

## O estudo de Websérie documental na Universidade Federal do Cariri, Ceará, Brasil

José Jullian Gomes de Souza<sup>1</sup>  
Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Cariri, UFCA

### Resumo

*Cali: la ciudad que no duerme* é um projeto multimídia realizado pelo portal espanhol *El País*. Sua construção narrativa é formulada por diversos e diferentes pontos de produção informativa, seja em forma de texto, seja em vídeo, infográfico, áudio etc, ampliando as possibilidades de comunicação entre produtor e usuário. Essa produção audiovisual webjornalística, citada anteriormente, tem reconfigurado a rotina do profissional de jornalismo e principalmente o papel da Comunicação, em que o leitor-espectador-usuário se encontra nessa nova ecologia midiática comunicacional (SANTAELLA, 2010), no ciberespaço. Uma vez que o panorama da Comunicação na internet tem aberto novas possibilidades de produção, circulação e expansão com o desenvolvimento de ferramentas que potencializam o produto webjornalístico: como as webséries documentais.

**Palavras-chave:** Comunicação; audiovisual; webjornalismo; websérie documental.

### Introdução

A adaptação de produtos audiovisuais na internet desencadearam uma série de novos fatores e desdobramentos como a produção, circulação e participação. As organizações comunicacionais e os espectadores se encontram perante uma realidade híbrida, convergente, participativa e estreitada pelas relações interativas, entre as próprias características e entre os diversos agentes. Este novo panorama não apenas transforma a rotina de jornalistas e profissionais da comunicação, mas propõe ao espectador/usuário uma aproximação, mediada pelas tecnologias ainda não observada nos antigos meios, com o produto audiovisual na web.

A complexidade da comunicação e produção audiovisual dá-se no sentido em que analisamos a associação de novas características ao webjornalismo

<sup>1</sup>Graduado em Jornalismo na Universidade Federal do Cariri (UFCA/Brasil). Membro do Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (UFCA/CNPq/Brasil), email: jullianjose64@gmail.com

<sup>2</sup> Professor de Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Cariri e do Programa em Desenvolvimento Regional Sustentável (UFCA/Brasil), Membro do Centro de Estudos em Pesquisa em Jornalismo (UFCA/CNPq/Brasil). Jornalista e Ceará (UFCA/Brasil) Pós-doutor em Ciências da Comunicação (UBI/Portugal). Doutor em Comunicação e Semiótica (PUCSP/Brasil), email: paulo.cajazeira@ufca.edu.br

(hipertextualidade, interatividade e multimídia), na sua imbricação ao conteúdo jornalístico audiovisual nativo na internet. E desse modo observar as mudanças na estrutura narrativa do conteúdo, que nos indica novas reflexões acerca desse objeto de estudo pouco explorado na academia devido a sua recente produção nas redações online.

O audiovisual jornalístico observado na internet é identificado a partir dessas possibilidades inerentes ao meio que surgem e se renovam como o hipertexto, a interação e a integração de todos os sistemas (multimídia). Com as novas características do webjornalismo aplicadas no audiovisual noticioso na internet como, por exemplo, a hipertextualidade (CANAVILHAS, 2014), a interatividade (ROST, 2014) e a multimídia (SALAVERRÍA, 2014), visualizamos a introdução de um novo modelo de produção jornalística: o webdocumentário ou a websérie documental (jornalística), como se denomina neste trabalho.

A introdução do documentário na plataforma digital possibilitou a criação e o desenvolvimento de um produto audiovisual diferenciado, que de acordo com Levin (2015) é remodelado a partir da participação do espectador/usuário. A participação e a interatividade corroboram para que uma nova organização de produção webjornalística crie diferentes possibilidades e níveis de controle do conteúdo. As características, visualizadas no ambiente digital, visam explorar ao máximo o potencial tecnológico de uso e manutenção da relação entre produtores, conteúdo e espectadores-usuários.

Neste sentido, partimos do uso de uma metodologia de cunho exploratória e qualitativa, uma vez que nossa preocupação está em compreender o estado da arte das webséries documentais, na sua relação de interação e aproximação entre os produtores de informação, o conteúdo audiovisual e os usuários na internet. Assim, fomentamos uma reflexão e a colaboração para que novas pesquisas sejam desenvolvidas no âmbito das webséries e do audiovisual jornalístico na internet.

### **As transformações da convergência digital no cenário comunicacional**

O avanço tecnológico desestabilizou a centralidade existente do audiovisual e visualizou processos intercambiáveis com “a convergência tecnológica que vai torná-lo visível e, portanto, problematizável” (ROSSINI; 2009, p. 20). É a convergência tecnológica que dará ao audiovisual, nesse ambiente de transmutação e hibridação, suas novas características no ambiente virtual da web.

Com o advento da difusão da Internet e da Web 2.0, na sociedade contemporânea, novos conceitos são fundamentados na cultura digital. Dentre as diversas novidades que observamos nascer nos últimos tempos, é possível destacar um dos tópicos mais discutidos atualmente: a questão da convergência tecnológica, na narrativa digital.

As questões relacionadas às novas práticas comunicacionais compreendem uma reestruturação dos antigos hábitos de consumo e produção, e que serão refletidos no processo narrativo audiovisual. Na compreensão dessa reestruturação da comunicação para o ambiente virtual é importante salientar a presença do hipertexto. Um elemento fundamental para os conteúdos audiovisuais que se encontram no ambiente digital.

O sistema digital não apenas altera o modo como os produtores de conteúdos midiáticos conduzem seus projetos, mas há uma nova formação, coletiva, da recepção em torno desse produto. A convergência digital está relacionada um novo fluxo

de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29).

A partir das transmutações culturais e do conceito que o pesquisador Henry Jenkins (2009) elabora sobre convergência digital, destacaremos alguns de seus aspectos tecnológicos aplicados à sociedade. Na perspectiva da convergência adotada pelo jornalismo, os pesquisadores Flores, Longhi e Weber (2011) destacam três pontos fundamentais para a compreensão dessa nova indústria midiática: 1) as estratégias que exploram os conglomerados; 2) múltiplas formas de venda do conteúdo e 3) a consolidação da fidelidade do consumidor. Esses aspectos são indispensáveis para que possamos refletir sobre o papel que a convergência tecnológica cumpre na contemporaneidade e no cenário audiovisual da mídia digital.

A ideia de uma convergência tecnológica total, segundo Santaella (2010) e Pellegrino (2008), visa à construção de uma linguagem nova, diferente das já existentes e que estabeleça, nas interfaces digitais, uma comunicação condizente a cultura digital atualizada e reconfigurada em uma velocidade muito acelerada na contemporaneidade.

São conteúdos formatados visando esse novo público, interativo e multimídia, que busca maior dinamicidade na rede. Essa busca do consumidor por uma maior abertura no processo de participação e interação é iniciada com o conteúdo televisivo, e que ganha uma maior dimensão no universo digital, principalmente com a produção audiovisual.

### **Panorama audiovisual**

O audiovisual é um campo consolidado nos meios de comunicação tradicionais, através do cinema e sua “tela-espetáculo” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p. 11) e, posteriormente, pela expansão da televisão nos domicílios. É possível identificar que a imagem nesta nova sociedade possui um poder transformador, e que desperta ainda mais interesse quando se reflete na sua apropriação com os dispositivos móveis. Tem-se aqui o desenvolvimento de aplicações próprias e voltadas para esse nicho cultural específico.

As primeiras experimentações audiovisuais, iniciadas com o audiovisual cinematográfico, trouxeram a sociedade demonstrações de percepção da imagem em um novo status: o da movimentação, “da forma, estilo e efeitos especiais”. (KELLNER, 2006, p. 129). Assim como os meios de comunicação não são substituídos com a chegada de outro, mas sim integrados, nas artes percebe-se este mesmo movimento. E neste sentido, é o que integra o cinema em sua fase de produção inicial: um teatro exibido na grande tela.

No Brasil, a produção audiovisual é fortalecida com o desenvolvimento de uma narrativa própria do âmbito televisivo, tanto do entretenimento quanto da produção telegenérica. Este modelo estabeleceu uma relação íntima com o espectador. Um modelo mais fragmentado dos conteúdos, devido à lógica comercial da televisão. A cultura audiovisual televisiva ganha força, com a criação de diversos produtos midiáticos voltados para a sua gama, fiel, de públicos. Com uma programação, feita praticamente 24 horas por dia, os mais diversos públicos são capturados pela sua tela. A televisão não apenas torna-se um grande poderio das imagens, mas um mundo mágico em que as fantasias e os desejos são alimentados através da imagem.

Os horários dispersos na grade de programação televisiva intercalam-se com os programas, e tornam a programação flexível ao espectador. É possível perceber que as amarras entre o produtor e o consumidor foram sendo consolidadas em conjunto, com a

própria história e desenvolvimento da televisão nacional. A imagem em sua plenitude permeou a sociedade desde a era pré-histórica e perpassou a sociedade sob diferentes pontos de vistas e transformações.

O audiovisual é a junção entre dois elementos que são dificilmente compreendidos isoladamente, na cultura contemporânea. O som e a imagem são as bases do que se entende por audiovisual como “qualquer comunicação destinada simultaneamente aos sentidos da audição e da visão” (BARBOSA; RABAÇA 2002, p. 49). A importância em compreender o significado do que é o audiovisual baseia-se na ideia de montarmos uma base para que, posteriormente possamos traçar um paradigma de suas transformações com as novas tecnologias digitais na Internet.

Ele adquire um significado amplo através da “necessidade de registrar, preservar, reproduzir e identificar pessoas, objetos, lugares ou classes de dados visuais, utilizados para ampliar o processo da comunicação humana” (SILVA, 2011, p. 31). As possibilidades narrativas de ambos possuem propriedades distintas. Tanto o cinema quanto a televisão estabelecem uma relação de proximidade no produto audiovisual visto na internet: as webséries documentais.

### **Websérie documental**

Com o desenvolvimento do webjornalismo é possível identificar a visualização de uma crescente apropriação das organizações jornalísticas utilizando-se dessas novas características nas produções audiovisuais noticiosas, em paralelo com a narrativa hipertextual, interativa e multimídia, como um caminho para estabelecer novas relações e oferecer novos conteúdos para esse público que surge e permeia o ciberespaço. Se inicialmente as webséries buscavam estabelecer não apenas uma nova linguagem, mas também uma nova relação de produção, consumo, circulação e diálogo com o espectador, na sua apropriação pelo webjornalismo, as webséries documentais adquirem uma reconfiguração do modelo tradicional de (web) documentário.

Contendo características próprias de funcionalidade como narrativa, formato, duração de episódio e ambiente de circulação, as webséries, segundo Aeraphe (2013), provocam uma reflexão sobre o futuro que o audiovisual percorrerá nos próximos anos, principalmente no campo das ciências da comunicação e em sua abertura para os novos formatos jornalísticos, ao qual conceituamos como websérie documental.

A websérie documental permeia as diversas possibilidades de criação e desenvolvimento de novos modelos para o campo jornalístico, como forma de relacionar-se com o novo público mais participativo e a partir de uma maior proximidade e interatividade. Esses novos produtos se encontram difusos e em meio a diversas transformações que acompanham a evolução do webjornalismo e das novas narrativas hipertextuais e multimidiáticas encontradas no meio digital.

A discussão que envolve esse novo conteúdo permeia a proposta de narrativa hipertextual, interativa e a multimídia, que são os elementos que se encontram organizados no livro “Webjornalismo: as sete características que marcam a diferença”, pelo pesquisador João Canavilhas (2014) e sob conceito de infotainment, e que se diferenciam das demais, e por isso foram escolhidas para a análise.

Oriundo do documentário, uma “comunicação destinada simultaneamente aos sentidos da audição e da visão” (BARBOSA e RABAÇA, 2002, p. 49) ou “relativo ao uso simultâneo e/ou alternativo do visual e auditivo e, em segundo lugar, que tem as características próprias para a captação e difusão mediante imagens e/ou sons” (HERREROS, 2007, p. 53). Esse produto audiovisual compreende o universo da relação som e imagem, mas disposto em um cenário de narrativa hipermidiática, a partir do uso das características da hipertextualidade, da interatividade e da multimídia – encontradas no webjornalismo que reaproxima produtores e espectadores-usuários.

### **Produtores e usuários: a nova relação interativa**

A convergência entre as mídias e seus processos de entrecruzamento de linguagens está trazendo para a contemporaneidade novas discussões sobre os velhos hábitos midiáticos da sociedade: a utilização das mídias. As transformações proporcionadas pelo avanço da tecnologia têm alterado, principalmente, a lógica de participação e de interatividade entre produtores e consumidores. Novos paradigmas são postos em cena para que as discussões possam servir como base, agindo desse modo na busca de compreender o atual estado da arte do mundo digital, aplicado ao webjornalismo.

A ideia de inteligência coletiva, um modo de participação social organizado, trazida por Pierre Lévy (2014) e de uma cultura participativa discutida por Clay Shirky (2011) se destacam na convergência das mídias pelo grau de abertura e renovação de uma descentralização de poder das grandes empresas midiáticas. O espectador/usuário

adquire na rede uma maior abertura dos processos de interatividade e participação, que em alguns casos extrapolam o poder de controle dos conglomerados de comunicação.

Essa mudança de perspectiva faz com que exista de um lado, uma convergência corporativa, iniciada pelas empresas de comunicação, e de outro, uma convergência alternativa facilitada pelos usuários da Web, principalmente, dentro das comunidades virtuais (JENKINS, 2009). A chegada dos dispositivos móveis, tratadas com mais detalhes no próximo capítulo, também colabora para o aumento dos processos de interatividade e participação. E podemos visualizar essas implicações nos produtos e conteúdos que estão surgindo no ciberespaço, como as webséries, webdocs etc.

As novas mídias ocupam cada vez mais espaço na vida da sociedade contemporânea. Estamos rodeados por todos os lados de inovações tecnológicas, novas produções e produtos e possibilidades de adquiri-los e utilizá-los (como queremos e quando queremos, e principalmente por onde). Sendo assim, há necessidade de fazermos um balizamento do fortalecimento da convergência digital na atual sociedade e seus impactos após a revolução digital e a difusão da internet. Com isso, nos possibilita identificar as mudanças e os nuances que estão se intensificando e fazendo parte de estudos e pesquisas na área da comunicação e no campo jornalístico.

### **As características do webjornalismo**

Na construção dessa narrativa em diferentes plataformas midiáticas existe uma busca pela independência de cada conteúdo, para que o espectador/usuário possa compreender em conjunto ou isoladamente a narrativa hipertextual. A não linearidade dessa nova forma de narrativa, em diálogo com outros elementos, reconfigura as práticas da produção jornalística na web. E, possibilita o surgimento de novos formatos noticiosos no ciberespaço.

A partir do surgimento e o desenvolvimento do jornalismo, para o suporte digital observa-se alguns novos elementos, que se introduzem na conjuntura da nova narrativa. À busca por uma maior flexibilidade no conteúdo, aproximação com o leitor/usuário e o diálogo com as novas mídias permite que o webjornalismo se utilize das ferramentas, disponíveis no próprio meio, para interagir mais com a internet.

A relação de interação entre o meio e o espectador é uma dos temas mais falados desde a televisão. Esta tem tentado permitir ao espectador interagir com o conteúdo televisivo, mas ainda sim é identificado que as ações são moderadas e controladas. A

plataforma digital parece buscar essa mesma interação entre os conteúdos e os seus usuários, e está indicando outras direções para que de fato essa interatividade, ainda moderada, aconteça com maior representatividade.

O webjornalismo organiza-se sobre a base de elementos como a hipertextualidade, a interatividade e a multimídia. Desde o surgimento do hipertexto é possível oferecer ao leitor/usuário uma maior autonomia – na obtenção de informações. A navegação, mesmo que direcionada, oferta opções, caminhos e direções que deixam a leitura menos hierarquizada.

### **Hipertextualidade**

A hipertextualidade é uma característica inerente ao meio digital, como um dos alicerces que estrutura a arquitetura noticiosa do webjornalismo, e que se identifica facilmente no conteúdo da internet. O pesquisador João Canavilhas (2014) nos explica que o primado do texto (na web) está relacionado com sua unicidade à imprensa escrita. A hipertextualidade surge para que exista uma maior flexibilidade na leitura do conteúdo, diferentemente com o que acompanhamos no jornalismo impresso.

A essa tessitura textual é acrescentada o hiperlink, através das hiperligações, o que torna o texto jornalístico mais interativo para o usuário, pois ele poderá navegar não apenas por aquela página, mas também ter acesso a outras informações que dialogam com o conteúdo exposto. É devido ao uso do hiperlink que a estrutura da narrativa jornalística na web foi alterada com a Era Digital e o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação.

O hipertexto é um conceito que surge na década de 60, com a prerrogativa de uma escrita não sequencial. Diversos autores discutem essa característica da narrativa webjornalística, e que traremos aqui como base para colaborar no embasamento deste trabalho. Nielsen e Landow (1995) destacam respectivamente a não sequencialidade, a liberdade de navegação e a fragmentação do texto. Landow (1995) destaca, ainda, que essa fragmentação pode causar um caos na compreensão do texto por parte do leitor, pois deixa para que o mesmo faça as suas escolhas.

A utilização do hipertexto possibilita uma dinâmica de leitura diferenciada, e que está atrelado ao uso das ferramentas e recursos do novo espaço midiático eletrônico. Com isso, o jornalismo teve que se readaptar as novas demandas da internet. Ramón Salaverría (2005) enxerga duas funções na utilização da hipertextualidade na prática

jornalística: 1) a documental, em que os elementos de contextualização oferecem pormenores do relato através de informações mais específicas, e 2) a narrativa funcionando como uma essência libertadora para leitor. É possível visualizar o contraste que essa nova narrativa tem com a narrativa mantida no jornalismo impresso.

### **Interatividade**

Um dos conceitos mais discutidos, nos últimos tempos, e que aparentemente ainda não se chegou a uma definição concreta sobre o que é a interatividade. Mas neste trabalho compreendemos a interatividade a partir das ações que o espectador/usuário poderá ter ao navegar pelo conteúdo. E que permite uma “independência” na escolha dos elementos que o mesmo observará ou não no conteúdo.

Para entendermos o que não é considerado como interatividade, é preciso voltarmos ao tempo e esclarecermos as diferenças que se situam na linha tênue entre interação e interatividade. Dois autores principais, Alex Primo (2007) e François Jost (2014), servirão de base para essa discussão sobre o conceito, suas diferenças e aplicação, assim como a utilização de outras referências que cercarão o relativo embate entre os conceitos.

Alex Primo (2007), no livro intitulado “*Interação mediada pelo computador*”, traz à tona a discussão sobre o que é a interatividade e a sua relação com esse novo suporte. Para autor o termo é utilizado como um caráter simbólico para a venda de produtos. Primo, ainda discorre sobre o termo “interatividade” não dizer nada sobre a mediação da comunicação com as novas tecnologias. Em contrapartida, Marcos José Pereira (2011) explica que o computador torna-se definitivamente uma ferramenta de interação quando podemos ver as várias mídias, como imagens, sons, vídeos e filmes interagindo dinamicamente. E as mesmas, interagindo com o espectador.

A pesquisadora Maria Prazeres (2011) destaca que o simples ato de um telespectador sentar-se para ver TV e receber o conteúdo é um ato de interação. Essa relação entre interação e interatividade se estreita e se confunde, mas na atual Era Digital em que estamos vivendo é um conceito fundamental e indispensável para entendermos como se dá a relação entre os meios de comunicação e as novas tecnologias.

A interatividade no jornalismo contemporâneo, praticado na internet, nos abre muitas portas para a discutirmos o que afinal é a interatividade apropriada pelo

webjornalismo? Como se dá a relação entre o produtor do conteúdo noticioso e a vontade do leitor/usuário interferir e participar mais desse processo? A partir dessa relação entre produtores e consumidores é que poderemos compreender tal conceito, explorado aqui como uma das características desse novo jornalismo.

### **Multimedialidade**

A multimedialidade possui um grau maior de complexidade em sua estruturação, ainda que ela já pudesse ser observada antes com a hibridação entre os meios. Agregando-se a uma série de fatores que a tornam como uma espécie de trama e prendem o espectador pelas mais variadas formas, seja com os vídeos, fotos, áudios e etc.

Se referir ao conceito de multimídia, apenas como a uma combinação de sons, textos e imagens, é não compreender a complexidade do que significa a multimedialidade. “O conceito de multimídia pressupõe – como começamos a constatar – mais significados do que aqueles contidos numa definição simplista” (SALAVERRÌA, 2014, p. 26). As palavras do pesquisador Ramón Salaverría nos colocam numa posição de questionamento sobre o que é o conceito de multimídia, uma vez que essa complexidade carrega consigo uma parcela das transformações com o desenvolver da sociedade.

Partindo de um conceito etimológico, o termo multimídia vem da junção de duas palavras: “multi”, que significa vários, diversos, muitos, e da palavra “mídia”, que vem do latim “media”, e significa meios, formas, maneiras, o que nos leva a várias formas, diversos meios ou ainda múltiplos meios. São esses múltiplos meios, possibilidades e tramas que podemos caracterizar como um sistema multimídia, e que visualizamos no conteúdo audiovisual jornalístico contemporâneo.

Marcos José Pereira (2011) entende o conceito de multimídia pela possibilidade de manipulação dessas mídias no ambiente digital, propiciado pelo computador. Para o autor não só a justaposição de vídeos, sons e fotos representam o sistema multimídia, mas o seu uso “nos meios de comunicação corresponde a algo com o uso de múltiplos meios de expressão, desde obras de teatro, vídeo, música, dança, e, etc., que se mesclam a fim de criar um espetáculo ou apenas para comunicar algo” (PEREIRA, 2011, p 59). É

a criação desse espetáculo, dessa nova forma de se comunicar que pertence a multimídia como um elemento que dialoga com a interatividade entre o conteúdo e o usuário.

Entender a multimídia advinda com a chegada do computador e dos recursos tecnológicos não seria deixar de compreender que ela já existia, mesmo sem a presença marcante desse suporte. Salaverría (2014) nos alerta para a existência de uma Era Multimídia há cerca, de pelos menos, dois séculos.

### **Metodologia de análise das webséries documentais**

Esta pesquisa consiste em um estudo exploratório, de natureza qualitativa com a análise documental de webséries jornalísticas. De acordo com Gil (2002), o estudo exploratório consiste no modelo de pesquisa que tem por objetivo a familiarização com o tema, buscando o aprimoramento de ideias ou novas descobertas. Mattar (1999) explica que a pesquisa exploratória fornece ao pesquisador um maior conhecimento sobre a temática ou problema de pesquisa. Assim, é apropriada para os primeiros estágios da investigação quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno ainda estão em processo de construção.

De acordo com Gerhard e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas com o aprofundamento da compreensão de um objeto ou grupo. Dessa forma, a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Neste cenário de convergência tecnológica das mídias, marcado pela larga difusão do meio de comunicação digital, das possibilidades de produção e circulação e maior nível de interatividade, a narrativa hipertextual das webséries documentais insere-se no mercado com uma linguagem própria e inovadora, e sendo assim, necessita de uma discussão mais conceitual e aprofundada sobre a sua temática na comunicação.

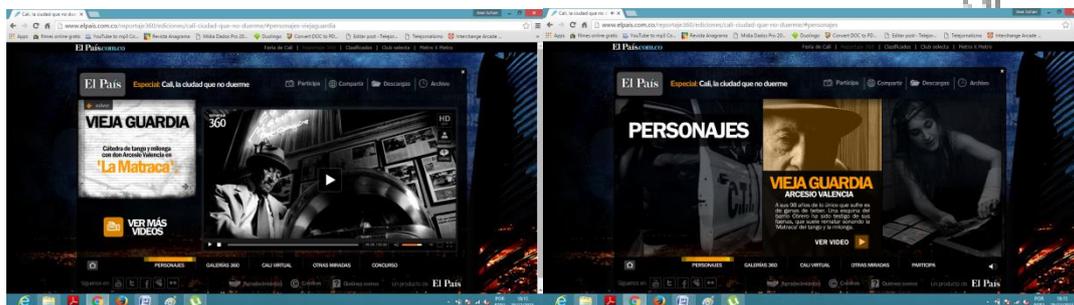
O conteúdo audiovisual noticioso na internet é elaborado a partir de novas características nativas ao meio digital. São acrescentadas ao processo narrativo possibilidades de participação e interatividade, entre o conteúdo e o espectador/usuário. Com o surgimento das webséries documentais (ou jornalísticas) verifica-se que o trabalho (web) jornalístico busca alçar novas fronteiras, não apenas com o intuito de

expandir sua audiência, mas também na utilização dos aparatos tecnológicos que permeiam a sociedade contemporânea.

### **Análise do projeto multimídia *Cali: la ciudad que no duerme***

A partir da observação é possível visualizar novas vertentes surgindo no cenário comunicacional no ciberespaço. A nova configuração da produção audiovisual exige não apenas novas competências de domínio e utilização das ferramentas, por parte dos profissionais do jornalismo, mas coloca o usuário como uma figura ainda mais central nesse projeto multimídia. O uso das novas características do webjornalismo (hipertextualidade, interatividade e multimedialidade) colabora para que uma nova dimensão seja realizada no âmbito do cenário audiovisual. Uma proposta inovadora de produção audiovisual, sob o uso de recursos do webjornalismo, impulsiona que uma interatividade maior entre conteúdo e usuário seja observada.

A websérie documental *Cali: la ciudad que no duerme* é elaborada sob o prisma de várias vertentes em sua composição narrativa. Fotografias, vídeos, textos, áudios e infográficos constroem um panorama de informações que possibilita ao leitor o acesso aos mais variados tipos e modelos no ato de ler a notícia. A presença do hipertexto em todo o enredo narrativo instiga, diretamente, uma busca pela participação, pela interatividade constante entre conteúdo e usuário. Ainda que não seja observado um processo de interatividade plena, isto é, dominado inteiramente ou em sua maioria pelos usuários, esse audiovisual jornalístico propõe uma dinâmica diferente de muitos produtos conteúdos jornalístico observados nos antigos meios de comunicação.



**Figuras 1 e 2:** visualização das diferentes formas de informação (vídeo e fotografia)

A presença do usuário se encontra presente quando se analisa a própria estrutura do projeto multimídia. A websérie possui uma forte presença das ferramentas disponíveis na internet, assim, como a sua utilização pelos produtores de conteúdo (os

jornalistas). Sua maleabilidade, flexibilidade e adaptação para o que o ciberespaço pode proporcionar exploram – ao máximo do que as organizações jornalísticas estão de acordo – o novo perfil do usuário que busca estar cada vez mais presente nas etapas e processos de construção da informação.

A manifestação do público pode dar-se pelos canais de comunicação disponíveis no portal da websérie. E não apenas comentando e deixando a sua opinião, mas aproximando a realidade narrada na websérie com a sua própria. As possibilidades de envio de textos, fotos e vídeos dialogam e aproximam o usuário. Um sentimento de pertencimento àquele espaço virtual, que produz efeitos de manipulação e construção do seu próprio modo de se informar, já que com as diversas formas de se obter a informação cada leitor constrói seu próprio modelo de conteúdo, a partir do exposto.



**Figura 3:** modos de participação entre o conteúdo e o usuário

Esse audiovisual jornalístico na internet destaca a competência que o usuário possui no processo de navegação descentralizado, não linear, permeando as possibilidades de pausa, recuo e avanço. Ou, na possibilidade de ir descobrindo os vários níveis de possibilidades de navegação e informação. Aqui, se faz necessária a sagacidade do produtor de conteúdo em modular o conteúdo para que ele se torne atrativo para que possa ser refletido na audiência. Essa competência é mútua, pois parte tanto do produtor quanto do usuário, fazendo com que eles possam interagir (indiretamente), mediados pelo conteúdo que os une.

A relação que se estabelece com o usuário a partir da característica da memória, que não será explorada devido o seu recorte, é um fator que tem transformado produtores e usuários na web. Visualiza-se na produção nativa para a internet cada vez

mais a possibilidade de pesquisa, de acesso, de busca de conteúdos com base nos arquivos. Neste sentido, as corporações jornalísticas têm dado uma maior atenção a este novo modo de interação no ciberespaço, mediado pelas novas tecnologias.

### **Considerações finais**

Esse pertencimento, de interatividade com o conteúdo digital – observado na websérie – pode explicar em parte o crescimento desse tipo de conteúdo na web, e como estão sendo inseridos os novos elementos na comunicação digital. Essas novas narrativas se fazem presente, hoje, em algumas redações de jornais online como, por exemplo, o *The New York Times* e o próprio *El País*. O famoso jornal norte-americano tem investido e apostado em novas narrativas interativas, que trazem ao leitor potencialidades de interatividade e de leitura diferenciadas do conteúdo. Além de *Calí*, o jornal espanhol também possui outras produções ao mesmo estilo dessa produção audiovisual (web) jornalística. Uma nova realidade (web) jornalística que acompanha o desenvolvimento da tecnologia e da cultura. E que traz modificações para o cenário da comunicação, requerendo pesquisas e reflexões sobre essas atuais produções na internet.

O envolvimento dessas três características analisadas, advindas do webjornalismo, não apenas se complementam no conteúdo audiovisual, mas, também, propõem uma nova narrativa e modos de operacionalização da comunicação. O que produz efeitos no produtor de conteúdo trazendo questões tecnológicas, culturais, sociais e principalmente econômicas como centro de reflexões atuais para o seu trabalho. E de outro lado, impulsiona o usuário que se depara com essa nova proposta, em estabelecer uma relação de participação e interação mais direta e em um nível mais acima do que aquele que observa-se na televisão, por exemplo.

Essa nova possibilidade, mediado pela presença do computador e da internet, traça novos viés de como a produção audiovisual jornalística para a web começa a circular neste ambiente que podemos identificar como interativo, por sua própria natureza. As organizações jornalísticas online – dando ênfase aos grandes jornais (neste caso o próprio *El País*, por exemplo) – estão buscando se adaptar aos novos tempos e a enxergar o usuário como uma forte potencialidade de uso e apropriação. O que corrobora para o desenvolvimento dessa proximidade entre produtores de conteúdo, produto e usuário na internet, que necessita de maiores investigações e reflexões tanto na academia quanto no mercado de trabalho.

## Referências

BARBOSA, Gustavo Guimarães; RABAÇA, Carlos Alberto. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (Org.), Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, Portugal: UBI/ LabCom, Livros LabCom, 2014.

FLORES, Ana Marta Moreira; LONGHI, Raquel Ritter; WEBER, Carolina Teixeira. Os webjornais querem ser rede social? In: JÚNIOR, Walter Teixeira Lima; SOSTER, Demétrio de Azevedo (Org.). Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de pesquisa. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

HERREROS, Mariano Cebrián. Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones. Madrid: Síntesis, (segunda reimpressão), 2007.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Tradução Susana Alexandria. – 2. Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. Que relação com o tempo nos é permitido nos é prometida na era da ubiquidade. In FILHO, Washington Souza; SÁ, Sônia, SERRA, Paulo. A TV ubíqua. Covilhã, Portugal: UBI/ LabCom, Livros LabCom, 2015.

KELLNER, Doulgas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis de. Sociedade midiaticizada (Org.). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LANDOW, G. P. Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona: Paidós, 1995.

LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. Tradução Paulo Rouanet. – 9. Ed. – São Paulo: Edições Loyola, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Trad. de Paulo Neves. Porto alegre: Sulina, 2009.

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução, análise. Vol. 1, 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PELLEGRINO, Giuseppina. Convergência and saturation. Ecologies of artifacts in mobile and ubiquitous interactions. In: NYÍRI, Kristóf (ed.). Integration and ubiquity. Towards a philosophy of telecommunications convergence. Viena: Passagen Verlag, pp. 75-82, 2008.

PRAZERES, S. M. dos. Telejornalismo na Era digital: Interatividade e Acesso à informação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, volume XVI, 1-14, 2011.

PRIMO, Alex. Entrevista ao programa “Livro Aberto”. Disponível em:<http://www.youtube.com/watch?v=N382tTbebLQ>. Acesso em 20 de maio de 2015.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

NIELSEN, J. Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond. San Diego: Academic Press, 1995.

ROSSINI, Miriam de Souza. Traduções audiovisuais: múltiplos contatos entre cinema e tevê. In: ROSSINI, Miriam de Souza; SILVA, Alexandre Rocha da. (Org.). Do audiovisual às audiovisualidades – convergência e dispersão nas mídias. Porto Alegre, RS: Asterisco, 2009.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In CANAVILHAS, João (Org.), Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, Portugal: UBI/ LabCom, Livros LabCom, 2014.

SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade e ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. Hipertexto periodístico: mito y realidad. 2005. Disponível em <[http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/05/SALAVERRIA\\_Ramon.pdf](http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/05/SALAVERRIA_Ramon.pdf)> Acesso em 10 de fevereiro de 2016.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para 5 sentidos. In CANAVILHAS, João (Org.), Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, Portugal: UBI/ LabCom, Livros LabCom, 2014.

SILVA, Eliana. Audiovisual: considerações sobre a imagem e sua leitura. In DURÃO, Paulo Carlos Pires da Costa; MANDARINO, Denis Garcia. (Org.) Novas interfaces em comunicação e audiovisual: mudanças no pensamento cotidiano. São Paulo: Lexia, 2011.

SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução Celina PortoCarrero – Rio de Janeiro: Zahar, 2011.