

MATÉRIA PRIMA – EXPERIMENTAÇÕES JORNALÍSTICAS NA PLATAFORMA DIGITAL.

Área Temática: Comunicação

Coordenador da ação: Alfredo Lanari de Aragão¹

Autor: José Victor Marçal Câmara²

RESUMO: O projeto de extensão matéria prima pretende explorar novas linguagens, recursos, formatos e gêneros para conteúdos audiovisuais jornalísticos para a plataforma digital do YouTube pautado pelas necessidades identificadas junto ao público-alvo em potencial. O projeto busca quebrar paradigmas impostas pelas teorias e a práticas aprendidas em sala de aula e fazer experimentações com elas, afim de sair de uma Jornalismo singular para um pluralizado. A proposta é estabelecer, dentro de estrutura de sentimento para a produção de conteúdo audiovisual jornalístico, um modo de endereçamento próprio específico para o YouTube que transpasse os gêneros televisivos já conhecidos. Atualmente, o projeto encontra-se em fase de treinamento, onde os voluntários e bolsistas estão em processo de aprendizados nas técnicas de filmagem, edição e na busca por uma linguagem mais eficaz para construção narrativa dos futuros vídeos. Os conteúdos serão produzidos e editados pelos próprios acadêmicos do curso de Jornalismo da UFMS (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul).

Palavras-chaves: paradigmas, audiovisual, youtube, jornalismo.

1. INTRODUÇÃO

Sempre que uma nova mídia surge e conquista um espaço, uma série recorrente de questões relacionadas com a continuidade das suas antecessoras é apresentada. O rádio vai acabar com o impresso? A televisão irá acabar com o rádio e o impresso? A internet decretará a morte definitiva do impresso, do rádio e da televisão? Mas, na prática, o que observamos é a reorganização dos espaços, das práticas e das rotinas produtivas, adequando as mídias antigas a uma nova realidade e possibilitando a continuidade e a coexistência com as novas mídias.

De acordo com Spinelli (2012), uma pesquisa da Forrest divulgada pelo AdAge em março de 2012 aponta que os brasileiros gastam 23,8 horas semanais com a internet e apenas 6,2 horas semanais assistindo televisão. O autor mostra, ainda, que entre as emissoras de TV brasileiras a maior parte dos conteúdos audiovisuais disponibilizado em seus sites na internet já foi veiculado na televisão. De modo que a internet costuma ser usada por estas emissoras para “...estreitar a relação com o

¹ Mestre, UFMS, alfredo.lanari@ufms.br

² Jornalismo, FAALC – Faculdade de Artes, Letras, Música e Comunicação.

telespectador e até incentivar a visualização dos programas na TV” (SPINELLI, p. 5, 2012). Ainda que os sites dos telejornais das emissoras de TV aberta brasileira apresentem conteúdos que se encaixam nos três estágios do jornalismo da web, a transposição de conteúdos produzidos e transmitidos no telejornal para o portal na internet representa a estratégia mais comum usada pela mídia televisiva na internet, de acordo com o autor.

Além de permitir a divulgação de conteúdos jornalísticos através dos sites das emissoras de televisão, a internet oferece outras possibilidades no que se refere a produtos audiovisuais, como o YouTube criado em 2005. Qualquer pessoa ou instituição pode criar canais cadastrando uma conta no site para compartilhar produções de vídeo, bem como acessar, comentar e avaliar os vídeos produzidos por qualquer outro usuário cadastrado. O material audiovisual disponibilizado no site fica disponível para ser acessado a qualquer tempo pelo público consumidor.

O objetivo geral do projeto é explorar novas linguagens, recursos, formatos e gêneros para conteúdos audiovisuais jornalísticos especificamente para a plataforma digital do YouTube pautado pelas necessidades identificadas junto ao público-alvo em potencial.

As demandas do projeto serão divididas em: identificar os interesses do público consumidor em diferentes editorias; produzir os conteúdos jornalísticos de vídeo que atendam às necessidades do público; publicar os conteúdos na plataforma YouTube; divulgar os conteúdos junto ao público consumidor; acompanhar o feedback do público consumidor.

2. DESENVOLVIMENTO

Para atingir os objetivos apresentados, propomos, inicialmente, uma metodologia dividida em 5 etapas, são elas: o *levantamento de pauta*, a *pesquisa jornalística da pauta*, a *produção e edição dos vídeos*, a *divulgação dos produtos* e o *acompanhamento*. A seguir detalhamos cada uma destas etapas.

(1) *Levantamento de pauta*. Considerando que se pretende produzir

conteúdos audiovisuais jornalísticos de interesse do público-alvo em potencial e as características das plataformas digitais, então é preciso mudar a lógica de produção jornalística das mídias tradicionais. Ou seja, ao invés do emissor, que normalmente é uma empresa de comunicação, pautar o que será consumido pelos receptores, utilizaremos a própria plataforma digital para identificar os interesses e necessidades do público.

(2) *Pesquisa jornalística da pauta.* Corresponde ao levantamento dos dados e fontes referentes às pautas definidas após o levantamento realizado na etapa anterior. Também serão realizadas reuniões nos laboratórios do curso de Jornalismo a fim de delimitar os assuntos tratados no vídeo que será produzido.

(3) *Produção e edição dos vídeos.* É a etapa em que os participantes do projeto produzirão os vídeos, com auxílio de smartphones de uso pessoal e câmeras fotográficas do curso de Jornalismo da UFMS. Inclui a realização de entrevistas com fontes de interesse relacionadas com o assunto da pauta. Posteriormente a produção, os conteúdos serão editados com auxílio de softwares que estão à disposição nos computadores dos laboratórios do curso de Jornalismo. Pretende-se produzir pelo menos 1 vídeo por mês. Se houver mais de uma equipe envolvida com a realização do projeto, esta estimativa pode crescer.

(4) *Divulgação dos produtos.* Nesta penúltima etapa será necessário cadastrar uma conta própria para o projeto na plataforma YouTube e criar o canal Matéria Prima. Como cada vídeo pode tratar de um assunto diferente, o canal será dividido em playlists que, em Jornalismo, corresponderia às editorias. O YouTube permite que os usuários demonstrem o interesse sobre o conteúdo através de comentários, curtidas e compartilhamentos que também serão usados para divulgação.

(5) *Acompanhamento.* O acompanhamento do feedback que os vídeos terão sobre o público será feito tanto quantitativamente através de recursos da própria plataforma, tais como o número de inscritos, curtidas, visualizações e comentários, quanto qualitativamente, por meio das opiniões emitidas pelo público sobre os conteúdos dos vídeos e o canal.

Esses são as cinco bases que solidificam a produção e construção do produto que serão os vídeos publicados. Entretanto, com o início dos trabalhos, um grande número de alunos do primeiro semestre se voluntariara ao projeto. Desta maneira, a Coordenação resolveu oferecer alguns treinamentos básicos iniciais sobre filmagens, edição e linguagem com o objetivo de prepará-los e uniformizar a terminologia.

3. ANÁLISE E DISCUSSÃO

O projeto está em funcionamento desde maio de 2018, até o determinado momento o projeto já trilhou alguns passos rumo ao lançamento do episódio piloto que dará partida na apresentação dos vídeos.

A seleção dos voluntários foi o primeiro passo, assim possibilitando um duplo conhecimento entre projeto e voluntários. Os acadêmicos do curso de Jornalismo UFMS demonstraram interesse para contribuir com a sua participação no projeto. E do outro lado o projeto foi apresentado para os voluntários através dos bolsistas Claiane Lamperth ³ e José Victor Marçal Câmara ⁴, por meio de apresentação de *slides* para que os acadêmicos voluntários pudessem estar cientes do Projeto de Extensão.

Em seguida, encontros foram marcados para que os acadêmicos pudessem entender qual é a proposta de linguagem que se pretende utilizar na construção das narrativas dos programas, que inclui as modalidades verbal, não verbal e técnica. Em outra oficina abordou-se algumas técnicas básicas de fotografia e filmagem, afim de obter uma linha de produção dos conteúdos áudio visuais mais coesos e diversificados, considerando que os próprios acadêmicos serão responsáveis por muitas das cenas que se pretende que façam parte dos conteúdos audiovisuais. Da mesma forma, uma reunião para noções de edição foi realizada junto aos participantes do projeto de extensão. A intenção é que os acadêmicos tenham o

³ Jornalismo, FAALC – Faculdade de Artes, Letras, Música e Comunicação.

⁴ Jornalismo, FAALC – Faculdade de Artes, Letras, Música e Comunicação.

domínio de todos os recursos técnicos de expressão audiovisual disponíveis, de modo a estares aptos para utilizá-los e benefício do projeto.

Os conceitos de reprodutibilidade técnica, autenticidade e aura trazidos por Walter Benjamin (1955) revelam um potencial considerável de aplicação no contexto atual. Desta maneira, podemos dizer que a internet e a tecnologia digital levaram a capacidade de reprodução técnica e seus efeitos sobre a aura e a autenticidade aos extremos, visto que por meio delas transitam e se atualizam livremente cópias virtuais com apenas uma sequência de cliques.

Aplicando estes conceitos ao Jornalismo, admitimos que os conteúdos jornalísticos – os produtos –constituem reproduções técnicas dos fatos originais – quando se tratar do gênero informativo – ou ainda pontos de vista ou análises sobre estes mesmos acontecimentos – quando se tratar dos gêneros opinativo e informativo, respectivamente. Assim, os fatos em si são as ocorrências ou acontecimentos dos quais as características de autenticidade e de aura fazem parte intrínseca. Enquanto que os conteúdos jornalísticos estabelecem uma reprodução técnica destes acontecimentos e que sempre degradam de forma mais ou menos intensa estas características que lhe são próprias.

Quando um fato é jornalisticamente reproduzido, ou seja, quando uma equipe elabora a narrativa que recria aquele fato em um formato jornalístico para uma mídia específica, várias técnicas apresentam-se como recursos apropriados de acordo com o meio no qual a reprodução técnica do fato – o produto jornalístico – é materializada. Assim, enquanto o produto notícia em mídia impressa faz uso das técnicas de linguagem verbal escrita para reproduzir o fato, o produto notícia em mídia televisiva utiliza as técnicas de linguagem verbal oral, de filmagem e de edição com o mesmo objetivo. O domínio destas técnicas com uma estrutura específica estabelecem um formato jornalístico para uma determinada mídia e este, por sua vez, compõem o gênero que, neste caso, é informativo.

Os conteúdos jornalísticos se manifestam em diversos formatos e gêneros apropriados a cada plataforma e se consolidaram ao longo do tempo gerando produtos variados. Estes, por serem reproduções técnicas dos fatos, são capazes de preservar

seus conteúdos, mas é importante destacar que desvalorizam a autenticidade e atacam a aura do acontecimento original toda vez que as cópias se multiplicam. No Jornalismo, portanto, as reproduções técnicas (conteúdos jornalísticos) compõem visões diferentes sobre o mesmo fato original, podendo ser expressas de incontáveis maneiras diferentes através de combinações de uso das técnicas pelas quais elas se materializam.

Itania Maria Mota Gomes (2011), propõe um método de análise para os produtos televisivos que se baseia nos conceitos de estrutura de sentimento, gênero televisivo e modo de endereçamento. Neste projeto, pretendemos aplicar estes conceitos não para analisar, mas para criar os produtos audiovisuais jornalísticos para o YouTube.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os pontos já alcançados foram a adequação dos discursos entre todos os integrantes do projeto, desde as formas narrativas e abordagens jornalísticas aos requisitos de edição dos produtos áudio visuais.

Com estes pontos atribuídos o próximo passo será a produção do episódio piloto que lançará o projeto por meio de um vídeo dentro da plataforma digital YouTube.

5. REFERÊNCIAS

BENJAMIN, W. (1955). A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: GRÜNEWALD, J. L. A ideia do cinema. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969.

GOMES, I. M. M. Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo. Salvador: EDUFBA, 2011.

SPINELLI, E. M. Jornalismo Audiovisual: gêneros e formatos na televisão e internet. In: Revista ALTERJOR, ano 03, v. 02, n.06, jul-dez/2012, ECA/USP.