

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA

LORENA CAROLINE RIBEIRO
LUANA TELES DA SILVEIRA
RENATO PIRES DANTAS

O JORNALISMO MULTIMÍDIA
COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO DA TV UFG

Goiânia

2010

LORENA CAROLINE RIBEIRO

LUANA TELES DA SILVEIRA

RENATO PIRES DANTAS

**O JORNALISMO MULTIMÍDIA
COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO DA TV UFG**

Trabalho apresentado à Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof^o Dra. Ana Carolina Rocha Pessoa Temer
(Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação)

Goiânia

2010

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Blocos, tempo e formato da proposta inicial do programa de TV	35
TABELA 2 - Proposta inicial de Paginação da revista	39
TABELA 3 - Paginação final da revista	41
TABELA 4 - Cronograma	48

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	6
INTRODUÇÃO	7
1 TEMA E SUA DELIMITAÇÃO.....	10
1.1 Tema.....	10
1.2 Delimitação do tema	10
2 ESTRUTURAÇÃO DO PROBLEMA	12
3 JUSTIFICATIVA.....	13
4 OBJETIVOS	16
4.1 Objetivo geral.....	16
4.2 Objetivos específicos	16
5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
5.1 Conceituando o Jornalismo Multimídia	19
5.2 Novos paradigmas do Jornalismo	22
5.3 Definições acerca das mídias adotadas	24
5.3.1 A TV e suas interfaces	24
5.3.2 A Revista e suas interfaces	27
5.3.3 O Webjornalismo e suas interfaces	29
6 METODOLOGIA	32
7 DETALHAMENTO DO PRODUTO	33
7.1 Funcionalidade do projeto	33
7.2 Público-alvo	34
7.3 Formato.....	34
7.3.1 Programa de TV	35
7.3.1.1 Proposta Inicial	35
7.3.1.2 Execução, problemas e soluções	36
7.3.1.2.1 Produção, reportagem e edição das matérias	36
7.3.2 Revista	38
7.3.2.1 Proposta inicial.....	39
7.3.2.2 Execução, problemas e soluções	39
7.3.2.2.1 Redação e edição do texto impresso.....	40
7.3.2.2.2 Diagramação da revista	40

7.3.2.2.3 <i>Constituição do material final</i>	41
7.3.3 Site	42
7.3.3.1 <i>Proposta Inicial</i>	42
7.3.3.2 <i>Execução, problemas e soluções</i>	42
8 RECURSOS NECESSÁRIOS	44
8.1 Para a execução do TCC	44
8.2 Para a manutenção do projeto	44
9 CONCLUSÃO	46
10 CRONOGRAMA	48
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	51
APÊNDICE B - RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO	54

RESUMO

Este trabalho dedicou-se a elaborar uma ferramenta de comunicação baseado na multimídia. Dessa forma, foram construídos uma revista, o projeto de um site e quatro interprogramas de tv. A intenção de se trabalhar com Jornalismo Multimídia nasceu a partir da constatação – auferida com a aplicação de questionário estruturado - de uma carência da TV UFG: a comunidade acadêmica ainda não tomou conhecimento sobre a programação, e mesmo existência, desse importante veículo comunicacional. Pretendendo erradicar ou, ao menos, reduzir esse fenômeno, entendeu-se que uma plataforma multimídia seria o mecanismo mais eficaz para alcançar o público, uma vez que possui múltiplos caminhos possíveis para a veiculação de um mesmo conteúdo, além de estar em sintonia com as tendências mundiais em comunicação, assim demonstrado por autores como Álvaro Caldas e Maria Lúcia Becker. A importância deste trabalho como exemplar prático de uma experiência multimídia não se extingue com sua execução. Visando sua continuidade e, principalmente, permanência sob a tutela universitária, garantindo a multiplicação do conhecimento entre acadêmicos de jornalismo, é que esta iniciativa fundamenta-se como um projeto de extensão da Faculdade de Comunicação Social e Biblioteconomia, tornando-se, no futuro, um elemento da grade curricular do curso de Jornalismo. Assim, este trabalho busca a resolução de um problema e, concomitantemente, almeja a construção do conhecimento e sua democratização.

ABSTRACT

This work is to develop a communication tool based on multimediality. Thus, a magazine were built, the project site and a four interprograms tv. The intention of working with multimedia journalism was born from the realization - earned with a structured questionnaire - a lack of UFG TV: the academic community is still unaware about the schedule, and even existence, of this important communication vehicle. Wishing to eradicate or at least reduce this phenomenon, it was understood that a multimedia platform would be the most effective mechanism to reach the public, since it has multiple possible paths to serving the same content, besides being in line with the global trends in communication, as well demonstrated by authors such as Álvaro Caldas and Mary Lucy Becker. The importance of this work as a practical example of a multimedia experience is not extinguished by his execution. Aiming its continuity and, especially, remain under the tutelage university, guaranteeing the growth of knowledge among scholars of journalism, is that this initiative is founded as an extension project of the School of Media and Library Science, becoming in the future an element of the curriculum of the course of journalism. Thus, this work seeks to solve a problem and hence aims at building knowledge and its democratization.

INTRODUÇÃO

A Universidade Federal de Goiás (UFG), no ano de 2009, iniciou a transmissão do sinal da TV UFG, instituição que nasce sob a perspectiva da coisa pública, de caráter educativo e sem amarras comerciais que pudessem limitar ou interferir na sua produção. Este trabalho, inquirindo acerca da penetração que essa TV teria no público almejado, percebeu, por meio de pesquisa quantitativa, uma carência no tocante ao grau de conhecimento da comunidade sobre a TV, seja sua programação, seja sua existência. Este trabalho fundamentou-se, a partir do dado constatado, na busca de um mecanismo que contivesse as faculdades necessárias à reversão deste quadro.

O resultado dessa procura foi o planejamento e a construção de uma plataforma comunicacional multimídia. Inicialmente o conceito *multimídia* (do inglês *multimedia*) refere-se aos diferentes modelos de mídia desenvolvidos no computador.

Multimídia corresponde a integração de diferentes modalidades de mídia: gráficos, imagens, textos, áudio, animação (que possibilita melhor visualização de imagens em 3-D, enriquece representações gráficas, permite mapear fenômenos que mudam com o tempo, etc) e vídeo (utilizado para mostrar coisas que se movem) na representação de dados (University of North Carolina – Greensboro)

Neste trabalho, o termo foi usado como correspondente a uma “rede” capaz de englobar as diferentes formas de construções midiáticas apresentadas no jornalismo, e que vão além das manifestações reproduzidas no computador. Este conceito, referente especificamente ao Jornalismo, é recente, e os estudos relativos a ele também o são, o que explica a ausência de uma definição para o termo entre estudiosos da comunicação.

A materialização das intenções originou o Projeto GIRO UFG, composto por quatro interprogramas (com veiculação prevista na TV UFG), uma revista e o projeto de um site. A decisão pelo uso de três segmentos do Jornalismo (o telejornalismo, o jornalismo impresso e o *webjornalismo*) amparou-se, principalmente, em duas frentes: 1) ser o Jornalismo Multimídia uma tendência pujante e aparentemente irreversível que cerca e redefine o Jornalismo mundial; e 2) ser esta a maneira mais eficaz de lançar conteúdos sobre o público, pois amplia as zonas de

recepção, e diminui, conseqüentemente, as possibilidades de este público ignorar aquilo que é disposto.

O uso das três mídias não se limita à adaptação dos textos às linguagens próprias de cada meio, como em um exercício estudantil. O Projeto GIRO UFG tem como uma das suas bases a interlocução entre as mídias, configurando uma identidade própria, reconhecível em quaisquer vias em que apareça. Os três canais de informação tratam do mesmo conteúdo, reunindo-os sob uma única bandeira, de forma a alcançar o público inequivocamente, pois exprime as possibilidades inerentes e únicas de cada um dos veículos.

A partir de uma Revisão Bibliográfica, o projeto analisou a abrangência teórica que envolve o Jornalismo Multimídia. A relação entre as mudanças tecnológicas e os paradigmas do fazer jornalismo é revelada e embasada por dizeres de autores que se debruçaram sobre o tema e que se encarregaram de trazer à luz as primeiras concepções que o envolve. Em seguida, são apresentadas as etapas de desenvolvimento dos produtos em questão. A aplicação do projeto multimídia presume, especificamente para este trabalho, a interação entre o telejornalismo, o jornalismo impresso e o webjornalismo. O radiojornalismo não foi incluso neste rol de possibilidades por haver entendimento que a Faculdade já provê as demandas por esse tipo de plataforma.

A partir da explicação da metodologia adotada, o trabalho segue com o detalhamento de cada produto executado, justificando a escolha do público-alvo e dos formatos adotados para todas as mídias. Nessa etapa, apresenta-se a proposta inicial e, em seguida, justificam-se as alterações sofridas. Esse procedimento foi realizado para cada produto em questão. Os recursos financeiros e materiais empregados no decorrer do trabalho foram consideravelmente altos. As descrições acerca de custos e de planejamento dos recursos garantidores da sobrevivência deste projeto são esmiuçadas na parte final deste documento.

O Projeto GIRO UFG tem como intenção fundamental a sua continuidade num fluxo ininterrupto de construção, auto-avaliação e aplicação de reformas necessárias. Sua natureza está voltada para além da mera prática, repousando sobre desejos ascendentes como a construção do saber. Para que esse destino se concretize, esta iniciativa alça voos maiores e pretende tornar-se um projeto de extensão apoiado pelo curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (Facomb) da UFG.

Dessa forma, garante para si recursos materiais e, sobretudo, humanos, a fim de assegurar seus frutos. É importante que se ressalve que, enquanto projeto de extensão, sua construção continuada dar-se-á pelo trabalho de acadêmicos de jornalismo que construirão e serão construídos à medida que vivenciam a rotina profissional de uma redação multimídia.

1 TEMA E SUA DELIMITAÇÃO

1.1 Tema

O Jornalismo Multimídia como meio de divulgação da TV UFG.

1.2 Delimitação do tema

A TV UFG é o objeto de estudo e de aplicação dos desdobramentos advindos deste trabalho. De natureza pública, educativa e sem contraprestações publicitárias, a TV não prescinde de esforços no sentido de elevar seu alcance a pontos mais distantes da sociedade. Dessa maneira, as ações aqui empreendidas visam às possibilidades de ampliar a potência inerente a esse tipo de instituição.

O projeto tem como base a utilização de mídias tradicionais - a televisão e o impresso - paralelamente ao uso das novas mídias - especificamente, a internet -, de modo a ampliar mutuamente as capacidades de cada meio no que tange às suas capacidades individuais. Essa abordagem - a integração de *webjornalismo*, telejornalismo e jornalismo impresso - aqui, será tratada como *jornalismo multimídia*.

O Jornalismo Multimídia, como assim vem sendo chamado, pode cruzar vários suportes midiáticos e, de forma mais abrangente e eficaz, fazer repercutir uma mensagem. Esse tipo de abordagem tem se tornado unânime nas práticas comunicacionais mais recentes, tanto em razão das possibilidades que lhe são naturais, quanto por um fluxo de demanda que parte do público e se direciona aos produtores de conteúdo.

Para sua execução, exigiu-se a confecção de cada um dos meios pelos quais a TV UFG e a própria UFG serão evidenciadas. Dessa maneira, foram produzidos os seguintes pilotos:

1) Um interprograma, batizado de GIRO UFG, que integrará a grade fixa da TV UFG e funciona como produto balizador do conteúdo disposto nos outros meios. O interprograma

é constituído por matérias estruturadas de acordo com a linguagem de telejornal, mas que será distribuído em forma de pílulas durante a programação, dispensando um estúdio e apresentadores;

2) A revista GIRO UFG, que traz a versão impressa daquilo já veiculado no interprograma;

3) O projeto do *site* de mesma marca que amplia a visibilidades dos temas abordados nos veículos anteriores, além de funcionar como porta pela qual o público acessará e se relacionará com a construção de todo o conteúdo do GIRO UFG, pois, no *site*, é disponibilizado canais de acesso, tais como e-mail, fórum de discussão, espaço para usuário abrigar fotos e vídeos de sua autoria que contribuem para o enriquecimento do material produzido.

O programa GIRO UFG trata de ampliar as possibilidades de aprendizado e vivência das práticas jornalísticas dos estudantes da Faculdade de Comunicação da UFG. Assim sendo, este projeto se fundamenta como proposta de criação de uma disciplina destinada a integrar a grade do curso de Jornalismo desta Faculdade, garantindo um fluxo permanente de experiência em um modelo de redação multimídia.

2 ESTRUTURAÇÃO DO PROBLEMA

A TV UFG, que recebeu a concessão para funcionamento da Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural (RTVE), cuja instituição baseia-se no apoio às ações de promoção ao ensino, à pesquisa e à extensão da UFG, está em funcionamento desde 2009, operando no Canal 14 UHF. No entanto, constatou-se um parco conhecimento da sua programação, e mesmo da sua existência, por meio de pesquisa realizada com pessoas que dispõem de algum vínculo com a Universidade.

Os números revelaram que 66,7% da comunidade acadêmica conhece a sua existência, mas que nunca assistiu a nenhum programa. A pesquisa revelou, ainda, que a maioria do público (82,7%) considera as ferramentas de divulgação da TV ineficientes.

Diante dos problemas apresentados pela TV UFG no intuito de alcançar um público que lhe é cativo, a própria comunidade que a cerca faz-se o seguinte questionamento:

Quais recursos, dispostos pelo Jornalismo, são capazes de ampliar a visibilidade da TV UFG?

3 JUSTIFICATIVA

As recentes ferramentas de comunicação (a internet e seus usos) e a popularização de tecnologias até pouco tempo altamente dispendiosas e de difícil manuseio (como a câmera de vídeo e máquina fotográfica digital) transformaram o público consumidor de informação e, conseqüentemente, a relação deste com os produtores, especificamente os jornalistas. Esse novo público exige maiores possibilidades de resposta e de interferência direta na produção de conteúdo. Em contrapartida, as redações tendem a se readequar, ampliando, ou mesmo criando, espaços hábeis para realizar a devida recepção daquilo produzido por quem tradicionalmente limitar-se-ia a consumir.

A Universidade Federal de Goiás, em 2009, iniciou a transmissão do sinal da TV UFG. Ainda que recente, a TV UFG tem encontrado um público que lhe deveria ser cativo, qual seja a própria comunidade acadêmica, mas que está desinteressado com sua programação. Esse comportamento dá-se, em certa medida, pela carência de ações mais incisivas no que concerne a sua divulgação. Dessa maneira, urge a criação de mecanismos dotados de faculdades capazes de levar ao conhecimento do público a existência da TV e do que ela produz.

A intersecção de uma necessidade real e imediata com um fenômeno pujante na sociedade e na comunicação contemporâneas – ou seja, a falta de recepção por parte da comunidade acadêmica e a eminência de um fazer jornalismo ancorado nas necessidades de interação com o público – fez surgir, como resultado das reflexões e estudos desse grupo de trabalho, a construção do Projeto GIRO UFG. Este programa caracteriza-se como um complexo comunicacional visando à integração do público freqüente da UFG com a sua TV.

O Projeto GIRO UFG é composto por três mídias - um inteprograma, uma revista e um *site* -, distintas na linguagem e na abordagem aos temas, mas intimamente relacionadas quanto à natureza e aos objetivos que lhes dão existência. Essa ramificação concerne a esse projeto a alcunha de *multimídia*, termo entendido como mais adequado para lhe diferenciar a natureza. A escolha por esse processo deveu-se aos ganhos oriundos com esse tipo de plataforma de comunicação. As três mídias têm, por suas múltiplas possibilidades, maiores meios de alcançar o público pretendido, como que o cercando e trazendo a ele a informação servida da maneira que mais lhe fizer gosto.

Desse modo, o interprograma, veiculado em pílulas na própria TV UFG é o norte para as demais mídias. Seu conteúdo restringe-se ao universo UFG. A delimitação do conteúdo é importante à medida que consegue dar visibilidade ao que acontece na Universidade – eventos, pesquisas, ações de extensão etc. – e integra o corpo discente, docente, e servidores. O formato do programa, em pílulas, com poucos minutos de duração, adequa-se à necessidade de informações rápidas e atraentes que o público contemporâneo demonstra ter.

A revista GIRO UFG, assim como o *site*, repercute aquilo que é disposto no interprograma, dando unicidade e uma face reconhecível ao conjunto do projeto. Sua importância deve-se à contribuição única que um veículo impresso é capaz de dar, ou seja, ir diretamente à mão do consumidor, sem que esse necessite de realizar qualquer ação ativa (como ligar a televisão ou o computador) no sentido de buscar para si conteúdo. A revista, portanto, tem essa missão de fazer com que o nome do programa circule fisicamente pelos campi da Universidade. Seu projeto gráfico ancora-se nessa missão, expondo cores e formas irreverentes e extrovertidas de maneira a tornar-se um chamariz de atenção.

O projeto do *site*, que também contempla o conteúdo originalmente veiculado no interprograma e dispõe de linguagem gráfica que reverbere a identidade do Projeto, é o espaço criado com o intuito de contemplar a necessidade de participação do público. Nele, foram dispostos mecanismos com os quais o leitor pode interferir efetivamente no processo de construção do conteúdo do GIRO UFG.

Seu caráter notoriamente pragmático não limita, porém, sua importância como instrumento de discussão da própria práxis do jornalismo, especialmente os que se inserem numa realidade multimídia. À medida que as reflexões se avolumam, este projeto deve funcionar como um produto de experiência vivida do que é fazer um jornalismo baseado em múltiplas mídias e suas conseqüências, tanto para aqueles envolvidos nessa construção, tanto para quem a consome.

Em consonância com essa preocupação com pesquisa e produção de conhecimento é que o Projeto GIRO UFG não se encerra numa experiência única, fadada a se findar rapidamente. Antes, pretende-se com ele levar a cabo a criação de um projeto de extensão que integre a grade curricular do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação dessa Universidade. Dessa forma, a rotina de uma redação multimídia, cada vez mais próxima do padrão estabelecido no mercado de trabalho, institucionaliza-se, possibilitando que as gerações de estudantes vindouras

tenham contato real com a prática. E, sabe-se, a prática é comumente promotora dos ensejos de reflexão que culminam em pesquisas e, posteriormente, em teorias.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo geral

O objetivo deste trabalho é ampliar a visibilidade da TV UFG, fazendo com que a instituição alcance o público que lhe é cativo, qual seja, a comunidade acadêmica – universitários professores e servidores. Paralelamente a esse objetivo, propõe-se a criação de um projeto de extensão que viabilizará a continuidade desta iniciativa, mantendo-a em mãos universitárias, ampliando, assim, a capacidade de propagação do ensino e da pesquisa dentro do curso de Jornalismo. Em função de uma nova realidade comunicacional, pretende-se fazer com que o estudante tenha acesso à rotina de uma redação multimídia, capacitando-o para um mercado de trabalho que tem se estabelecido como padrão.

4.2 Objetivos específicos

- Contribuir para a transformação da comunidade acadêmica em público cativo da TV UFG, visando a sua divulgação e ampliação de sua capacidade de disseminar conteúdo;
- Promover os eventos, projetos, pesquisas e a produção intelectual que em algum nível esteja relacionada ao contexto da Universidade, informando e integrando as diversas partes que compõem este universo;
- Criar mecanismos que possibilitem uma nova postura do público, tornando-o mais participativo e crítico, conectando-o, assim, a uma realidade atual da comunicação;
- Construir um complexo multimídia capaz de trazer para dentro do curso de Jornalismo a tendência que se manifesta no mercado e na reflexão acadêmica acerca da comunicação;

- Fornecer, de forma empírica, contribuições para o estudo e pesquisa do Jornalismo Multimídia;

- Propor a criação de um projeto de extensão apto a receber acadêmicos do curso de Jornalismo, garantindo a manutenção dessa plataforma comunicacional.

5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Profissionais da Comunicação Social, jornalistas e pesquisadores ainda não encontraram uma definição oficial para aquilo que aqui optou por denominar-se Jornalismo Multimídia. Desde o surgimento do Jornalismo como campo teórico que poderia ser estudado a partir do fenômeno social conhecido como Comunicação, essa vertente específica do que atualmente se demarca como Comunicação Social não pôde ser resumida com precisão, como ocorre com as ciências biológicas, exatas, ou com as ciências humanas, como a História.

A fim de entender o que é o Jornalismo Multimídia, pode-se tomar como ponto de partida a Comunicação. A Comunicação desde sua origem uniu povos, estabeleceu formas de organização e levou homens e nações inteiras a reflexões sobre a vida e a sobrevivência na Terra. Comunicar, muito mais do que informar, seria, portanto, estabelecer a interação social e o diálogo entre indivíduos que desejam transmitir uma mensagem ou uma informação.

A Comunicação Social, como teoria abrangente, pretende a transmissão dessa mensagem, de emissor para receptor e de receptor para emissor, da forma mais eficaz possível. E o que pode determinar essa eficácia ou persuasão? Estudos que datam do início do século XX organizaram e instituíram padrões para compreender esse fenômeno, que vão desde análises dos meios de comunicação a partir de uma perspectiva meramente técnica do processo comunicativo (Teoria Informacional), passando pelas funções (Teoria Funcionalista) e pela influência destes nas relações sociais e midiáticas (Indústria Cultural, Teoria do Agendamento, etc.).

O extraordinário progresso experimentado pelas técnicas de comunicação de 1970 para cá representa para a Humanidade uma conquista e um desafio. Conquista, na medida em que propicia possibilidades de difusão de conhecimentos e de informações numa escala antes inimaginável. Desafio, na medida em que o avanço tecnológico impõe uma séria revisão e reestruturação dos pressupostos teóricos de tudo que se entende por Comunicação (ALMEIDA, 1988, p. 5).

Com base nessas orientações, os pesquisadores perceberam que não seria fácil aplicar um único conceito ou delimitação para a Teoria da Comunicação, e, por conseguinte, para o Jornalismo. Deste modo, quando se trata de referenciar uma definição para o Jornalismo Multimídia, muitos teóricos apostam em demonstrar o que não caberia nessa modalidade do Jornalismo para, assim, tentar explicitar o que ele vem a ser.

5.1 Conceituando o Jornalismo Multimídia

Houve um tempo em que aprender uma profissão significava exercê-la por toda a vida. Carpinteiros, sapateiros, ourives e até jornalistas exerciam suas funções e repassavam a técnica para aprendizes que, num futuro próximo, tornar-se-iam os mestres daquela arte. Hoje, porém, a maioria das profissões não vive unicamente da técnica, ao contrário, exige do indivíduo atualização constante, dedicação e novas descobertas. Com o Jornalismo não é diferente. Como ressalta Marcos Palácios no prefácio do livro *O Ciberespaço como Fonte para Jornalistas*, de Elias Machado, “hoje, exercer um ofício é reinventá-lo incessantemente, interpretando continuidades, buscando potencializações, vislumbrando e propondo rupturas” (2003, p. 4).

Na comunicação, as novas tecnologias aparecem como a causa deste processo. Não se trata, no entanto, de um modelo evolutivo, em que o ciberespaço tende a substituir completamente os outros modelos do “fazer jornalismo”. Prova disto é a sobrevivência do radiojornalismo, do jornal impresso e do telejornalismo, por exemplo, no mercado da comunicação. O fato é que esses modelos não são mais os mesmos. A nova realidade é a convivência e convergência simultânea entre as novas e antigas mídias, fato que concretiza a existência de um Jornalismo Multimídia – objeto de estudo, teórico e prático, deste trabalho.

Segundo Elias Machado, “as assim chamadas Novas Tecnologias de Comunicação estão possibilitando transformações radicais na maneira não só de produzir, mas também de distribuir e consumir o Jornalismo” (2003, p. 20). Os profissionais de comunicação necessitam conhecer as diversas ferramentas e suportes presentes no mercado, e entender que a revolução digital permite a entrada e concede uma voz democrática a todos os indivíduos sociais, muitos deles anteriormente localizados à margem do processo comunicacional.

Sem a pretensão de extinguir o modelo convencional de Jornalismo, as Novas Tecnologias criaram formas diferenciadas de exercer a profissão. Dada a recente atenção dispensada ao assunto por teóricos e estudiosos, conceitos como Jornalismo *Online*, Jornalismo Digital, Jornalismo Eletrônico ou Webjornalismo ainda são passíveis de conclusões. Por conseguinte, tais definições acabam por misturar-se. Com o Jornalismo Multimídia não é diferente.

Em primeiro lugar é preciso considerar que o Jornalismo Multimídia não se resume ao jornalismo em tempo real. Muitos teóricos utilizam os dois termos como sinônimos, embora a prática tenha mostrado que a expressão “jornalismo em tempo real” se refere a uma figura de linguagem que revela a instantaneidade com que a informação é transmitida para leitores, telespectadores ou ouvintes.

Outro ponto a ser destacado é que quando se fala nesse modelo de Jornalismo, muitas pessoas pensam logo no Jornalismo *Online*. Na verdade, os dois campos têm muito em comum, mas carregam diferenças fundamentais. As noções sobre o Jornalismo Multimídia surgiram fortemente atreladas a Internet, apesar de alguns autores já o referenciar antes mesmo dessa invenção; enquanto o Jornalismo *Online* diz respeito somente àquele jornalismo que é feito na Internet.

Na concepção de João Messias Canavilhas (2001, p. 1), a presença do Jornalismo *Online* resume-se à distribuição, de conteúdos já existentes em outras mídias, na Internet. Para o autor, a dita “evolução” desse modelo de Jornalismo seria o Webjornalismo, que proporciona não só a distribuição, mas a exploração das potencialidades da web a partir da hiperligação de conteúdos, por meio de recursos audiovisuais, sonoros, gráficos, etc.

Luciana Mielnickzuk, doutoranda em Comunicação na FACOM-UFBA, em seu artigo sobre *As Características e implicações do Jornalismo na Web* lembra que “no contexto do webjornalismo, multimidialidade trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico” (2001, p. 4).

O chamado ‘Jornalismo Online’ não é mais do que uma simples transposição dos velhos jornalisimos escritos, radiofônico e televisivo para um novo meio. Mas o jornalismo na web pode ser muito mais do que o actual jornalismo online. Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece , oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia (CANAVILHAS, 2001, p. 1).

Canavilhas discute ainda o Jornalismo Multimídia e atribui à ele o mesmo conceito dado ao Jornalismo Digital, ou seja, o uso de tecnologia digital para captura, processo e disseminação da informação, como câmaras, gravadores e softwares.

Hoje encontramos diversas definições de jornalismo: jornalismo online, webjornalismo, ciberjornalismo, jornalismo multimídia, jornalismo na hipermídia, jornalismo digital. Existem várias correntes, estudos. Multimídia é um termo mais empregado no mercado. Para mim, o mais importante é pensar na narrativa jornalística e em suas possibilidades

de construção e edição. O termo multimídia é um pouco mais aberto que os outros neste sentido, enfatiza mais a diversidade de linguagens, de meios, e deve ser aplicado além do online (BERTOCCHI, 2003).

Nesse sentido, para entender o Jornalismo Multimídia é preciso esclarecer que o termo não se refere exclusivamente a um contexto de profissionais modernos que devem carregar a síntese de todas as habilidades do jornalista em um único pacote. O Jornalista Multimídia não é simplesmente aquele profissional que faz tudo na redação – ele produz as pautas, redige a matéria, tira as fotos, filma, grava o *off* e edita o material.

Pesquisas verificadas nessa área demonstram, como dito *a priori*, que o profissional moderno deve ser capaz de realizar múltiplas tarefas, no entanto, encarregar uma só pessoa de todas essas funções não costuma dar certo. O jornalista precisa realizar um trabalho técnico de qualidade, recusando o que pode se tornar superficial e descontextualizado e apurando as informações com precisão e rigor, na medida em que a relação tempo-espço, indissociável dessa habilitação, não se afeta. Só assim o Jornalismo, como se reconhece nos dias atuais, sobreviverá às revoluções impostas pelos avanços tecnológicos e pelas inúmeras negligências que o posicionam a mercê de decisões judiciais, empresariais e sociais.

As atuais mudanças são a terceira grande transformação nas tecnologias da mídia de massa nos tempos modernos. A primeira aconteceu no século XIX, com a introdução das impressoras à vapor e do papel de jornal barato. A segunda transformação ocorreu com a introdução da transmissão por ondas eletromagnéticas – o rádio em 1920 e a televisão em 1939. A terceira transformação na mídia de massa é a que estamos presenciando agora (DIZARD JR, 2000, p. 53).

Explicitadas algumas das confusões pertinentes ao conceito do tema abordado e a precariedade das terminologias associadas aos formatos de Jornalismo exibidos pelas novas tecnologias, optou-se, neste trabalho, por utilizar o termo *multimídia* como aquele capaz de englobar as várias plataformas midiáticas (vídeo, áudio, texto, foto). Vale lembrar que tal convergência de mídias não acontece, necessariamente, somente dentro da rede, visto que, ao contrário do Webjornalismo, o Jornalismo Multimídia é, por si só, capaz de sobreviver fora dela.

Através da Revisão Bibliográfica, iniciou-se a busca por materiais que dessem suporte à pesquisa sugerida neste trabalho. Ao começar a procura pelo que delimitaria esse tipo de Jornalismo na Internet, percebeu-se imediatamente uma grande dificuldade em encontrar estudos publicados sobre o assunto.

Milhares de instituições acadêmicas utilizam a rede e o termo em questão para fazer propaganda de cursos que podem capacitar alunos para a produção jornalística em todos os meios e sistemas de comunicação; outros *sites* demonstram como as grandes empresas em todo o mundo reagem às novas tecnologias, reformulando os seus principais instrumentos (jornais impressos, revistas, programas de TV) e os posicionando na Internet. Apesar da relação existente entre o que é divulgado nesses espaços e o que se decidiu estudar neste projeto, a grande maioria dos *sites*, e ainda, dos livros pesquisados, não explica ou aponta estudos de profundidade sobre o que é o Jornalismo Multimídia.

A conclusão é que as novas mídias estão em clara convivência com as anteriores, entrelaçando-se umas às outras. Contudo, estudos e pesquisas para esse campo da Comunicação Social ainda são escassos e frágeis, o que evidencia a indispensabilidade de trabalhos que abordem essa temática.

5.2 Novos paradigmas do Jornalismo

A prática jornalística parece estar indissociavelmente atrelada à tecnologia. Desde seus primórdios, quando a notícia passou a ser industrializada no tipo móvel de Gutemberg, até os mais recentes inventos, a práxis do jornalismo sofre mudanças em cada período de evolução técnica. O que o ir e vir dos acontecimentos históricos nos sinaliza é que o advento de uma nova plataforma comunicacional não sobrepuja aquela imediatamente anterior. Assim como o surgimento e popularização do rádio não findou as páginas impressas dos noticiários, a televisão não encerrou as possibilidades jornalísticas do rádio. O que se percebe é que cada plataforma encontrou meios de interagir com as outras que a cercavam, ampliando o rol de artifícios para se criar jornalismo.

A absorção de diferentes tecnologias na história forçou a adaptação de cada meio de comunicação, não sem antes criar medo e insegurança. Até hoje, porém, sempre existiu uma acomodação tática garantindo espaço para todos (HERSCOVITZ, 2003, p.19).

Dessa forma, o avançar da tecnologia não apenas permitiu a convivência com o passado, mas também contribuiu profundamente com as transformações técnicas sofridas pelos

meios tradicionais. A *internet* não poderia concorrer com o Jornalismo, senão ampliando os rumos possíveis desse. As transformações engendradas pelos novos meios interessam aos demais não apenas na práxis. Ocorre também uma profunda reflexão quanto aos norteadores teóricos que conduzem a produção noticiosa.

Três grandes focos de mudanças, que poderiam ser chamados de epicentros tal a magnitude de sua capacidade de propagação, têm atingido as entranhas do jornalismo, provocando ondas de efeito que vão abalando as certezas e alterando desde a identidade até a autoridade diante do leitor/ telespectador/ ouvinte, devendo repercutir nas pesquisas e na formação dos novos profissionais: a constituição da sociedade global; a aceleração geral dos acontecimentos e experiências em função das inovações tecnológicas; e, dentro das inovações, especificamente a disseminação do uso da rede mundial de computadores (BECKER, 2005, p.18 - 19).

As plataformas que surgem munem os consumidores da notícia de novas faculdades intelectuais além de mecanismos mais complexos de se aprofundar no acompanhamento do noticiário. As possibilidades multimídias (a concomitância de áudio, vídeo, imagem, texto e ícones) quase sem precedentes nos meios anteriores tornam os conteúdos cada vez mais complexos, acompanhando a estruturação sempre intrincada da sociedade. Ainda assim, a maior contribuição que deve ser atribuída à *internet* é a alteração profunda no direcionamento dos esforços comunicacionais, antes empreendidos em via única, rumando o consumidor, sem aguardar respostas imediatas e de algum impacto mais relevante.

A nova tecnologia rompe com o monopólio de poucas vozes com direito de se pronunciar, característica irreversível na atual configuração técnica dos meios tradicionais. Mesmo o grande capital não é capaz de cercear a profusão de vozes que se assomam na multidão. É capaz, no entanto e apenas, de elevar os dizeres de uns poucos sobre os dos demais, mas não de calar, e nessa impossibilidade consiste a maior alteração que talvez possa ser atribuída diretamente ao uso da *world wide web* para a profusão de conteúdo jornalístico.

Com a *internet*, o leitor/usuário se torna muito mais exigente e independente, pois passa a ter acesso a diversos veículos, tanto locais como de qualquer parte do mundo, assim como adquire a possibilidade de recorrer a fontes de informação antes exclusivas dos jornalistas. E, mais que isso, com a interatividade, quebra-se definitivamente o domínio e a autoridade do jornalista, dada a prática já disseminada atualmente de os usuários constituírem uma esfera própria de informação (BECKER, 2005, p. 20).

O Jornalismo, desde o século XIX quando o mundo viu os valores da burguesia apropriarem-se não só dos meios de produção, mas também do pensamento acadêmico, deu novo significado a sua práxis e mesmo a seu objetivo, não mais o de abrigar as discussões e os debates que acaloravam a sociedade, mas tão-somente o de informar um novo cidadão, trabalhador, alfabetizado, interessado na cotidianidade, mas cujo tempo disponível para a leitura em profundidade era exterminado pela cadência fabril dos meios urbanos. Esse novo sujeito, que impunha uma necessidade mercadológica aos jornais – produção em massa –, também era alvo do interesse das novas empresas jornalísticas. Numa dinâmica de duas vias, o Jornalismo transforma e é transformado, assim como ocorre ao seu público.

Em uma realidade contemporânea, distante no tempo daquelas primeiras transformações ocorridas no século XIX, mas próxima em significados, o Jornalismo vê-se coagido a repensar sua conduta, desde os momentos iniciais, quanto à formatação tradicional das notícias, até o momento de desemboque, que é a chegada no consumidor final, público-leitor e, agora, ávido por participação. Segundo Maria Lúcia Becker (2005, p. 20-21), testemunhamos, e com tendência de acentuação no futuro, mudança no enfoque do conteúdo, priorizando a notícia em detrimento da reportagem, tendo em mente um consumidor mais ávido por quantidade; o rompimento com a linearidade do texto com a inserção do hiperlink, permitindo ao usuário a construção subjetiva do conteúdo; e, por fim, a readequação do jornalista como *gatekeeper* abrindo espaços para que a produção do próprio leitor seja disponibilizada (por meio de fotos, vídeos e textos) criando o fenômeno do “jornalista-cidadão”.

5.3 Definições acerca das mídias adotadas

5.3.1 A TV e suas interfaces

A história dos meios eletrônicos habitualmente caminha em paralelo com a industrialização e com o desenvolvimento tecnológico. No Brasil, não poderia ser diferente. A

primeira emissora de TV do país foi implantada por Assis Chateaubriand em 18 de setembro de 1950, no estado de São Paulo. Em uma década na qual se registra um relevante desenvolvimento industrial nacional, entrou no ar a *TV Tupi Difusora*, emissora pioneira na América do Sul.

A *TV Tupi* sobreviveu até meados dos anos 80, quando uma portaria do governo lhe cassou a concessão. De lá para cá, diversas mudanças marcaram as transmissões pelo país. A utilização do videoteipe a partir de 1962, a criação da TV Globo em 1965 e a primeira transmissão em cores em 1972, são fatores que integram a história da televisão no Brasil, contribuindo decisivamente para a edificação dos programas televisivos encontrados hoje e que estão em contínuo processo de metamorfose.

O telejornal compõe um formato que obrigatoriamente deve estar inserido na grade de programação das emissoras de TV brasileiras. Formato histórico, ele provê uma dose de credibilidade à emissora que os outros tipos de programa não conseguem fornecer. Os programas educativos e informativos entram nesta perspectiva de conteúdo das emissoras, chegando a ocupar grande parte da programação.

Os demais gêneros televisivos são: programas de conversa ou *talk shows*, programas seriados, policiais, religiosos, humorísticos, infantis, telenovelas, esportes, debates, documentários, desenhos animados, filmes, *reality shows*, televentas e musicais.

No Brasil, as principais emissoras da TV aberta são Rede Globo, Rede Record, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), Rede Bandeirantes, Rede TV e TV Cultura.

Para a elaboração do TCC, considerar-se-á principalmente os telejornais e programas educativos ou informativos, uma vez que a proposta inicial do grupo e o produto final a serem apresentados revelam inclinações tanto para os telejornais, quanto para os programas educativos e informativos.

E como se produz um programa para a TV?

Em primeiro lugar é preciso enunciar o uso de ferramentas específicas para este meio. Trabalhar com televisão é, sobretudo, pensar em elementos de imagem permeados por elementos da linguagem. A TV mostra e une mensagens visuais e auditivas, uma de suas principais características.

Instrumentos como câmeras portáteis e de estúdio, microfones, iluminação, cenário, receptores, cromaqui e bancadas, integram o universo de máquinas e objetos utilizados para produzir um programa na TV. Atualmente, quando se precisa elaborar uma pauta, o produtor ou

pauteiro necessita ter por perto um computador (com acesso à internet), um telefone fixo ou celular para contatar entrevistados e fazer checagens e, em alguns casos, um rádio para o contato com os demais funcionários da empresa.

A reunião de pauta marca o início da realização do programa. É nesse momento que produtores, repórteres, editores e editor chefe se unem para pensar o esquema ou roteiro a ser seguido naquele determinado dia, para certo programa.

A produção das pautas diagnostica os principais fatos e acontecimentos a serem noticiados. A linguagem da pauta deve ser simples. Ela apresenta informações pertinentes sobre o assunto ou tema, o objetivo e o enfoque a ser dado pela reportagem ou notícia. O pauteiro verifica os endereços, os horários, quem são os especialistas para falar sobre o assunto e a possibilidade da presença dos entrevistados em determinados lugares. A pauta deve conter o nome do repórter e do cinegrafista, sugestões de perguntas aos entrevistados e de cenas a serem feitas.

A imagem é o elemento mais importante considerado na televisão, de modo que a linguagem oral se torna apenas um material de apoio para aprimorar e dar sentido à informação visual. O cinegrafista ou repórter cinematográfico é o encarregado de registrar as imagens. É ele quem se preocupa com a iluminação, com as sequências de planos e com o posicionamento dos personagens (repórter e entrevistados). Ele pode e deve ser auxiliado pelo repórter. O material de arquivo usado para cobrir reportagens ou notas cobertas é preparado, no entanto, pelo produtor.

O repórter sai para as ruas com o intuito de cumprir o que foi sugerido na pauta. No momento de criação da reportagem ele pode escolher outro horizonte e desconsiderar algumas propostas feitas pelo produtor. Tudo vai depender dos imprevistos que podem ocorrer com a equipe, com o material de gravação, com o entrevistado ou com o local onde a pauta será realizada.

Muitas vezes, assim como acontece em outras profissões e veículos da imprensa, o repórter volta para a redação com as tarefas descumpridas e sem nenhum material, não por incompetência, mas porque não foi possível fazer a matéria, que, na linguagem televisiva, “caiu”.

Após concluída a apuração, o repórter escreve a matéria e grava os *offs*. Está pronto o relatório da reportagem, que deve conter também a indicação das passagens (momentos em que ele aparece na matéria) e a fala dos entrevistados. Com a reportagem em mãos, o editor escolhe as imagens e áudio que vão ao ar. É dele ainda a função de identificar com caracteres os entrevistados, o responsável pelas imagens e o repórter.

Para a realização de um programa de TV, é necessária também a construção de um roteiro, o chamado espelho. Este, disposto em várias laudas, contém o número de reportagens, notas ou notícias (simples ou cobertas) a serem veiculadas, os locais onde elas foram filmadas, o tempo final de cada uma, o nome do repórter e do editor da matéria, o nome e cargo dos entrevistados.

Para o preenchimento das laudas ou *script* do telejornalismo, seguem-se algumas regras, como: usar sempre letra maiúscula, não separar sílabas entre uma linha e outra e nem fazer parágrafos, escrever os números por extenso, não colocar duas ou mais notícias em uma mesma lauda, evitar o uso de verbos no futuro e não começar os textos com verbo no gerúndio.

A linguagem de TV é, portanto, coloquial, direta e didática. Escrever palavras e frases curtas e simples auxiliam na compreensão da mensagem pelo telespectador. É preciso lembrar que as palavras devem servir de suporte à imagem. Além disso, o texto de TV deve ser escrito para ser falado pelo emissor e ouvido pelo receptor.

Em relação ao tempo verbal, é preferível o uso do presente do indicativo, devido à instantaneidade, outra característica da televisão. Os adjetivos só podem ser utilizados quando tiverem função informativa essencial para o texto. As frases intercaladas, que aparecem entre vírgula e dificultam o entendimento da mensagem, devem ser evitadas.

As notícias e reportagens na TV assumem os seguintes formatos: nota ao vivo, nota coberta, flash noticioso, boletim e reportagem. Os interprogramas que fazem parte do GIRO UFG são formados por reportagens, de modo que o projeto não será apresentado sob a forma dos outros modelos citados.

A produção das pautas, redação e edição das matérias estão vinculadas ao tipo de empresa ou veículo em que será propagado o material. Cada instituição possui uma forma própria de estabelecer certos limites e impor regras que a identifiquem. Assim, apesar de haver algumas técnicas para preenchimento de pautas, relatórios de reportagem, laudas e espelhos, cada formato é padronizado pela empresa que o viabiliza.

5.3.2 A Revista e suas interfaces

O Jornalismo Impresso pode surgir em dois tipos de suporte: o jornal e a revista. A revista é uma publicação periódica de cunho informativo, jornalístico ou de entretenimento, que pode ser voltada para um público específico.

No Brasil, entre as revistas informativas e jornalísticas destacam-se Veja, Época, IstoÉ (também conhecida como Istoé) e Carta Capital. As revistas de entretenimento mais conhecidas são Caras, Contigo, Marie Claire e Cláudia. Os formatos podem variar de acordo com cada país. Por exemplo, nacionalmente adota-se como formato padrão o magazine (20 x 26,5 cm).

A Revista GIRO UFG foi elaborada para ter um tamanho chamado de B5 (17,6 x 25 cm). Essas dimensões são pouco usadas no Brasil, mas por atender mais satisfatoriamente ao que é proposto pelo grupo (número de páginas, tipo de papel, etc), optou-se por utilizar este formato.

Assim como na produção dos gêneros televisivos, o trabalho em revista é normalmente dividido em quatro etapas distintas: produção, apuração, redação e edição. A reunião de pauta marca o início da realização da revista.

As ferramentas para a produção do material impresso são distintas daquelas citadas na televisão. As imagens no impresso compõem também um capítulo a parte para entender as informações e conteúdo expostos. A máxima “uma imagem vale mais que mil palavras” tenta transmitir a importância da informação visual nas comunicações impressas. Muitas vezes, a imagem pode revelar aquilo que o texto não consegue expressar.

Os registros em jornais e revistas são feitos por fotógrafos, o que nos leva ao conceito de Fotojornalismo. Em sua definição mais simplória, esta é a ramificação do Jornalismo ou da comunicação especializada em fotografia. Os principais veículos impressos possuem um profissional especializado.

O produtor da revista também utiliza o computador (com acesso à internet) e o telefone fixo ou celular. A produção da pauta segue os mesmos padrões adotados na televisão, alterando somente o posto do cinegrafista pelo fotógrafo.

O repórter se dirige ao local da entrevista com uma caneta e um caderninho para as anotações, ou no caso dos profissionais mais modernos, um computador. Outro equipamento auxiliar do repórter de impresso é o gravador, que pode ser digital ou analógico.

Depois de apurar os fatos, o redator inicia o texto fazendo a transcrição de tudo o que foi relatado pelos entrevistados. As falas agora serão lidas e não ouvidas, logo, é preciso que o

leitor entenda a mensagem redigida. Falas muito longas ou tendenciosas podem confundi-lo e devem ser evitadas.

Diferentemente do texto da TV, a revista possui um texto mais interpretativo. A estrutura e o conteúdo podem oferecer maior riqueza de detalhes por meio de citações, indicações e comparações. Por vezes, o repórter tem um espaço amplo reservado a sua matéria, dando um tratamento menos superficial aos temas sugeridos.

Outro ponto de destaque é a não obrigatoriedade de construção de um lide nos parágrafos iniciais. Há maior liberdade por parte do redator no momento de escrever a introdução da matéria, que pode trazer as informações essenciais que compõem o lide (o quê, quem, onde, quando, porquê, e como) no decorrer do texto.

O editor do impresso revisa e, se achar necessário, “enxuga” o texto, retirando as informações que considerar menos importantes. Como na TV, as etapas que se originam na produção da pauta e se estendem até a edição do material produzido, podem se tornar bastante subjetivas. Assim, apesar de a imparcialidade e a objetividade serem consideradas mitos dentro do jornalismo, elas devem orientar todos os profissionais, para que se produzam informações independentes e críveis.

As características apontadas no jornalismo estão presentes neste meio assim como na TV. As matérias seguem critérios como atualidade, periodicidade, universalidade e difusão coletiva.

5.3.3 O Webjornalismo e suas interfaces

Webjornalismo, Jornalismo Online, Jornalismo eletrônico, Cyberjornalismo e até mesmo Jornalismo Multimídia. Referenciais teóricos demonstram que os estudiosos em comunicação ainda não chegaram a um consenso sobre qual termo usar para definir o novo modelo de jornalismo que tem como suporte o computador e a Internet.

O primeiro jornal no mundo a oferecer serviços *online* foi o The New York Times. No Brasil, a introdução desta nova ferramenta aconteceu em 1995, com o Jornal do Brasil. Um ano depois apareceu o primeiro jornal em tempo real na América Latina, o Universo On-Line.

As etapas de desenvolvimento do jornalismo na web mostram uma primeira geração que simplesmente reproduzia parte dos grandes jornais impressos. Ou seja, jornais como o The New York Times começaram a disponibilizar resumos e textos completos de suas edições a assinantes que possuíam computador. A rotina de produção continuava a ser a do jornal impresso. O sentido era apenas o de ocupação do espaço. Atualmente alguns veículos de comunicação adotam esse modelo.

A própria idéia do Jornalismo Multimídia exposta no decorrer deste trabalho prima pela exploração de um mesmo conteúdo, em diferentes veículos e com uma linguagem ligeiramente adaptada a cada formato. A intenção é simples: fazer com que o interlocutor veja a mesma matéria de diferentes maneiras e não fique exausto por ter que ler notícias distintas propagadas por uma única empresa.

A segunda geração é marcada por testes de potencialidade das redes. Email, chats, fórum de debates, hipertexto e hipermídia constituem-se em tentativa de elucidar recursos oferecidos pela rede na construção das notícias e reportagens. Na terceira geração surgem então as iniciativas empresariais destinadas exclusivamente para a Internet. Os sites noticiosos começam a apresentar mais recursos multimídia, como sons, animação, chats com personalidades públicas, e configuração do produto de acordo com os interesses pessoais do usuário.

J. B. Pinho, em seu livro *Jornalismo na Internet*, nomeia algumas vantagens e pontos críticos da web em relação aos meios com que se faz jornalismo. As principais características do webjornalismo são: a não-linearidade (leitura não linear do hipertexto), a fisiologia (a web não é se move), a instantaneidade e imediatismo, a dirigibilidade (informação dirigida a consumidores específicos), o custo de produção (caro no início, mas insignificante depois), a pessoalidade (que implica privacidade), a acessibilidade (acessível a qualquer hora do dia), o receptor ativo e a interatividade (o receptor interage com o emissor).

O hipertexto, texto não linear ao qual agregam-se outros conjuntos de informação, é a principal marca do webjornalismo. Alguns autores defendem a tese de que ele acontece apenas nos ambientes digitais, pois estes permitem acesso imediato a qualquer informação. Outros acreditam que a representação hipertextual independe do meio, podendo ser encontrada em enciclopédias, ou na Bíblia, por exemplo.

O jornalismo na Internet pode ser feito de duas formas: como informação exclusivamente *online*, aquela acessível em tempo real; e como reprodução de conteúdo já

disponibilizado em impresso ou na TV. Ainda hoje, alguns sites optam por não adaptar a notícia aos padrões da internet, colocando-a na íntegra da forma como apareceu em outras áreas.

A produção em tempo real acontece também em quatro etapas distintas, cada qual com suas funções e particularidades. O texto para a internet não possui limitações de tempo como a TV e o rádio, podendo-se, deste modo, atualizar o *site* várias vezes. Ele também não tem a limitação de espaço do jornal e da revista. A informação pode ocupar um grande espaço, sem aumento de custo.

Assim como nos outros meios, não se deve usar frases longas, nem palavras de significado complexo. A utilização dos links é uma das ferramentas de destaque do webjornalismo. Por meio deles, o usuário tem acesso a arquivos externos que possibilitam um aprofundamento do tema ou matéria que está sendo consumida.

Uma definição mais precisa do hipertexto, considerando-se seu formato digital, é a de que ele representa um conjunto de nós de significações interligado por palavras, páginas, imagens e sequências sonoras. Para o entendermos, um dos melhores arquétipos é o de ‘rizoma’, do filósofo Francês Gilles Deleuze. A narrativa vai sendo construída a partir do hipertexto em blocos. Cada bloco, de texto ou imagem, deve possuir sentido completo para o entendimento do usuário.

As etapas do processo de produção, redação e edição seguem a rotina dos jornais impressos, adequando-se a linguagem a web.

6 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos utilizados na elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso compreenderam a Revisão Bibliográfica sobre o Jornalismo, seus paradigmas, suas diferentes mídias, a multimídia e seu campo de atuação, bem como a entrevista fechada, realizada a partir de um questionário estruturado.

A Revisão Bibliográfica envolveu a pesquisa em livros, artigos, periódicos e *sites* que continham discussões sobre o tema proposto. A precariedade de informações sobre o assunto levou a entender a necessidade de estudos mais aprofundados acerca do que é o Jornalismo Multimídia e como ele deve ser aplicado na Comunicação Social e nas universidades.

A opção pela pesquisa quantitativa, ou seja, pela aplicação do questionário, surgiu a fim de se obter dados relacionados às preferências e necessidades do público-alvo do trabalho. No total, 75 pessoas foram entrevistadas pela equipe responsável pelo projeto. As entrevistas aconteceram nos Campi I e II da UFG. A seleção das fontes foi feita de forma aleatória, de modo que todas as categorias do público-alvo fossem representadas - professores, alunos, técnicos administrativos e demais funcionários. (*Vide APÊNDICE A – Questionário*)

A análise dos resultados do questionário apontou, principalmente, que poucas pessoas conhecem o canal da TV UFG. A execução de um projeto voltado para a Universidade pode amenizar essa carência dentro da instituição e, a longo prazo, ampliar o conhecimento desta mídia externamente ao meio acadêmico. (*Vide APÊNDICE B – Resultados do questionário*)

Além disso, as características fundamentais das mídias desenvolvidas foram escolhidas pelos entrevistados. Para a TV definiu-se como padrão o formato de noticiário, com um âncora chamando as matérias e uma entrevista com um convidado, no estúdio. Durante o processo de produção, o formato audiovisual foi alterado para interprogramas, veiculados em pílulas. Para a web, a escolha dos entrevistados foi por um *site*. O formato da revista foi definido pelo grupo. Todas as adaptações das propostas iniciais e a execução final são justificadas no Detalhamento do Produto.

7 DETALHAMENTO DO PRODUTO

7.1 Funcionalidade do projeto

O projeto GIRO UFG foi desenvolvido na tentativa de superação de algumas carências do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás. Como se sabe, a Rádio Universitária possui, em sua programação, um espaço dedicado exclusivamente aos acadêmicos do curso. Sob a orientação de um professor da área de radiojornalismo, os estudantes têm a oportunidade de vivenciar a prática de uma redação radiofônica: eles são responsáveis pela produção, apresentação (locução) e entrevistas que acontecem durante alguns programas da emissora.

Para o complexo midiático em questão, a Rádio Universitária funciona como parâmetro de comparação. Sem desprezar os custos referentes à implantação de um projeto de tamanho porte e considerando que esses mesmos custos são minimizados em produções radiofônicas, têm-se, aqui, a proposta de construir uma realidade semelhante àquela oferecida pela Rádio. Nesse sentido, o GIRO UFG, fazendo parte da vivência dos estudantes, funcionará como um projeto de extensão.

Para a implementação do projeto, este trabalho propõe a presença de um coordenador (professor do curso de Jornalismo) e três monitores (que deverão ser estudantes). Poderá, ainda, ser integrado por alunos que já tenham completado dois anos e meio de curso. Entende-se que para a execução de todo o complexo algumas disciplinas são fundamentais, entre elas: Fotojornalismo, Planejamento Gráfico-visual, Telejornalismo, Jornal Impresso I e Webjornalismo.

As funções desempenhadas pelos estudantes compreenderão as seguintes: repórter, produtor, cinegrafista, editor, fotógrafo e diagramador. Os alunos manterão um sistema de revezamento, de modo que todos, ao final do semestre, tenham trabalhado em todas as áreas. Os monitores serão responsáveis pelo manejo da equipe. A estruturação formal do projeto que define, por exemplo, carga horária, procedimentos necessários à matrícula, ementa, bolsa para os

monitores e verba para a manutenção do programa será desenvolvida pela coordenação do curso de Jornalismo durante sua implementação.

7.2 Público-alvo

O público-alvo definido para o projeto foi a comunidade acadêmica, compreendida como os estudantes, professores, técnico-administrativos e demais funcionários da UFG. Os fatores fundamentais considerados nessa escolha foram o 1) a percepção (alcançada por meio da pesquisa quantitativa realizada) da carência de conhecimento da TV UFG por parte desse público, 2) a dimensão do produto multimídia (por ser demasiadamente complexa a construção de três mídias, um público muito abrangente dificultaria a viabilidade do projeto) e 3) tempo/período destinado ao trabalho que era curto (cerca de seis meses).

7.3 Formato

Os formatos escolhidos para a composição do Projeto Multimídia são: um programa de TV, uma revista e um *site*. Cada meio possui especificidades que serão aqui respeitadas. Para coordenar a execução das tarefas que envolvem todas as mídias, torna-se indispensável a figura do editor-chefe. De acordo com o livro *Obras Jornalísticas – Uma Síntese* (ARAÚJO, SOUSA, 2008, p. 201), este jornalista “é o encarregado de toda a redação do jornal. Ele está em contato direto com os produtores e editores, discutindo e decidindo a forma final do jornal, e é o responsável pelas matérias publicadas”.

O nome escolhido para representar o projeto é GIRO UFG. Essa escolha deu-se em função da natureza do projeto, que consiste em cobrir os acontecimentos da própria Universidade, de forma objetiva, porém, em profundidade. Os três formatos de mídia apresentam a mesma logomarca criada pelos integrantes do grupo. A escolha de cores para essa logomarca foi o alaranjado e o azul; este último integra a logo oficial da UFG, enquanto a opção pelo alaranjado seguiu padrões estéticos de contraste.

Durante a elaboração do Projeto de Pesquisa, optou-se pela realização de um programa de TV, com cinco reportagens e uma entrevista com um convidado no estúdio. O programa é o norteador dos outros dois formatos adotados neste trabalho. A partir das reportagens confeccionadas para ele é que são reproduzidas as matérias da revista e do site.

A razão desta seqüência deu-se por uma escolha do grupo. É possível construir os três formatos de reportagem quase que simultaneamente. Após a captura de todo o material áudio-visual (entrevistas e imagens), elaboraram-se os textos. É importante ressaltar que este trabalho propõe a utilização do mesmo texto nos três diferentes formatos de mídia, com as adaptações necessárias a cada formato. Esse é um dos elementos que caracteriza a unidade do Projeto GIRO UFG. A proposta editorial tem por objetivo, ainda, fazer com que um mesmo material seja veiculado de três diferentes formas, ampliando suas possibilidades de profusão.

7.3.1 Programa de TV

7.3.1.1 Proposta Inicial

Inicialmente propôs-se a criação de um programa de TV, com um tempo estimado de 30 minutos. Ele seria veiculado aos sábados e sua gravação aconteceria às sextas-feiras. Para isto, a composição dos blocos do programa seguiria a seguinte tabela:

TABELA 1 - Blocos, tempo e formato da proposta inicial do programa de TV		
BLOCOS	TEMPO	FORMATO
1º bloco	7'30"	3 reportagens
2º bloco	7'00"	2 reportagens
3º bloco	6'00"	Entrevista
4º bloco	6'30"	Entrevista

O programa seria dividido em três blocos, de modo que o intervalo para a propaganda entre os blocos fosse de três minutos. As reportagens destinadas ao primeiro e ao segundo bloco seriam pautadas com base nos principais assuntos da semana, com tempo variando entre três e quatro minutos. A proposta não era trabalhar com pautas quentes, já que o programa seria semanal, mas divulgar os fatos mais relevantes objetivando uma nova abordagem.

A cada programa, uma pessoa seria convidada para o quadro de Entrevistas, que abordaria, entre outros aspectos, a opinião da mesma em relação aos assuntos discutidos na semana. O público poderia participar diretamente da composição do programa. Por meio do site desenvolvido especialmente para o projeto, os interessados sugeririam os temas a serem abordados, o entrevistado (que deveria ser escolhido até a quarta-feira de cada semana) e as perguntas a serem feitas a este (que seriam recebidas a partir de quarta-feira).

A equipe de profissionais deveria ser formada por três produtores, dois pauteiros, três repórteres, três cinegrafistas, três editores de texto e de imagem e dois âncoras. A produção ocorreria de segunda à sexta, em horário comercial e que condiz com a carga horária do jornalista de vinte e cinco horas semanais (14h às 19h). Como o grupo é composto por três componentes, ficou decidido que a cada pauta produzida, os três deveriam se revezar entre produção, reportagem e edição do material.

O equipamento utilizado para a gravação das reportagens seria o da TV UFG, assim como o estúdio onde o programa seria gravado. As reuniões de pauta aconteceriam às segundas e sextas, logo no início do expediente.

7.3.1.2 Execução, problemas e soluções

7.3.1.2.1 Produção, reportagem e edição das matérias

Para a realização de um programa de TV, é necessária a construção de um roteiro - o espelho, na linguagem do telejornal. Este, disposto em várias laudas, contém o número de reportagens, notas ou notícias (simples ou cobertas) a serem veiculadas, os locais onde elas foram filmadas, o tempo final de cada uma, o nome do repórter e do editor da matéria, o nome e cargo

dos entrevistados, o texto ou *offs* a serem lidos pelo apresentador para introduzir a matéria, o nome do programa e a data em que ele vai ao ar.

O primeiro passo na construção do produto idealizado neste Trabalho de Conclusão de Curso foi a produção das pautas que dão os subsídios necessários às reportagens veiculadas em todos os formatos. As pautas norteiam as ações do repórter, do cinegrafista e, às vezes, do próprio editor. Uma boa pauta deve incluir o título ou assunto a ser abordado, o local onde as imagens e entrevistas serão gravadas, o nome e respectivo cargo dos entrevistados, o horário, a data, o nome do produtor e do repórter, um resumo do evento ou acontecimento a ser registrado pela equipe, sugestões de perguntas aos entrevistados e de cenas a serem feitas pelo cinegrafista, informações complementares que auxiliem o repórter a entender o assunto. Quanto mais completa a pauta, mais precisa a reportagem será.

As funções de repórter e produtor foram rigorosamente respeitadas. Houve, no entanto, um revezamento na função de cinegrafista, feito conforme a disponibilidade de horário dos membros do grupo, uma vez que algumas matérias foram gravadas em mais de um dia.

No desenrolar das tarefas, percalços surgiram. O mais evidente e imediato foi a precariedade dos equipamentos disponibilizados pela Universidade para a gravação das reportagens. A Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (Facomb) da UFG, a época, dispunha apenas de um equipamento formado por câmera MiniDV Sony, tripé, baterias, fone de ouvido, microfone e *case* (bolsa).

O microfone, apesar de funcional, apresenta sinais de desgaste e pequenas falhas no conector da câmera – até a data das gravações, a canopla ainda não havia sido confeccionada pela unidade acadêmica –. O mau estado de conservação da câmera aliado à falta de equipamento de iluminação externa comprometeu a qualidade das imagens.

O transporte do equipamento foi feito em veículos dos próprios componentes do grupo. Com o término das gravações, cada um redigiu o texto no formato de telejornal. Os *offs* das matérias foram gravados na própria câmera, o que também influenciou na perda de qualidade do áudio.

A edição enfrentou grave falha na disponibilidade de recursos técnicos próprios da faculdade, cuja ilha de edição, sem um funcionamento adequado, não poderia ser usada nessa etapa. A solução acordada entre o grupo foi a de se recorrer a um profissional da área com o intuito de terceirizar esse trabalho.

Apesar de delegada parte da edição (que sempre contou com o acompanhamento pessoal do grupo) a um profissional, os problemas não foram totalmente superados. O planejamento inicial previu cinco reportagens, com média de três a quatro minutos cada. Na decupagem das imagens, no entanto, constatou-se a ausência de duas entrevistas fundamentais para a pauta sobre os 50 anos da UFG. Devido à impossibilidade de se recuperar as entrevistas, de conseguí-las novamente ou de se reescrever os *offs* sem o material perdido, decidiu-se permanecer com as outras quatro reportagens já finalizadas.

No desenrolar de discussões entre o grupo e a orientadora, vislumbrou-se uma nova possibilidade: o programa abandonaria seu formato original e assumiria a forma de interprogramas. Os interprogramas são programas de curta duração, transmitidos nos intervalos da programação da TV UFG. Sua composição inclui uma vinheta seguida por uma reportagem de dois a três minutos.

A vinheta que antecede as quatro reportagens foi feita por um colaborador pago pela equipe. Esta ficou responsável pela seleção das imagens, áudio e termos a serem utilizados durante a abertura dos interprogramas. A escolha das palavras “Cultura, Ciência e Sociedade” para a vinheta se justifica no fato de que, por meio de um consenso, o grupo entendeu que elas englobam o universo de possibilidades que o programa pretende abordar.

A natureza ágil, com informações objetivas, repassadas num tempo enxuto, compõe a essência de um interprograma e, conseqüentemente, adequa-se mais precisamente com a proposta do projeto. É importante ressaltar que o objetivo de discutir o Jornalismo Multimídia não foi comprometido. A proposta continuou a mesma: traduzir para diferentes formatos de mídia as mesmas informações.

O grupo observou que a equipe profissional inicialmente proposta deveria ser modificada. Um produtor, um repórter, um cinegrafista e um editor – esta é a equipe necessária para a realização dos interprogramas. Tornou-se dispensável ainda a presença de dois âncoras, uma vez que os interprogramas não são apresentados por ninguém.

7.3.2 Revista

7.3.2.1 Proposta inicial

Para criar uma identidade do produto e, conseqüentemente, facilitar o trabalho de edição e diagramação, a paginação da revista obedeceria às seguintes regras:

1º página	Capa
2º página	sumário, editorial e expediente
3º página	Artigo
4º página	reportagem espelhada
5º página	reportagem espelhada
6º página	reportagem espelhada
7º página	reportagem espelhada
8º página	reportagem espelhada
9º página	reportagem espelhada
10º página	reportagem espelhada
11º página	reportagem espelhada
12º página	Galeria

A equipe para produzir a revista seria formada por três repórteres, dois produtores, três diagramadores e dois editores. A periodicidade da revista seria também semanal, porém, diferentemente do programa, ela seria distribuída às segundas-feiras. Os temas abordados seriam os mesmos reproduzidos na TV, embora cada reportagem e entrevista recebessem agora um tratamento próprio do meio impresso, com maior detalhamento e profundidade do assunto. Os textos seriam escritos e corrigidos pelos mesmos repórteres e editores da mídia audiovisual e o material deveria ser entregue até sexta-feira.

7.3.2.2 Execução, problemas e soluções

7.3.2.2.1 Redação e edição do texto impresso

Tendo por base as reportagens produzidas para o programa de TV, o grupo redigiu as reportagens da revista. Os repórteres de cada matéria audiovisual foram os mesmos responsáveis pela redação dos textos impressos.

Como pensado na proposta inicial, os temas abordados foram também os mesmos reproduzidos na TV, embora cada reportagem e entrevista tenham recebido um tratamento próprio do meio impresso, com pequenas adaptações no que diz respeito ao tamanho, título, olho e subtítulo da reportagem. Os textos foram corrigidos pela orientadora do projeto.

A primeira mudança entre a proposta inicial e o produto final é verificada na quantidade de reportagens. Ao invés de cinco textos, a revista apresenta quatro matérias com os seguintes temas: Doutores da Bola, Planetário da UFG, Performance na Galeria da FAV e Perro Loco. A diminuição no volume de reportagens deveu-se à diminuição das matérias dos interprogramas.

Para dar dinamicidade e enriquecer o material, incluiu-se uma página dedicada a uma agenda com os principais eventos da Universidade, e duas a um artigo, escrito por um professor, cujo tema foi proposto pelo grupo. As outras páginas contendo capa, sumário, expediente, editorial e artigo sofreram alteração somente na ordem.

7.3.2.2.2 Diagramação da revista

O grupo idealizou e realizou o projeto de diagramação e a logomarca “GIRO UFG”. Não houve problemas na diagramação. Algumas imagens foram capturadas pelos repórteres, enquanto outras foram retiradas do material de divulgação dos eventos cobertos. Optou-se por fazer uma revista com todas as páginas coloridas, uma vez que esse produto se torna mais atraente para os leitores. O papel escolhido foi o couché. Este tipo de papel é muito utilizado na indústria gráfica para a impressão de folhetos, revistas e cartazes, e é considerado o papel de melhor qualidade de impressão.

A tipografia escolhida para compor o corpo dos textos foi a fonte Adobe Garamond Pro, no tamanho 12pt (pontos). A escolha desse tipo e tamanho deve-se à sua legibilidade ou facilidade de entendimento e ao fato de ela ser comumente utilizada em grande parte dos materiais impressos, uma vez que lembra a fonte Times New Roman. O tamanho do título e do olho de cada reportagem ficou a critério do próprio redator do texto.

7.3.2.2.3 Constituição do material final

TABELA 3 - Paginação final da revista	
1ª página	Capa
2ª página	Editorial
3ª página	Sumário e expediente
4ª página	Reportagem espelhada
5ª página	Reportagem espelhada
6ª página	Reportagem espelhada
7ª página	Reportagem espelhada
8ª página	Reportagem espelhada
9ª página	Reportagem espelhada
10ª página	Reportagem espelhada
11ª página	Reportagem espelhada
12ª página	Artigo
13ª página	Artigo
14ª página	Publicidade TVUFG
15ª página	Agenda
16ª página	Contracapa

A equipe para produzir a revista será formada por dois repórteres, um produtor, um editor e um fotógrafo, mantendo-se o mesmo quadro dos interprogramas, com a inserção apenas desta última função. A diagramação será de responsabilidade de cada repórter. A periodicidade

da revista será também semanal e ela será distribuída às segundas-feiras. O material deverá ser entregue até sexta-feira.

7.3.3 Site

7.3.3.1 Proposta Inicial

O *site* é o meio de comunicação direto do público com a produção do programa e da revista. Por meio dele, as pessoas interessadas podem enviar sugestões e participar de discussões sobre os temas propostos. Todas as reportagens veiculadas serão publicadas na web. Para a criação do *site* seria contratado um *webdesign*, profissional responsável por desenvolver a parte gráfica do mesmo.

Um jornalista seria o encarregado de atualizar o *site* com notícias em tempo real, postar as reportagens e as entrevistas que foram veiculadas nas demais mídias e adaptar a linguagem para o webjornalismo. Esse modelo de jornalismo é recente e adota ferramentas que o diferencia das mídias antigas, como a utilização de hipertextos, links, hiperlinks e a hipermídia (vídeos, fotos, áudio, etc.).

7.3.3.2 Execução, problemas e soluções

A logística da construção do site não exigiu a contratação de um profissional específico dessa área. Essa tarefa ficou incumbida aos próprios integrantes do grupo, que possuem conhecimento técnico necessário para a sua realização gráfica. A conclusão dessa etapa deu-se apenas com o protótipo, ou seja, o esqueleto gráfico da página. A programação do site - transformação da linguagem gráfica em linguagem *HTML* - ficará a cargo de um programador terceirizado, no momento em que o projeto for viabilizado como extensão. Ao colocar o *site* na rede, o produto será revisado por dois profissionais, um da área gráfica e outro da programação.

No projeto do site, o usuário encontra a principal ferramenta de interação com a equipe do GIRO UFG. No botão “Participe”, há a possibilidade de envio de sugestões, dúvidas e comentários acerca das matérias veiculadas no interprograma e na revista. Ao final de uma notícia, cada usuário tem a possibilidade de criar sua própria rede de conhecimentos. *Links* são disponibilizados ao final do corpo de cada notícia, encaminhando o leitor para assuntos relacionados, aumentando a possibilidade de desdobramentos e ampliação do tema abordado.

Um espaço chamado de “Galeria” foi criado para a exposição de conteúdo produzido (foto e vídeo) pelo internauta. Os vídeos originais do interprograma são disponibilizados em canal próprio no YouTube, com *link* no site. Os vídeos contam com estrutura de hiperlink, função semelhante a dos textos. A agenda de eventos da UFG é atualizada constantemente, com disponibilidade de *links* que redirecionam para as páginas próprias de cada evento. Na página inicial, o usuário tem acesso ao fórum de discussão, pautado pelos principais assuntos do GIRO UFG e também de tema livre.

8 RECURSOS NECESSÁRIOS

8.1 Para a execução do TCC

Os gastos despendidos com este Trabalho de Conclusão de Curso foram custeados pelos próprios integrantes do grupo. Os serviços 'terceirizados' foram:

- a edição do produto audiovisual;
- a criação da vinheta para este material;
- a impressão da revista.

Todas as outras atividades, como a diagramação e a construção gráfica do site, foram executadas pelos autores do projeto, o que contribuiu para a diminuição dos gastos. Durante o desenvolvimento do projeto do site o grupo recebeu auxílio de uma terceira pessoa, cujo trabalho não foi cobrado.

Ficou acordado entre o grupo e os profissionais terceirizados que, pelo serviço de edição seria cobrado um valor de R\$ 250,00, enquanto a impressão da revista seria de R\$ 193,00. A soma do montante foi igualmente dividida em três partes, tendo sido o produto dessa adição, o valor gasto por cada integrante.

8.2 Para a manutenção do projeto

Para minimizar os gastos, a produção do GIRO UFG acontecerá a partir dos próprios equipamentos disponibilizados pela Faculdade de Comunicação. Os laboratórios de informática e as ilhas de edição, bem como câmeras, tripés, equipamentos de iluminação, microfone, máquinas fotográficas, dentro outros, funcionarão como suporte para a produção do projeto.

Como foi dito, a proposta é transformar este trabalho em um Projeto de Extensão dentro da graduação de Jornalismo. Alcançada essa meta, este complexo será mantido como

projetos de mesma natureza o são, ou seja, a partir de verbas disponibilizadas pela Faculdade de Comunicação em conjunto com a Reitoria da UFG.

9 CONCLUSÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso exposto trilhou um caminho instigante. A força que o moveu foi a intenção de sanar uma carência real e preocupante de uma importante instituição com vínculos com a Universidade Federal de Goiás, a TV UFG. A perspectiva de que o público que lhe é mais próximo, a própria comunidade acadêmica, estaria ao largo da sua produção de conteúdo, fora visto como algo a ser problematizado. Dessa preocupação, surgiu a necessidade de se criar um rol de ações e mecanismos que estivessem suficientemente aptos para, se não resolver, ao menos minimizar o grau de desconhecimento que o público tem de sua própria TV.

Amparados pela reflexão orientada e por autores da Comunicação dispostos ao longo da Fundamentação Teórica, concluiu-se que a ferramenta que reuniria mais adequadamente as habilidades necessárias para essa tarefa seria uma plataforma de Comunicação Multimídia. Assim, deu-se início, a partir do embasamento teórico necessário, à criação daquilo pretendido, ou seja, o Projeto GIRO UFG, composto por interprogramas de TV, uma revista e o projeto de um site, interligados por uma identidade visual e, mais intimamente, pelos conteúdos veiculados. Este projeto possui dois cerne que o justificam: estar em sintonia com aquilo que há de mais atual em comunicação massiva e ser a ferramenta mais abrangente quanto à profusão de conteúdo, pois este é transportado por três vias distintas.

O conteúdo veiculado no GIRO UFG é exclusivamente relacionado ao contexto da Universidade, garantindo, assim, que a comunidade acadêmica entre em contato com a produção intelectual e material da UFG. O site apresenta um rol de ferramentas capaz de propiciar interação e poder de interferência no que é produzido, destacando-se o espaço apto a receber e disponibilizar conteúdo elaborado pelo próprio público. Os interprogramas, se inicialmente pensados como um programa único e semanal, foram redefinidos ao se perceber a dinamicidade exigida por essa proposta – criação de identidade e resposta com o público – dando origem a um formato de pílulas, veiculados entre a programação habitual da TV UFG.

O projeto, como exemplar prático de uma produção multimídia, trata de aumentar as possibilidades de investigação e pesquisa sobre esse segmento do Jornalismo. Este trabalho teria vida útil limitada caso não se colocasse à disposição da produção e disseminação do conhecimento. O mercado de trabalho de Jornalismo tem sinalizado de forma redundante que o

Jornalismo Multimídia, aqui entendido como o uso concomitante de diferentes meios para veicular um mesmo conteúdo, é o padrão que se pretende alcançar. Essa realidade cria nichos de reflexão e pesquisa, além da necessidade pragmática de se preparar os acadêmicos para uma rotina profissional inserida nesses moldes. Em sintonia com essa carência, o trabalho pretende ser continuado por meio de um Projeto de Extensão, viabilizado dentro da Faculdade de Comunicação Social da UFG

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cândido José Mendes de. **Uma Nova Ordem Audiovisual**: Novas Tecnologias de Comunicação. São Paulo: Summus, 1988. 106 p.

ARAÚJO, Ellis Regina; SOUZA, Elizete Cristina de. **Obras Jornalísticas**: uma síntese. 3. ed. Brasília: Vestcon, 2008. 555 p.

BECKER, Maria Lúcia. Cidadania, Globalização e Cibercultura: Fatores de crise e reconfiguração do campo jornalístico. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 6, n. 11, p. 17-24, jan./jun. 2005.

BERTOCCHI, Daniela. **Antenada no Jornalismo Multimídia**. 2003. Entrevista concedida ao *site* Comunique-se – o portal da comunicação. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?op2=1&op3=2&editoria=135&idnot=10172>>. Acesso em: 15 agos. 2010.

CALDAS, Álvaro. **Deu no Jornal**: O Jornalismo Impresso na Era da Internet. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2002. 208 p.

CANAVILHAS, João Messias. Considerações gerais sobre jornalismo na web. In: CONGRESSO IBÉRICO DE COMUNICAÇÃO, 1., 2001, Portugal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em: 12 agos. 2010.

DIZARD JR, Wilson. **A Nova Mídia**: A comunicação de massa na era da informação. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000. 324 p.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 380 p.

HERSCOVITZ, Heloisa. A internet e o futuro dos jornalistas. **Revista Brasileira da Ciência da Comunicação**, São Paulo, SP, v. XXVI, n. 1, p. (páginas 11 - 24), jan./jun. 2001.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra Ltda, 2003. 179 p.

MIELNICKZUK, Luciana. Características e Implicações do jornalismo na Web. 2001. Disponível em: <http://200.18.45.42/professores/chmoraes/comunicacao-digital/13-2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf> Acesso em 12 agos. 2010.

UNIVERSITY OF NORTH CAROLINA. **Multimídia**. Greensboro, NC. Disponível em: <<http://www.virtual.epm.br/material/tis/curr-med/temas/med5/med5t12000/tis/multimidia.htm>>. Acesso em: 15 agos 2010.

ZANOTTI, Carlos Alberto. Gutenberg Cai na Rede – Os principais impactos que a internet impôs aos processos de produção de um jornal diário, de porte médio, da cidade de Campinas. **Revista de Estudos de Jornalismo**, Campinas, v. 5, n. 2, p. 5 - 23, jul./dez. 2010.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Questionário

Este questionário foi elaborado por alguns alunos de Jornalismo, da Universidade Federal de Goiás, com o objetivo de pesquisar dados que auxiliem no desenvolvimento de um Projeto Multimídia, a ser apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso, em 2010.

1 – Sexo: F () M ()

2 - Idade: () menos de 18 () entre 18 e 40 () acima de 40

3 - Nível de escolaridade:

- () Ensino Fundamental
- () Ensino Médio
- () Ensino Superior
- () Pós-Graduação
- () Mestrado
- () Doutorado

4 - Profissão:

- () Estudante Curso: _____
- () Professor
- () Funcionário público
- () Outros: _____

5 – Nível de renda

- () de 1 a 3 salários mínimos () de 4 à 10 salários mínimos () acima de 10 salários mínimos

6 – Qual formato de programa de TV que mais chama sua atenção?

- Entrevista com um convidado, no estúdio
 - Entrevistados debatendo sobre determinado assunto, com possibilidade de participação do público
 - Entrevistados debatendo sobre determinado assunto, sem possibilidade de participação do público
 - Noticiário, com um âncora chamando as matérias
 - Noticiário, com âncora chamando as matérias e entrevista com um convidado, no estúdio
 - Entretenimento
 - Outros Qual?
-

7 – Qual o formato de web você prefere?

- Blog
 - Site
 - Outros Qual?
-

8 – Qual tema mais te interessa (para ser veiculado em uma revista, site e programa de TV)?

- Meio ambiente
 - Política
 - Economia
 - Esporte
 - Cinema
 - História
 - Cultura
 - Sexo
 - Saúde
 - Mundo
 - Tribos
 - Outros Qual?
-

9 – Você conhece a TV UFG?

- Sim, assisto sempre
- Sim, assisto alguns programas
- Sim, já ouvi falar, mas nunca assisti
- Não

10 – Você acha que a TV UFG é bem divulgada?

- Sim
- Não

11 - Qual sua opinião sobre o questionário?

- Fácil de entender
- Tive dúvidas em algumas perguntas
- Importante para a criação de um Projeto Multimídia
- Desnecessário
- Gostei de fazer parte da pesquisa

APÊNDICE B - RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO

1 – Sexo:

F – 46 (61,3%)

M – 29 (38,7%)

2 - Idade:

menos de 18 – 4 (5,3%)

entre 18 e 40 – 59 (78,7%)

acima de 40 – 12 (16,0%)

3 - Nível de escolaridade:

Ensino Fundamental – 0

Ensino Médio – 12 (16,0%)

Ensino Superior – 56 (74,7%)

Pós-Graduação – 5 (6,7%)

Mestrado – 2 (2,6%)

Doutorado – 0

4 - Profissão:

Estudante – 46 (61,3%)

Professor – 8 (10,7%)

Funcionário Público – 21 (28,0%)

Área:

Humanas – 32 (64%)

Exatas – 8 (16%)

Biológicas – 10 (20%)

5 – Nível de renda

de 1 a 3 salários mínimos – 38 (50,7%)

de 4 a 10 salários mínimos – 32 (42,7%)

acima de 10 salários mínimos – 5 (6,6%)

6 – Qual formato de programa de TV que mais chama sua atenção?

Entrevista com um convidado, no estúdio – 14 (14%)

Entrevistados debatendo sobre determinado assunto, com participação do público – 23 (23%)

Entrevistados debatendo sobre determinado assunto, sem participação do público – 2 (2%)

Noticiário, com âncora chamando as matérias – 5 (5%)

Noticiário, com âncora chamando as matérias e entrevista com um convidado, no estúdio – 38 (38%)

Entretenimento – 18 (18%)

7 – Qual o formato de web você prefere?

Blog – 12 (16%)

Site – 63 (84%)

8 – Qual tema mais lhe interessa (para ser veiculado em uma revista, site e programa de TV)?

Meio Ambiente – 28 (13,1%)

Política – 19 (8,2%)

Economia – 7 (3,0%)

Esporte – 14 (6,1%)

Cinema – 39 (16,9%)

História – 19 (8,2%)

Cultura – 41 (17,7%)

Sexo – 11 (4,9%)

Saúde – 17 (7,3%)

Mundo – 27 (11,7%)

Tribos – 9 (3,9%)

9 – Você conhece a TV UFG?

Sim, assisto sempre – 4 (5,3%)

Sim, assisto alguns programas – 9 (12,0%)

Sim, já ouvi falar, mas nunca assisti – 50 (66,7%)

Não – 12 (16,0%)

10 – Você acha que a TV UFG é bem divulgada?

Sim – 13 (17,3%)

Não – 62 (82,7%)

11 - Qual sua opinião sobre o questionário?

Fácil de entender – 41 (41%)

Tive dúvidas em algumas perguntas – 5 (5%)

Importante para a criação de um Projeto Multimídia – 22 (22%)

Desnecessário – 1 (1%)

Gostei de fazer parte da pesquisa – 31 (31%)