

## Projeto Piloto: O Jornalismo Audiovisual na Era da Convergência<sup>1</sup>

Marco Aurélio PRASS<sup>2</sup>

Izadora Cruz MEYER<sup>3</sup>

Débora Lapa GADRET<sup>4</sup>

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

### RESUMO

Este artigo apresenta o Projeto Piloto, programa de reportagem audiovisual para a web veiculado no portal Unicos, à luz dos conceitos da era da convergência, que caracteriza mudanças no jornalismo audiovisual e nas mídias. Discorre sobre as características do jornalismo na web, que ainda está em processo de construção, tomando como exemplo o programa referido. Explica a escolha das pautas, dos processos de captação, da edição e divulgação online com *embed* do YouTube, tanto no site do Unicos quanto nas redes sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; audiovisual; convergência; Projeto Piloto; Unisinos.

### 1. INTRODUÇÃO

O Projeto Piloto foi pensado, desde o início, para a web. É um produto audiovisual que acompanha a criação do portal Unicos (Unisinos Comunicação Social), de endereço digital [www.unicos.cc](http://www.unicos.cc), que reúne produção jornalística para os alunos dos cursos de Comunicação Social (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Realização Audiovisual, Comunicação Digital e Fotografia) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, localizada no município de São Leopoldo, no Rio Grande do Sul. A produção de conteúdo, tanto do portal quanto do Projeto Piloto, é feita em plataforma universitária por estagiários de jornalismo da Agexcom (Agência Experimental de Comunicação da Unisinos).

O programa, então, visa abordar temas de relevância para estudantes de Comunicação Social. A escolha das pautas é de responsabilidade do repórter, pensando sempre na utilidade destas para o telespectador (audiência presumida, VIZEU, 2005),

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção laboratorial em videojornalismo e telejornalismo.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da Unisinos, email: marcoap@outlook.com.

<sup>3</sup> Estudante do 4º Semestre do Curso de Jornalismo da Unisinos, email: iza.meyer@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Unisinos, email: debora@agexcom.com.br.

promovendo conhecimento e desenvolvimento profissional. Sendo assim, aborda temas como as funções no telejornalismo, o papel dos profissionais de relações públicas nas redes sociais, o bairrismo como tema na publicidade gaúcha, a importância de uma segunda língua, a fotografia de espetáculos, entre outros.

O formato do programa foi pensando a partir da cultura da convergência (Jenkins, 2008), na qual os conteúdos estão migrando para a internet, precisando se adaptar às exigências dessa plataforma. No entanto, a maioria dos produtos midiáticos em vídeo vêm diretamente da televisão para a web, conservando seu formato. “Constatamos que a maioria das peças formadas por arquivos digitais de áudio e vídeo não são produzidas exclusivamente para a rede.” (BECKER, 2009), diferente do Projeto Piloto, que teve, desde sua criação, intenção de ser veiculado exclusivamente na web, aproveitando suas características.

## **2. OBJETIVO**

Sendo assim, o objetivo do artigo é apresentar o Projeto Piloto como parte de uma mudança do jornalismo audiovisual na era da convergência. “Telefonia móvel e fixa, PC, internet, *broadcast*, TV digital e interativa formarão uma plataforma de comunicação única e integrada.” (CANNITO, 2010, p. 83). A partir de pensamentos como o de Cannito e levando em conta que o público-alvo é de estudantes que utilizam a internet como principal fonte de informação, pois ela vai estar disponível no momento que eles precisam e podem acessá-la, faremos uma análise da estrutura do programa.

*Sites* audiovisuais que produzem conteúdos exclusivos para o meio digital ainda experimentam os primeiros passos em direção a uma gramática própria, que carecem da experimentação de novas formas de narrativa com aproveitamento dos recursos multimídia e de interatividade, capazes de proporcionar ao usuário a oportunidade de navegar e percorrer um relato noticioso mais do que simplesmente acompanhá-lo de modo linear (BECKER; TEIXEIRA, 2009).

## **3. JUSTIFICATIVA**

Durante o processo de criação do Projeto Piloto foram pensados diferentes formatos e processos de produção específicos para web. O programa é, então, uma experimentação em direção a esta gramática própria da plataforma *online*.

Essa migração e adaptação das mídias para a web remetem, novamente, ao conceito de Jenkins: convergência midiática. Ela é a tendência que os meios de comunicação estão aderindo para conseguir encontrar seu espaço na internet. O livro *A Cultura da Convergência*, de 2008, é mais enfático na questão dos fãs interagindo com livros, séries, programas de TV, etc. Entretanto, é possível tirar alguns conceitos que servem para a forma que o telejornalismo é pensado para a web. “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2008).

Para pensar o Projeto Piloto dentro do processo de convergência e da formação do jornalismo audiovisual para a web, nos quais está inserido, é necessário conceituar o telejornalismo. Segundo Cárilda Emerim (2011), ele é o jornalismo produzido para a televisão.

Pode-se, então, definir o conceito de telejornalismo por aquele jornalismo produzido para a televisão e que remete, enfim, à noção de produção de notícias para a televisão, definindo-o como um gênero televisual que se utiliza de diferentes produtos em diferentes sub-gêneros e formatos (EMERIM, 2011).

Durante o programa “Bom Dia, Ministro”, transmitido pela NBR TV no dia quatro de abril, o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, anunciou que o sinal da TV analógica brasileira deverá ser desligado em 30 de junho de 2016. Desde seu anúncio, a vinda da televisão digital no Brasil causa discussões e controvérsias. Muitos acreditam que essa nova cultura digital poderia mudar de forma drástica o modo como lidamos com os televisores no dia-a-dia. Algumas teorias apocalípticas citam, inclusive, o fim da televisão, que seria substituída por outras mídias como a internet, por exemplo. Entretanto, para Newton Cannito, estamos vivenciando um período de mudanças que caracterizam a era da convergência.

A mudança é simultânea em todas as mídias e tem uma nova e fundamental característica: a convertibilidade. “Bits são bits”, dizia Negroponte em *A vida digital*. Essa simples definição muda tudo. No digital tudo pode ser reduzido a código binário, a zero e um, então é fácil converter de uma mídia para outra. Surge assim uma nova possibilidade: a convergência de mídias, uma revolução sem precedentes que é a verdadeira chave para entender o que acontecerá com a televisão do futuro (CANNITO, 2010, p. 15).

Desta maneira, o telejornalismo também está sendo modificado, caracterizando um processo de convergência para os meios digitais online, seja na publicação de telejornais na

web, ou nas novas formas de interação do público com a emissora, propostas pelas redes sociais, por exemplo, que já fazem parte de alguns programas televisivos. Para caracterizar a convergência, Jenkins (2006, pg. 35) recorre ao cientista político Ithiel de Sola Pool:

Um processo chamado convergência de modos está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas - pode transportar os serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio - seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia - agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está corroendo (POOL, 1986 *apud* JENKINS, 2010, p. 37).

A cultura da convergência, então, é caracterizada pelas transformações tecnológicas, culturais e sociais nos meios de comunicação da contemporaneidade. O Projeto Piloto está inserido nesse contexto de mudança, de integração entre as mídias, e foi desenvolvido para veiculação somente na internet. “Jornalismo na web compreende-se a prática de produção de produtos jornalísticos que são desenvolvidos única e exclusivamente para a web” (EMERIM, 2011).

O repórter que desenvolve o Projeto Piloto, por ter a função de pesquisar, abordar o tema e editar o programa, tem mais controle sobre ele. Revela, portanto, uma postura profissional multimídia: desenvolve várias tarefas. É o contrário do que acontecia na era da TV analógica, em que, por trás de uma reportagem, além do profissional que apurava as informações, havia também profissionais de nível técnico que operavam os equipamentos analógicos. Na era da internet, esse tipo de trabalho tende a desaparecer.

Serão substituídos por técnicos em computação, em maior número, e por jornalistas e produtores que tomam para si as tarefas antes distribuídas às equipes de suporte (editores de imagens, operadores de VT, etc). Em suma, exige-se competência mais ampla de jornalistas e produtores e aumenta-se o grau de controles desses sobre o produto (CROCOMO; LAGE, 2001).

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O processo de produção do programa começa com a definição da pauta. O repórter escolhe o assunto baseado nos interesses dos alunos dos cursos de Comunicação Social da universidade. Não é feita nenhuma pesquisa a respeito do que os alunos gostariam de

assistir, mas supõe-se que os temas abordados interessem os alunos. Esse processo de escolha das pautas acontece no telejornalismo, a partir do que Vizeu (2005) chama de audiência presumida. Ele acontece quando o jornalista imagina os interesses de sua audiência, podendo, então, transmitir as informações de modo que se tornem relevantes para o público.

Mesmo tendo à disposição dados e pesquisas sobre o comportamento e hábitos do público, os jornalistas parecem não levar isso muito em conta. Segundo ele, os dados considerados mais significativos estão relacionados com a capacidade de fazer frente às dificuldades em compreender os termos usados e tentar traduzi-los para a audiência (VIZEU, 2005).

Para descrever o processo de escolha de pauta, vamos tomar como exemplo o Projeto Piloto que foi ao ar no dia 15 de março de 2013, que teve como assunto a importância da segunda língua para os profissionais da comunicação. A Unisinos está em um momento de internacionalização, criando parcerias com várias instituições de ensino superior de outros países. Pensando nisso, a repórter desenvolveu a pauta apresentando a visão da universidade, do mercado de trabalho e dos estudantes sobre a importância de uma segunda língua. Durante a elaboração da reportagem, além da pesquisa sobre o tema, as fontes foram pré-selecionadas por meio de reuniões de pauta com a coordenadora do núcleo de audiovisual da Agexcom e com outros colegas estagiários.

O segundo passo durante a produção é o contato com as fontes. O repórter (e/ou o produtor) entra em contato por telefone para agendar as entrevistas, que devem ser, preferencialmente, feitas no local de trabalho da fonte, para que o cenário estabeleça um diálogo com seu posicionamento e o assunto proposto. No caso da reportagem sobre fotografia de espetáculos, por exemplo, que foi postada no dia 12 de novembro de 2012, houve uma busca por profissionais especializados na área e que são referência no Brasil.

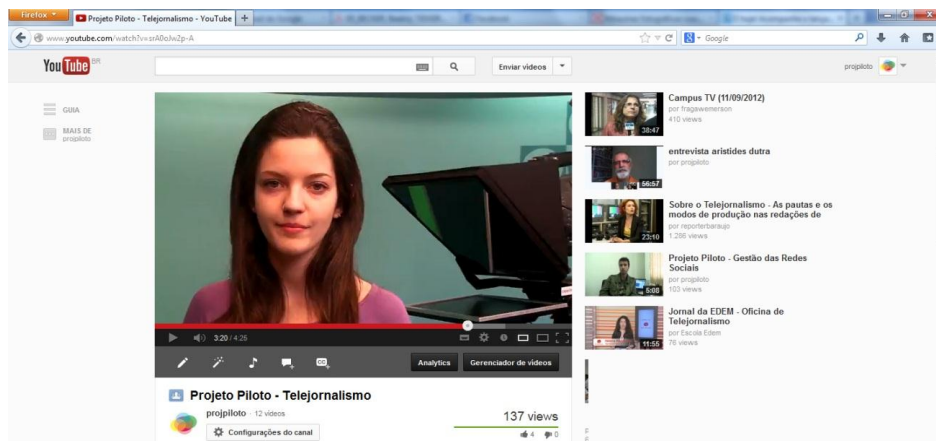
A leitura sobre os planos de aula e a metodologia aplicada em cursos desse tipo de fotografia foi importante para determinar o que deveria ser abordado no vídeo. As dificuldades da modalidade, além de suas especificidades técnicas, também fizeram parte da pesquisa e foram incluídas no programa. Por abordar um tema que lida com questões artísticas, as informações complementares desta pauta envolveram leituras sobre fotografia *Fine Art*, apresentações em *.pdf* de cursos especializados, uma matéria da Revista *Bravo!* a respeito da valorização das fotos em galerias de arte, o crescimento do mercado da fotografia digital, além de reflexões sobre o tema.

A captação das imagens de apoio e das entrevistas é feita com uma *hand cam* que não possui entrada para microfone. Uma vez que o Projeto Piloto é pensado exclusivamente para web, a falta de recursos para captação de áudio não é um grande problema, entretanto, os devidos cuidados em relação a sua qualidade, ainda assim, são tomados. As gravações são feitas, preferencialmente, dentro de salas ou ambientes fechados que não tenham muito barulho ao redor. Se não há um local que apresente estas características, a câmera deve ser colocada próxima do entrevistado, para que o som seja captado com maior volume e menor ruído possíveis. O enquadramento é definido, tanto nas entrevistas quanto na gravação das cabeças, pelo cinegrafista. Geralmente, apresenta plano médio, e no caso dos repórteres, dois planos: médio e fechado.

Recentemente, a produção de um programa sobre reportagem em quadrinhos contou com uma entrevista *online* feita pelo Google Hangout com Aristides Dutra, mestre em jornalismo em quadrinhos pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. O serviço concede um sistema de bate-papo em videoconferência que é transmitido ao vivo no YouTube e, depois de sua exibição, é disponibilizado um link para acessar o conteúdo na íntegra. Dutra estava no Rio de Janeiro, e concedeu uma entrevista para a repórter que estava no Rio Grande do Sul. O processo ainda está em experimentação, mas já abre novas possibilidades na produção do Projeto Piloto, permitindo entrevistas com profissionais de qualquer lugar do mundo. No livro “Entrevista: na prática jornalística e na pesquisa”, Luiz Cláudio Cunha caracteriza essa quebra de barreiras para as entrevistas feitas pela internet:

As novas tecnologias subvertem práticas e inventam fórmulas nunca pensadas para obter a entrevista que garante o jornalismo. A distância e o tempo foram atropelados pelos recursos e poderes de canais miraculosos onde trafegam *bits* e *pixels* com a informação concentrada, diluída, compartimentada e transmitida em milésimos de segundos para centrais eletrônicas a milhares de quilômetros, onde ela é recomposta, formatada e distribuída com imagem e cor de alta definição para a grande aldeia global (CUNHA, 2011, p. 56).

O roteiro começa a ser produzido a partir do momento em que o repórter inicia as pesquisas sobre o tema. São definidos os textos de abertura, passagens e encerramento, O último processo de captação é a gravação das passagens do repórter, que dá sequencialidade ao programa, fazendo ganchos entre as sonoras. A escolha do lugar para essas imagens deve sempre ser pensada de acordo com o tema da pauta: se for sobre arte, grava-se em um ambiente com pinturas; se for sobre web, grava-se em um laboratório com computadores, e assim por diante.



Fonte: Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=srA0oJw2p-A>>. Acesso em: 04 de abril de 2013.

Após a captura de todas as entrevistas – geralmente são utilizadas três ou quatro fontes para cada programa – é feita a decupagem e a escolha das sonoras. São selecionadas as falas dos entrevistados, propondo uma sequência de diálogo entre as fontes em harmonia com o tema. Com esse processo, a produção do roteiro é finalizada. Os vídeos são convertidos para o formato *.mov*, para, então, iniciar o processo de edição. Ela é feita pelo repórter no laboratório do núcleo audiovisual da Agexcom, em um iMac, utilizando o *software* Final Cut Pro, atendendo aos princípios de edição não-linear, segundo Fernando Crocomo e Nilson Lage: “A edição não-linear digital tem como características principais a gravação digital e o acesso imediato a cada ponto desejado – a não-linearidade” (CROCOMO; LAGE, 2001). No processo, é inserida a vinheta de abertura, e, na sequência, as sonoras dos entrevistados. Um dos diferenciais da edição é que imagens em movimento cobrem tanto as sonoras quanto as passagens. As imagens das entrevistas são colocadas no programa de acordo com o roteiro. As passagens costumam introduzir novos focos dentro do tema proposto, seguidas, novamente, pelas fontes, e, ao fim, o encerramento, que pode ou não apresentar uma conclusão.

## 5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Uma das grandes questões do conteúdo para a web é a interação. O portal Unicos não oferece o recurso de comentários nas reportagens – tanto nas reportagens escritas, quanto nas em vídeo e áudio. Entretanto, o Projeto Piloto, sendo postado no site de compartilhamento de vídeos YouTube, cede espaço para isso. Até o momento, apenas o

vídeo sobre reportagem multimídia foi comentado por um usuário que escreveu “muito bom”, levantando a questão de que mesmo que o produto esteja se adaptando à internet, o público também está se acostumando com esses novos recursos.

As reportagens apresentam tempo de exibição em torno de cinco minutos, de acordo com a pauta, sendo feito o *upload* destas no canal do YouTube, de endereço eletrônico [www.youtube.com/projpiloto](http://www.youtube.com/projpiloto). Há uma orientação de periodicidade, mas nem sempre é possível cumprir o cronograma em função do calendário da universidade e de outras atividades da agência que os estagiários desenvolvem ao longo da semana e durante o período de trabalho. De qualquer forma, não há uma restrição de tempo como na TV, visto que a plataforma de web não tem compromisso com a grade de programação. Por ser postado neste canal incorporado (*embedded*) no portal Unicos, o Projeto Piloto pode ser visualizado tanto em *desktops* quanto em *tablets*, *smartphones* e outros dispositivos móveis, acompanhando, então, o princípio número um da convergência, segundo Newton Cannito: “Qualquer coisa, a qualquer hora e em qualquer lugar” (2010, p. 98).

O primeiro programa postado, que teve como tema a participação do curso de Realização Audiovisual da Unisinos no festival de Cinema de Gramado, tem 288 visualizações. O mais recente, publicado no dia 12 de abril de 2013, tem 207 visualizações. Segue abaixo uma tabela com o tema e o número de visualizações de todos os programas postados até o final do mês de março.

Data	Assunto	Visualizações	Likes
03/08/2012	Festival de Cinema de Gramado	291	8
14/08/2012	Bairrismo na Publicidade	345	11
21/08/2012	Arte na Comunicação	169	5
31/08/2012	Consumo de Vídeos na Internet	45	3
17/09/2012	Gestão das Redes Sociais	109	3
05/10/2012	Telejornalismo	146	4
05/11/2012	Audálio Dantas	48	1
12/11/2012	Fotografia de Espetáculos	136	6
17/01/2013	Casa da Cultura Digital	40	5
20/02/2013	Reportagem Multimídia	160	3
15/03/2013	Importância da Segunda Língua	161	2
12/04/2013	Jornalismo em Quadrinhos	207	3



A divulgação do Projeto Piloto é a última etapa do processo. Primeiramente, é feito pelo repórter um pequeno texto de explicação da reportagem, que introduz o assunto abordado na produção e apresenta os entrevistados, além de sua função. Feito isto, ele incorpora o link do vídeo do YouTube em uma nova postagem do portal Unicos, realizando, assim, a publicação. Depois disso, o programa é divulgado nas redes sociais do site (Twitter e Facebook). Normalmente o próprio repórter divulga a produção em seu perfil pessoal do Facebook. Alguns professores dos cursos de Comunicação Social da Unisinos também compartilham os vídeos em suas redes, indicando a visualização para seus amigos, como foi o caso da reportagem Arte na Comunicação. Recentemente, o vídeo sobre a importância da segunda língua para os profissionais de comunicação foi divulgado pela página oficial da Unisinos no Facebook (<https://www.facebook.com/Unisinos>), o que lhe rendeu 48 visualizações em apenas um dia.

O que diferencia o processo de divulgação do Projeto Piloto é o *preview* com fotografias dos bastidores postadas no Instagram. Este procedimento ainda está em fase de experimentação, mas já apresenta bons resultados. Exemplo disto é a reportagem sobre a Casa da Cultura Digital, em que foram compartilhadas algumas imagens da produção do programa pelo aplicativo. Por ser uma rede social em evidência que também funciona com o sistema de *hashtags*, – conjunto de *tags* ou palavras-chave para classificar o assunto da mensagem – possibilita uma visibilidade ainda maior para Projeto Piloto. A foto, que mostra a edição do vídeo na ferramenta Final Cut Pro, possui 21 *likes*. O mesmo processo aconteceu com o último programa, intitulado Jornalismo em Quadrinhos, em que foram capturadas algumas imagens da produção, mostrando a repórter entrevistando uma das fontes. Ela possui 14 *likes*.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em uma análise superficial, pode parecer fácil fazer jornalismo audiovisual para internet, afinal, não seria apenas copiar o que já vem sendo feito há anos na televisão? Por meio do breve estudo deste artigo, é possível perceber que não é desse modo que o audiovisual para web é feito. A produção do jornalismo audiovisual para a internet ainda está em processo de desenvolvimento e adaptação. Sem possuir um formato fechado, todas

as formas de jornalismo audiovisual para a internet são, ainda, uma experimentação; e quem as produz encontra desafios a cada pauta realizada.

## REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no Telejornalismo**. Vitória: Espaço Livros, 2009.

CUNHA, Luiz Cláudio. **A entrevista: 1 fundamento, 2 perguntas, 3 condições**. In: MAROCCO, Beatriz. **Entrevista: na prática jornalística e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos, 2012, pg. 56.

VIZEU, Alfredo. **Os jornalistas e a audiência: a hipótese da audiência presumida**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1591-1.pdf>>. Acesso em 18 de abril 2013.

EMERIM, Cárlica. **A produção do telejornal: da tevê aberta para a web**. Disponível em: <[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/9encontro/CL\\_32.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/9encontro/CL_32.pdf)>. Acesso em: 18 de abril 2013.

CROCOMO, Fernando, Ms.; LAGE, Nilson, Dr. **O uso da edição não-linear digital no telejornalismo diário de uma emissora de TV e as novas rotinas de produção**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2CROCOMO.pdf>>. Acesso em: 18 de abril 2013.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. **Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço: as experiências das redes colaborativas**. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/6316/4591>>. Acesso em 18 de abril 2013.

FACCION, Debora. **Processos de interação na cultura da convergência**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1829-1.pdf>>. Acesso em 18 de abril 2013.

ECHEVERRIA, Renata. **Considerações sobre o “TV Folha”: um telejornal da Idade Mídia**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0957-1.pdf>>. Acesso em 19 de abril 2013.