

DESAFIOS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO PARA INTERNET: O QUADRO *INTERCONTEXTOS* E O JORNALISMO CULTURAL EM VÍDEO¹

Jéssica SOARES²

João Pedro Corrêa RANGEL³

Gabriela ALMEIDA⁴

Universidade Luterana do Brasil, Canoas, RS

RESUMO

Para refletir sobre o jornalismo cultural desenvolvido em vídeo para a internet, este trabalho apresenta um relato do processo de realização do quadro *Intercontextos*, produzido por alunos dos cursos de Jornalismo e Produção Audiovisual da ULBRA Canoas. O artigo se propõe a iniciar uma discussão sobre o caráter experimental da produção de jornalismo cultural por meio do audiovisual para a veiculação em mídias digitais, especificamente o *YouTube*. O quadro aborda assuntos relacionados à literatura, misturando crítica cultural e informação, e busca expandir o universo literário ao relacioná-lo com outras produções artísticas, como filmes e séries televisivas.

Palavras-chave: Jornalismo cultural; mídias digitais; internet; *Intercontextos*.

1. INTRODUÇÃO

Tradicional especialidade do Jornalismo que vem sendo praticada desde o século XVIII, o jornalismo cultural remonta ao ano de 1711, quando foi fundada a *The Spectator*, revista diária que é considerada pioneira no tratamento mais aprofundado de assuntos relacionados ao universo das artes e dos costumes. Inaugurada em Londres por dois ensaístas ingleses, Richard Steele e Joseph Addison, a publicação abordava temas que passavam a fazer parte da agenda de debates da cidade, exercendo grande influência sobre o seu conjunto de leitores (PIZA, 2011, p. 11).

Com o passar dos séculos, o jornalismo cultural⁵ foi resignificado de várias maneiras, e por diferentes motivos (alguns deles econômicos), de modo que não é incomum que haja, tanto no próprio campo jornalístico, quanto entre consumidores desta

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Rádio, TV e internet, modalidade Produção Audiovisual para mídias digitais.

² Aluna do 5º semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: jsspatricia@gmail.com.

³ Egresso do Curso Superior de Tecnologia em Produção Audiovisual, email: joapedrocorrearangel@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social, email: gabriela.mralmeida@gmail.com.

⁵ A noção de jornalismo cultural da qual este trabalho se vale diz respeito à crítica cultural e à cobertura das diferentes manifestações artísticas. Conforme Piza, o jornalismo “dedicado à avaliação de ideias, valores e artes.” (2011, p. 12).

editoria, um certo discurso nostálgico de que a cobertura cultural praticada em outros tempos era mais aprofundada, crítica e, portanto, de melhor qualidade.

Ao passarmos de um mundo habituado aos meios de comunicação analógicos para um conduzido por meios digitais, a facilidade na distribuição, publicação e atualização de conteúdo informativo, que é característica do jornalismo em tempos de internet, influencia diretamente o ciclo da produção jornalística, diferenciando-o daquele que havia antes da digitalização (PAVLÍK, 2001). A adaptação às particularidades das mídias *online* implica uma nova estruturação nos meios de comunicação, uma vez que os consumidores também tornaram-se parte do processo de produção dos conteúdos e estão engajados em procedimentos que antes ocorriam muito além de sua esfera de ação. Conforme destaca Saad (2003), em referência à informação digital e o seu consumo pelo público:

Também emerge com destaque o papel do usuário, ou seja, o conhecido leitor agora equipado com seu arsenal particular de informática e telecomunicações que tem o poder – a ele conferido pela própria tecnologia – de selecionar os conteúdos, as informações, os serviços, as notícias que lhe interessam. (SAAD, 2003, p. 60)

O processo de reestruturação do jornalismo em função das mídias *online*, que tem sido verificado, sobretudo, nos últimos 15 anos, se refletiu em todas as editorias. Na cultural, nota-se um papel significativo dos usuários na criação de conteúdo fora do ambiente produtivo das empresas jornalísticas já consolidadas. Num primeiro momento, a facilidade de desenvolvimento e atualização de um *blog* popularizou a ferramenta, oportunizando a milhares de usuários expor livremente suas opiniões em um acessível nível de diálogo *online* com os seus leitores. Em 2005, com o lançamento do *YouTube*, os usuários passaram a dispor de uma plataforma gratuita para compartilhamento de vídeos de forma simples, ampliando a experiência do audiovisual na internet e a produção de conteúdo voltado especificamente à *web*. O *YouTube* abriu caminho para a popularização de suportes *online* de vídeo e, para além dos textos nos *blogs*, os usuários interessados na divulgação de artes e cultura passaram a publicar na internet o seu próprio material em vídeo.

Partindo de um produto laboratorial que é pensado para a web – o quadro *Intercontextos* – este trabalho pretende contribuir para o estudo das relações entre jornalismo e internet, explorando especificamente o potencial da linguagem audiovisual como meio para produção e veiculação do jornalismo cultural.

2. OBJETIVOS

O trabalho busca discutir as possibilidades de exploração da linguagem audiovisual na produção de conteúdo jornalístico focado em cultura, mais especificamente em literatura. A partir da exposição do processo produtivo do quadro *Intercontextos*, temos como objetivo refletir a respeito das possíveis mudanças no jornalismo cultural num contexto tecnológico em que a internet é, ao mesmo tempo, agente de mudanças e o meio que torna viável a experimentação de um jornalismo cultural desenvolvido em imagens.

3. JUSTIFICATIVA

Uma recente pesquisa da Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal atestou a preferência do público pelo consumo de informações no formato audiovisual. Os dados demonstram que entre todas as mídias, a televisão segue como o meio mais utilizado, com 95% de preferência da população brasileira. Praticamente metade dos 18 mil entrevistados⁶, especificamente 48%, acessam regularmente a internet. Considerando-se que o princípio do jornalismo é divulgar informações de interesse público a um amplo número de pessoas, o uso de conteúdo audiovisual para alcançar esse objetivo mostra-se um modo adequado para a transmissão do conteúdo de natureza jornalística.

Devido à importância histórica e a evolução do jornalismo cultural, é essencial compreender sua relação com o público na atualidade, especialmente frente aos avanços tecnológicos e as novas possibilidades que os suportes digitais oferecem. Assim, este trabalho propõe um debate sobre os rumos do jornalismo cultural em imagens e as características próprias que ele assume ao ser produzido especificamente para a internet, o que influencia o processo de concepção do quadro *Intercontextos*.

4. O JORNALISMO CULTURAL NA INTERNET

A relação intrínseca entre literatura e jornalismo, refletida, por exemplo, na atuação de escritores como redatores de notícias e colunistas em periódicos (especialmente até as primeiras décadas do século XX), possibilitou um espaço para a

⁶ Relatório disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

abordagem cultural nos veículos de comunicação, particularmente para o debate relativo à produção literária.

Para Rêgo e Moura (2012), as manifestações que obtinham visibilidade eram, em um primeiro momento, oriundas da chamada cultura erudita, e tinham como objetivo proporcionar distinção social. Aos poucos, o perfil do jornalismo cultural foi se modificando. Numa tentativa de caracterizar a cobertura atual das manifestações artísticas, as autoras apontam que a mídia prioriza a interação das culturas eruditas, popular e de massa, buscando um cruzamento híbrido dessas produções distintas.

A pluralidade de assuntos e abordagens que se nota no jornalismo cultural atualmente deriva, em grande parte, dos suportes tecnológicos e sua influência na vida das pessoas, assim como da facilidade de publicação de conteúdo proporcionada pelas mídias digitais.

Em meio ao processo de fusão em que se lançaram cultura e mídia, a primeira em busca da visibilidade e do reconhecimento, a segunda visando audiência e lucratividade, um fator foi primordial para que os dois campos se alinhassem, a saber: os avanços tecnológicos na área da Comunicação que culminaram com a cada vez mais consistente convergência midiática. (RÊGO e MOURA, 2012)

Para Araújo (2009), com a internet, os espaços físicos e geográficos deixam de ser a principal barreira impeditiva para a fruição e a criação de bens culturais, simbólicos e de informação. A interatividade proporcionada pelo meio *online* modifica os discursos a partir do princípio de que o usuário, em frente ao seu computador, celular, ou qualquer outro dispositivo com acesso à internet, pode consumir de diversos modos o conteúdo ao qual é exposto, e inclusive criar sua própria releitura daquilo que é veiculado. A facilidade em que ocorre essa indistinção entre público e mídia impulsiona o consumo de meios que proporcionam tal interação.

Na esteira destes processos, o jornalismo cultural tem a possibilidade de se expandir livremente na internet, sendo contemplado por múltiplas abordagens, devido às ferramentas multimídia disponíveis, assim como através da participação do usuário, que, no decorrer de sua experiência de consumo, pode fornecer suas próprias reflexões sobre os produtos culturais e bens simbólicos. Com essas vantagens oferecidas pela tecnologia, é possível que a cultura se torne mais acessível ao público através da internet, utilizando, para isso, uma linguagem atrativa – a das imagens audiovisuais – para disseminar diferentes manifestações artísticas.

5. VLOGS LITERÁRIOS E O ESPAÇO *ONLINE* DEDICADO À CULTURA EM IMAGENS

O cunho analítico e informativo presente na cobertura jornalística tradicional de produções culturais também está presente na criação de conteúdos *online* referentes a esta editoria. Os conteúdos produzidos pelos usuários, que podem ou não ser jornalistas, apresentam variados elementos em sua composição, desde os aspectos da linguagem audiovisual até os assuntos abordados. Um dos formatos mais disseminados no *YouTube* é o *videolog* (*vlog*), que constitui uma espécie de diário pessoal em vídeo, no qual o criador pode expor suas opiniões de modo simples, costumeiramente sem muita produção e sem edição elaborada. Os *vlogs* são idealizados por usuários interessados em produtos culturais e que se propõem a criar vídeos opinando sobre diferentes manifestações artísticas, como é o caso do quatro *Intercontextos*.

Alguns *vlogs* são produzidos especialmente para a análise informal de produtos culturais, como livros, filmes e séries televisivas. Canais no *YouTube* como *Minha Estante*⁷, de Bruno Miranda e *Omeleteve*⁸, do site humorístico *Omelete*, dedicam-se a este tipo de abordagem e o número de visualizações ultrapassa os milhares. O número de acessos demonstra a aceitação do público em relação à cobertura artístico-cultural que se dá em imagens.

A presença de conteúdo audiovisual focado no segmento artístico-cultural e gerado por usuários é um indicativo, entre vários outros, das mudanças na emissão e consumo de informação proporcionadas pela internet. Como afirma Araújo:

Essa superposição entre tecnologia e arte tornou possível partilhar de forma autônoma conteúdos também autônomos, o que leva qualquer pessoa que produza algum tipo de bem ou reflexão cultural a poder compartilhar sua produção de forma independente com milhares de pessoas - criando, portanto, um novo sistema de representação cultural, onde todos podem ter o poder e os meios de criação e divulgação/comercialização de suas respectivas obras (ARAÚJO, 2009)

No cenário de *vloggers* (apelido dado aos usuários da internet que possuem um *vlog*), o *YouTube* continua sendo a plataforma mais utilizada para publicar vídeos e

⁷ Link do canal: <https://www.youtube.com/user/minhaestante>.

⁸ Link do canal: <https://www.youtube.com/user/omeleteve>.

divulgá-los. Uma pesquisa divulgada pela Allot Communications em 2011 mostrou que o *YouTube* é responsável por 52% dos vídeos assistidos em toda a *web* (JESUS, 2011), o que exemplifica o largo alcance do *site* na popularização de vídeos.

Lemos (2003, p. 6) afirma que, na cibercultura, a abordagem da arte deverá abusar da interatividade, das possibilidades hipertextuais, das colagens de informações, dos processos fractais e complexos e da não-linearidade do discurso. A descrição do autor coincide com algumas características verificadas em *vlogs* consultados para a realização desse trabalho, como o *Tiny Little Things*, idealizado por Tatiana Feltrin⁹, *The Book Junkie*, de Ron Lit¹⁰ e o *Intercontextos*, que é o objeto deste trabalho.

A produção deste discurso interativo é possível através de recursos como a inclusão de imagens de apoio (*trailers* de filmes e séries, animações e fotos), trilhas sonoras, artifícios de edição posterior, entre outros. O formato em vídeo abrange inúmeros recursos para ilustrar melhor o comentário dos *vloggers* e ampliar seu caráter informativo ao proporcionar uma análise mais detalhada e, também, um modo de despertar a curiosidade do espectador.

Expandindo a abordagem cultural para outros suportes audiovisuais, como a televisão, é possível verificar o modo como os dois meios se influenciam mutuamente. A partir dos exemplos citados aqui, é possível verificar nas produções de usuários publicadas no *YouTube*, bem como naquilo que é transmitido pelo do canal televisivo *Arte 1*¹¹, que tomamos como referência, a busca por mesclar entretenimento e informação para a construção do conteúdo.

O paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas (JENKINS, 2008, p. 30), sendo natural, assim, que uma emissora televisiva pautada em cultura e os *vlogs* que comentam produtos culturais compartilhem características em comum. Isso deriva, inclusive, da necessidade dos meios

⁹ Link do canal: <https://www.youtube.com/user/tatianagfeltrin>.

¹⁰ Link do canal: <https://www.youtube.com/user/bookjunkielit>.

¹¹ O *Arte 1* é um exemplo de veículo que abre espaço exclusivamente para a cultura em sua programação. Com a proposta de ser o primeiro canal brasileiro do gênero, o *Arte 1* pertence ao Grupo Bandeirantes de Comunicação e estreou oficialmente em 2013 na TV por assinatura. Seus programas são produções dedicadas à dança, música clássica e popular, literatura, teatro, séries televisivas, cinema e artes visuais. O diretor-geral do canal, Rogério Gallo, menciona que o *Arte 1* diferencia-se porque “é arte, com visual colorido, contemporâneo. A intenção é divertir”. Observando alguns aspectos do canal, é possível verificar a ideia de investir na concepção visual em suas vinhetas, *letterings* e demais elementos gráficos. Devido à dificuldade de medir a audiência em canais da TV por assinatura, o *Arte 1* não possui números divulgados em relação a seu alcance de público. É possível inferir algo sobre a popularidade através das redes sociais: a página oficial no *Facebook* contabiliza mais de 128 mil “curtidas”. O *Arte 1* também recebeu menção honrosa no prêmio APCA 2013, concedido pela Associação Paulista de Críticos de Arte.

de comunicação chamados “convencionais” em dialogar com a internet. A concepção do quadro *Intercontextos* engloba características ambos os meios, funcionando como laboratório de experimentação da convergência midiática no contexto universitário.

6. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO: QUADRO *INTERCONTEXTOS*

O *Intercontextos* é uma coluna literária desenvolvida por estudantes dos cursos de Jornalismo e Produção Audiovisual da ULBRA Canoas, para ser veiculada como um quadro no *YouTube*¹² e também como um quadro do programa *Prédio 11*¹³, exibido pela ULBRA TV.

A ideia do *Intercontextos* é produzir conteúdo audiovisual focado em literatura, de linguagem despojada e informal, abordando um livro a cada vídeo. A partir da obra escolhida, busca-se expandir o universo literário fazendo-o dialogar com outros campos, como o do cinema, da televisão ou das artes visuais, por meio de produtos culturais que tenham relação com os livros escolhidos, como filmes ou séries de TV. Devido à condição de produção universitária, pela temática abordada e pelo tratamento visual adotado, o quadro é idealizado para um público-alvo de faixa etária entre 20 a 30 anos.

Embora o tom do quadro seja informal, há uma preocupação constante tanto com a qualidade do conteúdo quanto com as questões estéticas e técnicas envolvidas na realização de um produto audiovisual. Além de ser idealizado, produzido e apresentado por uma estudante de Jornalismo, o quadro é gravado com equipamento profissional, regularmente sob a direção um diretor de fotografia graduado no curso de Produção Audiovisual da ULBRA, e editado em ilhas de edição também profissionais, que estão disponíveis para uso dos alunos no Núcleo de Produção Audiovisual da universidade.

Assim como ocorre no caso do *Arte 1*, também está envolvida na concepção do quadro a ideia de curadoria. A apresentadora do quadro, a aluna de Jornalismo Jéssica Soares, é quem faz a seleção dos livros que serão comentados a cada edição, a partir de obras que compõem a sua biblioteca pessoal e que, na visão do grupo de alunos, profissionais e professores envolvidos na produção do material, podem interessar ao público-alvo do programa.

¹² No canal: <http://www.youtube.com/user/jsspatricia>

¹³ O programa é idealizado e produzido por estudantes e veiculado semanalmente, às 14h de sábado, com reprise às 21h de quinta-feira.

As pautas do *Intercontextos* são gravadas no próprio *campus* da universidade ou em localidades que remetam ao enredo dos livros em questão. Busca-se a cada edição um cenário diferente, para auxiliar na ideia de novidade que a coluna propõe. Com esse mesmo intuito, a apresentadora também incorpora em seu figurino acessórios relativos às histórias dos livros abordados no quadro, como uma máscara de monstro ao falar sobre *O Cemitério*, de Stephen King, e um bigode quando a obra comentada era *O Misterioso Caso de Styles*, de Agatha Christie. Essa brincadeira visual, os trejeitos espontâneos e a forma bem humorada de apresentação visam aproximar o público dos livros mencionados, procurando romper um pouco a noção de dificuldade e complicação que muitos jovens associam à literatura, sobretudo àquela considerada clássica.

Junto às resenhas opinativas de livros, a coluna intercala cenas de obras audiovisuais, como filmes e séries televisivas relacionadas às obras citadas (a exemplo das adaptações), e os erros de gravação. Nos recursos de edição, também é utilizada trilha sonora em *background* e montagem de imagens diferentes intercaladas no mesmo trecho de discurso verbal, para interromper a linearidade do texto falado e atribuir dinamismo à montagem do quadro.

A proposta de acrescentar elementos e referências a produtos culturais de outra natureza, que não a literária, foi desenvolvida pensando nas características da internet. Assim, o *Intercontextos* foi elaborado de modo que espectadores acostumados ao consumo de audiovisual na internet fossem atraídos pelo seu formato e conteúdo. Para fins de inscrição do trabalho no Expocom, foram selecionadas três edições do quadro que levam o nome dos livros ou autores abordados: *O Cemitério*, *O Misterioso Caso de Styles*, e *Norte e Sul*.

O quadro *Intercontextos* e também o programa *Prédio 11* são produzidos no Núcleo de Produção Audiovisual (NPA), projeto de extensão do curso de Comunicação Social da ULBRA Canoas, que envolve estudantes dos cursos de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo e Publicidade, e dos Cursos Superiores de Tecnologia em Produção Audiovisual e Fotografia, além de jornalistas profissionais que atuam como chefes de produção e professores que respondem pela coordenação pedagógica do núcleo.

7. CONSIDERAÇÕES

A experimentação da linguagem audiovisual com o propósito de produzir jornalismo cultural para veiculação na internet tem proporcionado aos alunos envolvidos na produção do quadro *Intercontextos* uma chance de refletir sobre a convergência midiática e exercitar a realização de conteúdo pensado para veiculação nos dois meios distintos: TV e web.

O uso de uma única câmera posicionada próximo à apresentadora proporciona ao quadro uma característica informal comum na internet. Contudo, preza-se pela qualidade técnica característica da melhor produção televisiva. O quadro é dirigido por um diretor de fotografia, o que denota o cuidado empregado no sentido de melhorar a composição do produto final em seus aspectos técnicos, como iluminação e som.

Devido ao seu caráter laboratorial, a produção do *Intercontextos* propicia o exercício de uma linguagem audiovisual própria e experimental, oportuna para o desenvolvimento das habilidades dos acadêmicos envolvidos no projeto.

Predominante na preferência popular e cada vez mais adotado como ferramenta jornalística, o vídeo vem se mostrando um suporte midiático cada vez mais atrativo para o público, além de coerente com os objetivos e procedimentos atuais do jornalismo. As vantagens de desenvolver o jornalismo cultural em vídeo para a internet tornam-se diversas quando o produto entregue ao público é de qualidade e sua divulgação é satisfatória.

Considerando a crescente expansão da internet como meio de comunicação, adquirir vivência na produção audiovisual tornou-se importante para os estudantes de jornalismo. Não se trata mais de uma habilidade desejável apenas para aqueles diretamente interessados em atuar nos suportes audiovisual, mas sim a todos os graduandos que buscam uma formação mais aberta e condizente com o nosso tempo. A produção do quadro *Intercontextos* é uma atividade que permite ter contato, desde a formação universitária, com as técnicas e linguagens da produção de conteúdo em vídeo. A realização do quadro proporciona, dessa forma, uma experiência laboratorial de rotina televisiva e une, também, a liberdade de criação para as mídias *online*.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, V. B de. **A questão do valor na crítica e na produção cultural contemporânea.** Travessias, v. 06, p. 24-41, 2012. Disponível em: <e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/download/6213/4832>.

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

JESUS, M. O de. **Videologs: uma nova mídia e seu efeito construtor de emocionalidade.** Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura da USP. Disponível em <<http://www.usp.br/celacc/ojs/index.php/blacc/article/viewFile/312/305>>.

LEMOS, A. **Cibercultura.** Alguns pontos para entender a nossa época. Porto Alegre: Sulina, 2003.

PAVLÍK, J. **O impacto das novas tecnologias da informação na prática do jornalismo.** Revista Brasileira de Ciências da Computação, v. 23, n. 1, p. 139-149, jan/jun. 2000. Disponível em: <<http://www.ricardoalmeida.adm.br/novojornalista.pdf>>.

PIZA, D. **Jornalismo Cultural.** São Paulo: Contexto, 2011.

RÊGO, A. R, MOURA, R. L. **Jornalismo, gêneros e diversidade cultural nas revistas brasileiras.** Revista Brasileira de Ciências da Computação, v. 35, n. 2, p. 101-128, jun/dez. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v35n2/06.pdf>>.

SAAD, B. **Estratégias para a mídia digital:** internet, informação e comunicação. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2003.