

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

ÍTALO YURI RAMOS REIS

PAUTA POLÍTICA: WEBJORNALISMO POLÍTICO
Projeto Experimental em produção de conteúdo para internet

GOIÂNIA
2021

ÍTALO YURI RAMOS REIS

PAUTA POLÍTICA: WEBJORNALISMO POLÍTICO

Projeto Experimental em produção de conteúdo para internet

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Graduação em Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Graduação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Murilo Gabriel B. Bueno

GOIÂNIA

2021

SUMÁRIO

Introdução.....	03
1 Objetivos.....	06
1.1 Objetivo geral.....	06
1.2 Objetivos específicos.....	06
1.3 Justificativa.....	06
2 Referencial teórico.....	08
2.1 O jornalismo e a informação.....	08
2.2 O jornalismo Digital.....	10
2.3 O Jornalismo Multimídia.....	12
2.4 Ciberjornalismo.....	13
2.5 Jornalismo político.....	14
3 Metodologia.....	16
3.1 Cronograma de execução.....	16
3.2 Planilha de custos.....	17
3.3 A escolha dos personagens.....	17
3.4 Das entrevistas	17
4 Do produto.....	18
4.1 Do formato.....	18
4.2 Dias de veiculação.....	19
4.3 Público alvo.....	19

4.4	Recursos operacionais e financeiros.....	19
4.4.1	<i>Equipamento.....</i>	19
4.4.2	<i>Equipe técnica.....</i>	19
4.5	A realização das lives utilizando o Stream Yard.....	20
4.6	Desenvolvimento do site.....	20
5	Resultados.....	20
	Considerações finais.....	22
	Referências bibliográficas.....	24

Introdução

O objetivo principal do trabalho é construir um site e suas respectivas redes sociais, sendo Instagram, Facebook e um canal no Youtube, para a cobertura da pauta política em todo o Estado de Goiás. Com o projeto, buscaremos promover entrevistas e conversas com personagens relacionados ao assunto proposto, utilizando diversos recursos multimídia, a fim de garantir maior dinamicidade, interatividade e acessibilidade ao conteúdo.

O jornalismo está em um processo de evolução e transformação nas redes digitais. Para Firmino e Barbosa (2013) “esta evolução diz respeito à apropriação das novas tecnologias digitais, um Jornalismo Móvel, com conteúdo instantâneo e interativo”. Logo, que o consumidor encontrou em um único aparelho portátil, informações multimídias, que compreendem as diferentes tecnologias da comunicação midiática.

É um processo de convergência multimídia, facilitando ao consumidor, encontrar em um único aparelho as técnicas de comunicação, como por exemplo, o canal do Youtube, que permite o audiovisual, sem falar que hoje se tem a televisão nos próprios celulares, onde o público tem maior facilidade de interação com as notícias, tecendo comentários e postando conteúdos ao contato das mãos e ao toque de seus dedos.

Para o conteúdo do Web jornalismo, necessário se faz profissionais especializados, que neste caso conheçam e entendam as técnicas digitais, assim como vivencie a política no Estado. É um processo que promove mudanças na rotina das redações, necessitando que os jornalistas aprendam a lidar com as diferentes ferramentas e aplicativos que compreendem as publicações e exercem interatividade com seu público.

Tais dispositivos e aplicativos estão hoje configurados e permitem as etapas de produção, edição, publicação, distribuição, recepção e interação de seus conteúdos jornalísticos nas multiplataformas, gerando cada vez mais inovação e avanços com a tecnologia. (BARBOSA, 2013).

O Instagram que foi lançado em 2010 contabilizou em 2014, mais de 300 milhões de usuários e foi avaliado em 35 bilhões de 12 dólares pelo Citigroup, sendo considerada a rede social digital que mais cresceu nos últimos anos. É inclusive o aplicativo com o público mais jovem.

A maioria dos usuários do aplicativo são jovens de 18 a 29 anos de idade, em torno de 55%, seguido por 28% de usuários que têm de 30 a 49 anos. Ainda, 17% dos adolescentes afirmam que o Instagram é sua rede social favorita (PEW, 2015).

Sem falar que durante a pandemia esse uso aumentou bastante, como apresenta D'Ângelo (2021) “o uso do Instagram aumentou bastante, e 72% passaram a usar mais o Instagram na pandemia, sendo que 59% passaram tempo assistindo lives também durante a pandemia”.

O Facebook é a ferramenta digital mais antiga, lançada em fevereiro de 2004 nos Estados Unidos. Em território brasileiro seu uso se deu a partir de 2008, com grande impacto na comunicação. Já em 2013, a ferramenta foi muito utilizada para protestos divulgados em redes sociais, por meio de diversas páginas de manifestação e política na plataforma digital, convocando a população a participarem de encontros em vários municípios do Brasil, como foi o caso da manifestação dos R\$ 0,20 centavos, uma das maiores mobilizações no país desde as manifestações pelo impeachment do então presidente Fernando Collor de Mello em 1992.

Esta entre outras mobilizações marcou o uso das redes sociais, principalmente para uso da comunicação política e sua interação com seu público e eleitores.

O canal do Youtube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, criada em fevereiro de 2005, e hoje funciona como uma das subsidiárias da Google. Assim como as demais ferramentas digitais, a plataforma também tem sido muito utilizada por alguns políticos como meio de propagandas e divulgação de seus trabalhos e ações, por conta da visibilidade e facilidade de acesso, onde a população tem acesso rápido e prático à conteúdos de interesse do parlamentar.

Como se pode ver, muitas são as vantagens em consumir aplicativos, como o Instagram, Facebook e Youtube, mecanismos instantâneos e interativos de propagação de conteúdo específicos, muitas vezes sem a necessidade de um horário fixo para ler, escutar ou assistir as notícias de seu interesse.

Sem falar que hoje são plataformas que facilitam o acesso, podendo ser personalizado de acordo com as necessidades e interesses de cada consumidor, contribuindo inclusive no estabelecimento de laços, dos quais eram praticamente inexistentes nos meios tradicionais de comunicação, principalmente entre o público mais jovem.

Assim, a partir de uma Revisão Bibliográfica, o presente projeto tem por objetivo apresentar a proposta de um programa de Web jornalismo, utilizando a convergência das três redes sociais e o site, elencando as possíveis mudanças tecnológicas, quebrando os paradigmas da comunicação tradicional, na busca por fazer um jornalismo mais dinâmico e interativo, trazendo a tona um assunto que não agrada a todos, que é a política.

Busca-se assim, tornar por meio destas ferramentas, com o “Pauta Política”, nome definido do programa, para construir uma nova roupagem e a visão mais abrangente do processo político e da política no Estado de Goiás, permitindo uma interação multimídia pelas demandas das plataformas.

1 Objetivos

1.1 Objetivo geral

Produzir um programa jornalístico multimídia semanal, com duração de 45 minutos, com formato e linguagem desenvolvidos dentro do conceito de Webjornalismo, a fim de cobrir de forma atual e dinâmica, a pauta política no Estado de Goiás.

1.2 Objetivos específicos

- ✓ Propor um conceito novo para o Webjornalismo na política;
- ✓ Tratar questões políticas de forma especializada, aprofundada e crítica, com linguagem desenvolvida dentro do conceito de Webjornalismo;
- ✓ Apresentar uma proposta sólida e profissional de programa em vídeo para a internet (site, Facebook, Instagram e Youtube).

1.3 Justificativa

A escolha de se trabalhar com conteúdo multimídia se deu em relação às possibilidades e abrangência que um conteúdo publicado na internet pode oferecer, permitindo inclusive, maior interatividade, flexibilidade, uma maior adaptação das demais mídias aos canais online, assim como a possibilidade de personalização entre os meios e à hipertextualidade, fugindo o padrão da escrita linear.

Acredita-se que a disposição apresentada permite uma maior interação com o público tendo um site, com suas diversas mídias que podem dar suporte ao conteúdo a ser trabalhado. Inclusive, é uma boa oportunidade de apresentar na prática os diversos conteúdos estudados ao longo do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, dos quais, por exemplo, apresentaremos o exercício da escrita jornalística, do fotojornalismo, gravação e edição de vídeo,

diagramação, assim como elaboração de roteiros, pautas e realização de entrevistas, trazendo ao final, o resultado almejado para este projeto.

A abrangência do digital traz uma linguagem formal, porém mais leve, simples e acessível capaz de reproduzir o conteúdo de interesse social e ajudar na formação de opinião. Quanto ao título do projeto, foi pensado, “Pauta Política”, justamente por se referir aos conteúdos políticos diários referentes ao Estado de Goiás.

A “Pauta” representa o começo, o roteiro de uma atividade, por onde se inicia o planejamento de uma ação e, neste caso, o da cobertura “Política”, ou seja, assuntos que envolvam os interesses relacionados aos direitos e deveres do cidadão, intermediados em sua maioria, por parlamentares escolhidos democraticamente para representar o povo.

A ideia do “Pauta Política” é promover debates, entrevistas e trazer assuntos de interesse do cidadão em discussão, algo que possa de forma clara, objetiva e interativa, levar a comunidade a tirar suas dúvidas a respeito do exercício diário da política em sua vida.

Ainda quanto ao viés colaborativo da internet, é importante também promover a abertura de diálogo com a comunidade além dos especialistas e profissionais, proporcionando assim, maior engajamento do público e uma possível indicação e abertura para sugestão de novos e importantes conteúdos.

A opção da produção de um site de reportagem e sua expansão nas redes sociais, trazendo entrevistas e conversas, se dá por acreditar que seja importante trazer assuntos relevantes à sociedade, dos quais se possa abordar um direcionamento mais aprofundado, possibilitando ainda a apresentação de fatos, dados e ainda a promoção de um bate papo entre profissionais, especialistas e ainda contar com a participação e interatividade da população.

2 Referencial teórico

2.1 O jornalismo e a informação

O jornalismo e a literatura têm propósitos e formatos distintos. O livro-reportagem pode ser considerado um ponto de intersecção das duas áreas. Como afirma Cosson (2002, p. 58), na obra “Romance-reportagem: o império contaminado”.

O jornalismo é o império dos fatos, a literatura é o jardim da imaginação. Na metáfora do império estão contidas as ideias de força, domínio e amplidão de territórios, que contrastam com a fragilidade e a sacralidade da arte de cultivar as flores da linguagem no jardim da imaginação. (COSSON, 2002, p.58).

O jornalismo nos dias atuais tem se solidificado na internet como parte da narrativa na web, por meio de estruturas e características próprias do ambiente digital. Sua posição em relação aos meios tradicionais de veiculação e distribuição da notícia se diferencia basicamente pela agilidade deste meio de comunicação.

Sendo a reportagem o gênero jornalístico mais completo e aberto para as mudanças e alterações propostas pelas novas tecnologias, o papel do texto pode se apresentar especificamente no ambiente digital, ou seja, presente apenas na web, com a utilização das mais variadas formas de comunicação.

No início da prática jornalística na web, a estrutura narrativa não trazia novidades em relação à forma de apresentação do texto impresso. As modalidades comunicativas podem ser entendidas como recurso de ampliação e compreensão dos acontecimentos relatados na reportagem. Podendo ser, textos, vídeos, áudios, fotografias, animações e infográficos (CANAVILHAS & BACCIN, 2015).

O jornalismo durante esses mais de 30 anos desenvolveu diversos elementos e maneiras de narrar para a internet. Assim, passou por diversas mudanças e se consolidou em suas características próprias.

O jornalismo desenvolveu diferentes maneiras de enxergar o meio, porém ainda hoje é possível encontrar o chamado shovelware, isto é, meras transposições para a internet de conteúdo do impresso, da rádio, ou da tv, situação comum nas primeiras gerações do Webjornalismo (MIELNICZUK & BARBOSA, 2013).

Assim sendo a primeira geração do jornalismo no meio digital, refere-se ao modelo transpositivo. Nesta fase não era conhecida por muitos a nova mídia,

o que vem se alterando nos últimos anos. Segundo Canavilhas (2011), o uso das mídias móveis ou mobile, aumentaram significativamente nos últimos anos, o que levou o mercado jornalístico a um maior consumo em diversos dispositivos, como smartphones, tablets, notebooks e etc.

A terceira fase, exige que haja a necessidade de que os webjornais se distanciam dos modelos de versões das publicações impressas. O objetivo é apresentar para o leitor que os produtos anteriormente relacionados, são produtos diferentes uns dos outros.

Essa que há inovação na narrativa jornalística, considerando o aproveitamento das características do texto da narrativa jornalística na Web, por meio da: multimídia, a interatividade, a hipertextualização, a atualização contínua, a memória, a personalização, a instantaneidade e a ubiquidade.

Um exemplo de multimídia conhecido pelo grande público antes do advento da internet, e a televisão. Pois basta que se conheça em um mesmo veículo dois tipos de linguagem para apresentação de uma mesma mensagem, para que essa forma de linguagem seja multimídia. Em contraponto está a hipermídia, cuja ligação está diretamente relacionada ao contexto da Web.

As reportagens do Webjornalismo, possuem a possibilidade de apresentar um fato de maneira inovadora, considerando os elementos de convergência de linguagem, interatividade, imersão e engajamento. Permitindo que uma hibridização das linguagens apresentadas no ambiente digital e duas plataformas.

Segundo Barbosa (2013) “o desenvolvimento da web se dá a partir do surgimento dos dispositivos móveis”. Assim sendo, a quarta geração de dados, promove a sustentação da atividade jornalística por meio das práticas jornalísticas de produção, edição, formato de produtos, criação de conteúdo, construção de narrativas jornalísticas hipermídia, experimentando assim novos gêneros jornalísticos, influenciados pelos dispositivos móveis. Que possuem

diferentes telas, tamanhos, pesos e variação de velocidade de conexão à internet.

2.2 O jornalismo Digital

Nos dias atuais a internet é a grande criadora de pautas para as redações de diversos veículos de imprensa. Isso alterou a forma de fazer jornalismo como habitualmente conhecíamos em tempos anteriores. Essa mudança se deu pelo avanço tecnológico, que obrigou os profissionais da área a migrarem de ambiente, antes especificamente nos veículos de imprensa, rádio e tv, para a realidade do meio digital.

Para Kawamoto (2003) “o surgimento do jornalismo digital representa uma revolução na maneira de apurar, produzir e distribuir conteúdo jornalístico”. O autor ainda descreve características pontuais do jornalismo digital:

- **Hipertextualidade:** a ligação e as camadas de informação digital por meio de uma estrutura não-linear hierárquica.
- **Interatividade:** o processo de engajamento humano ativo ou da participação da máquina no processo de captação e compartilhamento da informação.
- **Não-linearidade:** um sistema flexível de ordenação da informação que não necessariamente adere à lógica dos padrões tradicionais, cronológicos ou convencionais de narração.
- **Multimídia:** o uso de mais de um tipo de mídia em um único produto. Ou seja, a mistura de áudio, vídeo e dados.

Dentre as inúmeras vantagens do jornalismo digital, Carlson (2003) destaca que “a mais importante delas refere-se à seu potencial”. Por isso que tantos jornais e empresas de comunicação estão investindo cada vez mais na área.

Carlson (2003) pontua ainda que “o jornalismo online tem o poder de extrair as melhores coisas das mídias tradicionais (jornais, revistas, rádio e

televisão), e “reembalar” em um produto novo e único carregando os aspectos positivos das mídias já existentes e poucos, caso existam, dos negativos”.

O jornalismo nas redes digitais, e especialmente na Internet, é um fenômeno relativamente recente, com uma expansão paralela à da World Wide Web (www) e com seus inícios em 1994. O estudo do novo fenômeno começa em vários países simultaneamente, favorecidos, por sua vez, pela potencialização da comunicação entre acadêmicos (correio eletrônico, listas de discussão, fóruns, blogs, etc) aproximando sobremaneira pesquisadores da comunidade acadêmica internacional. (PALACIOS, 2004).

Com isso a profissão e os desafios diários para a entrega de conteúdo mudou muito, principalmente no que tange a economia das empresas de mídia e as relações trabalhistas. A presença constante nos meios digitais, forçaram profissionais que antes eram exclusivos de duas áreas de atuação, a migrarem para o mercado digital como plano obrigatório na execução de suas atividades profissionais.

Ainda quanto ao Advento das Fake News, fenômeno digital das notícias falsas, alavancou ainda mais a presença do jornalismo profissional no ambiente digital, por meio da checagem de dados e comprovação do conteúdo publicado, como a prática de checagem de grandes veículos de imprensa nacionais e internacionais em tempo real.

As informações falsas existem desde que os humanos passaram a usar a linguagem formal para se comunicar. Já as notícias deliberadamente falsas, difundidas para fins de influência política e manipulação, são mais recentes – ainda que datem de séculos atrás. Entretanto, foi com a expansão da internet e, em especial, com redes sociais, que as fake news passaram a se disseminar com velocidade e tomaram proporções mundiais. (CRUBER & MOTTER, 2020).

O jornalismo digital não é novidade, teve seu lançamento em meados da década de 90, com a digitalização das redações. Essa mudança provocou uma alteração na agilidade da apuração de fatos e dados, para a entrega de conteúdo aos internautas. Com esse novo formato, diversos jornais criaram plataformas de destruição de conteúdo jornalístico na internet, mediante pagamento de assinatura ou com portais de notícias com espaço para inserção de conteúdo publicitário.

Assim, os grandes veículos se prepararam para as mudanças na forma de se fazer jornalismo do século 21 e pautaram suas redações a linguagem digital da nova era tecnológica.

Atualmente, os sites noticiosos passaram a não somente reproduzir o conteúdo divulgado em sua versão impressa, mas também a disponibilizar informações adicionais sobre o assunto que não foram incluídas na versão impressa ou, informações complementares como, por exemplo: vídeos, animações, entre outros recursos multimídia.

2.3 O Jornalismo Multimídia

A presença do jornalismo multimídia nos dias de hoje é reflexo do processo de inovação e avanços tecnológicos, e vem sendo empregado de forma a atender o trabalho da informática, do design, da comunicação, entre outros.

Em se tratando de internet, a comunicação multimídia se tornou indispensável na propagação de conteúdos. Logo, de acordo com Bardoel e Deuze (2000), “com o jornalismo digital surgem quatro características apontadas específicas deste meio, que são a interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia”.

No atual estágio dos cibermeios, a arquitetura da informação cumpre ao menos três funções, uma mais clássica, de mapa que indica os percursos para localização da informação, uma mais recente que orienta a busca e recuperação das informações e uma terceira, pouco estudada até aqui e em que nos centraremos neste tópico, de servir como elemento estruturante na composição de narrativas multimídia. (MACHADO, 2007, p.116).

Tais características apontadas por Bardoel e Deuze (2000) contribuem na viabilização, criação, produção e circulação de informações cada vez mais inovadoras, onde o jornalista conta com o apoio de ferramentas e formatos que permitem ser e fazer o diferencial na construção de conteúdos.

Palácios (2004) descreve as características do Jornalismo Multimídia em cinco elementos, como “a Multimedialidade/Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização, Memória e a Instantaneidade do Acesso”, onde tais características possibilitam uma atualização contínua do material informativo, característica fundamental do Web jornalismo. Existem, porém, os desafios acerca da rotina do webjornalismo permeada pela multimedialidade, que vem revolucionando a produção e transmissão de notícias do futuro no mercado jornalístico.

A multimedialidade está longe de ser entendida como hiperbólico muito pelo contrário, a multimedialidade é justamente a medida de conteúdo informacional pensado para suprir as necessidades de potencialização da reportagem, notícia, entre outros produtos jornalísticos em sinergia com a performance de jornalismo digital convergente. (PALÁCIOS, 2004, p.3).

O jornalismo digital vem ganhando cada vez mais espaço na era da informação, ganhando diferentes e modernos contornos, formatos, estruturas, além da linguagem, narrativa e rotinas, que contribuem para potencializar o trabalho multimídia na comunicação.

Assim como a palavra interatividade marcou um primeiro momento da exploração da linguagem hipermídia do ambiente *online* de informação, sendo usada, inclusive, em outros meios, como a tv e o rádio, hoje a multimídia ocupa este espaço. Explorados ou não à exaustão, os conteúdos multimídia têm deixado sua marca na linguagem web jornalística, alguns, apenas justapostos, outros realmente integrados em narrativas intermídia, onde a combinação de linguagens produz novas linguagens, e o arranjo dos gêneros resulta em novos gêneros, que podemos definir como especiais multimídia. (LONGHI, 2010, p. 11)

Enfim, com a velocidade do avanço tecnológico e na produção da informação e sua disseminação por meio de dispositivos móveis, permitindo que através de um smartphone, iphone ou tablet seja possível filmar um vídeo, gravar uma entrevista, fazer uma imagem, que irá compreender a produção de uma notícia, criando inclusive, um profissional multifacetado e multimídia, que desenvolve habilidades autossuficientes capazes de integrar produções em distintas plataformas.

2.4 O Ciberjornalismo

O Ciberjornalismo transformou para sempre a forma de se fazer jornalismo, em suas muitas modificações. Para Zamith (2005), “quando falamos de ciberjornalismo falamos na especialidade do jornalismo que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos”.

E essas transformações se deram após o surgimento da Web como conhecemos. Onde os conteúdos dos meios de comunicação tradicionais migraram para o ambiente digital. Mesmo em constante modificação, as 7 características principais do Ciberjornalismo, ajudam a aperfeiçoar a produção de narrativas para Web, onde se tem, de acordo com Canavilhas (2011):

- 1) Multimedialidade;
- 2) Hipertextualidade;
- 3) Interatividade;
- 4) Personalização;
- 5) Memória;
- 6) Instantaneidade; e
- 7) Ubiquidade.

Quando se fala em produção jornalística na Internet é falar de ciberjornalismo, um processo de criação de um jornalismo gerado e difundido por meios digitais. E nisto, vê-se, a partir de Pavlik (2001, p. 23), que a internet fornece inúmeras capacidades de produção.

A Internet não só abarca todas as capacidades dos velhos media (texto, imagens, gráficos, animações, áudio, vídeo, distribuição em tempo real) como oferece um largo espectro de novas capacidades, incluindo a interatividade, acesso on-demand, controle por parte do utilizador e personalização. (PAVLIK, 2001, p. 23).

Por fim, pode-se dizer segundo Amaral (2005) que “a interatividade é a principal característica do meio digital”, sendo uma relação com uma máquina que implica algumas trocas, em um jornalismo não-linear, não-sequencial, o hipertexto.

2.5 O jornalismo político

O jornalismo pode ser visto não somente como uma organização, mas também como instituição política e seus atores políticos, cumprindo agendas e pautas partidárias ou ideológicas. Segundo Morin (2013, p. 54) “a arte política é, então, compelida a navegar entre “realpolitik” e “idealpolitik”. Por isso, ela deve praticar o autoexame e a “autocrítica permanentes”.

Para Easton (1965, p. 50) “o que distingue a interação política de todos os outros tipos de interação social é que ela é predominantemente orientada à alocação impositiva de valores numa sociedade.” Assim, quanto ao papel político desempenhado pelos jornalistas está envolto pela objetividade e distanciamento dos fatos em relação às questões sociais e políticas, sendo que o jornalista precisa ser parcialmente independente de suas fontes na produção do conteúdo das notícias, no exercício de suas tarefas.

Durante toda a interação, as partes trocam informações, direta e indiretamente (...). A negociação é um processo de descoberta. A descoberta leva a algum grau de reorganização e ajuste do entendimento, expectativas e comportamento, eventualmente chegando a discussões mais específicas (...). (GULLIVER, 1979, p. 70).

Quanto às fontes e os jornalistas, existe uma relação de interesse, onde há cooperação e colaboração, de forma a se construir uma relação estável e de visibilidade. No entanto, estas trocas são frágeis, e sofrem com a tensão no processo de construção da notícia.

A arte da política, se for democrática, é a arte de desmontar os limites à liberdade dos cidadãos; mas é também a arte da autolimitação: a de libertar os indivíduos para capacitá-los a traçar, individual e coletivamente seus próprios limites individuais e coletivos. (BAUMAN, 2000, p. 12).

Logo, o que se pode ver em relação às atividades jornalísticas do segmento político é que os mesmos estão mediados e difundidos por informações e temas do cenário público, uma realidade da referida função. Segundo Ercan & Mendonça (2014, p. 6) “a pluralidade constitui o mundo indica que a política também precisa criar algum tipo de estabilização, temporária e reversível. Criando assim uma estabilização entre as práticas sociais, normas, valores e decisões”.

3 Metodologia

Para a elaboração do trabalho, primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, de forma a entender o tema e compreender como o mesmo pode ser relevante ao produto final. Assim, foi possível iniciar a etapa prática utilizando as técnicas pontuadas de forma eficiente.

A pesquisa bibliográfica trata-se do levantamento, seleção e documentação de toda bibliografia já publicada sobre o assunto que está sendo pesquisados, em livros, revistas, jornais, boletins, monografias, teses, dissertações, material cartográfico, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o mesmo. (LAKATOS & MARCONI, 2003, p. 66).

Assim, a presente pesquisa contribui para a reflexão sobre o tema em questão, possibilitando uma ampla visão quanto ao uso e importância das plataformas digitais para a inovação de um jornalismo especializado, resultando em um Projeto experimental, na área de web jornalismo, onde será apresentado as diferentes áreas de estudo e aprendizado do curso de comunicação social, com habilidade em jornalismo, na Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

3.1 Cronograma de execução

As gravações foram agendadas previamente com as assessorias de comunicação dos entrevistados. Visto que, havia a necessidade de uma agenda específica para a gravação dentro do tempo de produção programado.

	Contato com assessoria	Agendamento	Elaboração da pauta	Confirmação do roteiro	Entrevista On-line
Entrevistado 1: Gustavo Mendanha	Maria Tereza	27/05/2021	Ítalo Yuri	Ítalo Yuri	Ítalo Yuri
Entrevistado 2: Fernando Pellozo	Daniela	29/05/2021	Ítalo Yuri	Ítalo Yuri	Ítalo Yuri

Tabela: Cronograma de execução da entrevista.

Fonte: elaborada pelo autor.

3.2 Planilha de custos

Descrição	Valor	Data	Observação
Aparelho Celular Xiaomi Note 9 Pro	R\$ 1.700,00	31/03/2021	Equipamento para gravação do material
Plataforma Stream Yard	R\$ 125,00	05/05/2021	Plataforma de integração de redes sociais e software de produção audiovisual
Logomarca	R\$ 250,00	01/03/2021	Desenvolvimento de marca para o projeto
Domínio Web	R\$ 114,00	29/05/2021	Site oficial personalizado

Tabela: Planilha de custos.

Fonte: elaborada pelo autor.

3.3 A escolha dos personagens

Os personagens foram escolhidos com base na notoriedade dos entrevistados. Ambos são chefes do executivo municipal e de cidades da região metropolitana da capital. A principal diferença entre os personagens basicamente é a cidade da região metropolitana em estão como chefe do execut

3.4 Das entrevistas

As entrevistas foram realizadas de maneira remota, uma vez que o formato proposto neste projeto visa encurtar distâncias via internet. A primeira entrevista realizada no dia 27/05/2021, com o Prefeito de Aparecida de Goiânia, Gustavo Mendanha, aconteceu às 20hs com o entrevistado localizado da cidade de Aparecida de Goiânia, e o entrevistador em na cidade de Cavalcante, no norte de Goiás.

O entrevistado estava em casa, no lugar onde habitualmente atende a imprensa local e estava em situação confortável em sua casa, com a presença dos filhos. Parabenizou pela conclusão do curso e em seguida respondeu as perguntas gravadas pela plataforma de maneira firme e solícita,

A segunda entrevista aconteceu no dia 29/05/2021, com o Prefeito de Senador Canedo, Fernando Pellozo. O mesmo estava em sua cidade e o entrevistador localizado na cidade de Goiânia/GO. Agradeceu o convite e discorreu sobre sua carreira profissional antes da política e pontou detalhes do que ele acredita que deve ter errado nos primeiros 5 meses de gestão, tendo ele iniciado o mandato em janeiro deste ano, já com 5 pedidos de impeachment na Câmara dos Vereadores.

As duas entrevistas ocorrem de forma tranquila, dentro do prazo, com poucos ruídos de comunicação como interferências de terceiros (no caso dos filhos pequenos do prefeito de Aparecida) e problemas relacionados a sinal de internet.

4 Do produto

A Pauta Política é um programa de jornalismo político para a internet, utilizando-se do site e redes sociais, como Instagram, Facebook e Youtube. A proposta é trazer assuntos importantes, de interesse e relevância de forma crítica, criativa, dinâmica e interativa para os debates e entrevistas.

Guiado pelo conceito de Webjornalismo, o programa aborda temas políticos e sociais, buscando sempre mesclar a participação de profissionais das áreas a fins, políticos e sociedade, de modo a reportar problemas e desafios, apontando caminhos e possíveis soluções, ao invés de apenas reportá-los.

4.1 Do formato

A Live tem duração de 45 minutos, feita pelo Youtube, realizada e transmitida pelo Stream Yard. A apresentação é feita pelo(a)

repórter/apresentador(a), que direciona o debate e entrevistas. Matérias, perguntas e algumas interações podem ser feitas ao vivo e/ou gravadas. O site é atualizado semanalmente com um novo programa sempre na quinta-feira às 21h, quando ele roda ao vivo.

Durante a exibição, a equipe permanece online no chat e nas redes sociais, interagindo com o público que acompanha a transmissão. A edição é rápida, dinâmica e interativa, utilizando-se também de elementos hipertextos, como quadros, comentários e inserções explicativas, de forma a esclarecer possíveis assuntos durante a apresentação do conteúdo, dando também maior dinamicidade à apresentação.

O debate ou entrevista serão divididos em quadros e intermediados por reportagens, que se interligam de modo a complementar o assunto apresentado. As pautas a serem abordadas estão diretamente relacionadas ao estímulo da compreensão e esclarecimento de assuntos políticos e da política, amplamente importantes para o desenvolvimento social.

4.2 Dias de veiculação

O web programa será exibido online às quintas-feiras, entre 21h e 21h45, permanecendo on demand¹ no site.

4.3 Público alvo

Usuários de internet, homens e mulheres de 15 a 45 anos com interesse em questões políticas de todas as classes sociais, principalmente àqueles que acessam a internet com habilidade suficiente para executar vídeos, para Políticos, profissionais da comunicação, professores e pessoas no geral, que trabalhem da área, gostem do assunto ou tenham interesse e necessidade de compreender sobre o assunto.

¹ **On demand:** significa algo feito sob demanda, para atender o usuário na hora e com o conteúdo que ele escolher. A ideia desse tipo de serviço é funcionar como uma locadora dentro de casa. Assim, o cliente passa a ter várias opções de conteúdos para assistir quando quiser.

4.4 Recursos operacionais e financeiros

4.4.1 Equipamento

- 1 Celular Androide 128 gb
- 1 Tripé
- 1 Microfone de lapela
- 1 Kit Iluminação
- Ilha de edição completa

4.4.2 Equipe técnica

- 1 Produtor
- 1 Apresentador
- 1 Designer Gráfico
- 1 Editor

4.5 A realização das lives utilizando o Stream Yard

A plataforma escolhida para realizar as transmissões on-line foi a plataforma Stream Yard, que possui ferramentas fundamentais para tornar as transmissões mais profissionais, possibilitando a alteração do quadro, exibe convidados, sendo também possível criar banners com o título da transmissão e compartilhar tela.

O Stream Yard é um estúdio virtual que permite que os usuários façam lives com mais de uma pessoa ao mesmo tempo. A ferramenta transmite os vídeos nas principais redes sociais, como Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitch e Periscope e facilita a realização de entrevistas, rodas de discussões e eventos online. O software está disponível em uma versão gratuita, com recursos limitados, mas também oferece planos pagos. (DOMS, 2000).

4.6 Desenvolvimento do site

A plataforma escolhida para abrigar o site foi o Wix, site que proporciona a criação de sites gratuitos de forma rápida e simples, que não exige muito

conhecimento relacionado à criação e edição de sites, facilitando seu manuseio e postagens e também, como possui versão gratuita, sem a necessidade de muito investimento financeiro.

O site Wix possui amplo acervo, modelos de sites que podem ser escolhidos de acordo com a finalidade e necessidade. Ainda se pode utilizar um acervo de fotos ou mesmo tem a alternativa de pagar por fotos exclusivas e também realizar o upload de conteúdo próprio.

Ao finalizar a criação do site é possível publicá-lo, seja de forma gratuita ou comprando um domínio, permitindo se realizar edições necessárias, de acordo com o disposto por cada criador do modelo.

5 Resultados

A partir da pesquisa bibliográfica e do desenvolvimento do projeto experimental foi possível compreender que o Produto final, do web programa “Pauta Política”, atende aos critérios jornalísticos e os princípios de noticiabilidade sobre seus entrevistados, bem como a apresentação de ações relacionadas ao seu ramo de atividade na política goiana. Cumprindo o papel do jornalismo a fim de esclarecer ao grande público acerca de fatos e notícias relacionados aos personagens entrevistados neste programa.

Foi possível entregar um produto com a qualidade jornalística exigida para um produto multimídia, presente em diversas plataformas das redes sociais e com conteúdo para cada um dos públicos presentes.

Tendo como base os entrevistados, Gustavo Mendanha, Prefeito de Aparecida de Goiânia, e do Prefeito de Senador Canedo, Fernando Pellozo, que trouxe conteúdos relevantes para a pauta política no contexto atual. Mendanha, como nome forte da política jovem do Estado, que recentemente perdeu o padrinho político, Maguito Vilela, e o pai, Léo Mendanha, ex-deputado, ambos mortos por complicações da Covid-19.

E os esclarecimentos de Pellozo em relação aos 5 pedidos de impeachment protocolados pela Câmara Municipal de Senador Canedo. O material produzido para multiplataforma, abre o leque para a divulgação do conteúdo das entrevistas em diversos formatos, atingindo diversos públicos no formato on demand, onde cada usuário consome a notícia da maneira que achar melhor.

Considerações finais

Ao concluir este estudo, fica em evidência dois pontos, que é o crescimento e abrangência do webjornalismo e a necessidade de tornar o assunto política, algo capaz de mobilizar a sociedade, pois está envolto de direitos, deveres e fatores fundamentais e essenciais para o desenvolvimento humano e social.

Sem falar também que, surgem sempre novas ideias que chegam para inovar o trabalho do jornalismo on-line, com tendências baseadas tanto na parte teórica quanto na parte prática, permitindo uma cobertura mais completa, ampla, prática, flexível e não-linear, que vem contando cada vez mais com a interação e participação do seu público, não somente como espectador, mas também como peça de interação importante para o resultado almejado com os projetos.

Logo, a partir de duas importantes entrevistas piloto para o “Pauta Política”, trazendo respectivamente, Fernando Pellozo, prefeito de Senador Canedo/GO e Gustavo Mendanha, prefeito de Aparecida de Goiânia/GO, ambos trouxeram relatos e momentos que marcaram sua vida e trajetória política, assim, como o que os motivaram a seguir o exercício da política, com vistas a promover o crescimento e desenvolvimento social.

A partir das conversas com eles, foi possível perceber a partir de suas histórias e relatos contados, a diferença do envolvimento de cada qual com a política. Foi interessante ver como as experiências assumem uma nova perspectiva para o futuro, de esperança e mudança, capaz de transformar a realidade do povo goianiense.

Enfim, a proposta da plataforma Pauta Política de webjornalismo é produzir e abrigar conteúdo de relevância política e social, contando com a participação e interação do público nos diferentes canais e plataformas. Logo, o produto final, que é um projeto experimental, fica como registro interativo do trabalho realizado. Não é restritivo, mas sim democrático e serve para que o público em geral possa acessá-lo das mais diferentes partes e como desejar, atuando ao mesmo tempo como ouvinte e construtores de notícias.

O on-demand contribui também no processo de seleção de conteúdo, de acordo com o interesse e necessidades do consumidor/leitor. Enquanto que, o processo não-linear permite ao consumidor ir além da matéria, descobrir mais sobre o assunto, mandar suas próprias opiniões e contribuir para a construção constante do site, permitindo que outras pessoas se identifiquem e sintam-se acolhidas.

A realidade do webjornalismo é uma forma de abrir um espaço para informar e promover a reflexão sobre assuntos pontuais e pragmáticos. Assim, a tendência multimídia está em ascensão, como meio de otimizar seus espaços, promovendo uma discussão inteligente e capaz de identificar os prós e os contras dos conteúdos relacionados.

Enfim, o projeto experimental, ou seja, o material produzido para multiplataforma, abre o leque para a divulgação do conteúdo das entrevistas em diversos formatos, atingindo diversos públicos no formato on demand, onde cada usuário consome a notícia da maneira que achar melhor, respeitando suas expectativas, demandas, necessidades e interesses políticos e sociais.

Referências bibliográficas

AMARAL, Inês. **A interatividade na esfera do Ciberjornalismo**. IV SOPCOM – Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação. Universidade de Aveiro, 2005.

BACCIN, Alcione. **A narrativa hipermidiática Longform no jornalismo contemporâneo**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 13 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Campo Grande - UFMS. Novembro de 2015.

BARBOSA, S. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: C N VIL S, J. Org). Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilha , PT: Livros LabCOM, 2013.

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism: converging competences of old and new media professionals**, 2000. Disponível em <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 13 de maio de 2021.

BAUMAN, Z. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web**. BOCC, 2011. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acesso em: 15 de maio de 2021.

CANAVILHAS, João e BACCIN, Alcione. **Contextualização de reportagens hipermídia: narrativa e imersão**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Volume 1. 2015.

CARLSON, David. **The history of online journalism**, in: CALLAHAN, C. (Ed.) **Practical guide to online journalism skills**, New York: McGraw Hill, 2003.

COSSON, Rildo. **Fronteiras Contaminadas: literatura como jornalismo e jornalismo como literatura no Brasil dos anos 1970**. Brasília: Ed. Da UnB, 2002.

CRUBER, Leandra; MOTTER, Andressa. **Isso é fake News**, 2020. Disponível em: < <https://www.ufsm.br/midias/arco/isso-e-fake-news/>>. Acesso em: 22 de maio de 2021.

D'ANGELO, Pedro. **Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram**, 2021. Disponível em: < <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 28 de abril de 2021.

DOMS, Caroline. **Como funciona o Streamyard? Saiba tudo sobre a plataforma para fazer lives**, 2020. Disponível em: < <https://www.techtudo.com.br/listas/2020/07/como-funciona-o-streamyard-saiba-tudo-sobre-plataforma-para-fazer-lives.ghhtml>>. Acesso em: 28 de abril de 2021.

EASTON David, **A Framework for Political Analysis**, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1965. Ed francesa « Catégories pour l'analyse systémique du politique », in P. Birnbaum & F. Chazel, Sociologie politique, Paris, A. Colin, 1972, t. 1, p. 84-104

ERCAN, Selen, A. MENDONÇA, Ricardo F. **Deliberation and protest: strange bedfellows? Revealing the deliberative potential of 2013 protests in Turkey and Brazil**. Policy Studies, vol.36, n.3, p.267-282, 2014.

GULLIVER, Philip H. 1979. **Disputes and negotiations: a cross-cultural perspective**. New York: Academic Press.

KAWAMOTO, Kevin. **Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**. New York, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LONGHI, Raquel R. **Formatos de linguagem no webjornalismo convergente: a fotorreportagem revisitada**. Artigo apresentado no 8º Encontro da SBPJor. Natal: 2010.

MACHADO, E. **O Jornalismo Digital em Base de Dados**. Florianópolis: Calandra, 2007.

MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana. **Jornalismo e tecnologias móveis**, 2012. Disponível em: < https://labcom.ubi.pt/ficheiros/20130522-201302_susana_luciana_jornalismotechmoveis.pdf>. Acesso em: 22 de maio de 2021.

MORIN, Edgar. **A via para o futuro da humanidade**. Tradução Edgard de Assis Carvalho e Mariza Perassi Bosco. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Paper apresentado no painel Informação e Jornalismo no evento Jornadas sobre jornalismo online, Universidade da Beira Interior, Portugal, Junho, 2004.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New Youk: Columbia University Press, 2001.

PEW, Research Center Journalism & Media. **Digital: Top 50 Online News Entities** (2015). Disponível em:<<http://www.journalism.org/media-indicators/digital-top-50-onlinenews-entities-2015>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

ZAMITH, F. **Pirâmide Invertida na Cibernotícia: a Resistência de uma Técnica Centenária**, 2005.

APÊNDICE A



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)
3946.3080
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Ítalo Yuri Ramos Reis
do Curso de Jornalismo, matrícula 2016.2.01.27.0016,
telefone: 62 96290.1990 e-mail italoyuriramor@gmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Curso Política: webjornalismo Política - Projeto Experimento em Produção
de conteúdo para internet,
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 29 de junho de 2021.

Assinatura do(s) autor(es): Ítalo Yuri Ramos Reis

Nome completo do autor: Ítalo Yuri Ramos Reis

Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador: