sentido. As entrevistas realizadas nessa edição tiveram como foco fontes que representassem uma vivência direta com o mercado, e que pudessem evidenciar de maneira clara o espaço desses novos modelos. Os temas foram divididos em três episódios: *coworking*; lojas colaborativas; e recrutamento e seleção de pessoas.

A roteirização da websérie “Além da Mesa” iniciou-se com a intenção de revelar um ‘olhar que vai muito além da comida’, mostrando que a gastronomia está relacionada à cultura, arte e ao ato de socializar. Os depoimentos obtidos e selecionados para a segunda websérie procuraram estimular a prática da culinária e detectar a importância que o setor gastronômico ocupa na cidade. Também foram divididos em três episódios: Mercado São Sebastião; gastronomia libanesa; e cozinha experimental.

O design dos dois projetos também fez parte das etapas de produção. Buscou-se criar uma comunicação que evidenciasse os temas.

A edição do trabalho foi pensada pelos estagiários da WebTv NIC, a professora orientadora e os profissionais de edição da universidade. A disposição do conteúdo saiu dos padrões tradicionais de vídeo – identidade visual, roteirização, posicionamento de câmeras.

A última fase do projeto foi a distribuição do webconteúdo que foi disponibilizado em duas plataformas: Youtube⁴ e Facebook⁵. A divulgação aconteceu em periodicidade semanal atentando ao público para que fosse atraído ao conteúdo e gerasse uma fidelização aos próximos episódios.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Na websérie “Novos conceitos no trabalho”, o *coworking* foi tema do episódio piloto. A escolha da pauta aconteceu por ser um mercado em crescimento, mas ainda recente e pouco conhecido. O ambiente empresarial visitado possui uma conexão de áreas, com compartilhamento dos espaços de trabalho e de lazer. O que a matéria demonstra é que essa vivência diária entre pessoas e empresas de diferentes segmentos acaba promovendo uma

⁴ Canal no Youtube: <https://www.youtube.com/user/webtvnic>

⁵ Página no Facebook: <https://www.facebook.com/WEBTV-NIC-359509874168117/?fref=ts>

interação significativa, fazendo com que o ambiente se torne um espaço mais eficiente e com uma maior troca de experiências.

As lojas colaborativas se tornaram tema do segundo episódio, pois nas pesquisas descobriu-se o primeiro espaço desse modelo de negócio instalado na cidade, servindo como um exemplo de tendência e empreendedorismo. O webvídeo mostra um ambiente cheio de cor e bem acolhedor, onde facilmente se pode visualizar a distribuição dos espaços reservados para que cada artista ou marca consiga promover seus produtos, levando um conceito visual bem contemporâneo aos clientes.

No terceiro episódio dessa série, escolheu-se abordar o setor de recursos humanos e sua renovação no contexto do trabalho, mais especificamente na seleção e recrutamento de pessoas. A visita a uma empresa de recursos humanos permitiu conhecer os ambientes das entrevistas e testes e as salas de reuniões para mostrar como funcionam os métodos de filtragens na hora de contratar. Para produção desse episódio, enfrentou-se a dificuldade de imagem e falta de profissionalização das fontes, com empresas privadas pouco evidenciadas na grande mídia. Por outro lado, esse episódio atendeu ao caráter de serviço, auxiliando àquelas pessoas que estão entrando no mercado a se atualizar e receber dicas de especialista sobre os novos recursos utilizados.

O primeiro episódio tem como cenário e foco o mercado São Sebastião, que se tornou o patrimônio representante da regionalidade do Estado por meio da gastronomia sertaneja. No Mercado circulam centenas de cearenses diariamente e é possível encontrar opções de restaurantes e ingredientes típicos da cidade.

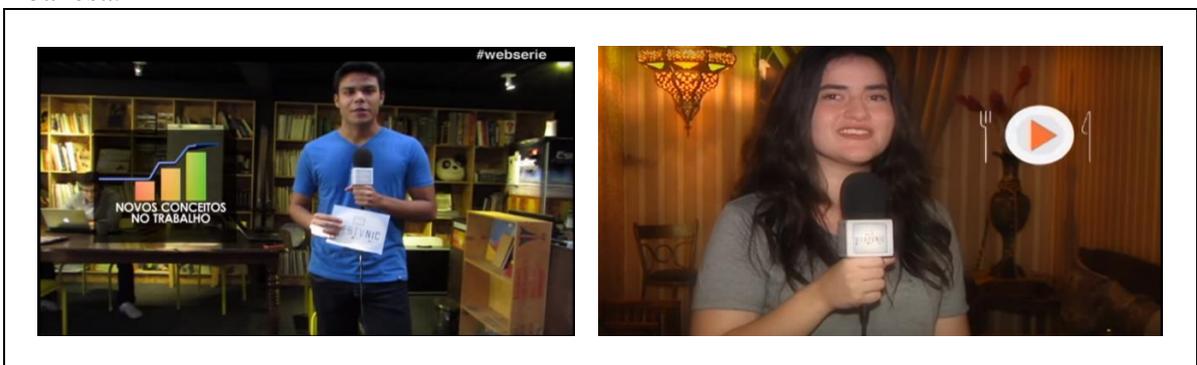
A culinária libanesa foi o assunto apresentado no segundo episódio na busca por demonstrar o multiculturalismo presente na cidade de Fortaleza, já que existem muitos restaurantes dedicados à gastronomia de outros países. Estes espaços não apresentam apenas pratos típicos, mas também hábitos, objetos e atrações artísticas, revelando que a gastronomia está totalmente entrelaçada à cultura. O restaurante visitado destacava a cultura libanesa com um cenário repleto de móveis rústicos, obras, tapetes e objetos em dourado que geram a sensação de estar em salão árabe.

O terceiro assunto pautado para essa websérie surgiu da observação do investimento em escolas e programas culinários direcionados a cozinheiros amadores. A equipe conheceu

uma cozinha experimental, lugar onde pessoas comuns, com interesse em aprender técnicas gastronômicas, se divertem e socializam, em cursos e experiências com chefes formados. A cozinha visitada “exala modernidade e temperos” com um ambiente de muitas prateleiras e ingredientes e de áreas em inox, conectadas entre si, facilitando a aproximação entre os alunos e os chefes.

As vinhetas são um exemplo claro de como o design procurou interagir com a reportagem, aparecendo atado com a passagem dos repórteres. Os projetos individuais, distintos entre as duas webséries, tornam o aspecto visual mais dinâmico e peculiar. Na vinheta e nomineta da websérie “Novos conceitos no trabalho” gráficos e setas animadas trazem a associação ao mundo dos negócios e a ideia de ascensão no mercado. Na “Além da mesa”, os elementos da cozinha: prato, garfo, faca, juntam-se na animação ao ícone do ‘play’ utilizados nos webvídeos.

Figura 1: Recortes das passagens e vinhetas nos episódios sobre *coworking* e culinária libanesa.



Fonte: YouTube (*coworking*: <https://www.youtube.com/watch?v=4DlbkVrXVjg>; culinária libanesa: <https://www.youtube.com/watch?v=ebCDiO3oa50>)

O vocabulário utilizado em toda a roteirização foi mais informal para que ocorresse uma aproximação com o público. O próprio visual dos repórteres era mais casual e descontraído para que também houvesse uma identificação do webespectador. Há trechos em que o repórter convida a quem está assistindo a conhecer o espaço e experienciar os locais e vivências: “Conheça agora o Coworking um escritório nada confencional em que profissionais compartilham o mesmo espaço” “A gastronomia é um ramo que vai muito

além da comida ela também nos oferece novas experiências culturais como é o caso desse restaurante libanês.

Nas finalizações das reportagens da segunda websérie também foi pensado algo dinâmico, usual nas publicações para web. Os créditos vieram acompanhados de imagens de outros episódios para que o webespectador pudesse continuar suas visualizações.

Figura 2: Recorte dos créditos no episódio sobre cozinha experimental.



Fonte: YouTube (lojas colaborativas: <https://www.youtube.com/watch?v=xRp8PhFlgbU>; cozinha experimental: <https://www.youtube.com/watch?v=4YK5tQJaUfQ>).

6 CONSIDERAÇÕES

A produção das webséries “Novos conceitos no trabalho” e “Além da Mesa”, desenvolvidas pela WebTv NIC, proporcionaram aos estudantes estagiários a experiência de desenvolver, produzir e publicar conteúdo exclusivos para web.

Compreende-se, a partir da realização deste trabalho, que não é possível classificar o jornalismo digital em uma só vertente, nem plausível padronizá-lo para futuras reproduções. A chave para se fazer esse tipo de jornalismo, é comunicar-se diretamente com o público por meio de conteúdos dinâmicos, informativos e próximos. A busca dos padrões que já existem nos outros meios pode limitar o jornalismo digital.

Animações visuais, posicionamentos de câmeras, roteiros de gravação totalmente voltados para a tentativa da aproximação com o usuário foram recursos utilizados. Nesse cenário, as

webséries são opções para inovar, apostando em recursos e narrativas para serem apropriadas pelo jornalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1976.

DINES, Alberto. **Tendências no Jornalismo Brasileiro**. In: Seminário de Comunicação Banco do Brasil. Brasília: Banco do Brasil, 1996.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, informações e memória**. Porto: Universidade de Beira Interior, 2002

WE ARE SOCIAL. **Digital in 2016** Disponível em: <<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>>. Acesso em: 20 maio 2016.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. São Paulo: Globo, 2015.