

Roteiro Hipermídia “400 anos de São Luís”¹

Roberth Thalys Matos MEIRELES²

Jade Bonna Vitória DUARTE³

Nadia Cristina Biondo COSTA⁴

Patrícia AZAMBUJA⁵

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO: Diante do cenário de ampliação das possibilidades para o audiovisual em geral - nas suas diversas plataformas, formatos e linguagens -, o profissional de comunicação é obrigado a repensar todo o processo de criação dos produtos não ficcionais. O trabalho experimental aqui apresentado - roteiro hipermídia “400 anos de São Luís” - aborda como essas transformações podem afetar essa etapa de produção. Assim, busca compreender também como a linguagem fragmentada, típica do produto hipermidiático, reelabora o processo de roteirização convencional (preenchimento das lacunas para a interação), altera as etapas de produção e as características das equipes envolvidas, que passam a estar inseridas em contextos transdisciplinares.

PALAVRAS-CHAVE: roteiro; aplicativo; hipermídia, transdisciplinaridade e convergência.

1 INTRODUÇÃO

A proposta de criação do roteiro do vídeo “400 anos de São Luís” está baseada na forma de um experimento de roteiro pensando os novos processos de criação para as novas plataformas digitais. As modificações na estrutura do roteiro, na linearidade da narrativa para uma narrativa fragmentada, nas especificações do roteiro visual do vídeo hipermidiático que se modificam para um layout modular, nos aspectos da interação humano/computador e em situações a partir das quais os diferentes meios (e suas linguagens específicas) se encontram no roteiro, buscando demonstrar atuações específicas para a escrita, a fotografia, o vídeo, o áudio, aspectos lúdicos e de avaliação dentro do processo ensino-aprendizagem, a partir das escolhas individuais e como a narrativa linear abre espaço propiciando lacunas a serem preenchidas pelos conteúdos adicionais dos aplicativos para a interação. E é a partir dessas lacunas que a ruptura na linearidade se dá, tendo que ser

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade CA06: Roteiro de não ficção (avulso ou seriado).

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: roberthmeireles@hotmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: jadevitoria@hotmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social, email: ncbiondocosta@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora Adjunta do Curso de Comunicação Social/ UFMA, mestre em Artes Visuais/ UNESP e doutora em Psicologia Social/ UERJ. Email: patriciaazambuja@yahoo.com.br.

estimulante o suficiente ao ponto do indivíduo que assiste a narrativa linear se interessa pelo aplicativo que foi disponibilizado, assim gerando a real opção de escolha em prosseguir na linearidade ou optar pela fragmentação, migrando para outra forma de linguagem ou permanecendo como espectador tradicional que conhecemos.

2 OBJETIVO

O projeto - que partiu do tema “400 anos de São Luís” e foi operacionalizado primordialmente por equipe transdisciplinar - apresenta questões não apenas técnicas, mas busca explorar a linguagem do vídeo no sentido a experimentar algumas soluções para a televisão interativa. O objetivo deste trabalho, portanto, é demonstrar o desdobramento na prática de roteirização do audiovisual, sofrido a partir da digitalização dos suportes de distribuição e recepção desses conteúdos.

A professora Cossete Castro (2011) cita sobre esse desdobramento: “A noção de inovação ultrapassou o campo da ciência e da tecnologia, já entrou no campo das Ciências Sociais e cada vez mais envolve a cultura, a comunicação e a educação, assim como a noção de criatividade”. A produção deste roteiro deve prezar sobre tudo pela dinâmica do acesso a recursos diferenciados, considerando que a nova mídia é criada em computadores, distribuída via computadores e arquivada em computadores. Desta forma a lógica do computador influencia significativamente a lógica da mídia, e por isso, a necessidade de mudanças de técnicas na produção do audiovisual, destacada neste trabalho por meio do roteiro, ferramenta para produção que ganha uma nova metodologia em sua montagem.

Processo o qual permite ampliar o conhecimento das diferentes interfaces em que a comunicação é projetada, assim, objetivando ampliar o conhecimento também sobre a construção dos possíveis roteiros a serem produzidos para os produtos hipermediáticos.

3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho de pesquisa justifica-se na observação de algumas experiências tecnológicas operadas a partir da digitalização dos meios de comunicação, e que apontam mudanças profundas nas práticas midiáticas.

O efeito *zapping* - instituído pelo uso do controle remoto -, por exemplo, favoreceu uma maior operacionalização das escolhas e preferências do telespectador e, na prática, também, maior fluidez no diálogo entre as tecnologias, os processos comunicacionais e suas audiências. Este efeito de fragmentação televisual começa a ser ampliado pelos *hiperlinks*

das estruturas complexas dos aplicativos distribuídos pela internet, aparelhos celulares, *tablets* e TV digital interativa, colocando no centro da discussão, questões ligadas ao universo que caracteriza práticas e formas de recepção do audiovisual televisionado (AZAMBUJA, 2011; AZAMBUJA e BONNA, 2012; AZAMBUJA e MONTEIRO, 2011).

Sendo assim, o roteiro aqui apresentado está baseado no entendimento de uma maior aproximação entre os telespectadores em geral e as novas estruturas híbridas, disponíveis, para este caso, em sua plataforma mais ou popular: a televisão aberta.

A experiência - chamada de Objeto de Aprendizagem *t-learning*⁶ - é composta por um vídeo principal linear (tema “400 anos de São Luís”) e aplicações interativas paralelas que seguem a orientação de demonstrar fusões e distanciamentos entre diferentes linguagens, no sentido de experimentar situações convergentes. A proposta está baseada em aspectos da interação humano/computador, situações a partir das quais os diferentes meios (e suas linguagens específicas) possam encontrar-se, buscando demonstrar atuações específicas (e complementares) para a escrita, a fotografia, o vídeo, o áudio, aspectos lúdicos e de avaliação dentro do processo ensino-aprendizagem, a partir das escolhas individuais.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Na construção de um produto hipermediático percebe-se as mesmas etapas das produções convencionais: da produção do roteiro, passando pela da pré-produção - quando visita-se as locações e testa-se todas as possibilidades em relação ao roteiro -, até à finalização (equipe de produção audiovisual). E então passa-se para a segunda fase, onde a produção linear é montada junto ao material complementar: os aplicativos para interatividade (equipe de designers, produção e programadores). Para Carlos Alberto Scolari: “A conversão dos textos em um formato digital facilita não só a reprodução e distribuição, sem perda de qualidade, mas também a fragmentação, manipulação, combinação e recomposição de seus elementos” (2008, p.82).

Mas afinal, onde a produção hipermediática se diferencia da convencional? A produção hipermediática se diferencia na fragmentação desse processo para cada formato ou linguagem que vai ser utilizado no “mosaico” convergente. Entretanto, Vicente Gosciola (2009) nos alerta que já existiam no passado soluções audiovisuais que ofereciam caminhos proveitosos para reflexões em torno de novas idéias. “Investigando tais novidades na trajetória histórica do audiovisual – cinema, televisão, vídeo interativo, vídeo-instalação,

⁶ *t-learning* ou *television learning* são programas de aprendizagem colaborativa e treinamento que utilizam a tecnologia de transmissão digital para televisão, auxiliados por meio das aplicações interativas para a execução das atividades.

web-video – é possível encontrar sugestões para um trabalho mais profissional de criação de narrativas para TV interativa digital” (p.202).

E é justamente na primeira etapa da produção, no roteiro, que a fragmentação precisa ser planejada. Precisamos inevitavelmente pensar um sistema aberto a atender diferentes demandas dos telespectadores, que passam a ser compreendidos como possíveis teleusuários.

Na internet é visível que o nível de interatividade pode ser elevado e esse recurso vai estar disponível na nova TV também. Mas a internet nasceu interativa, e é caracterizada pelas visitas de seus usuários. Já a televisão, há mais de cinquenta anos, tem como característica o “convite” aos telespectadores. Kerckhove explica a diferença que existe entre ler um livro e assistir à TV. Durante a leitura, as palavras levam o mundo para a mente, onde imaginamos lugares e pessoas. Na TV, a mente entra na tela, no mundo que está sendo mostrado. Quer dizer, aceitamos o convite [...] Em poucas palavras, na internet, o usuário busca informações. Na TV interativa, o telespectador é convidado a participar (MENDONÇA e CROCOMO, 2009, p.115)

A estrutura do roteiro em um produto hipermediático exige a percepção de mais dois momentos além da descrição das imagens e do áudio, especificamente: o design de interface (layouts, ícones, botões etc.) e a descrição dos caminhos para a interação, indicando os momentos de sua disponibilidade e as propriedades específicas desses conteúdos. Toda a proposta, portanto, passa a seguir esse princípio: o da abertura ao diálogo entre produção e recepção.

As diferenças nas materialidades de cada meio também devem ser observadas, e um aspecto, neste caso, é comum em todo o processo: os estímulos à participação. O enfoque linear e fluido fragmenta-se em aberturas específicas ao interesse de quem participa do processo, produzindo fissuras híbridas e heterogêneas.

O que imaginamos poder gerar maior interesse à participação.

Portanto, a diferenciação básica entre os roteiros convencional e hipermediático seria a fragmentação inerente ao processo de criação, assim como, a inserção de profissionais de outras áreas nas etapas de produção. A própria direção passar a ser multidisciplinar, e neste projeto podemos contar com o professor Dr. Carlos de Salles Soares Neto, coordenador do Laboratório Sistemas Avançados da Web/ LAWS, do Departamento de Informática/ UFMA.

Além do trabalho de roteirização, gravação e edição do vídeo principal e imagens complementares, mais duas equipes entraram no processo: 1) os Programadores de NCL⁷,

⁷ Linguagem de programação utilizada pelo Ginga – camada de middleware responsável por dar uma visão única a todas as aplicações propostas pelo Sistema Brasileiro de Televisão Digital.

também do Laboratório Sistemas Avançados da Web/ LAWS/UFMA (Rodrigo Costa Mesquita Santos e Jordan Boaz Rodrigues) e os Designers da Interface Multimídia/ UFMA (Bruno Serviliano Santos Farias e Luís Carlos Motta Júnior). Alinhavando, com isso, toda a produção audiovisual aos mecanismos de interação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Como foi apresentado anteriormente, este roteiro é parte do processo de criação da experiência - chamada de Objeto de Aprendizagem *t-learning* – de um vídeo principal com a temática “400 anos de São Luís” e seus aplicativos de interação. Temos como objetivo principal, demonstrar fusões e distanciamentos entre diferentes linguagens, no sentido de experimentar situações convergentes e estimular a relação dos usuários com o conhecimento da realidade.

Gosciola (2009) nos diz que “produzir um programa de TV com interatividade, para qualquer gênero ou formato, implica realizar uma peça audiovisual a partir de uma narrativa principal e realizar outras narrativas ou outros conteúdos que, em geral, complementam a primeira” (p.204). No processo de criação dessa experiência surgiram questionamentos de como roteirizar, quando uma narrativa linear precisa ser receptiva à inserções complementares, e assim, como resposta, foram introduzidas duas colunas à estrutura do roteiro convencional, onde os aplicativos foram sendo descritos. Paralelamente a isso, a parte de descrição das imagens e do áudio ia sofrendo readaptações, buscando fluidez nas relações entre fusões e distanciamentos.

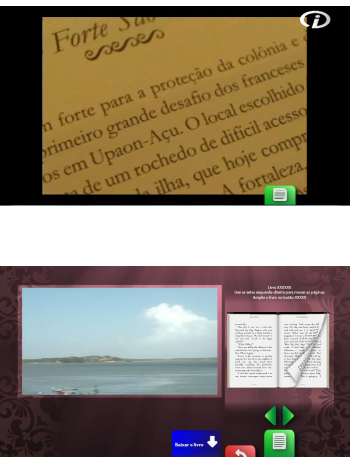
Tais informações serão úteis não só para organizar a produção, mas também para que os especialistas em aplicativos saibam o tempo certo para sincronização entre áudio, vídeo e os aplicativos. Num teste em que o apresentador convida o usuário a participar, por exemplo, é nesse momento que os aplicativos deverão ser colocados à disposição. E ficarão disponíveis durante o período em que tal quadro estiver no ar, o que é diferente da internet (MENDONÇA e CROCOMO, 2009, p.127)


Com o surgimento das colunas de interatividade, a fragmentação no processo de produção também fica ressaltada. A equipe não se limita mais à produzir apenas o vídeo principal, mas também à captar os conteúdos adicionais, como pesquisas, fotografias, games, textos, áudios, sites, conteúdos de avaliação etc. O processo demonstra maior fragmentação para a produção dos conteúdos e também para a equipe envolvida no processo.

Os encontros dos conteúdos sinalizados pelos ícones de interação propõem que vários caminhos sejam possíveis de serem acessados, devido ao caráter modular do produto hipermediático. Esta interface do *t-learning* influi para que no momento da criação do roteiro sejam pensados justamente estes relacionamentos entre os conteúdos e os usuários, de que forma este saiba fazer escolhas frente às experiências que lhe são propostas.

É esta possibilidade de convergência que exige novos modelos para o planejamento e pré-produção do audiovisual, a partir dos quais, o roteiro possa ser visto como uma construção de significados que podem se organizar de diversas maneiras. Vicente Gosciola (2004) diz que: “O trabalho mais técnico para o roteirista também se inicia aqui, quando ele definirá o que será feito: o projeto de bancos de textos, sons, imagens, a sua diagramação na tela, o projeto de áudio, a edição de vídeos, as transições entre as telas da hipermídia, etc.” (p.215). Na mesma linha desta afirmação, e tendo estudos sobre a produção de roteiros hipermídia, Gosciola (2004, p.215) diz existir três características “audiologovisuais” no que diz respeito às sequências dentro do roteiro interativo. São elas: a planificação (determina o tamanho e localização das informações); a movimentação (movimento de câmeras e informações complementares) e a transição (passagem de telas).

No exemplo do aplicativo aqui descrito, na coluna “vídeo” apontamos a inserção de imagens acompanhadas de *off* e, ao mesmo tempo, a *planificação* para a informações complementares (design). Na coluna “interação”, temos a descrição das *movimentações* disponíveis através das escolhas possíveis: caminhos bifurcados ao teleusuário. E por fim as *transições*, onde os links determinam a maneira como acontece a passagem de uma tela para outra.

VÍDEO	AUDIO	DESIGN	INTERAÇÃO
<p>Imagens do livros e as linhas no cap.4 Acompanhadas pelo <i>off</i> (leitura de uma parágrafo do livro)</p>	<p>OFF. Construir um forte para a proteção da colônia e dos seus moradores foi o primeiro grande desafio dos franceses assim que se viram instalados em Upaon-Açu.</p>		<p>Barra na cor verde, abaixo da tela, apresenta um primeiro item de uma sequência: ícone livro aparece no canto inferior direito, indicando que aquela condição de leitura poderá continuar.</p> <p>Quando o botão verde do controle remoto é acionado (sugestão por parte do usuário que deseja continuar lendo), a tela se fragmenta em diferentes módulos: ícone verde apresenta setas, ícone vermelho aciona a condição voltar para o vídeo principal, e azul (para os que</p>

			<p>possuem canal de retorno) indica caminho para site com o livro disponível (para compra ou download).</p> <p>Um segundo clique no botão verde do controle remoto, disponibiliza o livro (em condição de leitura), que passa a ocupar toda a tela. As imagens e o áudio do vídeo principal desaparecem, permanecendo apenas as setas de movimentação e o botão de retorno.</p>
--	--	--	---

Não somente os intervalos entre o *off* ou o começo de outra temática dentro da narrativa linear são suficientes para encaixar momentos de interatividade. Esses intervalos funcionam como o espaço a ser disponibilizados, porém, no texto da narrativa linear, por exemplo, do *off* ele deve também sinalizar para o usuário o conteúdo que será disponibilizado. O link inicial entre linear e interação que propicie a ruptura da linearidade para a fragmentação.

O roteirista, no momento em que desenvolve o roteiro, é o primeiro responsável pela idealização das imagens e dos sons do produto audiovisual linear. O trabalho mais técnico para o roteirista também se inicia aqui, quando ele definirá o que será feito: o projeto de bancos de textos, sons e imagens, a sua adequação ao fluxograma, a definição de necessidade de gráficos, o esboço e a diagramação da tela, o projeto de áudio, a edição de vídeos e as transições entre as telas da hipermídia (GOSCIOLA, 2004).

Na construção deste roteiro hipermidiático, separamos em três blocos, cada bloco com um eixo temático definido. O primeiro é a história da fundação da cidade, o segundo é centro histórico e o terceiro fala das igrejas que tem papel fundamental na fundação de São Luís, tanto de maneira histórica quanto dos saberes populares. Assim, cada bloco tem na sua narrativa do vídeo tradicional, um eixo temático para seguir, e é a partir deles que as interações surgem. Totalizando oito aplicações de diferentes formatos e linguagens, leitura, fotografia, áudio e game.

6 CONSIDERAÇÕES

A mídia que surge com a convergência digital potencializa os recursos audiovisuais, mas também exige novas formas de pensar conteúdos e técnicas para se trabalhar. Apesar de

recente, a estética e a linguagem hipermídia já apresentam experiências como esta que buscam sinalizar as mudanças e diferenciações das tradicionais narrativas audiovisuais.

Um dos maiores obstáculos para o profissional que escolhe se aventurar por essa área de trabalho é a necessidade de ampliar seu conhecimento para além dos moldes de produção audiovisuais conhecidas até então. Pensar a hibridização de plataformas e formatos é pensar para a produção hipermediática é analisar e conhecer como esses conteúdos produzidos podem ser misturados e como o indivíduo que vai lidar com ele se transforma de espectador para um usuário que precisa aprender lidar com uma nova maneira de consumo de conteúdo. As áreas de conhecimento do comunicador já não bastam para se trabalhar com a hipermídia, por isso a receita para esse tipo de produção vir da transdisciplinaridade, da criação de uma unidade de conhecimento entre diversificadas áreas. É uma unidade que não deve partir somente do profissional da comunicação, mas também partir das outras áreas de conhecimento envolvidos, da informática, da computação, do design, das artes e de todos os profissionais envolvidos com esse novo cenário de criação digital, com essa conversão de tudo em números e dados.

Sendo necessário também, por conta da transdisciplinaridade, um planejamento muito bem enraizado e esclarecedor para ambas as partes envolvidas na produção. Para que todas as equipes participantes tenham conhecimentos das demandas e das possibilidades de criação de cada área. Entender as ferramentas disponíveis nesse novo cenário de produções e em contrapartida pensar os profissionais das outras áreas, como podem ampliar o conhecimento deles pensando novas ferramentas a partir das demandas de outras áreas, como, por exemplo, as demandas criativas do profissional de comunicação em parceria com as possibilidades de criação do profissional de informática e de design, como uma pode influenciar um desenvolvimento da outra. A partir deste trabalho foi possível mensurar as mudanças que os profissionais e técnica precisam sofrer para roteirizar um produto nesta perspectiva de ampliar as possibilidades de criação para a comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZAMBUJA, Patrícia (2012). **Cognição e Mediação Técnica: passagem analógico-digital da recepção de TV sob a ótica da Teoria Ator-rede**. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

_____. (2011). **“Cadernalização” em Telejornal: algumas questões na produção de roteiro hipermediático**. In: Desafios da pesquisa em jornalismo. São Luís: EDUFMA, 2011, v.1, p. 35-51.

_____. (2008). **Interfaces Digitais: do telespectador-usuário às novas possibilidades no audiovisual**. Relatório de Projeto de Pesquisa. São Luís: PROEX - UFMA.

AZAMBUJA, Patrícia; BONNA, Jade (2012). **Televisão híbrida: entre comportamentos de imersão e situações domésticas**. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação - Intercom, 2012, Fortaleza/CE. Disponível no link: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2106-1.pdf>

AZAMBUJA, Patrícia; MONTEIRO, Márcio (2011). **Zapping Hipermediático: anotações sobre metodologia para análise de aplicativos para televisão digital**. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife. Disponível no link: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2138-1.pdf>

BRACKMANN, Christian (2010). **Usabilidade para TV Digital**. Trabalho de Mestrado em Ciência da Computação na Universidade Católica de Pelotas.

BECKER, Valdecir (2006). **Recomendações de Usabilidade para TV Digital Interativa**. Disponível em <http://www.lbd.dcc.ufmg.br:8080/colecoes/wtvd/2006/Paper3.pdf>.

CASTRO, Cossete (2011). **A Produção de Conteúdos Digitais Interativos como Estratégia para o Desenvolvimento**. Trabalho de pós-doutorado da Cátedra da UNESCO em Comunicação, Universidade Metodista de São Bernardo.

MENDONÇA, Alexandre e CROCOMO, Fernando (2009). **Produção Interativa de TV e Roteiro para Novas Mídias**. In: SQUIRRA, Sebastião e BECKER, Valdecir (orgs.) **TV Digital.Br**. São Paulo: Atêlier Editorial.

GOSCIOLA, Vicente (2003). **Roteiro para as Novas Mídias: do game para as novas mídias**. São Paulo: Editora Senac São Paulo.

_____. (2009). **Narrativas complexas para TV digital: do cinema de atrações à interatividade**. In: SQUIRRA, Sebastião et al (org.). **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina.

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

LOPES, Maria Immacolata (2011). **A recepção transmidiática da ficção televisiva: novas questões de pesquisa**. In: BORGES, Gabriela; FREIRE FILHO, João. **Estudos de televisão: diálogos Brasil-Portugal**. Porto Alegre: Sulina, p. 307-334.

MANOVICH, Lev (2003). **Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições**. In: LEÃO, Lúcia. **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. SP: Senac.

_____. (2001). **The Language of New Media**. London: MIT Press.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2005). **O telespectador frente à televisão**. Uma exploração do processo de recepção televisiva. *Communicare – Revista de Pesquisa*. São Paulo, v. 5, n. 1, p. 27-38. Disponível no site <http://softwarelivre.org/samadeu/orozco-telespectador-frente-a-tv.pdf>. Acessado em maio de 2011.

SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Livro da COMPÓS/2009. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Barcelona: Ed. Gedisa, 2008.

VILCHES, Lorenzo (2003). **A migração digital**. São Paulo: Edições Loyola.