



## **Proposta de Implementação de Ações Multimídia nos Programas Jornalísticos da Televisão Universitária Unesp – TV Unesp<sup>1</sup>.**

Juliana da Silva RAMOS<sup>2</sup>  
Fernando Ramos GELONEZE<sup>3</sup>  
Rene Rodriguez LOPEZ<sup>4</sup>

Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

### **Resumo**

Este artigo apresenta os resultados da elaboração de uma nova proposta para o processo de produção jornalístico em televisão. Os estudos foram realizados através da implementação de ações multimídia nos programas jornalísticos da Televisão Universitária UNESP – TV Unesp. O objetivo é tornar estes programas convergentes e multiplataformas. Para tanto, foram utilizadas diferentes estratégias que buscaram a participação do público na produção *broadcast*, e a integração do conteúdo informativo em diferentes meios, tornando os programas jornalísticos da emissora, mais interativos.

**Palavras-chave:** telejornalismo; conteúdos digitais; televisão; interatividade; multimídia.

### **Introdução**

Produzido por pesquisadores vinculados à Televisão Universitária UNESP – TV Unesp, este artigo é resultado de um amplo estudo com foco no processo de produção jornalístico. Através da real rotina de trabalho dentro da emissora, a pesquisa buscou inserir nos produtos jornalísticos em criação elementos que os ligassem às multiplataformas<sup>5</sup> e suas respectivas práticas nas redes digitais. Como conceito base o Jornalismo da TV Unesp tem como proposta atuar com produtos de mídia inseridos na era da informação, contendo a participação do público e a presença em redes sociais e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista, Especialista em Gerenciamento de Marketing, Aluna Especial do Mestrado em Televisão Digital da Unesp - Bauru e Produtora Multimídia da TV Unesp, email: [julianaramostv@gmail.com](mailto:julianaramostv@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestre em Televisão Digital pela Unesp - Bauru, Supervisor do Setor Multimídia da TV Unesp, email: [fernandogeloneze@gmail.com](mailto:fernandogeloneze@gmail.com)

<sup>4</sup> Jornalista, Mestre em Televisão Digital pela Unesp - Bauru, Produtor da TV Unesp, email: [renejornalista@hotmail.com](mailto:renejornalista@hotmail.com)

<sup>5</sup> Diz-se multiplataforma um programa ou sistema que roda em mais de uma plataforma.



*web*, essas ações são essenciais para dar forma e conteúdo a este modelo de jornalismo denominado interativo.

A TV Unesp é uma emissora criada em 2009 pela Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho" e sediada na cidade de Bauru - São Paulo. Dentre seus objetivos estão a elaboração de programas de televisão culturais e educativos que atendam a comunidade, ser um centro de pesquisas nas áreas de comunicação, tecnologia e educação, colaborar com o desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre - SBTVD-T e ser uma emissora interativa e conectada à diferentes meios de comunicação.

A partir dessa ótica, buscando atender esses objetivos - mais notadamente ao que se refere à interatividade e atuação em diferentes meios - foi criado, dentro da estrutura de organização e funcionamento da televisão, o departamento de Multimídia. Através da articulação deste novo setor, a TV Unesp busca ir além do meio televisivo. Sua atuação prevê a integração de diferentes meios de comunicação. Para isso, o setor deve promover ações internas e externas, buscando conectar todos os seus departamentos às mídias e ao novo telespectador. Este novo sujeito que participa, que vota, que acessa conteúdos extras e interage de diversas formas tem recebido as mais variadas nomenclaturas. Entre as possibilidades o termo “interator” tem se apresentado por denominar um cenário no qual a interatividade, por mais ampla que seja, limita o processo de criação dentro de possibilidades pré-estabelecidas. “Os interatores podem apenas atuar dentro das possibilidades estabelecidas quando da escritura e da programação de tais meios” (Murray, 2003, p. 149). Apesar de “interator” representar parte das ações deste novo sujeito, no âmbito deste trabalho, optamos pelo conceito de “usuário”, definido por Gosciola (2004, p. 2) como mais amplo, pois engloba diversas mídias em “ações de uso, utilização e comunicação com a obra”.

Idéia esta também defendida por Teixeira (2006, pag. 6), o qual acredita que no contexto da cultura digital os espectadores passam para a categoria de usuários, uma vez que interagem com o meio personalizando seu consumo.

Vale ressaltar que ainda no escopo deste trabalho são utilizados outros dois termos passivos de caracterização: hipermídia e multimídia.

A hipermídia é um desenvolvimento do hipertexto, designando a narrativa com alto grau de interconexão, a informação vinculada. Pense na hipermídia como uma coletânea de mensagens elásticas que podem ser esticadas ou encolhidas de acordo com as ações do leitor. As idéias



podem ser abertas ou analisadas com múltiplos níveis de detalhamento.  
(NEGROPONTE, 1995, pag. 66)

Já no que tange ao entendimento do termo multimídia, Levy (2000, pag. 68) preconiza a utilização de diferentes meios de comunicação com função de complementaridade. Assim, denominamos “produto multimidiático jornalístico” o conteúdo resultante da apuração dos fatos, que não necessariamente se tornará uma matéria jornalística, podendo ter diferentes destinos (tv, redes sociais, *blogs* e *web sites*).

A esta idéia, Carvalho (2002, pag. 248) adiciona que o termo multimídia esta em evolução. Com o advento das tecnologias digitais estaríamos entrando em sua terceira fase, caracterizada pela inserção da interatividade.

Apesar da contradição posta por diversos autores ao conceituar interatividade, entendemos como uma mídia interativa aquela que, basicamente, se desprenda do modelo de um emissor para vários receptores, e permita a este certa participação, mesmo que esta interatividade seja apenas uma percepção do seu ponto de vista (TEIXEIRA, 2006, p. 186). Ainda em complemento a esta ideia, Stever (1992, *apud* Becker e Montez, 2005, p. 49) conceitua a interatividade como grau de participação, ou influência, na modificação imediata na forma e no conteúdo de um ambiente computacional.

Estes conceitos aplicados à produção jornalística da TV Unesp acabaram por inserir novas práticas à redação. Além de novos produtos, a aplicação de um jornalismo multimídia resultou principalmente em um novo processo de organização do trabalho.

### **Jornalismo Multimídia**

Indo ao encontro da proposta educativa e cultural da emissora, o setor jornalístico da TV Unesp tem como linha editorial a formação de cidadãos críticos. Para isso, a informação deverá ser transmitida de forma consistente visando apresentar a realidade, além de transmitir valores de cidadania. Inicialmente o setor de Jornalismo contará com três programas, um telejornal, um programa de entrevistas e um programa de reportagens especiais.

Os programas jornalísticos devem ser produtos de mídia inseridos na era da informação, contendo a participação do público e a presença em redes sociais e *web*. Isso, pois em consonância ao pensamento de Jenkins (2009, p. 189) acredita-se que “o



momento atual de transformações midiáticas está reafirmando o direito que as pessoas comuns têm de contribuir ativamente com sua cultura”. Essas ações são essenciais para dar forma e conteúdo a este modelo de jornalismo denominado interativo.

O jornalismo em tempos pós-modernos passa a ser uma ‘obra-aberta’. Ao invés de pensarmos em termos de um autor único que dita ‘verdades’ em um modelo um para todos, temos a criação de espaços jornalísticos de discussão onde os leitores ‘reconstruem’ as notícias e acrescentam valor às informações. (LUSTOSA, 2004, p. 1)

Dessa forma, o jornalismo da TV Unesp pretende produzir informações de qualidade, dando voz a comunidade na qual está inserido, aproximando a universidade da sociedade. Além de informação, o telejornal irá abordar conteúdos educativos, culturais, incentivando a participação do público e valorizando as características regionais.

Mesmo com a intenção de ter um formato convergente, a estruturação do setor teve como base o formato convencional. O desafio está em definir um processo de trabalho no qual as novas mídias façam parte da produção jornalística em todas as etapas. É necessário que a visão multiplataformas esteja inserida em todas as fases da produção, desde a reunião de pauta até o momento em que a matéria vai ao ar (via televisão, via *web* por *stream* e *on demand*) onde existe a possibilidade de um diálogo com o usuário.

Isto pois entendemos que o desenvolvimento desta nova maneira de se relacionar com os meios eletrônicos, que teve seu grande avanço com a internet, estaria assim dando espaço para o surgimento de uma nova cultura, novos comportamentos e modos de usufruir das tecnologias digitais. Com as inovações, surge um novo perfil de usuário hábil para tirar proveito das possibilidades e potencialidades destas plataformas de comunicação.

Neste sentido, Pavlik (2005, p. 21) acredita que os novos meios estão possibilitando o desenvolvimento de novas técnicas narrativas. Para o autor, aspectos como maior participação da audiência, comunicação interativa e informações mais contextualizadas, completas e navegáveis são elementos essenciais para as novas mídias digitais.

No entanto, novas técnicas exigem alterações no fluxo de trabalho dentro da redação. No jornalismo tradicional, as funções de cada jornalista eram bem definidas, como pautar uma matéria para um jornal impresso, ou produzir uma reportagem para



um telejornal. A informação que anteriormente tinha o destino definido, deve ser agora pulverizada para outros canais de comunicação.

Durante as conversas entre os dois setores, surgiu a necessidade de desenvolver uma proposta de implementação, já que o novo formato de trabalho, além dos conteúdos tradicionais da produção televisiva, agrega agora outros complementos visando os novos canais de inserção de informações.

Ser digital não é apenas um estado de tecnologia, é uma maneira de definir o processo crítico que torna possível a operação com notícias, e uma maneira de ligar esses processos para tornar a redação mais dinâmica. Isso significa usar a tecnologia mais efetivamente, não apenas usar mais tecnologia. (NORTHRUP apud QUENN, 2002. p 57).

O processo produtivo passa a ser pensado de modo ramificado e as novas mídias exigem também atualização de conteúdo e estudo de linguagens específicas para cada ferramenta. Os profissionais também devem se adequar a nova estrutura e pensar a informação de forma diferenciada de acordo com a plataforma a ser utilizada, pois como coloca Leite:

O futuro do jornalismo na era das novas tecnologias, neste caso em especial na TV digital, se baseará no domínio das ferramentas tecnológicas em conjunto com a capacidade de elaboração de um pensamento crítico de consistência, que fará a diferença entre os jornalistas e as pessoas comuns que estão distribuindo informação. (LEITE, 2009, p. 52)

Ferrari (2004, p. 47), em uma análise voltada à busca por audiência, mas não menos importante como forma de oferecer informativos que atendam o interesse público, ressalta que em uma realidade na qual as informações rapidamente tornam-se comuns a todos os veículos, é preciso criar um diferencial para conquistar o espectador. Para a autora, a informação deve ser bem trabalhada, explorando todas as possibilidades disponíveis pelo meio (ou meios). Assim o espectador será conquistado não apenas pela profundidade das informações, mas também pela riqueza de desdobramentos oferecidos. Desta maneira, a introdução das ferramentas interativas aos telejornais permite que um veículo, que tem por natureza trabalhar com informações de modo superficial, possa dar ao espectador a chance de conhecer melhor os assuntos tratados.

### **Metodologia de implantação**

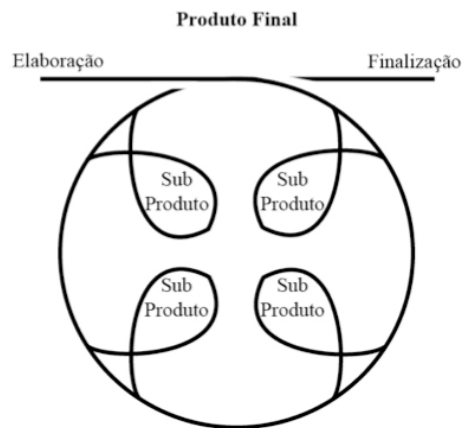
Buscando realizar um trabalho coerente dentro da nova realidade dos meios de comunicação e mídia, o Setor de Multimídia utiliza como metodologia para o desenvolvimento de seus projetos um conjunto de métodos denominado *Agile Development*.

Este método descreve o processo clássico de desenvolvimento de produtos, seguindo a lógica de produção, desde a etapa de elaboração até a finalização, da seguinte forma: Escopo > Elaboração > Produção > Testes, como descreve a autora Leisa Reichelt, no artigo chamado “*Agile Development*”.

No entanto, o emprego deste processo à macro estrutura de desenvolvimento pode vir a acarretar problemas no fluxo de produção. Isto porque as falhas serão encontradas apenas nas etapas finais do projeto. Levando em consideração as múltiplas áreas envolvidas, ainda mais amplas no caso de uma emissora interativa, reiniciar o projeto e o processo produtivo novamente significaria aumentar o tempo de realização consideravelmente. Realidade essa, incompatível com as necessidades e agilidade inerente ao meio televisivo. Além disso, o isolamento das áreas envolvidas, gerada por esse processo, diminui consideravelmente a qualidade final do trabalho que está sendo desenvolvido.

Por todas essas questões, o setor Multimídia optou por adotar o método *Agile Development* proposto por Reichelt, o qual consiste no desenvolvimento de pequenos projetos e produtos derivados do produto final (gráfico 01). Portanto, no decorrer de cada processo, caso haja algum problema, ele pode ser detectado em um de seus subprodutos e corrigido. Devido a esse procedimento, o tempo de desenvolvimento do projeto diminui consideravelmente.

**Gráfico 01:** Processo *Agile Development* de desenvolvimento de produto.



Fonte: GELONEZE, 2010. p5.

Dessa forma, as distintas áreas envolvidas no projeto se mantêm em contato constante, cada indivíduo adquire mais consciência de todo o processo de produção. No final de cada trabalho, o resultado é positivo devido à soma de experiências.

Após a formação da equipe multidisciplinar e o estabelecimento do processo de produção, é iniciada a etapa de desenvolvimento. E é dessa maneira que o setor multimídia desenvolve suas pesquisas em parceria com o Jornalismo.

### **Fluxo de Trabalho**

Os autores propõem o desenvolvimento de um processo de trabalho que facilite e organize a estruturação da informação na própria redação, visando a convergência do conteúdo pautado para transformá-los em multiplataforma. Dessa forma, o material produzido deve ser desenvolvido para a televisão, mas pensando também nas plataformas na qual serão veiculados seus subprodutos, como as redes sociais, *sites*, blogs, etc. Devido a essa nova forma de veiculação, não denominamos o produto final como matéria jornalística e sim como Produto Multimidiático Jornalístico.

As ações foram divididas em quatro frentes de trabalho, a primeira é formada pelas ações interativas para *web*, como:

- Criação de web site que irá funcionar como uma base de recepção de conteúdos, além de informações produzidas exclusivamente para o site, ele estará integrado às redes sociais e receberá também o conteúdo veiculado na televisão em formato on demand.



- Inclusão dos programas jornalísticos nas redes sociais e a distribuição das informações através destas ferramentas, buscando um diálogo direto com os interagentes.

- Atualização de blog com informações direto da redação, ou até mesmo a criação de blog exclusivo para jornalistas responsáveis por determinado programa.

- Conteúdos exclusivos para abastecer o site, como entrevistas mais longas com a participação do público, após uma breve entrevista durante o telejornal. Outra opção é fazer o acompanhamento dos bastidores de uma matéria revelando o passo-a-passo da produção jornalística para a TV.

A segunda frente é determinada pelas ações multimídia internas, na qual são discutidas aplicações de programas e ou dispositivos de comunicação, como:

- A utilização de *tablet* para comunicação interna entre apresentadora e o produtor multimídia e diretor do programa que ficam na *switcher*<sup>6</sup>, além de permitir o acesso direto às redes sociais. Há também um estudo para a utilização da *tablet* como uma plataforma para que o próprio apresentador possa disparar conteúdos para sua transmissão ao vivo ou no monitor do cenário.

- Outra sugestão é a utilização de *web cam* para a realização de entrevistas a distância, como parte dos programas jornalísticos, quando não houver a possibilidade do entrevistado estar presente em estúdio.

A terceira frente de trabalho é focada em ações inseridas através da *web* visando gerar conteúdos que agregam ao material que será transmitido via *broadcast*<sup>7</sup>, por exemplo, um espaço dentro do *site* para que os telespectadores possam postar suas sugestões de pauta.

- Desenvolvimento de campanhas para o incentivo de envio de vídeos, captados pelos próprios telespectadores. A veiculação desses vídeos pode acontecer como complemento de matérias produzidas pela equipe da TV Unesp, ou em formato de série

---

<sup>6</sup> O setor *Switcher*, é responsável por receber todas as fontes de mídia finalizadas provenientes da produção de estúdio e pós-produções, organizar os blocos de programação, que em TVD são denominados de eventos, e entregá-la a um sistema de transmissão que irá encaminhar o fluxo de mídia até o sistema de radiodifusão.

<sup>7</sup> *Broadcast* (do inglês, "transmitir") é o processo pelo qual se transmite ou difunde determinada informação, enviada para muitos receptores ao mesmo tempo. A Televisão aberta possui suas difusões através de *broadcast*, onde uma ou mais antenas de transmissão enviam o sinal televisivo através de eletromagnéticas.





utilizando exclusivamente os materiais enviados pelos usuários, de acordo com tema pré-definido pela produção.

A quarta e última frente de trabalho se refere ao desenvolvimento de linguagem e estilo, com o objetivo de tornar o layout dos programas mais modernos e dinâmicos. Para isto, a equipe multimídia apresenta algumas sugestões, como:

- A inserção de informações enviadas via microblog através de GC, em programas que não são transmitidos ao vivo, para que dessa forma haja a inserção da opinião dos usuários, dando um ar mais factual ao programa.

- Outra proposta inclusa nesta frente é a concepção de chamadas que entrem nos intervalos da programação em formato de boletins, para atualizar o telespectador de assuntos recentes. A inovação está em definir um *layout* contemporâneo, baseado na linguagem de microblogs e redes sociais, onde a notícia será inserida nesse *layout* que será padrão. Essa informação será dada através de um texto curto e objetivo, sem a gravação de locução, utilizando apenas uma trilha. Dentro dessa vinheta deverá conter o horário do próximo jornal, e o endereço do *site* da emissora. Dessa forma, a Televisão também atrai o público para ver a notícia completa no telejornal e em outra plataforma (*site*).

### **Proposta de fluxograma do Processo Produtivo do Jornalismo**

Com a inserção dos novos canais de distribuição da informação na TV Unesp, surge a necessidade de um estudo sobre como organizar o processo de trabalho dos jornalistas do setor e o fluxo da notícia dentro da redação da TV Unesp.

Em relação ao processo de trabalho dos jornalistas, após a reunião de pauta e a definição e distribuição das mesmas, o produtor e o repórter que foram designados para abordar um assunto específico, deverão imaginar desde o início da apuração, a ramificação que esta notícia pode ter. Cada jornalista é responsável pelo desdobramento de sua pauta para os veículos disponíveis. Os jornalistas deverão estar atentos também na escolha de qual canal de comunicação utilizar, e definir qual o melhor momento de publicar.

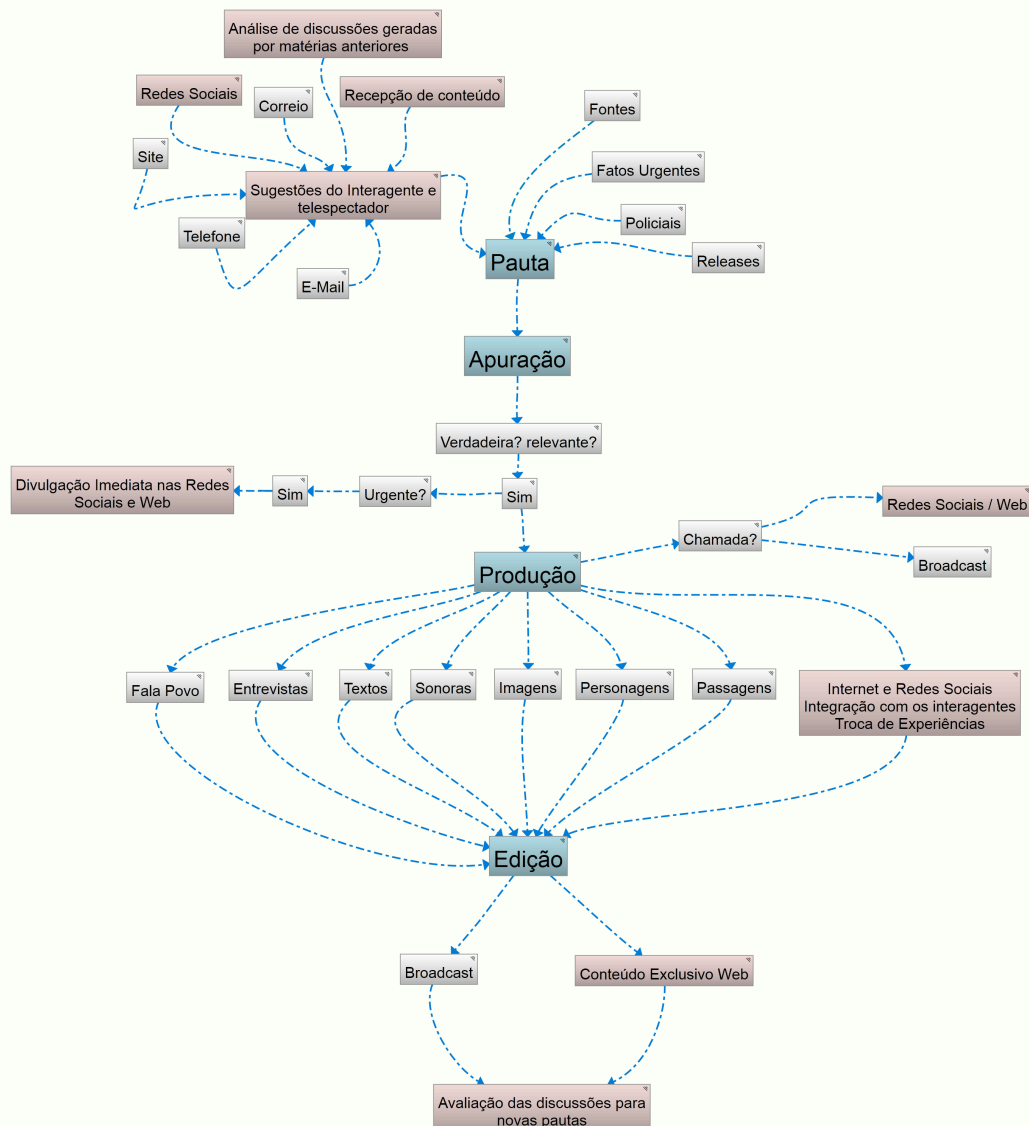
As newsrooms have shrunk, the job of the remaining reporters has changed. They typically face rolling deadlines as they post to their newspaper's website before, and after, writing print stories. Some are required to blog and tweet as well, some to produce videos. The good



news is, they can write shorter, more focused stories for the print edition of the paper and provide longer, more detailed versions online that can be enhanced and updated as events progress. However, these additional responsibilities—and having to learn the new technologies to execute them—are time-consuming, and come at a cost. In many newsrooms, old-fashioned, shoe-leather reporting—the kind where a reporter goes into the streets and talks to people or probes a government official—has been sometimes replaced by Internet searches. (WALDMAN, 2011. p 55).

Quanto ao fluxo da notícia dentro da redação da TV Unesp, os materiais produzidos para o jornal e os programas jornalísticos são considerados subprodutos, voltados para diferentes mídias. A participação do público está inserida desde o início do processo. Segue abaixo o fluxograma do processo produtivo do jornalismo (gráfico 02):

**Gráfico 02:** Fluxograma do processo produtivo do jornalismo



### Legenda

Quadros azuis: Ações essenciais no formato tradicional de jornalismo.

Quadros Vermelhos: Novas formas de interatividade.

É importante ressaltarmos que, por mais que as ações estejam representadas de maneira linear e verticalizada pela planificação do processo, em alguns casos, as etapas podem acontecer simultaneamente ou nem vir a acontecer. Cada informação tem uma maneira de ser interpretada, cabe ao jornalista saber a hora de estimular o público à participação, o momento e a maneira de inserir conteúdos na rede (*web*) e em alguns casos, se julgar necessário, apenas veicular da maneira tradicional, via televisão.



## **Considerações finais**

O amadurecimento deste processo de implantação se dá diariamente no trabalho em conjunto dos dois setores. Além da rotina diária, estão definidas reuniões periódicas para discutir de forma mais aprofundada e avaliativa as ações executadas. Os jornalistas envolvidos, inicialmente, se mostraram um pouco resistentes devido o aumento da produção individual e da responsabilidade na entrega de mais conteúdos. Entretanto, conscientes das mudanças na qual a televisão vem passando e cientes do quanto a interatividade agrega na comunicação, a implementação se faz cada vez mais natural e espontânea.

A integração entre setores torna cada vez mais completo o processo de desenvolvimento de um jornalismo interativo. É percebido que a troca de experiências e a pluralidade entre os profissionais acabaram por resultar na qualificação de toda a equipe.

Por fim, vale ressaltar que a televisão digital vai além de imagem e som em alta definição, o desafio é sempre inovar e acompanhar o processo evolutivo dos meios para que haja a preservação e ou aumento da audiência. As novas mídias emergentes, não devem representar concorrência, nesse ponto se faz necessário a convergência e a visão de que os meios de comunicação são complementares, cada um com suas especificidades.

## **Referências**

BECKER, Valdecir, e Carlos MONTEZ. **TV digital interativa: conceitos, desafio e**



**perspectivas para o Brasil.** 2 ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

CARVALHO, A. (2002) **Multimídia: um conceito em evolução**, Revista Portuguesa de Educação, 2002, 15(1), pp. 245-268, Universidade do Minho

**ECOS Revista (Educat)**, local, v.10, n.01, p.183-204, jun. 2006.

GELONEZE, Fernando. **Modelo de produção de aplicação interativa para Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre em Ginga**. In anais XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS. 2010.

FERRARI, Pollyana. **“Jornalismo Digital”**. São Paulo: Contexto, 2004.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas Mídias**. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre RS, 2004. Porto Alegre

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

LEITE, Jailma Simone Gonçalves. **Jornalismo interativo na TV digital**. Revista eletrônica Temática, nº 05, p. 1-53, maio de 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 LTDA, 2000.

LUSTOSA, Carmen. **Internet, Televisão e os Rumos do Telejornalismo**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=285DAC001>>. Acesso em 21 de maio de 2008>.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: O Futuro da Narrativa no Ciberespaço**. Tradução Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. Editora UNESP, ITAÚ Cultural, 2003.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia da Letras, 1995.

REICHEL, Leisa. **Agile Development**. Berlin. Web 2.0 Expo Berlin, 2007.  
NORTHROP, Kerry apud QUINN, Stephen. Knowledge management in the digital newsroom, Oxford. Focal Press, 196 p, 2002.

TEIXEIRA, Lauro H. P. **Usabilidade e Entretenimento na TV Digital Interativa**.



WALDMAN, Steven. **The Information needs of communities – The changing media landscape in a broadband age**. Relatório produzido em conjunto com o Grupo Information Needs of Communities. 2011. Disponível em:  
<[http://transition.fcc.gov/osp/inc-report/The\\_Information\\_Needs\\_of\\_Communities.pdf](http://transition.fcc.gov/osp/inc-report/The_Information_Needs_of_Communities.pdf)>