

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO

MARCELO CARÔLLO DE OLIVEIRA SILVA

**JORNALISMO HIPERMÍDIA NA REPORTAGEM
“OS SOBREVIVENTES DO FUTEBOL GAÚCHO”,
DE RÁDIO GAÚCHA, ZERO HORA E GAÚCHAZH**

PORTO ALEGRE

2018

MARCELO CARÔLLO DE OLIVEIRA SILVA

JORNALISMO HIPERMÍDIA NA REPORTAGEM “OS SOBREVIVENTES DO
FUTEBOL GAÚCHO” DE GAÚCHA, ZERO HORA E GAÚCHAZH

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao curso de jornalismo da Universidade Federal
do Rio Grande do Sul como requisito à
obtenção grau de bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Ruschel Träsel

PORTO ALEGRE

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECOLOGIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Cursos) intitulado **JORNALISMO HIPERMÍDIA NA REPORTAGEM “OS SOBREVIVENTES DO FUTEBOL GAÚCHO”, DE RÁDIO GAÚCHA, ZERO HORA E GAÚCHAZH**, de autoria de MARCELO CARÓLLO DE OLIVEIRA SILVA, estudante do curso de Jornalismo, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, de de 2018.

Assinatura:

Nome completo do orientador: MARCELO RUSCHEL TRÄSEL

AGRADECIMENTOS

Os oito anos de Fabico que se encerram com a entrega deste trabalho seriam página aberta, tenebrosamente inacabada e sofrida se eu estivesse sozinho. Desacompanhado, e quanto mais os semestres - da graduação e da vida - passam, mais claro me fica, eu absolutamente nada posso. Aqui, listo aqueles que foram importantes durante o período desta produção. Para estes, agradecer chega a ser até pouco.

O primeiro, maior, mais irrestrito e absoluto agradecimento vai para a maior e mais extraordinariamente generosa parceira que eu poderia encontrar nesta vida. À Camila eu devo cada uma dessas páginas, a maior parte do que sou e tudo o que estou me tornando. Sem ti, nada disso estaria acontecendo. Estás em cada letra aqui impressa. Quero te homenagear em mais e melhores palavras, daqui até mais doze ou duzentos e trinta e sete anos. Vou passar uma existência inteira agradecendo por te ter comigo e vai ser pouco. Muito, muito obrigado.

À Greyce, ao Bruno e ao Arnaldo, que permitiram que este trabalho fosse concluído em um lugar que vocês pediram tanto para que eu considerasse a minha casa. Naquele que sem dúvidas é o mais maluco período da minha vida, vocês representam a ajuda que eu sem dúvidas jamais serei capaz de esquecer ou agradecer o suficiente. Obrigado pela orientação, pela leitura, pelo quartinho e pelos estrogonofes.

À Andressita, guru espiritual, co-orientadora e espetacular parceira de jornada acadêmica e profissional. Cada dúvida aleatória retirada em avulsas conversas no decorrer desse semestre ajudou a construir este trabalho. Obrigado demais da conta.

À Dona Hilda, minha avó, que não participa mais do meu convívio diário (como fez por décadas), mas que representou a inspiração e a motivação necessárias para tocar adiante este trabalho e essa - ojalá - formatura. Tu eras a pessoa que eu mais gostaria de ver naquele salão, vó. Obrigado por tudo.

RESUMO

Este trabalho visa identificar e compreender como as transformações no mercado de trabalho e nas atribuições do profissional do jornalismo se dão a partir da realização de reportagens hipermídia. Para tanto, analisamos a matéria “Os Sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem disputa a Copa Wianey Carlet” produzida para a Rádio Gaúcha, o Jornal Zero Hora e o site GaúchaZH. Foram trazidas entrevistas estruturadas com os repórteres responsáveis pelo material e referencial teórico da área do jornalismo multimidiático e online. A partir da análise do que foi dito pelos repórteres e do conteúdo estudado na literatura, foi possível concluir que o jornalismo passa por um processo de reinvenção no qual as produções multimídia apresentam papel fundamental. O profissional da área precisa, mais do que ser capaz de produzir conteúdo para diferentes veículos, fazê-lo de acordo com os padrões de qualidade de um especialista naquela mídia. Assim como as empresas de comunicação necessitam transformar seus modelos de negócio para voltarem a ser financeiramente saudáveis.

Palavras-chave: Hipermídia. Jornalismo multimídia. GaúchaZH. Jornal Zero Hora. Rádio Gaúcha. Jornalismo online.

ABSTRACT

This paper aims to identify and understand how the transformations in the job market and in the attributions of journalism professionals are based on hypermedia reporting. For that, we analyzed the article "Survivors of the gaúcho football: stories of those who dispute the Wianey Carlet Cup", produced for Rádio Gaúcha, Zero Hora and the GaúchaZH website. We carried out structured interviews for this work with the reporters responsible for the material and theoretical reference of the area of multimedia and online journalism. From the analysis of what was said by the reporters and the content studied in the literature, it was possible to conclude that journalism undergoes a process of reinvention in which multimedia productions play a fundamental role. The professional in the field needs more than being able to produce content for different vehicles, so be it. Just as communication companies need to abandon their business models to become financially healthy again.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Jonathan, jogador do Soledade, concedendo entrevista	40
Figura 2 - Jogadores respondem, erguendo os braços, à pergunta do repórter Rafael Diverio no estádio do Futebol Clube Soledade	41
Figura 3 - Capa do caderno Doc da edição de Zero Hora em 27 e 28 de outubro de 2018 com destaque para a reportagem “Os Sobreviventes”	43
Figura 4 - Página de abertura da reportagem “Os Sobreviventes” no caderno Doc: texto diagramado sobre imagem de página inteira	44
Figura 5 - Cemitério em destaque e subtítulo “Jonathan é três: pedreiro, pai e jogador”	46
Figura 6 - Chileno Nicolas (página da esquerda) aparece contra a parede, enquanto jogadores do Real posam sorridentes para as fotos de Jefferson Botega	49
Figura 7 - Página dupla com absoluto destaque para as fotografias encerra a reportagem no impresso	50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 A ESCOLHA DA MATÉRIA OBJETO	13
1.2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	14
1.4 METODOLOGIA	15
2 JORNALISMO HIPERMÍDIA	17
2.1 DO PAPEL PARA O VIRTUAL: as transformações do jornalismo impresso para o formato online	19
2.2 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NAS REPORTAGENS PARA WEB	25
2.3 JORNALISMO MULTIMÍDIA ENQUANTO PRODUTO	27
2.3.1 A criação do site GAÚCHAZH	29
3 A REPORTAGEM “OS SOBREVIVENTES DO FUTEBOL GAÚCHO: HISTÓRIAS DE QUEM DISPUTA A COPA WIANEY CARLET”	33
3.1 EQUIPE DE REPORTAGEM	36
3.1 A VERSÃO ONLINE	37
3.1.1 O Vídeo	38
3.1.2 O texto online	41
3.2 A VERSÃO IMPRESSA	43
3.2.1 O texto no Caderno Doc de Zero Hora	43
3.2.2 As fotos no caderno impresso	47
3.3 A VERSÃO RADIOFÔNICA	51
4 CONCLUSÕES	54
REFERÊNCIAS	60
APÊNDICE A – A ENTREVISTA ESTRUTURADA	61
APÊNDICE B - Rodrigo Oliveira, repórter esportivo de Rádio Gaúcha e do portal GaúchaZH	62
APÊNDICE C - Eduardo Gabardo, repórter esportivo de Rádio Gaúcha e colunista do portal GaúchaZH	68
APÊNDICE D - Rafael Diverio, repórter da editoria de esportes de Zero Hora, de Rádio Gaúcha e do portal GaúchaZH	74

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objeto a reportagem "Os Sobreviventes do Futebol Gaúcho: histórias de quem disputa a Copa Wianey Carlet", publicada no jornal Zero Hora de 27 e 28 de outubro de 2018, no site GaúchaZH em 26 de outubro de 2018 e veiculada na Rádio Gaúcha no programa Super Sábado de 27 de outubro de 2018. Para que se entenda a relevância deste material específico e dos veículos nos quais ele foi publicado, faz-se necessária uma contextualização da criação do portal de notícias GaúchaZH.

No segundo semestre de 2018, período no qual este trabalho foi produzido, o Grupo RBS celebrou o primeiro aniversário do seu novo portal de notícias: o site GaúchaZH. Unindo os conteúdos publicados na internet pelo seu principal jornal impresso, a Zero Hora (o grupo ainda é dono do jornal popular Diário Gaúcho, cujos conteúdos não fizeram parte do primeiro ano do novo portal) e seu maior veículo de rádio, a Rádio Gaúcha, a empresa de comunicação do Rio Grande do Sul fez um movimento de "integração" (segundo termo utilizado pelos próprios comunicadores da empresa no rádio e no jornal) de redações.

A mudança, para os leitores e ouvintes que acompanhavam os trabalhos dos veículos na internet, foi bastante perceptível. Os sites antigos do jornal Zero Hora e de Rádio Gaúcha deixaram de existir, redirecionando o internauta que os procurasse para o novo portal GaúchaZH. Nas redes sociais, as páginas individuais de cada veículo também deixaram de existir, fundindo-se em uma nova com o nome do novo site¹. A nova identidade visual (com uma nova logo e uma nova paleta de cores para as artes em suas postagens) utilizada nas redes sociais e no novo site também colaborou para a compreensão do público de que o movimento tratava-se da criação de um novo veículo e não apenas da união dos conteúdos publicados pelo jornal e veiculados pela rádio.

Mesmo quem não tinha por hábito consumir o material produzido pelos veículos na rede de computadores, permanecendo apenas como leitor do jornal ou ouvinte da rádio, também pode notar mudanças oriundas desta fusão de marcas. Os

¹ Em 18 de novembro de 2018, GaúchaZH tinha 2,5 milhões de curtidas no Facebook e 1,1 milhão de seguidores no Twitter, sendo as maiores páginas de veículos de comunicação no Rio Grande do Sul nesta data.

noticiários ao vivo de Rádio Gaúcha, como o Notícia na Hora Certa, o Correspondente Ipiranga e as edições do Chamada Geral, por exemplo, passaram a destacar o fato de serem produzidas na “redação integrada de GaúchaZH” (falaremos mais sobre a integração das redações adiante). Essa frase passou a acompanhar a assinatura dos repórteres da rádio ao final de cada matéria, programa ou boletim informativo veiculado pela rádio. No papel, Zero Hora passou a contar com um crescente número de matérias assinadas por repórteres de Rádio Gaúcha. As assinaturas das matérias no impresso, onde, por padrão do jornal, são inseridos o nome do repórter e o seu e-mail profissional, contaram com um número crescente de “@rdgaucha.com.br”, indicação de que o texto havia sido produzido por um jornalista da rádio. Ao mesmo tempo, repórteres antes exclusivamente de Zero Hora passaram a ser chamados para apresentar programas importantes dentro da programação da rádio como o Notícia na Hora Certa ou mesmo para fazer boletins de trânsito para outras atrações da grade da emissora, tarefa até então exclusiva dos repórteres de rádio.

A integração no conteúdo e no trabalho das equipes de reportagem recebeu grande acréscimo: as redações físicas de Rádio Gaúcha e de Zero Hora passaram, pela primeira vez, a dividir o mesmo espaço. Até 2017, a Rádio Gaúcha (seus estúdios, sua redação e suas salas técnicas) ficavam situados no terceiro andar do prédio de número 1075 da Avenida Ipiranga, em Porto Alegre. No mesmo prédio, porém no quarto andar, fica equipe do jornal Zero Hora, com todas as suas editorias.

A partir da criação do novo portal GaúchaZH, a antiga redação de Rádio Gaúcha foi levada para o quarto andar, para ser integrada à de Zero Hora. Durante 2018, série de reformas foi realizada no espaço. A Rádio Gaúcha passou a ter mesas, cadeiras, microfones e até mesmo um novo estúdio dentro da redação de Zero Hora. A união entre os veículos foi maior do que apenas no plano do conteúdo por eles publicado, uma vez que agora os profissionais de rádio e do jornal dividem mesas em um mesmo ambiente sem divisórias, enquanto o novo estúdio panorâmico da Gaúcha tem suas janelas voltadas para o espaço que antes era ocupado apenas pela equipe de Zero Hora.

Um caso a ser destacado, no contexto de união de duas diferentes redações, é o que ocorre dentro da editoria de esportes. Jornalistas esportivos de Rádio

Gaúcha e do jornal Zero Hora agora ocupam o mesmo espaço dentro da nova redação. É a editoria na qual fica mais clara a união entre os veículos, uma vez que, ali, os repórteres e os editores atuam para as três mídias rádio, jornal e internet ao mesmo tempo. Houve também uma mudança importante na chefia da equipes. Antes divididas entre o editor de esportes de Rádio Gaúcha e o editor de esportes de Zero Hora e de Diário Gaúcho, hoje os times de profissionais são chefiados por um único editor. O jornalista Rafael Cechin é quem comanda esta nova equipe que reúne todos os profissionais da área do Esportes dos veículos. Apesar da união entre as redações ter acontecido, é no esporte que ela fica mais evidente com a gerência unificada e uma única equipe produzindo conteúdo para as três mídias.

A união da rádio com o jornal na internet também fomentou a criação de uma produção regular em um outro formato: o vídeo. Com a criação do portal GaúchaZH foram apresentados novos conteúdos audiovisuais, contando com a participação de comunicadores da rádio, do jornal e da equipe de imagem formada por fotógrafos e editores de vídeo de GaúchaZH. Os fotógrafos de Zero Hora, por exemplo, apesar de já realizarem captação de vídeos para matérias online, passaram a atuar também na direção visual dos novos programas criados para GaúchaZH. A página de programas em vídeo de GaúchaZH² apresenta 34 diferentes conteúdos produzidos para a internet divididos entre política, esportes e cultura. Uma produção significativa considerando o período de doze meses desde a criação do novo site de notícias.

A integração das redações de Rádio Gaúcha e de Zero Hora é aqui destacada por se tratar de um grande movimento empresarial dentro de um contexto jornalístico de grandes mudanças tanto no que diz respeito ao conteúdo do trabalho do jornalista quanto no modelo de negócio e gestão do jornalismo. O cenário, conforme apontam Anderson, Bell e Shirky (2013)³, exige mudanças por parte das empresas de comunicação:

² GAÚCHAZH. Programas em vídeo GaúchaZH. 15 maio 2018. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2018/05/programas-gauchazh-cjh7uxxtt04ab01qogcnoxk/wk.html>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

³ ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**. Ed. 743, 25 abr. 2013. Disponível em: <<http://observatorioidaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/adaptacao-aos-novos-tempos/>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

Novas possibilidades para o jornalismo exigem novas formas de organização. Até aqui, a tendência de veículos de comunicação tradicionais foi a de preservar tanto métodos de trabalho como hierarquias, mesmo com o colapso de velhos modelos de negócios e a incompatibilidade de novas oportunidades com velhos padrões. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online).

A integração das redações e dos trabalhos dos jornalistas, no caso da criação do portal GaúchaZH, aparece como saída encontrada pelo Grupo RBS para criar um novo modelo de negócio. Afinal, ainda segundo os autores, “não há, na crise atual, solução capaz de preservar o velho modelo” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online). Os autores apresentam um resumo da realidade do jornalismo e das empresas jornalísticas na última década:

Se quisesse resumir em uma sentença a última década no ecossistema jornalístico, a frase poderia ser a seguinte: de uma hora para outra, todo mundo passou a ter muito mais liberdade. Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita. Nos últimos 15 anos houve uma explosão de técnicas e ferramentas. E, mais ainda, de premissas e expectativas. Tudo isso lançou por terra a velha ordem. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online).

O jornalismo produzido hoje disputa a atenção do leitor, do internauta, com um número cada vez maior de informações produzidas pelos próprios leitores e internautas. O papel de moderação do que é verdadeiro, importante e relevante socialmente, até então colocado nas mãos do jornalismo, hoje se perde entre as redes sociais e suas próprias hierarquias de informação. Pesquisa Datafolha divulgada pelo site G1 em 23 de agosto de 2018⁴ revela que mais de um terço dos entrevistados (35%) dizem se informar sobre política através dos conteúdos que recebem pelo aplicativo de troca de mensagens WhatsApp. Segundo relatório anual feito pela agência Reuters⁵, em 2018 o Brasil figurava como o terceiro país mais

⁴ MATOS, Thais. Pesquisa Datafolha: 1 em cada 5 brasileiros compartilha notícias de política em Facebook e WhatsApp. **G1**, 23 ago. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2018/08/23/pesquisa-datafolha-1-em-cada-5-brasileiros-compartilha-noticias-de-politica-em-facebook-e-whatsapp.ghtml>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

⁵ NEWMAN, Nic; et al. Reuters Institute Digital News Report 2018. Reuters Institute for the Study of Journalism. Maio, 2018. Disponível em:

propenso a consumir e compartilhar notícias falsas no mundo (atrás apenas da Turquia e dos Estados Unidos).

Para além da multiplicação de fontes de informação possíveis (o que, como vimos, pode aumentar a exposição do leitor às notícias falsas), outro ponto bastante preocupante do relatório se refere à cobrança por jornalismo. O estudo apontou que o público não está disposto a pagar pela informação jornalística. Nos Estados Unidos, 67% dos entrevistados declararam que “jamais pagariam” por notícias, independente do preço. No Reino Unido, o número chegou a 75% dos entrevistados.

Soma-se a essa crescente descrença dos leitores e do público em geral em relação ao jornalismo (conforme os dados citados) um momento de crise financeira grave nos principais veículos de comunicação. No início do segundo semestre do ano de 2018, período da elaboração deste projeto, o Grupo Abril (maior editora de revistas do Brasil) anunciou o fechamento de diversos títulos como as revistas *Elle*, *Cosmopolitan*, *Boa Forma* e *Casa Claudia*. Matéria do jornal O Estado de São Paulo⁶ apontou mais de 800 demissões (entre elas centenas de jornalistas) no grupo e dívidas que chegam na casa do R\$ 1,3 bilhão.

No Rio de Janeiro, o Grupo Globo, no início de 2017, realizou integração de redações parecida com a observada em GaúchaZH. Apesar de não ter sido criada uma nova marca ou novo produto jornalístico a partir disso, as redações dos jornais O Globo e Extra passaram a atuar de maneira unificada. Ao contrário do caso gaúcho, onde (quando da confecção deste trabalho) não houve demissões oriundas da união das redações, o Grupo Globo acabou demitindo trinta e dois funcionários, segundo matéria do portal Comunique-se⁷.

As demissões em larga escala, segundo o jornalista Eduardo Gabardo (ver anexo), um dos repórteres responsáveis pela matéria que é objeto deste trabalho e um dos entrevistados para a elaboração do mesmo, acabam atingindo em escala

<http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/DNR_2018-FINAL_WEB.pdf?x89475>. Acesso em: 18 nov. 2018.

⁶ SCHELLER, Fernando. Editora Abril vai encerrar títulos e demitir cerca de 800 funcionários. **O Estado de S. Paulo**, 6 ago. 2018. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios.editora-abril-anuncia-fechamento-de-titulos-e-demissoes.70002434015>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

⁷ SCARDOELLI, Anderson. O Globo e Extra unificam redação e mais de 30 são demitidos. **Portal Comunique-se**, 19 jan. 2017. Disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/o-globo-demite-jornalistas-das-editorias-de-cultura-economia-e-esportes/>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

maior aqueles jornalistas e profissionais que não se adaptaram às novas mídias e novas possibilidades que o jornalismo hipermidiático apresenta.

“É um caminho sem volta [o jornalista adaptar-se à realização de matérias para mais de uma mídia] e quem não se adaptar acho que vai ter uma dificuldade muito grande para conseguir fazer sucesso no mercado como ele está se desenhando”

1.1 A ESCOLHA DA MATÉRIA OBJETO

“Os Sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem disputa a Copa Wianey Carlet” é uma reportagem hipermidiática que nasce dentro do contexto de integração de GaúchaZH, envolve repórteres de Rádio Gaúcha e do jornal Zero Hora, além da equipe de imagem do jornal. Para esta matéria foram produzidos conteúdos distintos para serem veiculados na rádio, no impresso e online, tornando esta uma reportagem a partir da qual se pode observar diferentes aspectos do impacto das mudanças recentes do jornalismo no dia a dia do repórter e na maneira de se fazer jornalismo em 2018.

Por se tratar de um conteúdo que nasce na editoria de Esportes que, como referido, é a que apresenta o mais evoluído e consistente estágio de unificação de equipes de rádio e papel, “Os Sobreviventes” possibilita - para além da leitura da realidade do jornalismo praticado no Brasil e no Rio Grande do Sul atualmente - uma projeção possível de como será o trabalho jornalístico em um futuro próximo. A criação de uma equipe multitarefada, entregando ao mesmo tempo diferentes versões de uma mesma reportagem para mídias totalmente distintas, se apresenta como uma das saídas para que se faça jornalismo de qualidade e de maneira sustentável neste contexto.

A reportagem, de autoria dos repórteres Eduardo Gabardo, Rodrigo Oliveira e Rafael Diverio, acompanhada das imagens (em foto e vídeo) do repórter fotográfico Jefferson Botega, foi capa do caderno Doc de Zero Hora no final de semana de sua publicação. O caderno, dedicado a grandes reportagens e matérias maiores e mais aprofundadas do que aquelas veiculadas diariamente no jornal, também se mostra importante nesse contexto de transformações e adaptações às quais o jornalismo precisa se submeter para se manter relevante e financeiramente viável.

A criação do caderno foi anunciada como um dos novos produtos jornalísticos a serem oferecidos pelo jornal Zero Hora quando da criação da sua “superedição” de final de semana, união das edições de sábado e domingo. “O papel do jornal no fim de semana está mudando no mundo inteiro, ficando cada vez mais arrevistado. O consumidor dedica muito mais tempo à leitura do jornal e deseja algo mais profundo e exclusivo”, declarou a vice-presidente de jornais e mídias do Grupo RBS, Andiana

Peterle, em nota⁸ divulgada pela Zero Hora quando da criação da sua “superedição”. O discurso de Peterle (2016, online) é concluído, na nota, em uma linha que se assemelha às observações de Anderson, Bell e Shirky (2013): “Esse movimento está em linha com nossa estratégia de buscar o melhor produto em jornalismo, com mais eficiência”, declarou a diretora do Grupo RBS, referindo-se à necessidade de se realizar mudanças para se buscar mais eficiência no negócio jornalismo, conforme os autores destacam (falaremos mais sobre as transformações necessárias ao jornalismo atual no item 2.3).

Assim, tratando-se de uma matéria realizada para um novo portal, criado a partir de conceitos que se assemelham ao que os autores consideram como uma necessidade atual do jornalismo, “Os Sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem disputa a Copa Wianey Carlet” ganha importância. A reportagem, para além dos veículos para os quais foi dirigida, também é representante do caráter hipermediático que tanto as empresas de comunicação quanto os profissionais do jornalismo buscam na atualidade. Dessa forma, reunindo tantos elementos que julgo importantes para o fazer jornalístico neste momento e pensando em um futuro a médio e longo prazo da profissão, encontrei na reportagem “Os Sobreviventes” o meu objeto de estudo para estudar e analisar o jornalismo multimídia.

1.2 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

Conforme referido, é necessário que o jornalismo passe por transformação, por série de mudanças para se manter relevante socialmente e viável financeiramente. Tendo em vista os dados de demissões e diminuição de redações apresentados, além da também citada necessidade de o jornalista se adaptar a um mercado que exige dele um crescente número de conhecimentos e atribuições, é importante que se identifique, nesse cenário, quais são as alternativas que possibilitariam uma mudança. Aqui, analisaremos uma das possibilidades levantadas pelos autores estudados e profissionais entrevistados: o jornalismo multimídia.

⁸ ZERO HORA lança superedição de fim de semana e novas plataformas digitais. Grupo RBS, 26 jan. 2016. Disponível em: <http://www.gruporbs.com.br/noticias/2016/01/26/zero-hora-lanca-superedicao-de-fim-de-semana-e-novas-plataformas-digitais/>. Acesso em: 19 nov. 2018

Enquanto o repórter passa a somar atribuições de fotógrafo, de radialista, escritor e até mesmo de roteirista para os conteúdos em vídeo, o público também passa a contar com reportagens cada vez mais completas nos veículos online. Fotos, vídeos, texto, infografias e áudios são organizados pelos repórteres e editores para dar ao público uma crescente oferta de mídias e conteúdos.

Frente aos desafios apresentados para a sustentação do jornalismo enquanto negócio e relevante instrumento social, e principalmente os desafios que se apresentam para o jornalista profissional em um mercado em transformação, os objetivos gerais deste trabalho são: entender de que forma o jornalismo hipermídia se apresenta como uma saída ou não para a crise no setor e até que ponto as novas demandas multimidiáticas impactam as rotinas do jornalista. Os objetivos específicos, tendo como objeto de análise a reportagem descrita no item 1.2, são:

- a) entender a importância deste tipo de reportagem no atual contexto do jornalismo;
- b) identificar os elementos multimidiáticos presentes na reportagem;
- c) compreender o processo de produção de uma reportagem hipermídia;
- d) avaliar o impacto deste tipo de apuração no dia a dia do repórter.

1.4 METODOLOGIA

Para atingir os objetivos acima listados, apresentarei reflexões de autores sobre o jornalismo praticado na internet e mais especificamente sobre o caráter multimidiático das reportagens neste cenário online. Também realizei entrevistas estruturadas com os três repórteres responsáveis pela matéria que é o meu objeto de estudo (Eduardo Gabardo, Rafael Diverio e Rodrigo Oliveira, que atuam na Rádio Gaúcha, no jornal Zero Hora e no portal GaúchaZH). A partir das suas respostas, será possível compreender como o tipo de trabalho referido na parte teórica impacta as rotinas de trabalho dos profissionais em si, e como eles enxergam o futuro da profissão neste contexto.

Rafael Diverio e Eduardo Gabardo foram entrevistados presencialmente e individualmente, no dia 31 de outubro de 2018, na redação de GaúchaZH. Cada entrevista rendeu 25 minutos de arquivo de áudio (Ver apêndices). Rodrigo Oliveira

também foi entrevistado presencialmente, porém em 1 de novembro de 2018, por 30 minutos. Todas as entrevistas seguiram o roteiro estruturado junto com o professor orientador deste trabalho, recebendo apenas alguns acréscimos pontuais para garantir respostas completas para cada um dos questionamentos.

O trabalho foi estruturado da seguinte forma: no capítulo 2 apresentamos os referenciais teóricos que definirão a importância da reportagem para o jornalismo e, a partir daí, as transformações às quais a profissão foi submetida a partir das novas tecnologias e possibilidades multimidiáticas. O capítulo 3 apresenta a reportagem estudada, observada nas suas versões impressa (para o jornal Zero Hora), online (para o portal GaúchaZH) e em áudio (veiculada na Rádio Gaúcha) e traz os depoimentos dos profissionais responsáveis pelo conteúdo. A análise de como a reportagem foi estruturada e apresentada recebe o acréscimo dos relatos dos repórteres e o reforço do embasamento teórico apresentado no capítulo 2. Ao final, o capítulo 4 reúne as conclusões às quais cheguei após a leitura dos teóricos, as entrevistas com os jornalistas e a análise da reportagem em todas as suas formas.

2 JORNALISMO HIPERMÍDIA

Para que se entenda o contexto em que se insere a obra analisada por este trabalho e como o jornalismo multimidiático evoluiu até o ponto em que se encontra - modificando, assim, o trabalho dos profissionais das redações como repórteres, fotógrafos e editores -, é necessário que se conceitue e apresente o que constitui o jornalismo hipermídia. Este modelo de construção jornalística para as páginas da internet reunindo diferentes mídias como texto, foto, vídeo e áudio, foi desenvolvido através das recentes décadas de avanço, popularização e democratização do acesso à rede mundial de computadores.

De início, nos primórdios da prática do jornalismo na web, há pouco mais de duas décadas, a estrutura narrativa apresentada em nada diferia daquela já presente nos periódicos impressos de então, conforme aponta Alciane Baccin (2017). Repetia-se a linguagem de texto corrido acompanhado de fotografias, tal qual as versões físicas dos produtos jornalísticos.

Entretanto, conforme apresentado nas páginas a seguir, é incorreto afirmar que o jornalismo multimidiático é fruto da internet. Ao contrário, por definição o fazer jornalístico já é multimídia desde o momento em que duas mídias distintas como texto e foto se unem nas páginas dos jornais de dois séculos atrás.

A multimídia, segundo classifica Ramón Salaverría (2014), pode se apresentar de diferentes formas no jornalismo atual. O autor considera que o jornalismo pode ser multimidiático enquanto plataforma, que é quando uma mesma empresa de mídia organiza a cobertura de determinado evento ou acontecimento em diferentes veículos próprios⁹.

É um formato amplamente utilizado nos grandes portais de mídia do Brasil atualmente. Como exemplo, as coberturas em tempo real da situação do trânsito nas estradas do Rio Grande do Sul realizadas pelo portal GaúchaZH. Com espaço destacado na primeira página do site, o trabalho une cobertura online (retirando,

⁹ A esse tipo de cobertura, envolvendo diferentes veículos de uma mesma empresa jornalística de forma integrada e contínua, se atribui a definição "cross-media". Max Giovagnoli (2015), pesquisador italiano, descreve o cross-media como uma narrativa que costura texto, imagens (estáticas e animadas), sons e interatividade, que podem seguir tanto um fluxo estabelecido pelo autor quanto pelo usuário (desde que se estabeleça uma interface que possibilite esse tipo de navegação).

principalmente, informações postadas pelos repórteres na rede social Twitter), áudios de Rádio Gaúcha e textos do jornal Zero Hora. Os veículos dividem conteúdo e se utilizam das informações individuais de cada equipe específica para criar uma cobertura ampla da situação nas estradas.

Salaverría (2014) também aponta a multimídiaidade enquanto polivalência. Aqui se insere o jornalista que, sozinho, produz conteúdos para diferentes veículos de comunicação. Essa possibilidade, segundo o autor apresenta, é uma crescente dentro da realidade de mercado do jornalismo atual. Também pesam a este favor os avanços tecnológicos que simplificam a captação de imagens e áudio, reunindo todo o aparato necessário para tanto em um mesmo aparelho telefônico. As novas configurações das empresas (como apresentaremos no item 2.2) também facilitam este tipo de movimento. Cada vez dispendo de menos recursos publicitários, segundo Salaverría, as companhias de mídia reduzem o seu quadro de funcionários e, com isso, as funções a serem desempenhadas acabam se multiplicando. É uma forma de os veículos conseguirem encontrar um balanço financeiro ainda saudável mesmo com a drástica diminuição dos adiantos com publicidade.

Fazendo-se um recorte específico do trabalho do jornalista inserido neste contexto de “multimídiaidade enquanto polivalência”, o autor faz duas distinções. O profissional pode ser polivalente tanto midiaticamente (quando produz conteúdos para diferentes mídias, como descrito no parágrafo anterior) quanto tematicamente, quando atua em diferentes editorias temáticas de um mesmo veículo.

Esse último caso, segundo aponta Salaverría, é mais comum em jornais de pequeno porte que, por terem equipes ainda mais reduzidas do que as de grandes veículos, precisam adotar este formato de trabalho com os seus funcionários. Assim, um mesmo repórter pode, por exemplo, ser responsável pela cobertura esportiva e pela coluna social de uma mesma publicação. Pode reportar acontecimentos para as sessões de polícia e de política no jornal para o qual trabalha.

Para finalizar, a terceira possibilidade de multimídiaidade definida por Salaverría (2014) é a de linguagem. Esse será o foco principal deste estudo e consiste na distinção entre áudio, vídeo e texto. Conteúdos pensados para este formato, como o que é objeto deste trabalho, têm nessa união de diferentes mídias o

seu diferencial e principal característica. Uma mesma reportagem que se utiliza de fotos, vídeo, texto e áudios para elencar informações.

Antes que nos aprofundemos no formato multimidiático do fazer jornalístico, faz-se necessário dedicarmos espaço para tratar da reportagem. Alciane Baccin (2017) aponta que nela, na reportagem, reside o que o jornalista (e o seu veículo) pode apresentar de diferente, de inusitado, de exclusivo em um mercado de informação no qual as matérias do dia acabam sendo veiculadas, as mesmas, em diversos portais e publicações.

O jornalismo diário tende a publicar as mesmas notícias. O que realmente os diferencia são as reportagens. Esse ponto legitima os esforços empenhados pelas equipes jornalísticas na produção de grandes reportagens. Os recursos investidos, o tempo e a dedicação se justificam se o resultado for um trabalho de qualidade e original, atingindo o maior número de leitores. (BACCIN, 2017, p. 101).

Os “esforços empenhados” citados pela autora receberão maior aprofundamento no capítulo 3, quando a teoria apontada encontrará as entrevistas realizadas com os jornalistas responsáveis pela matéria que está sendo estudada aqui. Ainda sobre a reportagem, Baccin (2017) conclui que “a reportagem é a modalidade mais expressiva e completa que o jornalista pode lançar mão para informar, relatar e interpretar fatos, acontecimentos e temas de interesse público” (BACCIN, 2017, p. 102).

A reportagem, segundo a autora, pode ser realizada a partir de um grande número de temas (desde que de interesse público) e também não acaba sendo limitada por questões que impactam o jornalismo diário como o lide (primeiro parágrafo nos textos de notícia, onde o jornalista deve apresentar as informações mais importantes para a compreensão do leitor sobre o fato narrado).

A reportagem não possui uma estrutura fixa, nem um modelo determinado como a pirâmide invertida, tampouco requer abertura com o lead. Diferente da notícia, que possui uma forma rígida e impessoal, priorizando o relato objetivo e factual, a reportagem é dotada de um estilo mais flexível, voltado para a interpretação de um tema que não é tão dependente de atualidade ou facticidade. (BACCIN, 2017, p. 104).

2.1 DO PAPEL PARA O VIRTUAL: AS TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO IMPRESSO PARA O FORMATO ONLINE

A multimídia, ao contrário do que a recente popularização do termo pode indicar, não é um fenômeno recente nas produções jornalísticas. O jornalismo é multimídia desde o século XIX. Afinal, se pensarmos no conceito como uma definição para qualquer produto que apresente mais de uma mídia, as primeiras publicações a apresentarem textos e imagens em um mesmo jornal - há mais de dois séculos - já podem, por definição, serem consideradas multimidiáticas. “Qualquer mensagem que não seja monomídia é multimídia” (SALAVERRÍA, 2014, p. 30). Assim sendo, não há uma grande disruptura ou estrutural mudança no que se considera como jornalismo multimidiático desde então.

A principal mudança ocorrida não foi propriamente jornalística, mas mundial. Baccin (2017) pontua e resume os avanços tecnológicos entre as décadas de 1980 e 1990 que culminaram com a criação da internet como a conhecemos:

Na década de 1980, foram vários os avanços tecnológicos no campo da informática e da internet, principalmente a expansão dos usos dos computadores, a viabilidade comercial dos sistemas de hipertexto e a ampliação da internet. Esta última abrigou um conjunto de documentos hipertextuais com informações digitalizadas de textos, sons e imagens, conectados entre si e espalhados por computadores do mundo inteiro, o que protagonizou a invenção de Tim Berners-Lee e Robert Cailliau - a World Wide Web, em 1990. (BACCIN, 2017, p. 40).

Combinar diferentes mídias a fim de relatar um fato ou apresentar alguma informação ou personagem é, assim, parte fundamental do fazer jornalístico há muito. O que evoluiu em larga escala neste período foram as maneiras possíveis para fazê-lo. Se durante muito tempo as únicas mídias possíveis para uma publicação apresentar as suas matérias eram texto e fotografia, os avanços tecnológicos e especialmente a democratização do acesso à internet introduziram novos elementos à equação. Conforme aponta Salaverría (2014, p. 32):

De facto, graças à Web multiplicaram-se as possibilidades para o crescimento da narrativa multimídia. Não obstante, esta constatação

não nos deve conduzir ao equívoco de considerarmos a multimedialidade como património exclusivo da internet. Muito antes de aparecerem os meios digitais, alguns meios já eram, *stricto sensu*, meios multimédia.

Inicialmente, a mudança se deu por conta da liberdade de espaço proporcionada pela internet. Em um jornal impresso cada matéria possui o seu tamanho pré-definido e precisa, invariavelmente, apresentar nele tudo o que se considera relevante para o leitor. O repórter de texto de veículo impresso começa a sua apuração já sabendo qual será o espaço destinado à sua história no jornal. Os limites físicos impostos pelo papel, considerando o número de páginas da publicação, outras matérias e espaços destinados a patrocinadores, se refletem na hierarquização das informações colocadas na reportagem.

Assim, com um tamanho delimitado e uma quantidade específica de caracteres disponíveis para o texto (até hoje as matérias de jornal impresso são combinadas entre editores e repórteres em “centímetros”), o jornalista precisava dominar a técnica da “pirâmide invertida”, onde as informações mais relevantes para aquela história deveriam aparecer logo de início, no primeiro parágrafo. Quem, como, quando, onde e por quê deveriam abrir o texto e, nos parágrafos seguintes, as informações seguiam sendo apresentadas de acordo com uma hierarquização de importância até que o espaço físico designado para aquela pauta se encerrasse. Conforme aponta João Canavilhas (2014, p. 19), o desaparecimento dos limites espaciais, físicos do jornal impresso altera profundamente o papel do jornalista e a sua relação com a transmissão da informação:

O jornalista da imprensa escrita preocupa-se necessariamente com a seleção da informação, pois sabe que lhe está atribuído um determinado espaço no jornal. O jornalista que trabalha para uma edição Web não tem limitações espaciais, e por isso concentra-se na estrutura da notícia, procurando encontrar a melhor maneira de oferecer toda a informação disponível de uma forma apelativa.

Não é como se a estrutura de “lide” tivesse sido totalmente esquecida nas redações digitais de hoje em dia, mas o terreno que oferece espaço praticamente ilimitado das páginas de internet possibilita uma construção de sentidos e de

conteúdo totalmente diferente a repórteres e editores. Sem o espaço delimitado, restrito e pré-determinado dos centímetros disponíveis na página, o autor tem uma maior liberdade para construir o seu texto. Para além das novas possibilidades na escrita, a internet possibilita a utilização de mídias inacessíveis para o impresso. Áudios e vídeos aparecem como novos elementos à disposição dos jornalistas, auxiliando na construção de conteúdo e ampliando ainda mais as possibilidades de leitura e compreensão do público (que, agora, não é mais considerado apenas “leitor”, já que não se limita à mera leitura da matéria e pode também ouvi-la e assisti-la através da mesma plataforma).

Se o formato impresso com texto e ilustrações encadeadas em um espaço restrito e definido forçava o jornalista à produção no formato de pirâmide invertida, posicionando o que é mais importante para a matéria na abertura da narrativa, o “lide” nos sites recebe valiosos recursos multimidiáticos. Na internet, cada elemento-chave da matéria pode contar com o apoio de uma mídia diferente. “Quem”, “como”, “onde”, “quando” e “por quê”, podem ser divididos entre vídeo, áudio, fotos e texto. Um vídeo de câmera de segurança, por exemplo, pode apresentar o “como” de uma maneira mais precisa para o público. A narrativa construída pelo jornalista, criada a partir da subjetividade presente nele, acaba sendo colocada de lado em um exemplo como esse. Reside justamente nessa subjetividade, segundo aponta Canavilhas (2014, p. 14), um triunfo à disposição do veículo. “Ao trabalhar com factos que, na maioria das vezes, chegam a todas as redações ao mesmo tempo, as publicações jornalísticas têm nos seus jornalistas o elemento que pode fazer a diferença” (CANAVILHAS, 2014, p. 14). Um vídeo, nesse cenário, retira o elemento variável da autoria da matéria e entrega a diferentes públicos, de diferentes veículos (pensando em um caso de vídeo de flagrante registrado por câmera de segurança), uma mesma imagem que ajuda a entender a situação ocorrida.

O consumidor do conteúdo pode, para além da descrição feita pelo repórter, assistir às imagens gravadas pelas câmeras e, assim, ter outra percepção do ocorrido. A explicação do porquê também ganha nesse cenário, com a possibilidade da utilização de áudios com as falas dos envolvidos na situação reportada. A multimedialidade, assim, não reinventa o fazer jornalístico - já que os conceitos-chave

da produção de uma reportagem seguem os mesmos -, mas abre uma nova série de ferramentas para o profissional da comunicação apresentar a história.

Segundo aponta Salaverría, é importante que cada uma das mídias utilizadas em uma mesma matéria ou reportagem exerçam função individual e, ao mesmo tempo, coordenada. “Os ‘ingredientes multimédia’ devem estar interligados no sentido de evitar a competição entre eles e de, por outro lado, oferecer um resultado positivo e coordenado” (SALAVERRÍA, 2014, p. 40). Há, entretanto, a necessidade de que os elementos se utilizem, em alguma medida, de algo que os aproxime, crie uma unidade de sentido entre o que está sendo apresentado, conforme aponta Salaverría (2014, p. 40):

Um certo grau de repetição entre texto, som, imagens e vídeo é sempre desejável. Tal similitude contribui para a coesão geral de uma peça que, de outro modo, correria o risco de ser incoerente e fragmentária. No entanto, é um erro cair no extremo oposto de repetir o mesmo conteúdo em cada formato. A excessiva redundância aborrece o utilizador de uma informação multimédia.

Apesar da quantidade grande de recursos à disposição do jornalista para a publicação da sua matéria no formato online, o principal elemento do trabalho jornalístico na web, segundo Canavilhas (2014, p. 9), segue sendo o texto:

Deve salientar-se que o texto foi sempre a melhor opção por se tratar de um conteúdo menos exigente em termos de velocidades de acesso. Com as ligações dial-up iniciais de 14.4k, por exemplo, aceder a uma imagem demorava demasiado tempo. Apesar da gradual melhoria das velocidades na internet, só com a banda larga se tornou viável oferecer conteúdos mais exigentes, nomeadamente o vídeo.

O texto, apesar do advento das diferentes formas e estruturas narrativas, não perde relevância ou destaque. Conforme Baccin (2017, p. 104), “o recurso verbal escrito é um elemento essencial às narrativas jornalísticas”. O texto é, além de mais acessível conteúdo, o mais produzido pelas empresas de comunicação. Fato que está muitas vezes relacionado com a “falta de recursos humanos e equipamentos dos meios de comunicação” (CANAVILHAS, 2014, p. 4). Afinal, segundo o autor, ainda há dificuldade nas empresas em identificarem um modelo sólido de negócio especificamente voltado para o online e, somente a partir de uma situação rentável,

financeiramente positiva, se poderia investir nos recursos técnicos e humanos necessários para a ampliação das abordagens multimidiáticas de um veículo. Vale lembrar que, no que se refere a uma página da internet que pretende reunir conteúdo em texto, foto, sons e vídeo, fazem-se necessários - além de jornalistas capacitados para tanto - profissionais da área de design e programação.

Mesmo sendo, como referido, o formato mais viável para a produção em um veículo de comunicação e mais acessível para o público que o consome, é necessário que o texto seja pensado e estruturado em conformidade com os demais elementos midiáticos que compõe a notícia ou matéria. Esse cuidado, como escreve Canavilhas (2014, p. 20) é importante para que os itens informativos sejam encadeados e organizados de uma maneira que facilite a leitura e amplie a compreensão dos leitores. O jornalista, em uma leitura possível de Canavilhas, atua na web como um arquiteto de notícias, construindo a compreensão do leitor através da edificação que constrói através de fotos, vídeos, áudios e textos. O autor cita Lowrey e Choi (2006) para desenvolver esse pensamento:

De uma forma geral, pode dizer-se que as notícias na Web devem obedecer a arquiteturas abertas e interativas, permitindo uma resposta mais eficaz a duas tipologias de leitores: 1) os que procuram uma informação específica, e por isso estão disponíveis para explorar itinerários pessoais de leitura; 2) os que simplesmente navegam numa notícia e precisam de ser guiados pelas qualidades estruturais do formato. (CANAVILHAS, 2014, p. 12).

O espaço aparentemente ilimitado possibilitado pela internet não deve, contudo, ser considerado como um convite ao jornalista para que escreva e desenvolva matérias exageradamente lonas. É o que ressalta Canavilhas (2014), quando escreve que “um bloco informativo com demasiada informação pode demorar demasiado tempo a carregar devido a limitações no dispositivo de acesso à Internet, o que leva o leitor a desistir” (CANAVILHAS, João, 2014, p. 20). Faz-se necessário, segundo o autor, que a informação seja transmitida da maneira mais rápida e bem-feita possível.

Os conteúdos devem ser comprimidos e reduzidos (tamanho e tempo) para dimensões que permitam um bom acesso mesmo com ligações de baixa velocidade. Por outro lado, a atenção que o consumidor presta a vídeos online também é inferior à que dedica aos conteúdos

televisivos, estimando-se que exista uma quebra de atenção a partir dos 60 segundos. (CANAVILHAS, 2014, p. 20).

O autor destaca a necessidade de se construir um caminho lógico e facilmente compreensível de leitura para o público. A utilização constante de hiperlinks¹⁰, áudios, vídeos e textos ao longo de uma mesma reportagem precisam, segundo Canavilhas (2014) seguir uma ordem que facilite a compreensão e a navegação de quem a acessa.

A importância de se proporcionar uma experiência agradável e acessível para os leitores e consumidores de informação é tamanha que o autor a coloca com o mesmo peso da qualidade jornalística propriamente dita. É necessário que se crie conteúdo de qualidade, sim, mas é igualmente importante que a navegação por este conteúdo seja facilitada.

O sucesso do webjornalismo depende da qualidade dos conteúdos, sendo obrigatório que estes tirem o máximo partido das diversas características do meio. Mas depende igualmente da criação de rotinas de consumo que facilitem a tarefa dos leitores num meio onde a ansiada liberdade de leitura se pode facilmente transformar num labirinto. E como ninguém gosta de se sentir perdido, quanto mais depressa se criarem essas rotinas, mais rapidamente o webjornalismo conseguirá atingir a necessária estabilidade. (CANAVILHAS, 2014, p. 22).

A “necessária estabilidade” citada por Canavilhas, da qual o jornalismo na internet depende, é analisada no item 2.3, quando falamos das questões mercadológicas e de negócio por trás do webjornalismo.

2.2 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NAS REPORTAGENS PARA WEB

O vídeo tem papel de destaque dentro do jornalismo multimidiático para a internet. “Qualquer projeto de informação multimédia na internet está obrigado a destacar este elemento” (SALAVERRÍA, 2014, p. 36). O conteúdo audiovisual

¹⁰ Baccin (2017, p. 36) ressalta que também os hiperlinks não são invenção dos tempos da internet. “As ligações de um texto a outro já eram possíveis previamente à escrita digital. Os contos de Mil e Uma Noites, escritos no século IX, são a primeira obra que possibilita a leitura não linear. A obra é composta por 12 volumes. Os contos apresentam encadeamentos contínuos, onde cada história brota de outras, remetendo os leitores a movimentos circulares.

recebe destaque tanto nas páginas cibernéticas nas quais o conteúdo está publicado (como a reportagem que é objeto deste estudo) quanto na rotina de trabalho dos profissionais envolvidos nesse tipo de trabalho (aspecto que será destacado no capítulo 5). A popularização do uso de vídeos para acompanhar reportagens nos sites dos portais jornalísticos cria novas demandas para os profissionais e uma transformação importante na maneira de contar histórias do jornalismo tradicional. Mesmo veículos acostumados à cobertura exclusiva no formato fotografia e texto (como o jornal Zero Hora, co-autor da reportagem “Os Sobreviventes do Futebol” aqui estudada) precisaram criar maneiras de produzir conteúdo audiovisual.

Salaverría (2014), sobre como as empresas jornalísticas e os meios de comunicação devem se posicionar e publicar seus conteúdos em tempos de hipermídia, destaca que “quem desejar explorar ao máximo o potencial comunicativo da internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual” (SALAVERRÍA, 2014, p. 33).

Baccin (2017) aponta que, de início, quando do princípio dos portais de notícias na internet, a lógica de produção era diferente. Acreditava-se que o conteúdo online deveria priorizar o hardnews, sob a pena de não conseguir reter a atenção do leitor no caso de uma publicação de texto mais extenso. Não havia, portanto, espaço para a reportagem nessa nova plataforma jornalística.

A reportagem não tinha lugar no espaço de escrita digital. Era consenso entre os profissionais das redações que este espaço de escrita se prestava para narrativas curtas e objetivas, e que o leitor cansaria a visão se lesse textos longos. Na medida em que a qualidade de banda larga melhora, o acesso à internet se amplia, os tablets chegam ao mercado e as organizações jornalísticas percebem o potencial da escrita digital, a reportagem se renova. (BACCIN, 2017, p. 109).

Essa renovação da reportagem, apontada por Baccin (2017), foi além do tamanho do texto publicado. Transformou o vídeo, de elemento utilizado apenas em coberturas televisivas, em parte importante da cobertura jornalística na web. Seja através de imagens captadas por câmeras de segurança, sem a necessidade do trabalho de um cinegrafista ou repórter, ou realização coletiva de equipe jornalística

formada por fotógrafos, repórteres e editores, o conteúdo em vídeo recebe destaque nos portais de notícias brasileiros e internacionais.

Para Miriam Rossini (2015), a mobilidade de telas causada pelos avanços tecnológicos (em uma junção da criação de novos hardwares e a popularização do acesso à internet) tem papel fundamental e transformador na maneira de consumir conteúdos audiovisuais - o que causa impacto no jornalismo.

A internet tornou-se o grande ambiente que congrega a produção e a circulação de novos formatos audiovisuais, narrativos e documentais. A mobilidade das telas, por sua vez, permitiu ao espectador, transformado em usuário, ver seus produtos audiovisuais quando e onde quisesse. (ROSSINI, 2015, p. 239).

A autora, contudo, não considera a internet um meio de comunicação por si só, mas um espaço em que diferentes meios (como o rádio, o jornal e a televisão, por exemplo) transitam e criam significados. Para Rossini, a internet:

Não é um meio de comunicação, mas um espaço de trânsito da comunicação. E de uma comunicação que é feita tanto por agentes profissionais, imbuídos de ideias e valores de negócios, quanto do público em geral que agora possui uma forma de compartilhar, difundir as suas produções caseiras, amadoras, artísticas, ou mesmo as suas ideias e afetos. (ROSSINI, 2015, p. 249).

A capacidade que o público consumidor de notícias tem de produzir e compartilhar as suas próprias produções amadoras é bastante utilizada pelo jornalismo online dos tempos atuais. Vídeos captados por leitores através dos seus celulares aparecem em matérias de diferentes editorias e veículos. Tal facilidade de produção de conteúdo, promovida pelo fato de ser possível captar, editar e transmitir as imagens a partir de um telefone celular, embora possa garantir alguma imagem que de outra forma não seria possível (considerando o tempo necessário de deslocamento de um repórter fotográfico até determinado local, por exemplo), acaba também retirando a possibilidade de o produtor do conteúdo realizar o recorte jornalístico mais adequado para aquele determinado acontecimento.

Conforme escreve Juliana Fernandes Teixeira (2015), a construção do audiovisual por um profissional reúne características que reforçam o caráter

informativo e de qualidade estética do produto. Afinal, para a autora, “o audiovisual resulta de uma série de escolhas, que ultrapassam os processos de edição e hierarquização da informação e incluem o enquadramento da câmara e a montagem, os quais também são intervenções sobre o real” (TEIXEIRA, 2015, p. 253). Esse conjunto de “interações sobre o real”, que passam pelos trabalhos de diferentes profissionais durante a confecção de um conteúdo jornalístico para a web, é que diferem o material produzido por um amador com a sua câmara de celular de uma produção jornalística.

2.3 JORNALISMO MULTIMÍDIA ENQUANTO PRODUTO

As questões empresariais e mercadológicas que cercam e fazem parte do jornalismo online não serão aqui tratadas à minúcia, pois fogem do foco central deste estudo. Entretanto, é necessário que se cite, ou ao menos apresente uma visão geral de como é e de que forma o produto jornalístico para a web se apresenta e se torna realizável nesses dias. Em um cenário em que redações reduzem o seu pessoal e o jornalista que antes era apenas responsável por uma editoria ou mídia agora acumula atribuições como as de repórter, fotógrafo, produtor e roteirista (pensando aqui nas reportagens em vídeo para os portais de notícia), são constantes as adaptações e transformações às quais os profissionais da informação precisam se submeter para conseguirem cumprir com as demandas dos editores e donos de jornal (essas transformações serão melhor avaliadas no capítulo 5, com as entrevistas com os responsáveis pelo trabalho que é objeto deste estudo).

A constante evolução tecnológica, especialmente nas últimas duas décadas, com a democratização do acesso a internet, causa uma grande dificuldade de adaptação dos veículos aos novos formatos. Segundo aponta Canavilhas (2014), as incessantes mudanças nos meios e possibilidades de se transmitir conteúdo jornalístico contribuem em larga parte para que haja uma instabilidade no setor. O cenário em constante transformação, entretanto, não pode - mais de vinte anos após a popularização da rede mundial de computadores - impedir que se possa estabelecer uma “gramática hipermultimediática”. (CANAVILHAS, 2014, p. 21).

Anderson, Bell e Shirky (2013) apontam que as novas formas de comunicação, possibilitadas pelas novas tecnologias e sobretudo pela facilitação do acesso a internet, criam uma liberdade de criação e distribuição de conteúdo nunca antes vista. Dessa forma, a publicidade - vital fonte de receita para as empresas de mídia desde a sua concepção - passa a ter ao seu dispor uma possibilidade de entrar em contato com o seu público alvo sem a necessidade de investir em comerciais a serem veiculados em jornais ou rádios.

De uma hora para outra, todo mundo passou a ter muito mais liberdade. Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online).

À essa liberdade ofertada à publicidade, soma-se o fato de o retorno financeiro advindo dos tradicionais banners e pop-ups nas páginas da internet nunca esteve, segundo apontam os autores, nem perto de representar cifras interessantes para as empresas envolvidas.

A receita por leitor trazida pela publicidade online nunca chegou nem perto da tradicional – e no caso de plataformas móveis é ainda pior. Enquanto isso, à medida que vai avançando, a publicidade no meio digital vem passando totalmente ao largo de veículos de comunicação tradicionais. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online).

Assim, coube aos veículos tradicionais de informação a tarefa de desenvolver métodos diferentes para a obtenção de recursos financeiros. A seguir analisaremos uma das maneiras desenvolvidas por um meio de comunicação para manter-se financeiramente saudável.

2.3.1 A criação do site GAÚCHAZH

É importante, falando-se no jornalismo multimidiático enquanto produto a ser oferecido pelas empresas de comunicação e adquirido pelo público, que se contextualize o portal no qual foi possível a publicação do conteúdo que serve como

objeto deste estudo. A reportagem "Os Sobreviventes do Futebol Gaúcho: histórias de quem participa da Copa Wianey Carlet" - em suas seis páginas da web com textos e fotos mais o seu vídeo - foi publicada no portal gaúcho GaúchaZH, site que compila na internet os conteúdos produzidos pelo jornal Zero Hora e pela Rádio Gaúcha criado em setembro de 2017.

Essa união de portais distintos de um mesmo grupo de comunicação, neste caso a RBS, foi uma alternativa desenvolvida pela empresa que se aproxima da proposta apresentada por Anderson, Bell e Shirky (2013): "não há como preservar ou restaurar o jornalismo no formato praticado ao longo dos últimos 50 anos", escrevem os autores. Curiosamente, o Jornal Zero Hora - um dos veículos mais impactados com esta mudança de portal na internet - completou 50 anos recentemente, em 2014. Os autores ainda vão além:

A próxima fase da existência da grande maioria dos meios de comunicação vai ser parecida com a última. Haverá uma redução obrigatória de custo, embora de forma menos urgente (e, esperamos, mais estratégica), levando em conta novas técnicas de cobertura jornalística e novos modelos organizacionais. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online).

Com a criação do novo portal, os antigos sites da rádio e do jornal deixaram de existir. Segundo informação publicada no portal Coletiva.net¹¹, GaúchaZH apresentou, desde os seus primeiros dias, quantidade de acessos três vezes superior aos números obtidos pelo site antigo de Zero Hora. A união dos portais, portanto, representou substancial acréscimo de visualizações nos conteúdos publicados tanto por Zero Hora quanto por Rádio Gaúcha na internet.

Entre 2017 e 2018, houve também um passo físico na direção da integração do trabalho realizado pelos veículos. A redação de Rádio Gaúcha, com seus profissionais e estrutura, foi transferida para a redação do jornal Zero Hora. Em um mesmo espaço, há profissionais trabalhando para rádio, para o jornal impresso e aqueles que produzem conteúdos para o online. Tal união, segundo apontam os

¹¹ REDAÇÃO COLETIVA. GaúchaZH registra picos de acessos três vezes maior que site de Zero Hora. **Coletiva.net**, 25 set. 2017. Disponível em: <<https://coletiva.net/online/gauchazh-registra-picos-de-acessos-tres-vezes-maior-que-site-de-zero-hora.229263.jhtml>>. Acesso em: 3 nov. 2018.

repórteres entrevistados para este trabalho (no item 5 deste trabalho), teve papel importante na construção de uma cultura multimidiática dentro desta nova redação. A proximidade com colegas do impresso e do online fez com que os profissionais de rádio passassem a produzir mais conteúdo voltado para a internet e suas possibilidades multimidiáticas.

O novo portal já, desde o início, apresentou números positivos em relação às redes sociais. As antigas páginas de Rádio Gaúcha e do jornal Zero Hora também foram abandonadas, dando lugar à uma página unificada de GaúchaZH. Segundo a já referida matéria do portal Coletiva.net, o engajamento¹² obtido quando da estreia da nova página foi consideravelmente maior do que o observado nas semanas anteriores à mudança. O número crescente de interações com os leitores e consumidores de informação também é assunto ao qual se debruçam Anderson, Bell e Shirky:

A adaptação a um mundo no qual o povo até então chamado de “audiência” já não é mero leitor e telespectador, mas sim usuário e editor, vai exigir mudanças não só em táticas, mas também na concepção que o jornalismo tem de si. Incorporar um punhado de técnicas novas não será suficiente para a adaptação ao novo ecossistema; para tirar proveito do acesso a indivíduos, multidões e máquinas, também será preciso mudar radicalmente a estrutura organizacional de veículos de comunicação (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online).

Outra dificuldade enfrentada pelo jornalismo online, apontada pelos autores, também faz parte do contexto no qual se insere o portal GaúchaZH. Para além da união de conteúdos e das transformações necessárias para se oferecer um conteúdo atraente para o público, o jornalismo praticado na internet precisa encontrar maneira de se financiar, de se sustentar em um período no qual a publicidade investe menos nos veículos de comunicação e mais diretamente nas redes sociais (conforme item 2.3).

Em GaúchaZH, a estratégia adotada foi a da adoção de paywalls, espécie de bloqueio de navegação para usuários que acessam ou uma quantidade maior de matérias do que o estipulado (neste caso cinco), ou tentam abrir conteúdos

¹² "Engajamento", como o citado na matéria, é uma combinação de curtidas, comentários e compartilhamentos de uma determinada postagem nas redes sociais.

publicados como exclusividades do portal. A navegação para estes usuários é interrompida e a eles é pedido para que ou efetuem seu login nas redes sociais (identificação que garante mais cinco acessos gratuitos), ou realizem a assinatura do portal (em valores a partir de R\$ 5,90 quando da publicação deste trabalho). Contudo, segundo apontam Anderson, Bell e Shirky (2013), são raros os usuários que acessam um grande número de matérias de determinado portal por mês. Segundo eles, ao terem a sua navegação bloqueada por um paywall, a maioria dos leitores acaba desistindo de fazer login ou assinatura no site. "Hoje, a preguiça favorece a dispersão; em muitos sites jornalísticos de interesse geral, a categoria mais comum de leitor é aquela formada por gente que confere um único artigo por mês" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online)..

O baixo número de leitores dispostos a pagar pela informação antes de seguir para outro site ou publicação é destacado pelos autores, que consideram esse tipo de prática - como a da inserção de bloqueios para usuários que não pagam pelo conteúdo - como apenas um desacelerador da queda de faturamento dos veículos de comunicação, e não como uma saída viável e, acima de tudo, sustentável a longo prazo.

Apenas alguns dos grandes veículos de comunicação que adotaram o sistema conseguiram obter 5% que seja de adesão de usuários na versão digital, e a liberação de certo número de artigos praticamente garante que a maioria dos usuários jamais terá de pagar. O resultado é que, embora sirva para retardar a queda no faturamento, a nova receita não impede o declínio, e muito menos o reverte. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, online).

Como o site é a fusão dos conteúdos do jornal com os de Rádio Gaúcha, todos os assinantes do impresso recebem automaticamente acesso ilimitado ao conteúdo publicado no portal, incluindo os conteúdos de colunistas e programas em vídeo (publicações que são restritas para qualquer tipo de usuário não assinante).

Júlia Fernandes Teixeira (2015) aponta que a transformação necessária para que o jornalismo se mantenha financeiramente saudável em um período de crise e descrença vai além de uma simples alteração das rotinas de trabalho dentro dos velhos veículos.

A inovação no jornalismo não pode, pois, ser caracterizada como um investimento isolado em modernização industrial, mas deve ser compreendida também como um aporte que modifica as rotinas e processos de trabalho do jornalista, bem como o perfil e a qualidade do produto jornalístico. (TEIXEIRA, 2015, p. 256).

Dessa forma, segundo a autora, inovar no jornalismo atual significa mais do que apenas alterar os meios de produção da notícia e das reportagens dentro das redações. É necessário que, mais do que isso, apresente-se também um acréscimo de qualidade no trabalho apresentado. A qualidade do que é publicado deve, segundo Teixeira, ser também elemento base da inovação necessária para a profissão.

3 A REPORTAGEM “OS SOBREVIVENTES DO FUTEBOL GAÚCHO: HISTÓRIAS DE QUEM DISPUTA A COPA WIANEY CARLET”

Objeto de estudo deste trabalho, a reportagem “Os Sobreviventes do Futebol Gaúcho: histórias de quem participa da Copa Wianey Carlet” é uma reportagem multimidiática publicada nos principais veículos de comunicação do Grupo RBS entre 26 e 28 de outubro do ano de 2018. O conteúdo foi produzido para o jornal Zero Hora (em sua versão impressa especial de final de semana a qual recebe o nome de “superedição¹³”), para o portal de notícias GaúchaZH (que compila e publica na internet conteúdos produzidos pelos profissionais de Rádio Gaúcha e do jornal Zero Hora) e para a Rádio Gaúcha, que veiculou trechos das entrevistas produzidas pelos repórteres em diferentes programas da sua programação entre os dias 26 e 28 de outubro de 2018 e uma versão completa da reportagem especial feita para a rádio no programa *Supersábado* de 27 de outubro de 2018. Apenas a versão completa da reportagem radiofônica será analisada aqui, uma vez que as inserções de trechos das entrevistas nos demais programas da grade da rádio.

Em relação ao seu conteúdo, a reportagem aborda as histórias e o cotidiano de jogadores de futebol que estão - pelo menos até o momento da construção do material - distantes da fama e do estrelato que se imagina quando se pensa em atletas deste esporte. As histórias de vida relatadas pelos repórteres buscam apresentar a realidade nada glamurosa de jogadores que se dividem entre o amadorismo e o sonho de um dia se tornarem mundialmente famosos e representarem os seus países.

Para tanto, o foco utilizado foi o de buscar jogadores entre aqueles que disputaram a edição da Copa Wianey Carlet¹⁴ no ano de 2018. A competição é realizada anualmente e reúne clubes de todo o estado do Rio Grande do Sul, sendo

¹³ “Superedição” é o termo criado pelo jornal Zero Hora para se referir ao seu reformulado impresso de final de semana. Desde 2016 a publicação não recebe mais uma versão para o sábado e uma nova aos domingos. Ao invés disso, uma única edição de final de semana, reunindo o conteúdo que seria publicado em cada um destes dias, é lançada na manhã de sábado e vale para o final de semana inteiro. A matéria tema deste estudo foi publicada no impresso dos dias 27 e 28 de outubro de 2018.

¹⁴ Nome utilizado para se referir à Copa Federação Gaúcha de Futebol no ano de 2018. O torneio recebeu esta nomenclatura para homenagear o jornalista gaúcho Wianey Carlet, falecido em setembro de 2017

o principal torneio a ser disputado por grande parte dos clubes do interior do estado, especialmente aqueles que não participam de nenhuma das divisões nacionais. É, portanto, um troféu que reúne um grande número de atletas pouco conhecidos do grande público, o que permitiu se encontrar um bom número de cases interessantes para o trabalho jornalístico. Já na linha de apoio da versão online do material, a reportagem é apresentada como: “Jogadores, técnicos e dirigentes que disputam a Copa Wianey Carlet, única competição profissional do futebol gaúcho no segundo semestre, enfrentam estádios vazios e condições precárias, mas não deixam de sonhar com o glamour dos grandes jogos.”

A reportagem, segundo os próprios repórteres escrevem na publicação, foi realizada em um período de dois meses (entre agosto e outubro de 2018) e em diferentes cidades do estado. As equipes realizaram entrevistas nas cidades de Soledade, Capão da Canoa e Osório.

Desde a sua concepção, esta era uma reportagem multimídia. Eduardo Gabardo, Rafael Diverio e Rodrigo Oliveira destacaram em suas entrevistas que a ideia da pauta já surgiu como sendo um conteúdo a ser trabalhado em texto, fotos, vídeo e áudio visando os diferentes veículos do Grupo RBS. “Já surgiu como reportagem multimídia. Todas as reportagens que a gente faz já são pensando em multimídia, justamente pela integração entre Gaúcha e ZH”, declarou Oliveira. Gabardo respondeu na mesma linha, destacando também trabalhos anteriores:

Quando eu tenho pensado em matérias especiais como essa, e eu tenho feito nos últimos anos várias com o Rodrigo Oliveira (a gente fez aí “Coronéis do Futebol” partes 1 e 2 e no ano passado “Caravana da Resistência”, sobre o futebol feminino), o multimídia é sempre uma preocupação. (Eduardo Gabardo)

A visão semelhante dos profissionais, que apontam a cobertura multimidiática como uma escolha desde a concepção da pauta da reportagem, é comparável ao que diz Ramón Salaverría. Para o autor, “[fazer jornalismo nos tempos atuais] já não se trata, apenas, de apostar neste ou naquele formato em particular, mas antes de investigar as possibilidades oferecidas pela articulação de vários formatos” (SALAVERRÍA, 2014, p. 48). Esta articulação destacada pelo autor aparece claramente entre as preocupações iniciais dos repórteres: “Desde o princípio, a

gente pensou em não só ter os melhores áudios, mas em ter os melhores vídeos, as melhores imagens e as melhores histórias para poder contemplar todas as mídias nas quais a gente iria veicular a matéria”, declarou o repórter Rodrigo Oliveira.

Entre as principais dificuldades apontadas pelos repórteres para a realização da reportagem estudada, estão conciliar as escalas dos profissionais envolvidos em uma matéria especial e a cobertura diária e a necessidade de uma mudança de olhar, de forma de olhar para a história a ser retratada na reportagem. O primeiro ponto foi levantado por Rafael Diverio durante a sua entrevista:

A maior dificuldade foi conciliar a escala. Acumular a tarefa do dia a dia com a reportagem especial. [Os editores] nunca viram como um problema que eu saísse da cobertura do dia para viajar, para ficar dois, três dias fora quando fosse preciso. [...] Para a rádio é mais complicado, porque tem uma cobertura maior ainda de dia-a-dia dos clubes, tem programas a serem apresentados no caso do Eduardo Gabardo e do Rodrigo.

O repórter, cuja editoria de origem é o esporte do jornal Zero Hora, destaca que, dentro desta dificuldade específica, há uma diferenciação entre as realidades das redações unificadas pelo portal GaúchaZH. Na rádio, segundo Diverio, uma saída das rotinas diárias de produção de notícias, apresentação e participação em programas ao vivo pode ser ainda mais complicada do que para os profissionais do veículo impresso. “A rádio não tem a cultura, aparentemente, da matéria especial na mesma medida que o jornal Zero Hora. Conciliar essas escalas foi um pouco difícil”, relatou Diverio.

Tal obstáculo na produção de uma reportagem aprofundada e que exige a captação de material para mais de um veículo ao mesmo tempo eleva a expectativa por parte dos editores e do público no que diz respeito à qualidade do material apresentado. Baccin (2017) aponta, conforme abordamos, que “os recursos investidos, o tempo e a dedicação se justificam se o resultado for um trabalho de qualidade e original, atingindo o maior número de leitores” (BACCIN, 2017, p. 101). Recursos investidos nas viagens necessárias para a realização da pauta; tempo de dois meses entre a produção das entrevistas e a publicação do material; atingindo o maior número de leitores através da veiculação do conteúdo em diferentes

plataformas. A reportagem “Os Sobreviventes” demonstra o que é referido por Baccin.

3.1 EQUIPE DE REPORTAGEM

A matéria foi produzida, escrita e roteirizada (considerando-se os diferentes formatos realizados) pelos repórteres Eduardo Gabardo, Rafael Diverio e Rodrigo Oliveira. Rafael Diverio é repórter da editoria de esportes jornal Zero Hora e de Rádio Gaúcha, Eduardo Gabardo é colunista do jornal Zero Hora e de GaúchaZH, além de repórter esportivo de Rádio Gaúcha e Rodrigo Oliveira é repórter esportivo de Rádio Gaúcha. Nas versões publicadas na internet (GaúchaZH) e no jornal Zero Hora, há também o trabalho do repórter fotográfico Jefferson Botega (Agência RBS). A versão em vídeo veiculada no portal de notícias também conta com as imagens de Jefferson Botega.

Gabardo, Diverio e Oliveira responderam ter experiência com reportagens multimídia. “A primeira lembrança que eu tenho de reportagem multimídia foi em 2004, quando eu fui mandado para o Haiti para o jogo da seleção brasileira [de futebol] contra a seleção local”, disse Eduardo Gabardo. O já repórter de Rádio Gaúcha relatou ter iniciado a sua experiência produzindo conteúdo para mais de um veículo quando foi orientado a enviar, além dos boletins para a rádio, textos para o jornal Zero Hora da sua viagem ao Haiti.

*Fui enviado para lá, na época, pela Rádio Gaúcha mas já com uma ideia de fazer um material multimídia. No caso para a rádio e para o jornal impresso. Naquele momento ainda não produzíamos para o site, não havia por aqui este hábito tão forte de produzir para o online. Então eu lembro de ter mandado muito material para o jornal.
(Eduardo Gabardo)*

Rafael Diverio, repórter da editoria de esportes de Zero Hora, relata que iniciou a trabalhar pensando em mais de uma mídia no período em que atuou como correspondente do jornal na cidade de Rio Grande, interior do Rio Grande do Sul. Diverio, entre os anos de 2011 a 2013 (quando foi transferido para a sede do jornal

em Porto Alegre), era responsável por escrever as matérias para o impresso e para o site, fazer fotos e entrar ao vivo na Rádio Gaúcha para pequenos boletins locais.

Eu quase sempre fui correspondente do jornal no interior. E o correspondente acaba sendo de fato multimídia, primeiro porque tem que fotografar, que é uma coisa muito simples mas que fazia parte de outra tarefa. Antigamente o repórter de jornal apenas escrevia, o repórter de rádio apenas falava. (Rafael Diverio)

Já Rodrigo Oliveira, repórter esportivo de Rádio Gaúcha, relata que começou a produzir conteúdos para mídias diferentes (além do rádio) apenas com a integração das redações de Gaúcha e Zero Hora. A partir de uma cobertura internacional envolvendo a seleção brasileira de futebol (em caso semelhante ao relatado por Eduardo Gabardo), o repórter passou a ser responsável pela captação de vídeos e pela elaboração de textos para os diferentes veículos do Grupo RBS nos quais atua (Rádio Gaúcha, Zero Hora e GaúchaZH).

3.1 A VERSÃO ONLINE

Publicada em GaúchaZH, que, conforme detalhado no item 2.3.1, compila material do jornal Zero Hora e de Rádio Gaúcha, dois dos principais veículos do Grupo RBS. A matéria, uma vez acessada, apresenta uma página principal que contém texto, fotos e o vídeo produzido. É através dessa página que é feita a apresentação dos personagens da matéria e é a partir dela que são elencadas as outras cinco páginas da web que compõem a reportagem especial. Hiperlinks são utilizados para levar os usuários do texto principal para os outros cinco.

A versão online da reportagem é também aquela que possibilita que todos os elementos sejam organizados em um mesmo espaço. Fotos, vídeo e texto estão inseridos em uma mesma publicação. Por escolha dos repórteres, a versão em áudio da reportagem não foi publicada o site. A opção, aqui, foi a de destacar o elemento audiovisual, colocando o vídeo no topo da página mesmo que houvesse recursos técnicos para que a reportagem em áudio veiculada na Rádio Gaúcha (analisada no item 3.3).

3.1.1 O Vídeo

A primeira página virtual da reportagem coloca, logo após a sua manchete e a linha de apoio, o vídeo produzido pelo trabalho dos repórteres em parceria com os repórteres fotográficos e o editor de vídeo. Com o título de “Os Sobreviventes - a saga do futebol gaúcho no segundo semestre”, o material audiovisual de exatos cinco minutos de duração é construído a partir de imagens captadas pelo fotógrafo Jefferson Botega e apresenta os personagens de maneira diferente daquela priorizada no texto da reportagem.

O vídeo, dentro do conteúdo publicado na internet, é a mídia que recebe maior destaque. A necessidade de tal distinção é destacada por Salaverría (2014), conforme citado na abertura do item 2.2 deste trabalho. “Qualquer projeto de informação multimídia na internet está obrigado a destacar este elemento” (SALAVERRÍA, 2014, p. 36) escreve o autor. O conteúdo audiovisual aparece no topo da página principal da matéria, antes de qualquer foto ou mesmo do desenvolvimento do texto da reportagem. Fica claro, aqui, o destaque dedicado a esta mídia na versão online do conteúdo.

Antes de analisarmos o conteúdo jornalístico presente no vídeo, quando serão descritas as escolhas de fontes, os enquadramentos e os sons escolhidos pelos repórteres para fazer parte do produto, é necessário fazer um destaque ao tempo de duração do mesmo. O vídeo que reúne os depoimentos dos atletas entrevistados pela reportagem possui exatos cinco minutos de duração. Período curto se comparado às grandes reportagens veiculadas, por exemplo, na televisão. Ao espaço nobre do jornalismo, a reportagem, são dedicados programas televisivos inteiros. Atrações que podem superar uma hora de duração, como o caso do Globo Repórter¹⁵, um dos mais tradicionais programas jornalísticos da TV brasileira. A escolha por um tempo mais curto nos vídeos online em comparação com o jornalismo veiculado na televisão é explicada por Salaverría. “Enquanto o vídeo em televisão é elaborado para ser contemplado de forma longa e passiva, o vídeo num

¹⁵ Programa jornalístico da TV Globo que apresenta, semanalmente, reportagens sobre temas variados. Foi ao ar pela primeira vez em 3 de abril de 1973. Atualmente é apresentado por Sérgio Chapelin às 22h30min das sextas-feiras.

computador proporciona um visionamento relativamente curto e mais ativo“ (SALAVERRÍA, 2014, p. 35).

Teixeira (2015) aponta que os processos de construção da realidade em uma narrativa visual incluem diversas escolhas estéticas e jornalísticas.

O audiovisual resulta de uma série de escolhas, que ultrapassam os processos de edição e hierarquização da informação e incluem o enquadramento da câmara e a montagem, os quais também são intervenções sobre o real. (TEIXEIRA, 2015, p. 253).

Assim, analisaremos neste item alguns dos enquadramentos produzidos pelo repórter fotográfico e selecionados pelos repórteres da matéria para o vídeo publicado no portal GaúchaZH. A sequência das falas e as escolhas de imagens de apoio para ilustrar cada um dos depoimentos do conteúdo audiovisual também devem, portanto, ser observados e destacados.

No vídeo, falam os jogadores Jonathan Menin, Pedro Afonso e Nicolas Palma. O primeiro divide a rotina de treinamentos com o trabalho como construtor de túmulos na empresa do seu pai. O goleiro Alonso foi diagnosticado com câncer no testículo e agora, após o tratamento com sessões de quimioterapia, busca reencontrar sua carreira no futebol. O chileno Palma chegou às seleções de base de seu país, mas não conseguiu fazer a carreira decolar. Chegou a passar fome enquanto jogava por um clube da Venezuela. Os três contam suas histórias de modo bastante resumido e direto, como Salaverría (2014) aponta que este tipo de material deve ser conduzido na internet. Apenas os atletas falam durante o vídeo que, assim como a maioria dos conteúdos audiovisuais veiculados no site GaúchaZH, não conta com uma locução ou condução de algum dos repórteres envolvidos na reportagem. Os repórteres sequer aparecem nas imagens veiculadas, estética visual que difere este conteúdo produzido para internet daquele que é feito pela televisão, onde o repórter não só aparece em frente às câmeras como tem papel de condutor - através de locuções em offs e passagem - da matéria. As falas são ilustradas por imagens feitas durante os treinamentos dos atletas (Jonathan e Pedro do Soledade, clube do interior gaúcho e Nicolas, do Barra de Porto Alegre). Enquanto eles narram as suas histórias, imagens de apoio entram na tela.

Figura 1 - Jonathan, jogador do Soledade, concedendo entrevista



Fonte: Reportagem “Os sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem participa da Copa Wianey Carlet”.

Trilha sonora discreta acompanha a matéria, que tem como destaque sonoro a reza dos jogadores do Soledade antes de uma partida pela Copa Wianey Carlet. Reunidos em um círculo dentro do vestiário do estádio, os atletas entoam a oração “Pai nosso” antes de adentrarem o campo de jogo. Esse áudio é o que abre o vídeo, enquanto, ainda em tela preta, letterings¹⁶ apresentam um panorama geral da baixa remuneração da imensa maioria dos jogadores de futebol no Brasil.

A lógica narrativa de entrevistas somadas à imagens de apoio é quebrada apenas no último trecho do vídeo quando o repórter Rafael Diverio organiza os atletas titulares e reservas da equipe do Soledade no gramado do estádio do clube e realiza com eles uma espécie de enquete, pedindo para que levantem a mão em caso de resposta positiva. Perguntas como “quem aqui recebe mais do que dez mil reais?” são feitas aos atletas que, em grande maioria, erguem os braços apenas para responder positivamente à penúltima pergunta feita pelo repórter: “quem aqui recebe menos do que dois mil reais por mês?”. Diverio finaliza o vídeo com o questionamento “e quem aqui [referindo-se aos atletas do Soledade no gramado de

¹⁶ Caracteres utilizados em conteúdo audiovisual de internet para apresentar algum dado ou informação.

jogo à sua frente], passando por todo esse trabalho que vocês passam, com essa dificuldade que vocês têm, histórico que já viveram, ainda acha que vale a pena jogar futebol?”. Todos os jogadores erguem o braços e, após o agradecimento do jornalista pelas suas participações no vídeo, aplaudem e vibram enquanto, na tela, a imagem passa do estádio do clube do interior gaúcho para os créditos dos responsáveis pelo material.

Figura 2 - Jogadores respondem, erguendo os braços, à pergunta do repórter Rafael Diverio no estádio do Futebol Clube Soledade



Fonte: Reportagem “Os sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem participa da Copa Wianey Carlet”.

3.1.2 O texto online

A publicação da matéria “Os sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem participa da Copa Wianey Carlet” foi publicada no site GaúchaZH às 6h de 26 de outubro de 2018, sexta-feira anterior à publicação do material na “superedição” impressa do jornal Zero Hora do final de semana dos dias 27 e 28. A reportagem conta com uma página principal, onde o tema central é apresentado.

As histórias já referidas no item 4.1.1, de Jonathan e Nicolas, são resumidas em um parágrafo, que servem como introdução da realidade difícil destes atletas. No

texto, porém, outros *cases* não apresentados no vídeo recebem destaque: Daniel Baloy, jogador com passagem pelo Internacional de Porto Alegre e atualmente jogando no Real Sport Club, de Capão da Canoa, aparece aqui.

Após os três parágrafos iniciais que introduzem alguns dos entrevistados pela reportagem, os repórteres dedicam outros dois à apresentação da realidade salarial do futebol gaúcho e mais especificamente dos clubes que disputam a Copa Wianey Carlet. Esse texto serve, além de abertura da reportagem especial, como centralizador de conteúdos, já que esta página inicial - além de conter o já descrito vídeo - também leva para outras cinco páginas nas quais cada um dos entrevistados recebe destaque e aprofundamento.

As cinco páginas que complementam a matéria têm seus hiperlinks colocados em uma espécie de resumo de cada uma delas, feitos através de pequenos parágrafos de texto acompanhados por fotografias realizadas pelos repórteres fotográficos do jornal. Os subtítulos, acompanhados de foto, que indicam para o leitor qual segmento da matéria está ali relacionado são: “Jonathan, entre o cemitério e a lateral esquerda”, no qual é apresentada com detalhes a rotina do jogador de futebol que ajuda o pai a construir túmulos pela manhã e, à tarde, vai treinar com o grupo do Soledade; “Pedro Afonso, um goleiro contra o câncer”, onde a luta do atleta contra a doença e a sua volta aos treinamentos como jogador de futebol são contadas com detalhes; “Nicolas, da seleção Chilena ao Barra-POA” conta a história do atleta chileno que, depois de um início de carreira promissor, acabou passando por vários clubes pequenos antes de assinar contrato com o recém-criado Barra¹⁷, de Porto Alegre; “Real gaúcho: Baloy, Conceição e Adriano Chuva” apresenta a história do Real Sport Club, clube de futebol de Capão da Canoa que reúne em seu elenco experientes atletas com passagens por diversos clubes do esporte nacional; e “Sonhamos alto, diz o jovem presidente do Soledade”, último texto que compõe o especial, no qual Francisco Lodi, de 33 anos, relata o seu dia a dia como presidente do Soledade Futebol Clube e as dificuldades de se fazer futebol no interior do estado do Rio Grande do Sul.

Cada um destes subtítulos, ao ser clicado, leva o leitor a uma nova página, onde o tópico selecionado é apresentado através de texto e fotografias. As novas

¹⁷ O Barra Futebol Clube é um clube de futebol profissional criado em Porto Alegre no ano de 2015.

páginas que se abrem também apresentam o vídeo produzido para o especial. Dessa vez, entretanto, o conteúdo audiovisual não aparece no topo da página (assim como o faz no texto principal da reportagem), sendo colocado ao final de cada um dos cinco textos.

3.2 A VERSÃO IMPRESSA

3.2.1 O texto no Caderno Doc de Zero Hora

No papel, a reportagem “Os Sobreviventes” foi publicada no caderno Doc¹⁸ da “superedição” do jornal Zero Hora do final de semana dos dias 27 e 28 de outubro de 2018. A matéria foi destacada na capa do caderno (figura 3) e recebeu destaque na contracapa do impresso (a capa acabou dominada pela cobertura do segundo turno das eleições estaduais e presidenciais). “As histórias dos sobreviventes do futebol gaúcho: ZH foi testemunhar como é a vida de quem disputa a Copa Wianey Carlet”, dizia a chamada no jornal. A reportagem foi destaque também no caderno Doc, onde uma foto aérea do repórter fotográfico Jefferson Botega retratando o campo de treinamentos do Soledade foi a capa da edição, com a manchete “Uma copa raiz” convidando o leitor para as páginas 8 a 13 da publicação.

¹⁸ Doc é um caderno do jornal Zero Hora criado em 2016, junto com a “superedição” do periódico. É o espaço dedicado a grandes reportagens na publicação e possui encadernação e diagramação que o aproximam de uma revista semanal.

Figura 3 - Capa do caderno Doc da edição de Zero Hora em 27 e 28 de outubro de 2018 com destaque para a reportagem “Os Sobreviventes”



Fonte: Jornal Zero Hora (2018)

A primeira página da reportagem, que serve como abertura do especial, é também composta por uma foto do estádio do Soledade Futebol Clube que a preenche completamente. Sobre o espaço em branco deixado pela linha central do campo de jogo, colocado em primeiro plano pelo fotógrafo Jefferson Botega, é escrita a abertura da matéria. Manchete e um parágrafo de apresentação do trabalho foram colocados em fonte preta sobrepondo o branco da marcação no gramado. “Os sobreviventes do futebol gaúcho” (Zero Hora, 27 e 28 de outubro de 2018), chama a manchete. Abaixo do parágrafo de introdução, os nomes dos repórteres responsáveis pelo material recebem destaque. Aqui, Eduardo Gabardo, Rafael Diverio e Rodrigo Oliveira aparecem como os responsáveis pelo texto, enquanto Jefferson Botega é colocado como o responsável pelas imagens que ilustram a matéria (o crédito, aqui, é colocado apenas como “fotos”, sem nenhuma referência às imagens do vídeo produzidas pelo mesmo profissional).

Figura 4 - Página de abertura da reportagem “Os Sobreviventes” no caderno Doc: texto diagramado sobre imagem de página inteira



Fonte: Jornal Zero Hora (2018)

O parágrafo usado como abertura para o texto na versão impressa é praticamente o mesmo utilizado pelos jornalistas no topo da versão online do material. A diferenciação entre um e outro fica apenas por conta da última frase inserida no caderno Doc: “Nos últimos dois meses, ZH acompanhou treinos e partidas, testemunhando histórias de um lado menos conhecido do esporte (GABARDO; OLIVEIRA; DIVERIO, 2018). Esse destaque para o período de apuração do material, que não foi realizado na versão para a internet, reforça o caráter de grandes apurações e reportagens do caderno no qual o conteúdo está inserido na versão impressa. Não há, entretanto, nenhum destaque para o caráter multimidiático do material. Não é inserida - na capa do caderno Doc ou na abertura da reportagem no papel - nenhuma referência ao conteúdo online (como o vídeo produzido) ou à versão em áudio da reportagem (que seria veiculada na Rádio Gaúcha na mesma manhã de sábado na qual a edição do jornal chegava às bancas e residências dos assinantes).

Aqui, as versões online e impressa do material passam a ser praticamente idênticas. O primeiro texto, que introduz os personagens e a realidade dos atletas e clubes que disputam a Copa Wianey Carlet é exatamente o mesmo utilizado no site

(o conteúdo online, entretanto, como referimos, foi publicado na manhã de sexta-feira, um dia antes da versão impressa chegar às ruas). O destaque para o primeiro - e principal - entrevistado da reportagem segue também o mesmo: a história do jogador Jonathan, que pela manhã constrói túmulos em um cemitério com a empresa de seu pai e à tarde participa dos treinamentos e atividades do Soledade Futebol Clube aparece em uma grande foto vertical (que ocupa mais de um quarto da página), legendas e subtítulos já na primeira página de texto do material.

Chama a atenção, aqui, as diferenças presentes nos subtítulos de cada case da matéria. Segundo os repórteres responsáveis pelo conteúdo (cujas entrevistas completas estão nos anexos deste trabalho), há uma "liberdade maior" para construir títulos e subtítulos na versão impressa do material, uma vez que, para o site, há uma busca por manchetes que funcionem melhor entre os sites de busca. Assim, enquanto a reportagem online chama o texto específico do jogador Jonathan por "Jonathan, entre o cemitério e a lateral esquerda", a página 9 do caderno impresso Doc de Zero Hora dos dias 27 e 28 de outubro de 2018 apresenta o subtítulo "Jonathan é três: pedreiro, pai e jogador". Os outros subtítulos, entretanto, não apresentam diferenciação entre os veículos: "Pedro Afonso: um goleiro contra o câncer", "Nicolas, da seleção chilena para o Barra-POA", Baloy, Conceição e Adriano Chuva: o Real Gaúcho" e "Sonhamos alto', diz presidente do Soledade" seguem no impresso tal qual foram publicados na internet.

Figura 5 - Cemitério em destaque e subtítulo “Jonathan é três: pedreiro, pai e jogador”

NO CEMITÉRIO
Ainda que seja o fim da vida, Jonathan é três: pedreiro, pai e jogador.

Pela manhã, Jonathan, 36 anos, está trabalhando no canteiro de obras de um prédio de apartamentos em uma rua movimentada de Porto Alegre. Ele está usando um capacete amarelo e uma camisa azul. Ao lado dele, um operário está trabalhando com um martelo e uma picareta. O cenário é de um canteiro de obras em um bairro residencial.

Jonathan é três: pedreiro, pai e jogador. Ele trabalha como pedreiro, é pai de dois filhos e joga futebol profissionalmente. Ele é um homem trabalhador e dedicado à família e ao esporte.

JONATHAN É TRÊS: PEDREIRO, PAI E JOGADOR

Jonathan é um homem trabalhador e dedicado à família e ao esporte. Ele trabalha como pedreiro, é pai de dois filhos e joga futebol profissionalmente. Ele é um homem trabalhador e dedicado à família e ao esporte.

Fonte: Jornal Zero Hora (2018)

A utilização dos mesmos textos em publicações de veículos distintos, observada no caso da reportagem objeto de nosso estudo, acaba não aproveitando característica fundamental do jornalismo feito para a internet destacada por Salaverría (2014): o espaço praticamente interminável disponível para a construção de texto no online. Como referido no capítulo 3, uma das grandes vantagens (ou possibilidades) do jornalismo online é permitir ao repórter um espaço ilimitado para a produção do seu conteúdo. Ao contrário do limite de centímetros imposto pelo jornal impresso, a veiculação de uma reportagem como a “Os Sobreviventes” em um ambiente online permitia um desenvolvimento ainda maior do texto. Entretanto, uma vez identificado que ambas as publicações possuem um mesmo número de caracteres, outro aspecto destacado pelo autor também se faz presente nesta reportagem: o fato de o texto não ter sido exageradamente alongado na internet apenas por ser possível assim se trabalhar. Escreve Salaverría (2014, p. 44):

O facto de “caber tudo” na internet não significa que os utilizadores estejam dispostos a dedicar todo o seu tempo a consumir informação. É necessário tecer os conteúdos com alguma ponderação, limitando a quantidade de informação disponível. Uma fórmula bastante conveniente quando se oferece muita informação consiste em estruturá-la em camadas: uma camada superficial com informação básica dirigida àqueles que têm um interesse relativo na informação, e camadas profundas mais densas em termos de conteúdo para aqueles que desejem obter referências mais pormenorizadas.

É exatamente isso o que ocorre na publicação da reportagem “Os Sobreviventes do futebol gaúcho”. Destaca-se, aqui, que mesmo a versão publicada no jornal impresso seguiu, de certa forma, a recomendação oferecida pelo autor: o texto, aqui, também recebeu uma espécie de divisão por camadas. Enquanto no portal GaúchaZH essa divisão fica mais clara e aparente (conforme item 4.1.2), fazendo com que o leitor, caso tenha interesse, clique em hiperlinks para se aprofundar no assunto e nos personagens apresentados, o papel traz uma série de subtítulos após o primeiro e principal texto da reportagem, que aborda a realidade dos clubes e dos atletas de maneira mais ampla.

Há, na publicação impressa de reportagem, um elemento que não aparece em nenhuma outra das suas versões. Na página 12, penúltima da matéria, é apresentado um quadro intitulado “Sem glamour”, que apresenta números sobre a realidade dos jogadores de futebol profissional no Brasil. São destacados o número de atletas profissionais e amadores do esporte e, dentro destes, a percentagem de jogadores que recebe salários superiores a R\$ 5 mil e R\$ 1 mil mensais. Informação parecida é trazida apenas nos segundos iniciais do vídeo produzido para a matéria e publicado no portal GaúchaZH.

3.2.2 As fotos no caderno impresso

Faz-se importante destacar também o papel das fotos na publicação impressa. Ao contrário do que ocorre na versão online da reportagem (onde as fotos são poucas, utilizadas de maneiras bastante pontuais e servindo apenas para marcar cada uma das histórias dentro do link principal da matéria), no caderno Doc as imagens ocupam praticamente o mesmo espaço que os textos. São fotos

grandes, em uma diagramação que as valoriza e as faz crescer em importância dentro do contexto da reportagem.

As imagens de Jefferson Botega, no papel, também dialogam melhor com os textos que as acompanham do que o fazem no portal GaúchaZH. A foto escolhida para acompanhar o texto sobre o atleta Jhonatan, na página 9 do caderno Doc, coloca o jogador como um elemento pequeno dentro de um grande cemitério, em uma imagem forte que revela o tamanho do esforço ao qual esse personagem específico se dedica para se manter no mundo do futebol profissional.

A versão online do conteúdo apresenta outra imagem, na qual o atleta aparece posando para a foto, em primeiro plano, sem que haja boa identificação do ambiente no qual a foto foi tirada. Também são limitadas as possibilidades de leitura da imagem, uma vez que o corte escolhido para a internet (o formato padrão para as fotos em todo o site de GaúchaZH) impossibilita uma diagramação vertical como a utilizada no jornal impresso.

Na página 10, o chileno Nicolas (atleta que, depois de um começo promissor no seu país natal, acabou passando por vários clubes inexpressivos do continente até chegar no pequeno Barra, de Porto Alegre) aparece em uma academia de ginástica, de costas contra a parede, olhando para frente com um semblante de cansaço. Escolha de imagem que reflete com bastante competência o momento de vida do jogador que, depois de tanto tentar a sorte em diversos clubes, agora se encontra pressionado (pelo avançar da idade e natural queda no rendimento físico) a apresentar bom resultado sob o risco de acabar encerrando a sua carreira no futebol.

Figura 6 - Chileno Nicolas (página da esquerda) aparece contra a parede, enquanto jogadores do Real posam sorridentes para as fotos de Jefferson Botega



Fonte: Jornal Zero Hora (2018)

Já os atletas do Real, de Capão da Canoa, aparecem sorridentes e posando para o fotógrafo. A foto tem relação clara com a abordagem que é dada aos atletas deste clube no texto de Eduardo Gabardo, Rodrigo Oliveira e Rafael Diverio. O time do litoral norte gaúcho é aqui retratado como uma das boas surpresas do “interior”¹⁹, sendo representados por grandes nomes do futebol do estado, jogadores com passagens por alguns dos mais importantes clubes do país. Na página 11 do caderno Doc de 27 e 28 de outubro de 2018, os jogadores posam como atletas internacionais para a foto escolhida.

As duas últimas páginas da reportagem dentro do caderno Doc (12 e 13), são uma página dupla em que as fotos, mais uma vez, recebem espaço destacado. Cinco fotos realizadas pelo fotógrafo Jefferson Botega no período em que a equipe de reportagem esteve acompanhando a rotina de treinamentos e competições dos

¹⁹ É costume da imprensa gaúcha em geral tratar qualquer clube de futebol que não os poderosos Grêmio e Internacional como “do interior”. Mesmo o São José, clube da capital Porto Alegre, é assim referido pela imprensa e pela Federação Gaúcha de Futebol, que o coroou “Campeão do interior” dos Campeonatos Gaúchos de 2016 e 2018. O Real, mesmo sendo da litorânea Capão da Canoa, também entra na conta dos times do “interior” por esse motivo.

Soledade Futebol Clube aparecem dividindo espaço com o texto (nestas páginas está o texto final da reportagem, a entrevista com, Francisco Lodi, presidente do clube aos 33 anos). Aqui, as fotos também reforçam a ideia trabalhada no texto. Em três das cinco imagens os jogadores aparecem cabisbaixos durante diferentes momentos do dia (no vestiário, no refeitório do clube e no campo de jogo), imagem que também passa a sensação de esforço, de batalha dos jogadores. Uma delas mostra os atletas de costas, carregando uma goleira dentro do campo de jogo, imagem que também passa a sensação de esforço, de batalha dos jogadores. A última das fotos é uma imagem feita no ônibus do clube, enquanto os atletas se dirigiam para uma das rodadas da Copa Wianey Carlet. Nela, onde um dos atletas é o destaque central, o jogador aparece sentado em uma poltrona do ônibus, olhando pela janela. A imagem combina com a entrevista esperançosa e positiva do presidente do clube, no texto que cerca a imagem na página e ajuda a amarrar as histórias apresentadas pela reportagem no decorrer das suas páginas.

Figura 7 - Página dupla com absoluto destaque para as fotografias encerra a reportagem no impresso



Fonte: Jornal Zero Hora (2018)

Se Salaverría (2014) aponta que o jornalismo é multimídia a partir do momento em que fotos e textos passam a dividir as páginas das publicações

jornalísticas (como observado no item 2.1), as cinco páginas da reportagem “Os Sobreviventes” no caderno Doc da edição do final de semana dos dias 27 e 28 de outubro de 2018 de Zero Hora apresentam um jornalismo multimidiático bem construído. Os elementos (aqui representados por fotos, textos e um quadro informativo) se encaixam, conversam entre si e ajudam o leitor a obter um bom entendimento da história apresentada pela equipe de reportagem.

3.3 A VERSÃO RADIOFÔNICA

A reportagem em áudio foi veiculada na Rádio Gaúcha em 27 de outubro de 2018 no programa Super Sábado, atração das manhãs de sábado da emissora. Essa versão do conteúdo foi editada e apresentada em cinco minutos e trinta segundos, ficando mais longa do que o vídeo produzido pela reportagem. Antes da veiculação da matéria, pequenos trechos das entrevistas coletadas foram ao ar em diferentes programas de Rádio Gaúcha, servindo como teasers para a reportagem que sairia no final de semana. Aqui, analisaremos apenas a matéria completa.

O áudio se inicia com um clipe de narrações de Pedro Ernesto Denardin para os últimos três campeonatos Gaúchos. Grêmio, Novo Hamburgo e Internacional são celebrados na voz do narrador, relatando o momento maior do futebol no estado: o apito final das decisões de 2016, 2017 e 2018. O tom de festa, euforia e celebração máxima possível para o esporte no Rio Grande do Sul é interrompido por gritos captados durante um treino do Soledade Futebol Clube. O contraste entre a celebração dos títulos e a dureza dos treinamentos fica evidente na montagem aqui proposta pelos repórteres, que, neste momento, entram na reportagem fazendo uma espécie de jogral que serve de introdução para a pauta.

Enquanto na versão em vídeo os repórteres praticamente não entram em cena ou têm as suas vozes utilizadas para narrar a história (à exceção do momento final, no qual Rafael Diverio faz uma série de perguntas para um grupo de jogadores sentados no gramado do Soledade), na matéria veiculada na Rádio Gaúcha os três aparecem - e muito. São os jornalistas que apresentam o conteúdo e vão costurando a narrativa, introduzindo novos personagens e dados sobre a realidade do futebol profissional distante das cifras milionárias dos grandes clubes.

Aqui, vale destacar a hierarquização das histórias dos atletas. Enquanto as versões em texto (online e impresso) e em vídeo são abertas pelo case do jogador Jonathan - o atleta que divide a rotina de treinamentos com a construção de lápides no cemitério da cidade -, no rádio o entrevistado escolhido foi o chileno Nicolas. Essa decisão foi baseada, segundo os repórteres, para trazer mais impacto à matéria de rádio. Por se tratar de um atleta estrangeiro, falando outra língua, seu depoimento poderia prender mais a atenção do ouvinte que estivesse acompanhando a reportagem.

Um áudio que é muito forte, que impacta muito para o ouvinte, [...] tu contando através de texto não tem um impacto tão grande. O que eu considero que é uma saída para superar esta dificuldade é reunir o máximo de histórias e de conteúdo possíveis. [...] Então a reportagem multimídia requer um esforço maior de tu ter uma coletânea de cases maior para poder abranger todas as mídias. (Rodrigo Oliveira)

O esforço realizado pelos repórteres para encontrar um bom número de histórias que rendesse para todas as mídias que receberiam versões da matéria fica bastante claro aqui. A escolha de qual case renderia mais ou menos para cada veículo e qual deveria ser a ordem de aparição deles nas matérias para gerar o maior impacto possível e, assim, o maior interesse possível do público que consome o conteúdo, é representada com essa escolha diferente na abertura da matéria veiculada na Rádio Gaúcha.

Na sequência, ainda dentro do bloco destinado à história do chileno Nicolas, a conversa do estrangeiro com os repórteres gira em torno das grandes dificuldades financeiras que o atleta enfrentou na Venezuela. Tal passagem acaba não sendo aproveitada no conteúdo em vídeo que, apesar de apresentar uma fala na qual Nicolas afirma ter “passado fome” no país, não aprofunda o assunto.

A seguir é apresentado o atleta Jonathan e a sua vida dupla entre o cemitério e o futebol. Aqui, as falas utilizadas na rádio e no vídeo são praticamente as mesmas. A comparação das duas versões permite concluir que o mesmo áudio, captado da mesma entrevista, foi destinado para o vídeo em GaúchaZH e a Rádio Gaúcha. Esta escolha é apresentada e defendida pelo repórter Eduardo Gabardo:

A saída para aproveitar uma única entrevista para todos os veículos é posicionar ali a câmera com tripé, colocar o microfone de lapela no entrevistado e sentar, conversar com calma, sem pressa, com o entrevistado. [...] A gente já retira desta mesma entrevista o áudio que vai para a rádio - e ali já temos também a nossa entrevista, o material que vai ser feito para o jornal (que depois a gente vai escutar com calma, vai transcrever). (Eduardo Gabardo)

Ao mesmo tempo, com uma única entrevista, os repórteres produziram conteúdo para dois veículos e garantiram o material que precisavam para um terceiro. A escolha utilizada pela equipe economiza tempo (fator, segundo os repórteres, importante dentro de uma reportagem que envolve viagens e dias fora da escala das suas editorias de origem) e garante respostas mais naturais dos entrevistados, uma vez que as mesmas perguntas não precisam ser repetidas duas, três vezes para que rádio, jornal e vídeo sejam contemplados.

Após Jonathan, Diverio apresenta a história do goleiro que luta contra o câncer. Aqui, a trilha sonora chama a atenção. Se as fotos utilizadas na versão impressa da matéria ajudam a reforçar algumas sensações que o texto transmite, na reportagem no rádio as trilhas sonoras têm este papel de ambientar, de tornar mais evidente o clima que pretende ser criado pelos repórteres. O segmento que relata a luta do goleiro contra a doença é acompanhado de uma música triste, dramática. Tal escolha causaria estranheza se o tempo de participação deste personagem dentro da matéria fosse maior. Todo o trecho que se refere a Pedro Afonso tem apenas vinte e cinco segundos, sendo o menor dentre aqueles que são apresentados na matéria de rádio e evitando que a escolha da trilha acabasse, mais do que ambientando a história, gerando certo incômodo em quem escuta a reportagem em um sábado pela manhã (horário da exibição do programa Super Sábado).

A reportagem é encerrada de maneira parecida com o texto no jornal impresso: enquanto na Zero Hora há um quadro com números sobre a quantidade de jogadores de futebol profissionais cujos salários não ultrapassam os R\$ 2 mil, na Rádio Gaúcha os repórteres trazem essas mesmas informações e finalizam o conteúdo reforçando as dificuldades enfrentadas por esses atletas. Ao final, também é citado o nome do técnico da rádio responsável pela edição do material, e que também deve ser citado aqui: Paulo Fraga.

4 CONCLUSÕES

A criação do portal GaúchaZH modificou as rotinas das redações que passaram a fazer parte do site e a forma como os profissionais de Rádio Gaúcha e do jornal Zero Hora planejam e reproduzem as suas reportagens. A união das equipes em um mesmo espaço físico e, no que diz respeito ao trabalho jornalístico, em uma mesma escala e mesmo espaço cibernético, reforçou o caráter multimidiático das coberturas das empresas. Conforme apresentamos nas entrevistas com os repórteres responsáveis pela matéria “Os Sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem disputa a Copa Wianey Carlet”, a preocupação com um trabalho que ao mesmo tempo pudesse ser aproveitado para diversos veículos e mídias diferentes existe há algum tempo, mas foi potencializada, exponenciada pela criação do novo portal de notícias gaúcho. Segundo os jornalistas, há um irreversível crescimento na produção e publicação deste tipo de conteúdo ao mesmo tempo em que há uma necessidade cada vez maior de que o profissional do jornalismo esteja preparado para, além de simplesmente cobrir os acontecimentos para mais de uma mídia, que o faça com qualidade.

Muita gente fala que o jornalista hoje precisa saber fazer site, jornal, tv, rádio... não é só fazer, precisa fazer bem, fazer bem feito. [...] Eu acho que quem vai conseguir se destacar no meio não é quem faz mais de um veículo, é quem faz bem mais de um veículo. Mas é difícil, é muito difícil fazer bem rádio, jornal, site, tv, fazer veículos diferentes de uma maneira eficiente. (Eduardo Gabardo)

Além dos desafios enfrentados pelos profissionais da comunicação em um período de grande aumento de demanda por conteúdos cada vez mais multimidiáticos, há a grave crise financeira enfrentada pelos meios de comunicação no Rio Grande do Sul, no Brasil e no mundo. Conforme apresentado na introdução deste trabalho, há uma grande dificuldade das empresas de comunicação em geral em conseguirem encontrar meios de se manterem financeiramente saudáveis em tempos de redes sociais e de produção de conteúdo completamente descentralizada. A falta de interesse de significativa parcela da população, segundo pesquisa apresentada no item 1 e a diminuição das verbas oriundas da publicidade

para o jornalismo obrigam as novas empresas a se reorganizarem, buscarem novas saídas que tornem o seu negócio viável e o seu produto atraente para o consumidor do conteúdo jornalístico. A saída encontrada pelo Grupo RBS, neste contexto, foi a da união de duas das suas principais marcas no estado do Rio Grande do Sul. A união de Rádio Gaúcha e do jornal Zero Hora na internet, criando o portal GaúchaZH traz para a prática do mundo real algo que os autores destacam no campo da teoria: o jornalismo precisa se reinventar enquanto negócio.

As novas formas de se fazer jornalismo, apostando na união de redações, no jornalista - e no jornalismo - multimidiático são pilares fundamentais da criação do novo site no qual é publicada a matéria que foi analisada aqui. “Os Sobreviventes do futebol gaúcho: histórias de quem disputa a Copa Wianey Carlet” é uma matéria que reúne muitos dos itens que foram apresentados pelos autores como necessários para o jornalismo que deve ser feito deste momento histórico em diante. Uma equipe multifuncional e multitarefada foi criada, reunindo competentes repórteres com histórico de coberturas na Rádio Gaúcha, com textos publicados no jornal Zero Hora e com experiência na produção de conteúdos em vídeo. Eduardo Gabardo, Rafael Diverio e Rodrigo Oliveira, conforme os próprios informaram nas entrevistas que concederam para este trabalho (e que aparecem na íntegra entre os apêndices aqui publicados) já possuíam experiência com este tipo de cobertura. Os jornalistas também destacaram a importância do trabalho em equipe para uma pauta que será publicada em diferentes veículos de comunicação.

Soa como contradição, mas os três profissionais consideraram, ao analisar o cenário atual, que o jornalista precisa dominar mais de uma maneira de contar as suas histórias: ele precisa ser bom em texto, em foto, em vídeo e na rádio; precisa ter competência em diferentes veículos e, muitas vezes sozinho (como nos casos das coberturas internacionais destacadas pelos entrevistados), resolver o material que irá para a televisão, a rádio, o jornal impresso e os especiais online.

Entretanto, também faz-se necessária a divisão do trabalho sempre que possível. Contar com profissionais especializados em uma área específica faz diferença para que os talentos dos envolvidos sejam aproveitados da melhor maneira possível. Aqui, importante destaque foi dedicado à figura do profissional da imagem Jefferson Botega. O fotógrafo de Zero Hora foi o escolhido pelos repórteres

para ser o responsável pelas imagens estáticas que acompanhariam os textos no site e no impresso, além da captação do material em vídeo que seria veiculado na página de internet. Ou seja: ao mesmo tempo em que o repórter precisa cada vez mais estar dominando as diferentes linguagens, sendo capaz de produzir vídeos, fotos, texto e entradas para a rádio, ainda é fundamental que os especialistas de cada área sejam - na medida do possível, dentro das condições de escala e de outras coberturas dos veículos - recrutados para reportagens de fôlego como a analisada aqui.

O texto, ao contrário do que eu imaginava ao início desta pesquisa, segue com a sua relevância inabalada. Mesmo dentro de especiais jornalísticos que contem, como este, com vídeo, fotos e conteúdo em áudio, o papel de principal condutor do consumidor do conteúdo continua sendo o texto. A palavra escrita segue, apesar das mudanças na profissão como um todo, como pedra fundamental para a construção de qualquer tipo de jornalismo. Nesse ponto, a conclusão chegada encontra fundamento na teoria aqui analisada e na própria reportagem objeto. O texto perpassa todos os outros elementos, os amarra e lhes dá lógica e razão de ser dentro da reportagem. Apesar de cada veículo ter a sua especificidade, as suas características únicas e que, assim sendo, acabam destacando mais um ou outro aspecto da matéria, é no texto que a maior quantidade de informação pode ser organizada, hierarquizada e distribuída para o público.

A utilização do mesmo texto (ou praticamente o mesmo, considerando apenas algumas alterações em subtítulos) no site GaúchaZH e em Zero Hora, indica ainda que este elemento é o único capaz de se adaptar sem perdas a diferentes veículos. O vídeo produzido pela matéria faz-se viável, assistível apenas no site. Mesmo que possível, uma reprodução do seu áudio na rádio não seria capaz de reproduzir o mesmo impacto no leitor. Assim como uma transcrição das imagens que nele aparecem tampouco geraria repercussão junto ao leitor. Assim como a reportagem em áudio produzida para a Rádio Gaúcha, mesmo que transcrita, também não apresentaria ao leitor a mesma capacidade de informar. O texto se adapta, se destaca, sustenta todos os outros elementos dentro da reportagem especial e ainda é o único conteúdo capaz de ser aproveitado por mais de um veículo.

Soma-se a isso ao gigantesco - e crescente - número de consumidores de informação através de smartphones. Esse, certamente, é objeto para estudo mais aprofundado e a este fenômeno exclusivamente dedicado. Segundo o Digital News Report 2018, 71% dos entrevistados (aqui constando quatro países latino-americanos: Brasil, México, Argentina e Chile) respondeu consumir informação através do celular. No Brasil, o número é de 72%, em um empate com os computadores (cujo número vem caindo). A preferência do leitor por acessar conteúdos através de dispositivos móveis também fortalece o texto em relação aos outros formatos. O texto é carregado mais rapidamente e apresenta menor consumo de dados do que qualquer outra versão possível para uma reportagem. Fotos, áudios e principalmente vídeos exigem uma conexão com a internet mais estável e de qualidade superior.

Os processos de leitura, pesquisa e entrevistas para a produção deste trabalho também possibilitaram resposta para os problemas levantados pelos objetivos geral e específicos deste trabalho. Foi possível identificar, a partir do referencial teórico aqui estudado, que as transformações as quais o jornalismo está submetido o levam a destacar as coberturas multimidiáticas. Precisando se destacar em meio a um grande número de conteúdos produzidos sem os filtros éticos, qualitativos e de interesse público do jornalismo, a profissão pode voltar a atrair investimentos e conseguir se manter financeiramente viável a partir da produção de conteúdos que consigam compilar (com boa qualidade) material em fotos, vídeos, áudios e textos. Os depoimentos dos jornalistas entrevistados também reforçam esta ideia. Para eles, o futuro da profissão passa invariavelmente por tornar do jornalismo praticado nas redações um produto hipermediático.

O impacto deste tipo de cobertura nas rotinas e no trabalho do jornalista também foi constatado e identificado durante a elaboração deste trabalho. Eduardo Gabardo, Rafael Diverio e Rodrigo Oliveira citaram entre os principais desafios de uma reportagem que reúne mais de uma mídia sendo produzida ao mesmo tempo o fato de terem que encaixar seus horários de pré-produção, produção e pós-produção da reportagem especial com as suas atribuições diárias nas coberturas esportivas dos clubes de futebol de Porto Alegre. Em uma profissão que é tão impactada pelas viagens e coberturas internacionais e interestaduais, como é o caso do repórter

esportivo, o desafio de se conseguir organizar uma escala que possa contemplar a reportagem especial e o dia-a-dia dos treinamentos e disputas de Grêmio e Inter (no caso dos veículos do Grupo RBS).

Os jornalistas também destacaram as dificuldades de, ao mesmo tempo, terem que produzir conteúdos distintos para diferentes plataformas da empresa. Apesar de estarem até certo ponto acostumados com o fato de terem que produzir, agora, fotos e vídeos de praticamente todas as suas coberturas (sejam elas reportagens especiais ou um mais um dia de treinamento nos campos da dupla Gre-Nal), seu funcionamento enquanto profissionais da comunicação ainda fica, por vezes, atrelado ao veículo que mais dominam. Rodrigo Oliveira destacou isso na sua entrevista.

*Eu até me preparo mais para captar a imagem e pegar histórias para o texto. O rádio já está no meu inconsciente, eu já vou me preocupar com o rádio mesmo que eu não esteja propriamente pensando nisso. Então já está virando algo como uma segunda natureza minha pensar nos outros veículos.
(Rodrigo Oliveira)*

A mudança de pensamento no jornalismo atual é bastante clara e ocorre em diferentes esferas. Enquanto as empresas de comunicação buscam se reinventar e apresentar novos formatos e produtos (como no caso de GaúchaZH), os profissionais necessitam buscar capacitação em um crescente número de mídias distintas. O fato de havermos, aqui, entrevistado três repórteres (dois originalmente de rádio e um de jornal) que relatam fazer, além das naturais coberturas para as suas mídias nativas (áudio e texto), a captação de fotos e vídeos, exemplifica o quanto é necessário que o jornalista esteja em constante e permanente adaptação.

Parece-me claro, aqui, concluir que um jornalista em formação no ano de 2018 não pode entrar no mercado de trabalho pensando em focar-se apenas no veículo ou no formato que mais lhe agrada pessoalmente (seja por maior aptidão ou interesse profissional). Uma formação completa, que lhe permita trabalhar autonomamente com fotos, vídeos, textos e áudio é indispensável. As empresas buscam jornalistas cada vez mais completos, seja pela falta de recursos para a contratação de grandes equipes multitarefadas, seja pela praticidade e agilidade possível graças aos avanços tecnológicos.

O repórter que se destacará nesse contexto necessita dominar diferentes habilidades. “O jornalismo multimídia faz com que nós sejamos profissionais mais completos e que a audiência tenha um conteúdo mais completo também”, concluiu Rodrigo Oliveira ao final da entrevista que concedeu para este trabalho.

Rafael Diverio projeta as suas impressões para o futuro da profissão, destacando que a tendência para a área é que o jornalista seja cada vez mais independente na cobertura das pautas:

Eu estive agora na Argentina, tem uma colega por lá que trabalha para a RedeTV!. Ela opera câmera, microfone e manda material em texto para a tv. Ela também é produtora de outros canais, escreve para outros lugares, é uma correspondente. No final das contas, aquela vida de correspondente vai acabar sendo algo que vai se espalhar para todas as redações e cidades. Talvez daqui a dez anos todos nós sejamos um pouco correspondentes. (Rafael Diverio)

O depoimento do repórter, se relacionado com as informações trazidas ao longo deste trabalho, permitem que cheguemos à conclusão de que uma das mais claras e importantes complicações à qual o jornalismo está submetido atualmente é a sua precarização. A diminuição das receitas acaba por, no final da cadeia, representar a demissão de profissionais, a diminuição significativa dos quadros das grandes empresas de comunicação. Redações menores necessitam de profissionais que, ao mesmo tempo, possam assumir mais de uma função. Trabalhos até então bastante específicos, como o de um repórter fotográfico ou cinematográfico, por exemplo, agora são confiados a repórteres de texto e rádio, que necessitam produzir conteúdos também em formatos audiovisuais.

A união das redações de Gaúcha e de Zero Hora pode ser vista, além de uma estratégia de crescimento das marcas, também como um passo necessário para a mera existência dos veículos. A redação unificada pode, em um próximo momento, representar também alguma diminuição do número de jornalistas (a julgar pelos exemplos de demissões em larga escala aqui trazidos).

Assim, as adaptações necessárias às grandes empresas e aos profissionais da comunicação apresentam, para além do lado positivo, assim coloquemos, de inovação, crescimento e evolução, também uma representação clara da crise até aqui sem solução enfrentada pelo jornalismo como um todo.

Ficam como conclusões gerais do trabalho que, sim, o jornalismo precisa enfrentar um processo de transformação para se manter viável. Essas mudanças passam, sim, por coberturas que cada vez mais envolvam diferentes mídias, na tentativa de atrair o público que está se desviando do consumo de notícias a partir dos meios tradicionais. Também é possível se concluir que um jornalismo financeiramente saudável passa por uma redução de despesas que, enquanto significa uma redução do número de jornalistas nas redações, evidencia que aqueles que permaneçam nos veículos demonstrem aptidões para diferentes mídias. Mais do que simplesmente fazer fotos, vídeos, rádio e texto, é necessário que o profissional tenha domínio sobre essas técnicas e as realize com qualidade e aprofundamento.

O trabalho aqui produzido teve foco em como a função do repórter é adaptada e atingida pela realidade hipermediática das coberturas atuais. Como complemento e possibilidade de sequência nessa linha, ficam questões como identificar qual é o impacto específico dos avanços de hardware no trabalho do jornalista. Como, a partir de equipamentos mais poderosos e inteligentes, o jornalismo pode seguir evoluindo e enfrentando a crise que o acomete através de uma cobertura multimidiática mais simples para o repórter e mais acessível para o público.

5 REFERÊNCIAS

ANDERSON. C. W., BELL, Emily e SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/adaptacao-aos-novos-tempos/>>. Acesso em 12 setembro 2018

BACCIN, Alciane. **Como contar histórias?** O hipertexto jornalístico na reportagem multimídia. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de pós-graduação em Comunicação e Informação Universidade Da Beira Interior. Portugal, 2017.

_____. **A construção do acontecimento jornalístico Geisy Arruda - Urban: do vídeo do *youtube* à biografia.** 2012. 131 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2012.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: In: CANAVILHAS, João. Webjornalismo 7 características que marcam a diferença. Livros Labcom, 2014. p. 23-52. Disponível em <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em 20 novembro 2018.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Livros LabCom, 2014. Disponível em <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em 20 novembro 2018.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: In: CANAVILHAS, João. Webjornalismo 7 características que marcam a diferença. Livros Labcom, 2014. p. 89-111. Disponível em <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em 20 novembro 2018.

ROSSINI, Miriam de Souza. **Possibilidades de ubiquidade no audiovisual contemporâneo.** In: SERRA, Paulo; SÁ, Sônia e SOUZA FILHO, Washington. A televisão ubíqua. Livros Labcom, 2015. p. 235-252. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150529-201507_pserrassawfilho_tvubiqua.pdf>. Acesso em 16 novembro 2018.

SALAVERRÍA, Ramon. **Informar para cinco sentidos**. In: CANAVILHAS, João. Webjornalismo 7 características que marcam a diferença. Livros Labcom, 2014. p. 23-52. Disponível em <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em 20 novembro 2018.

“Os Sobreviventes do futebol gaúcho: a história de quem disputa a Copa Wianey Carlet”. Zero Hora. Porto Alegre, 27 de outubro de 2018. Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/noticia/2018/10/os-sobreviventes-do-futebol-gaucha-historias-de-quem-participa-da-copa-wianey-carlet-cjnp42e6l08cq01piuv8fvsnv.html>>. Acesso em: 20 novembro 2018

TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **Os princípios da composição audiovisual nos dispositivos móveis**: uma análise das inovações (ou da ausência delas) nos conteúdos jornalísticos exclusivos para tablets. In: SERRA, Paulo; SÁ, Sônia e SOUZA FILHO, Washington. A televisão ubíqua. Livros Labcom, 2015. In: p. 235-252. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150529-201507_pserrassawfilho_tvubiqua.pdf>. Acesso em 16 novembro 2018.

APÊNDICE A – A ENTREVISTA ESTRUTURADA

Sendo a entrevista estruturada uma das metodologias utilizadas para este trabalho, aqui serão apresentadas as perguntas e respostas completas obtidas durante a produção do mesmo.

Rafael Diverio e Eduardo Gabardo foram entrevistados presencialmente e individualmente, no dia 31 de outubro de 2018, na redação de GaúchaZH. Cada uma das entrevistas rendeu 25 minutos de áudio. Rodrigo Oliveira também foi entrevistado presencialmente, no dia 1 de novembro deste ano. Sua entrevista durou 30 minutos. Todas as entrevistas seguiram o roteiro estruturado com o professor orientador deste trabalho, recebendo apenas alguns acréscimos pontuais para garantir respostas completas para cada um dos questionamentos.

ENTREVISTA ESTRUTURADA

As perguntas realizadas foram as seguintes:

1. Qual é a sua experiência com jornalismo multimídia?
2. Como foi o processo de produção da pauta "Sobreviventes"? A ideia desde a origem era de produzir um material multimídia pensando nos diferentes veículos?
3. Quais foram as principais dificuldades enfrentadas durante o trabalho? Houve algum problema decorrente do formato da matéria?
4. Como é produzir foto, vídeo e áudio ao mesmo tempo? Como esse processo se deu durante a produção e a pós-produção do conteúdo?
5. Como foi a recepção do público em relação a essa matéria? Como é normalmente, em reportagens similares?
6. Como foi o retorno da redação (colegas, editores) depois da publicação da matéria? Como é normalmente, em reportagens similares?
7. Há uma pressão ou cobrança por parte dos editores para que os repórteres proponham e desenvolvam reportagens em diferentes veículos da empresa?

8. Como você vê o trabalho do repórter nesse contexto? Como as rotinas de trabalhos são impactadas pelas novas mídias?

APÊNDICE B - RODRIGO OLIVEIRA, REPÓRTER ESPORTIVO DE RÁDIO GAÚCHA E DO PORTAL GAÚCHAZH

1. Qual é a sua experiência com jornalismo multimídia?

A origem da minha carreira no jornalismo esportivo é rádio. Trabalhei de 2007 a 2013 na Rádio Guaíba com rádio apenas. Tive alguma experiência na TV Ulbra, apresentando o programa Cadeira Cativa, mas de maneira esporádica. A minha experiência era de rádio. Nunca tinha escrito texto, nunca tinha feito reportagem de televisão e a minha experiência com jornalismo multimídia começou na RBS, quando a empresa adotou a integração entre as marcas Gaúcha e ZH.

Essa integração foi ocorrendo aos poucos e, antes mesmo dela ocorrer, já existia o site de Rádio Gaúcha. Eu procurei aproveitar aquela oportunidade do site para mostrar durante as minhas coberturas coisas que cobrindo exclusivamente para o rádio nós não temos como mostrar. Porque rádio é som. O que tu não tem no áudio, tu pode até relatar ou descrever, mas não tem o mesmo impacto. Então, principalmente em coberturas internacionais, eu lembro que fui cobrir Brasil e Suíça [amistoso da Seleção Brasileira] em Basel. Ali, além de ter um trabalho desenvolvido para a rádio, eu fiz várias reportagens em vídeo. Editava sozinho, no próprio celular. Ali, pela primeira vez na vida, eu tive a experiência de captar imagens para cobrir o meu texto. Gravei passagem, pedia para um cara qualquer da rua ficar filmando para mim e editei várias matérias estruturadas com off, passagem e sonoras.

Ali eu comecei a ver que o jornalismo multimídia consegue tornar o jornalismo mais completo, porque tem coisas que no rádio possuem um impacto inigualável. Uma discussão, por exemplo, em um jogo. No jornal, tu pode até colocar as aspas da discussão, dizer que foi acalorada... mas o áudio dos caras se xingando é inigualável. E aí, seguindo nessa linha, tem coisas que só mostrando. Se é uma discussão em que as imagens são muito fortes, por mais que tu as descreva no rádio, o vídeo completa.

Agora, com a integração das marcas de Rádio Gaúcha e do jornal Zero Hora, a gente escreve, a gente faz fotos e posta no twitter, a gente faz vídeos, a gente fala na rádio... a minha avaliação é que eu me tornei um jornalista mais completo graças a esse pensamento multimídia dos nossos veículos.

2. Como foi o processo de produção da pauta "Sobreviventes"? A ideia desde a origem era de produzir um material multimídia pensando nos diferentes veículos?

Já surgiu como reportagem multimídia. Todas as reportagens que a gente faz já são pensando em multimídia, justamente pela integração entre Gaúcha e ZH. Eu vou comparar "Sobreviventes" com outras reportagens que a gente fez. "Os Coronéis do Futebol", matéria que eu também fiz junto com o colega Eduardo Gabardo, na qual a gente não tinha nenhuma imagem. Tínhamos documentos, áudios de diversas federações ligadas ao Brasil todo. A matéria de rádio ficou bem completa, pois as declarações eram muito fortes. Mas nós não tínhamos imagens, eram pouquíssimas. E o material rendeu muito para texto, mas muito mais para rádio.

Na "Sobreviventes", já tendo essa experiência anterior onde não conseguimos uma boa quantidade de imagens para ilustrar a pauta, a gente avançou no pensamento multimídia antes de preparar a matéria. Até então, até pelo nosso cacoete de rádio, por mais que a gente se esforçasse, a nossa tendência era pensar exclusivamente como rádio. Na "Sobreviventes", a gente recebeu o reforço do Rafael Diverio, que é originalmente do texto de Zero Hora e a gente pensou multimídia a matéria desde o começo. Ou seja: a gente precisa de áudios fortes, mas também precisamos de imagens fortes e de histórias fortes para contar no texto. Então a gente já planejou as viagens e a gente contou com o Jefferson Botega [fotógrafo de Zero Hora], com equipamento profissional e a experiência dele também em captar as melhores imagens do melhor jeito possível. Desde o princípio a gente pensou em não só ter os melhores áudios, mas em ter os melhores vídeos, as melhores imagens e as melhores histórias para poder contemplar todas as mídias nas quais a gente iria veicular a matéria.

3. Quais foram as principais dificuldades enfrentadas durante o trabalho? Houve algum problema decorrente do formato da matéria?

A dificuldade que eu aponto é quando tu tem uma história muito legal, que rende muito para uma mídia mas rende pouco para outra. Um exemplo seria uma história muito legal de ser contada mas que tu não tem um áudio para fazer para a rádio. Ou, ao mesmo tempo, um áudio que é muito forte, que impacta muito para o ouvinte, mas que tu contando através de texto não tem um impacto tão grande. O que eu considero que é uma saída para superar esta dificuldade é reunir o máximo de histórias e de conteúdo possíveis. Porque aí sim, aí tu separa o joio do trigo. Para a matéria de rádio vão os áudios mais impactantes, para a matéria de vídeo vão as imagens mais chamativas, para o texto vão as histórias que rendem um conteúdo melhor. Então a reportagem multimídia requer um esforço maior de tu ter uma coletânea de cases maior para poder abranger todas as mídias.

4. Como é produzir foto, vídeo e áudio ao mesmo tempo? Como esse processo se deu durante a produção e a pós-produção do conteúdo?

Vou citar um exemplo que aconteceu agora no jogo polêmico entre grêmio e River, no qual o treinador do time argentino, Marcelo Gallardo, entrou no vestiário do River e não poderia estar ali. Se eu estivesse preocupado apenas com o rádio, eu diria "o Gallardo entrou no vestiário, não pode", e acabou. Mas, já com esse pensamento, eu peguei o meu celular e registrei o momento em que os advogados do Grêmio foram até a Conmebol e reclamaram "Ó! O Gallardo está ali!". Então o ouvinte da gaúcha teve o nosso relato de que o gallardo estava no vestiário e que isso não era permitido. Quem estava nas nossas redes sociais e no site GaúchaZH viu a imagem do Grêmio reclamando e do gallardo saindo escondido, o que tem um impacto maior do que tu simplesmente dizer "olha, ele está fazendo isso e não pode". Então a gente tem que ter esse olhar diferente de que estamos nos comunicando através de mais de uma mídia, não é apenas rádio. A gente é multimídia.

5. Como foi a recepção do público em relação a essa matéria? Como é normalmente, em reportagens similares?

Eu acho que o rádio talvez atinja mais pessoas do que por exemplo uma rede social, do que por exemplo a matéria no site. Porque a audiência de Rádio Gaúcha é um canhão. Dependendo do horário que tu colocar, vai ter muita gente escutando a reportagem. Só que nós não temos a menor ideia do que as pessoas acharam, se as pessoas gostaram ou não gostaram porque eu não tenho contato com elas. Elas estão com um aparelho, apenas ouvindo. Eu falo e elas escutam. Poucos que vão mandar mensagens, procurar algum contato.

Agora, no site, a pessoa manda um comentário, manda um e-mail, e no twitter (e tudo o que a gente produz vai para o *twitter* também) as pessoas interagem em tempo real com a gente. Nem que seja para xingar ou para elogiar. Então a gente tem, com o jornalismo multimídia, uma mostra (não deixa de ser uma mostra, pois não representa o todo da audiência) muito maior de *feedback*. A gente tem um *feedback* do público que nós não tínhamos antes. Se pegarmos um pequeno retrospecto do comentário esportivo, por exemplo, quando não existia rede social, não existia internet, os ouvintes precisavam ouvir o comentarista para saber como havia sido o jogo. Se o comentarista dissesse que o time A jogou bem, é porque aquele time jogou bem. Se ele dissesse que jogou mal é porque jogou mal. Hoje em dia, a audiência não só assiste ao jogo e tem uma opinião diferente, diverge do comentarista, como a audiência tem o seu próprio veículo de comunicação e discorda do comentarista e senta o pau. E formam opinião tanto quanto o comentarista, então não tem mais aquela coisa de o comunicador estar acima, emitindo a opinião, e a audiência está abaixo, apenas recebendo. Isso acabou. A audiência está no mesmo patamar e troca ideias com os comunicadores. E aí cabe a nós, com o nosso conhecimento técnico adquirido na faculdade e na vida profissional, canalizar esta interação para que seja o mais jornalística possível.

6. Como foi o retorno da redação (colegas, editores) depois da publicação da matéria? Como é normalmente, em reportagens similares?

O retorno da redação foi bastante positivo para esta matéria. Os editores apoiaram a pauta desde o início, desde a origem. Como estamos acostumados, eu e o Gabardo, a apresentarmos matérias neste formato: de maior fôlego, com maior aprofundamento e voltadas para o multimídia, há um apoio quase que constante da

chefia no sentido de nos incentivar e viabilizar as questões necessárias para que a pauta possa acontecer.

7. Há uma pressão ou cobrança por parte dos editores para que os repórteres proponham e desenvolvam reportagens em diferentes veículos da empresa?

Isso é uma orientação que nós temos e eu te digo mais: nem precisaria da orientação, pelo menos por mim. Eu até me preparo mais para captar a imagem e pegar histórias para o texto. O rádio já está no meu inconsciente, eu já vou me preocupar com o rádio mesmo que eu não esteja propriamente pensando nisso. Então já está virando algo como uma segunda natureza minha pensar nos outros veículos.

Existe essa orientação sim e, mais do que isso, existe uma realidade que o jornalista percebe que o mundo caminha para isso. Eu acho que não é só no jornalismo que a integração entre diversas plataformas acontece. Foi-se o tempo, na minha opinião, em que o conhecimento era dividido por caixas. O conhecimento é algo global em que as caixas vão se misturando e se integram. Essa lógica vale para o jornalismo. Eu posso falar por mim que o nosso trabalho fica mais completo sendo multimídia.

8. Como você vê o trabalho do repórter nesse contexto? Como as rotinas de trabalhos são impactadas pelas novas mídias?

Acompanhando principalmente a matéria "Sobreviventes", se fôssemos fazer uma matéria exclusivamente para a rádio, a gente se preocuparia apenas em reunir os atletas e botar eles a contar as histórias e a partir daí tentar extrair aquelas que nos parecessem mais impactantes, as frases impactantes.

Eu lembro que na reportagem "Coronéis do Futebol" teve um candidato a presidência de federação para o qual eu perguntei "o que está acontecendo na presidência da federação?" e ele respondeu "Corrupção! Corrupção! O cara está tomando dinheiro da federação!". Aquele áudio, colocado na rádio... quem está ouvindo para. E depois é mais difícil tu, explicando este mesmo caso em um texto, gerar o mesmo impacto. Então, se a gente fosse visitar um clube em uma matéria como a "Sobreviventes" pensando só na rádio, a gente pegaria os caras e escutaria

as histórias. Mas para fazer para o jornal, para o site e para o vídeo, a gente tem que observar. E principalmente observar os caras quando eles não estão dando a entrevista. Observar eles no momento natural deles. E isso inclui perceber a rotina dos caras, para a gente mostrar no vídeo e principalmente para contar no texto.

A história que eu achei mais curiosa da matéria "Sobreviventes" é a do jogador do Soledade que trabalha pela manhã construindo túmulo de cemitérios e treina à tarde. Em rádio, haveria o depoimento dele dizendo isso, como teve: "Eu trabalho construindo túmulos de cemitério e de tarde eu treino". Claro que é uma história que gera certo impacto. No texto, também contamos a história e o público pode pensar "pô, que legal". Mas a imagem dele construindo, botando tijolos ali, dentro do cemitério, ele colocando tijolo em cima de tijolo, trabalhando... isso aí gera um impacto que a outra mídia não consegue. Assim como eu citei o exemplo de uma matéria de áudio em que texto e imagem não conseguem impactar tanto. Então as mídias se complementam, e eu repito: o jornalismo multimídia faz com que nós sejamos profissionais mais completos e que a audiência tenha um conteúdo mais completo também.

APÊNDICE C - EDUARDO GABARDO, REPÓRTER ESPORTIVO DE RÁDIO GAÚCHA E COLUNISTA DO PORTAL GAÚCHAZH

1. Qual é a sua experiência em reportagem multimídia?

Eu acho que a primeira lembrança que eu tenho de reportagem multimídia foi lá por 2004, por aí, quando eu fui mandado para o Haiti para o jogo da Seleção Brasileira contra a seleção local, aquele que foi chamado de Jogo da Paz. Há uma série de cenas muito marcantes daquela partida: os jogadores desfilando nos tanques do exército, por exemplo. Foi um trabalho muito legal. Fui enviado para lá, na época, pela Rádio Gaúcha mas já com uma ideia de fazer um material multimídia. No caso para a rádio e para o jornal impresso. Naquele momento ainda não produzíamos para o site, não havia por aqui este hábito tão forte de produzir para o online. Então eu lembro de ter mandado muito material para o jornal. Texto, fotos... eu fui mandado uma semana antes para lá. Fiquei uma semana com os militares, quase todos gaúchos, do Rio Grande do Sul, que trabalhavam na missão da ONU. Então eu fiz a rotina deles, como era o trabalho, circulei pelo Haiti, especialmente pela capital. Foi muito legal. É a primeira lembrança que eu tenho.

Depois claro que sempre nessas viagens, especialmente na cobertura de Seleção Brasileira, eu já mandava junto com o material para a rádio um material para o jornal. Normalmente não era uma coisa de tanto fôlego como é hoje. Era um princípio, uma ideia do que está acontecendo agora. Eu lembro que na Copa do Mundo de 2010, na África do Sul, já foi algo bem multimídia, com trabalhos não só na rádio, mas para o site (aí sim, bastante para o site), e no jornal também.

Quando eu fui morar no Rio de Janeiro, aí sim que eu tive uma experiência bem marcante neste sentido. Eu fazia material para a Rádio Gaúcha, além da Rádio CBN de Florianópolis, eu fazia TVCom²⁰ do Rio Grande do Sul, TVCom de Santa Catarina, fazia todos os jornais do Grupo RBS no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina e o site ClicRBS. Então foi um trabalho bem marcante sob este ponto de

²⁰ A "TV Comunidade" era um canal de televisão aberta do Grupo RBS nos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina com foco nos conteúdos regionais e no *hardnews*. Foi criada em Porto Alegre no ano de 1995 e permaneceu no ar até 2015.

vista. Como eu estava sozinho lá, andava sempre com tripé, com câmera... para cada pauta que eu saía eu tinha que me preocupar com os veículos diferentes. Tinha que me preocupar com a captação do som, com os enquadramentos para as fotografias e para os vídeos. Então eu tive essas experiências que me marcaram bastante até chegar nesse momento em que estamos vivendo isso no dia a dia aqui na redação com a integração das redações de Rádio Gaúcha e de Zero Hora e a criação do site GaúchaZH.

2. Como foi o processo de produção da pauta “Sobreviventes”? A ideia desde a origem era de produzir um material multimídia, pensando nos diferentes veículos?

Quando eu tenho pensado em matérias especiais como essa, e eu tenho feito nos últimos anos várias com o Rodrigo Oliveira (a gente fez aí “Coronéis do Futebol” partes 1 e 2 e no ano passado “Caravana da Resistência”, sobre o futebol feminino), o multimídia é sempre uma preocupação. Especificamente nessas três últimas, quando a gente teve a ideia, já pensamos em fazê-la para os veículos diferentes. Tanto para a rádio quanto para o site e para o jornal. Já colocamos isso na cabeça. Nesse ano a gente pensou nessa pauta e também já, de cara, imediatamente, a ideia foi fazer em mais de um veículo.

Como o Diverio é um cara que conhece muito a pauta que estávamos querendo desenvolver, que era o futebol no interior, e também tem uma capacidade muito boa tanto em jornal, site como rádio também, aonde ele faz um trabalho muito legal, é um cara muito versátil, a gente convidou ele e o resultado foi muito bom. Mas desde o momento em que a gente pensa em fazer o material a gente já está pensando com a cabeça assim de colocar em todas as mídias. Já vem desde o início.

Eu e o Rodrigo Oliveira conversamos muito e todos os anos fazemos pelo menos uma matéria diferente, uma matéria especial. E a gente começa a analisar várias possibilidades. A gente vai pensando, eu penso muito em contar boas histórias. É a primeira coisa que me vem à cabeça. Ou, como foi no caso dos “Coronéis do Futebol”, um assunto que estava muito em pauta, um assunto que estava faltando à imprensa abordar de maneira mais profunda... ou daqui a pouco

uma coisa que está aí, como a gente fez a dos “Sobreviventes”, uma pauta que está aí, está na mídia mas que do uma história tão bem contada. Então a ideia veio assim, achamos que a gente poderia mergulhar nesse assunto e contar melhor essa história da dificuldade do futebol no interior do Rio Grande do Sul.

Tem uma coisa que é muito interessante não só nessa matéria, mas em outras também. Eu acho que a gente consegue contar melhor a história a partir do momento em que a gente está não só no rádio, ou não só no site, mas quando a gente está em tudo. Porque tem coisas que a gente não consegue colocar na rádio. A gente entrou no ar ali na Rádio Gaúcha para falar da matéria e chamando um vídeo que estava espetacular e que dá um ganho fantástico para o material. Então acho que a história ela fica muito mais completa se a gente consegue contar ela em veículos diferentes como o rádio, como o jornal e depois também no site.

3. Quais foram as principais dificuldades enfrentadas durante o trabalho? Houve algum problema decorrente do formato da matéria?

A minha principal preocupação quando a gente vai fazer uma reportagem assim é a captação do áudio, porque a gente faz uma única entrevista com os personagens que vão estar na matéria. A gente faz uma entrevista, não faz três entrevistas diferentes. É uma entrevista única que vai servir para o rádio, para o jornal e para o site. Então eu tenho uma preocupação muito grande em como é que a gente vai, na mesma entrevista, pegar um material para os três veículos diferentes.

Nesse caso da “Sobreviventes” e em casos anteriores, a gente fez de um jeito diferente. Fizemos de uma maneira que eu considero funcionar muito bem. É fundamental ter o fotógrafo junto, o profissional que faz fotos, imagens, e a gravação de vídeos, a presença desse profissional é fundamental para uma matéria que será veiculada em diferentes mídias. A saída para aproveitar uma única entrevista para todos os veículos é posicionar ali a câmera com tripé, colocar o microfone de lapela no entrevistado e sentar, conversar com calma, sem pressa, com o entrevistado e depois de terminada essa entrevista se tem ali o áudio que vai para o vídeo, a imagem e dali a gente retira o áudio que vai para a rádio. A gente já retira desta mesma entrevista o áudio que vai para a rádio - e ali já temos também a nossa

entrevista, o material que vai ser feito para o jornal (que depois a gente vai escutar com calma, vai transcrever). Claro que tem outras maneiras, por exemplo: tem vários momentos do processo em que estamos fazendo o material e já vamos tirando conteúdos que sabemos que já pode servir para um veículo ou outro.

Tem várias situações que são peculiares de um veículo. Por exemplo: estamos conversando com uma fonte, um case, em uma conversa informal. Aquilo vai ser apenas para o jornal impresso, para o texto, em uma história de bastidores onde estamos conversando sem gravar, apenas anotando. Para a rádio, é importante captar muitos sons para fazer o *sobe som* na hora da edição da matéria. Claro que tem coisas que são diferentes dependendo da pauta específica. Mas, no momento da entrevista, é fundamental estar gravando desta maneira que eu falei, para poder aproveitar o material tanto para o jornal, quanto para a rádio e o site.

4. Como foi a recepção do público para essa matéria? Como normalmente é este retorno em reportagens similares?

Foi bem legal a resposta dessa matéria, o *feedback* que a gente teve. Especialmente nos lugares em que a gente foi para a produção da pauta. Soledade, Capão da Canoa, especialmente nessas duas cidades eu vi que havia uma expectativa muito grande das pessoas que nos receberam por lá pela publicação do material. De uma maneira geral também, porque a gente conseguiu contar histórias assim bem emocionantes, histórias de uma luta pessoal de caras que querem seguir a carreira do futebol profissional. Então pelo fato de haver histórias bem emocionantes, eu recebi várias mensagens, tanto em redes sociais como até no e-mail também. Recebi bastante coisa, teve uma repercussão bastante legal especialmente pelo fato de a matéria, das histórias terem sido bem contadas e de uma maneira bem emocionante.

5. Como foi o retorno da redação (colegas, editores) depois da publicação da matéria? Como ele se dá normalmente em reportagens similares?

Normalmente a gente tem um feedback muito bom. Eu acho que essa matéria que a gente fez ela funcionou, na minha opinião, melhor no jornal e no site do que propriamente na rádio. Principalmente por causa da imagem, é uma matéria que depende muito da imagem, né. Acho que essa dependia muito da imagem, das fotos, do vídeo, acho que ela funciona melhor no jornal e no site. Dos chefes, assim, a repercussão foi muito boa. Todos elogiaram bastante e a gente ficou bastante satisfeito com o resultado.

6. Há uma pressão ou cobrança por parte dos editores para que os repórteres proponham e desenvolvam reportagens em diferentes veículos da empresa?

Acho que a cobrança é muito mais minha do que dos chefes. Por parte da chefia eu vejo mais como um incentivo para a gente fazer. Não há uma cobrança do “tem que ter. Claro que eles estão sempre monitorando, é importante termos matérias assim nos nossos veículos. Eu é que me cobro muito para produzir pauta assim, porque a gente está em um ritmo aqui muito intenso de trabalho, do trabalho do dia a dia, da cobertura diária de Inter e Grêmio, e tem viagem, tem tudo, a gente não consegue parar. E para que se consiga realizar uma matéria assim especial tem que se parar com o trabalho diário, né. E de parte da chefia também tem um negócio muito legal que quando a gente está fazendo isso eles nos dão, dentro do possível, um tempo para parar um pouquinho com o trabalho diário e se dedicar mais à matéria especial. Então, de parte deles acho que tem um incentivo e da nossa parte, minha, do Rodrigo e agora do Diverio tem uma cobrança com a gente mesmo para que a gente consiga fazer. E eu acredito muito nesse tipo de material, nesse tipo de matéria, porque acredito que o jornalismo precisa disso. São as grandes histórias que precisam ser contadas com um pouco mais de calma.

7. Como você vê o trabalho do repórter nesse contexto? Como as rotinas de trabalhos são impactadas pelas novas mídias?

Quando a gente está concebendo a matéria a gente já começa a pensar nela em todos os veículos. O que que a gente vai fazer para conseguir ter a matéria

veiculada em todos os veículos. E acho que toda essa preparação que a gente faz é importante. Eu gosto muito de pegar o papel e anotar. Quando a gente tem a ideia da matéria eu começo a colocar no papel, chamar os colegas, no caso o Rodrigo, o Diverio e conversar. Colocamos tudo no papel e, de imediato identificamos o que seria produzido para o jornal, para a rádio e para o site e as demandas que cada produção necessitaria. A gente dividiu tarefas também. O Diverio cuidou de coisas mais específicas de jornal, eu e o Rodrigo nos atentamos mais para as questões da rádio.

Quando a gente teve a ideia, quando a gente começou a pensar nessa matéria a gente já colocou na cabeça a necessidade de fazer tudo e eu acredito muito no que eu falei antes: para contar essa história, para contar essa matéria eu acho que fica um material muito mais completo a partir do momento em que está em veículos diferentes. Acho que não seria a mesma coisa se a matéria estivesse em um só local. Acho que o ganho que temos de resultado é muito expressivo quando a matéria está em veículos que se completam.

8. Como você enxerga o futuro do trabalho do jornalista neste contexto? Esse tipo de cobertura já é uma realidade necessária dentre as habilidades do profissional da área?

Eu acho que é uma realidade. Quem não conseguir se adaptar a isso vai ter uma dificuldade muito grande. Muita gente fala que o jornalista hoje precisa saber fazer site, jornal, tv, rádio. Não é só fazer, precisa fazer bem, fazer bem feito. Porque daqui a pouco a gente tem um cara de rádio que não tem um perfil, não está familiarizado, tem muita dificuldade com texto, assim como um cara que tem facilidade e costume de trabalhar no jornal pode ter dificuldade no rádio. Isso é absolutamente normal. Só que eu vejo, não só na RBS, mas no Brasil como um todo, quando converso com colegas de outros veículos de outros estados, que essa é uma realidade do jornalismo hoje. Eu acho que quem vai conseguir se destacar no meio não é quem faz mais de um veículo, é quem faz bem mais de um veículo. Mas é difícil, é muito difícil fazer bem rádio, jornal, site, tv, fazer veículos diferentes de uma maneira eficiente.

E acho que não é nem o futuro, acho que é o presente. Não tem mais volta. Pode haver casos específicos de profissionais que são tão bons, mas tão bons em um veículo que vão continuar trabalhando assim de uma maneira um pouco mais intensa em um veículo só. Acho que não é uma coisa que se aplica a todo mundo mas, na maioria dos casos, acho que é uma realidade. Acho que é um caminho sem volta e quem não se adapta acho que vai ter uma dificuldade muito grande para conseguir fazer sucesso no mercado como ele está se desenhando. Acho que exemplos para isso não faltam. Não só no Rio Grande do Sul mas no Brasil todo.

APÊNDICE D - RAFAEL DIVERIO, REPÓRTER DA EDITORIA DE ESPORTES DE ZERO HORA, DE RÁDIO GAÚCHA E DO PORTAL GAÚCHAZH

1. Qual é a sua experiência em reportagem multimídia?

Desde sempre, praticamente. Tirando o período em que eu trabalhei no Jornal O Sul e a minha primeira passagem pela Rádio Gaúcha - que era bastante diferente do que é hoje -, que foram os únicos períodos nos quais eu fui exclusivamente ou só editor de O Sul e só produtor da Gaúcha. Mas trabalhei em um veículo só. O resto da carreira foi todo multimídia.

Antes de vir para Porto Alegre e trabalhar na Zero Hora, eu quase sempre fui correspondente do jornal no interior. E o correspondente acaba sendo de fato multimídia, primeiro porque tem que fotografar, que é uma coisa muito simples mas que fazia parte de outra tarefa. Antigamente o repórter de jornal apenas escrevia, o repórter de rádio apenas falava. Então desde antes de trabalhar na Zero Hora, quando eu trabalhava no Diário Popular, fazia esse trabalho de correspondente, além de acumular com outras funções, como na Rádio Guaíba. Quando eu voltei para a RBS e para a Zero Hora, como correspondente de Rio Grande, às vezes acumulava as funções de radialista, fazendo boletins esporádicos, mas também fazia fotos, com material para site, para jornal impresso.

2. Como foi o processo de produção da pauta “Sobreviventes”? A ideia desde a origem era de produzir um material multimídia, pensando nos diferentes veículos?

Desde o início a ideia era criar algo multimidiático. Fazer para todos os veículos da RBS, inclusive para a tv se fosse necessário, o que acabou não acontecendo por outras questões. O objetivo era desde o início fazer uma coisa multimídia. Surgiu de uma conversa do Gabardo, do Rodrigo que chegaram até mim. Eles queriam fazer uma matéria sobre o futebol do interior do estado e me perguntaram o que eu sabia que estava acontecendo por eu fazer isso já há bastante tempo. Durante a conversa surgiu a ideia da pauta em si. Uma vontade de contar essas histórias do pessoal que continua jogando quase que por amor mesmo ao futebol, ao esporte. A ideia já era fazer para a rádio, para o jornal, para o site e um vídeo. Desde sempre. Todo o tempo a previsão foi essa, nunca alteramos o planejamento no decorrer, visando apenas um lado ou outro.

3. Quais foram as principais dificuldades enfrentadas durante o trabalho? Houve algum problema decorrente do formato da matéria?

A maior dificuldade foi conciliar a escala. Acumular a tarefa do dia a dia com a reportagem especial. Uma coisa a gente precisa dizer: os editores aqui de Zero Hora incentivam que a gente faça matérias fora da cobertura do dia. Nunca viram como um problema que eu saísse da cobertura do dia para viajar, para ficar dois, três dias fora quando fosse preciso. Isso nunca foi problema. Para a rádio é mais complicado, porque tem uma cobertura maior ainda de dia-a-dia dos clubes, tem programas a serem apresentados no caso do Eduardo Gabardo e do Rodrigo, tem reportagens do dia para fazer... isso acumula um pouco. Mas mesmo assim foi incentivado. A rádio não tem a cultura, aparentemente, da matéria especial na mesma medida que o jornal Zero Hora. Conciliar essas escalas foi um pouco difícil.

Um outro problema que quase sempre a gente tem, e que afeta muito a questão do vídeo é que quando a gente tem uma matéria especial de muito tempo, de muitas viagens, o repórter fotográfico acaba não sendo o mesmo. Então a gente pediu para a chefia que fosse sempre o mesmo, para produzir um material

padronizado e coerente. Porque, mesmo que haja conversa entre os profissionais da imagem, é importante que um mesmo fotógrafo acompanhe todo o processo, esteja presente em todas as saídas que a pauta exige. Nesse caso, pedimos para que o Jefferson Botega fosse o nosso repórter fotográfico e ele não pode acompanhar apenas uma das gravações, na qual outro fotógrafo recebeu uma orientação especial para fazer um trabalho no mesmo padrão estético que o seu colega. Então acho que a dificuldade maior tenha sido essa de conciliar escala. Tecnologia ou linguagem não foram problemas aqui.

Vou te explicar o processo de produção inteiro. A gente ligou para todos os clubes que disputam este campeonato e que tinham a ver com a nossa matéria. Inter, Grêmio e Juventude, como são clubes grandes e estruturados, foram descartados desta primeira lista, mesmo disputando o torneio que era o nosso foco. Ligamos para todos para saber como estava funcionando, falamos com colegas de outros veículos de imprensa nas cidades e combinamos com os clubes, explicamos para eles que a matéria seria multimidiática, ou seja: a gente teria que ir até lá para filmar, para fotografar, para entrevistar.

Tecnologicamente acho que tivemos uma ideia boa, que foi usar o áudio da entrevista em vídeo para a rádio. Isso facilitou, porque evita que o repórter e o entrevistado principalmente tenham que repetir muitas vezes a mesma resposta, a mesma coisa. Então ele responde uma vez só e está resolvido o vídeo e o rádio. Então por esse lado ajudou, não tivemos dificuldades nem na produção nem na execução. O áudio de uma já servia para outra. Essa também foi uma decisão tomada antes de viajarmos, ainda no período da pré-produção do material.

4. Como foi a recepção do público para essa matéria? Como normalmente é este retorno em reportagens similares?

Há uma recepção diferente do público quando realizamos matérias assim, com vários veículos ao mesmo tempo. Porque acontece uma coisa curiosa, que é o lado bom do multimidiático. Mas também tem o lado ruim. O lado ruim é que quando a gente faz três coisas, se eu tivesse feito sozinho não teria ficado tão bom, não teria chegado ao resultado que chegamos. Porque em algum momento eu teria feito

alguma coisa errada. Ou teria feito mal para a rádio, ou o vídeo não teria sido bem feito ou o texto. Então a gente meio que dividiu para que cada um ficasse responsável por um aspecto da reportagem.

A resposta foi boa. Eu recebi vários recados de clubes, de colegas, de jogadores que participaram dizendo que gostaram. Por exemplo, o case principal que era aquele menino Jonathan que joga futebol e trabalha no cemitério, eu achei que ele pudesse ficar constrangido de alguma maneira, já que é um jogador de futebol profissional que aparece construindo túmulos em um cemitério. Mas não, ele mandou uma mensagem agradecendo bastante, dizendo que o trabalho foi muito respeitoso, que ele iria guardar o jornal e tudo mais. Do público eu te confesso que não ouvi muito porque estava viajando, mas o que recebi por email e pelas redes sociais foi o pessoal gostando, elogiando... a maior parte foi de elogios. Um ou outro questionamento cobrando uma explicação maior da federação gaúcha sobre a situação dos clubes ou até mesmo da própria CBF.

Acho que foram questionamentos válidos que talvez pudessem ter enriquecido ainda mais a matéria. Mas acho que a grande vantagem do multimidiático é que quem não viu no jornal impresso pode ter visto no site, quem não viu no site pode ter ouvido na rádio, quem não ouviu na rádio pode ter lido no impresso. Acaba fazendo uma abordagem que cerca a pessoa, que a pessoa que se interessa pelo futebol acaba chegando até ela de um jeito ou de outro, pelo alcance dos veículos misturados. Acho também que o nome escolhido também ajudou, porque toda vez que era mencionado na rádio ou nas redes sociais o nome "Sobreviventes", quem está escutando ou lendo já presta atenção.

5. Como foi o retorno da redação (colegas, editores) depois da publicação da matéria? Como ele se dá normalmente em reportagens similares?

Os editores mandaram e-mail elogiando bastante. O retorno foi bastante positivo dentro da redação.

6. Há uma pressão ou cobrança por parte dos editores para que os repórteres proponham e desenvolvam reportagens em diferentes veículos da empresa?

Principalmente depois que juntaram-se Gaúcha e Zh aumentou essa pressão, essa solicitação para que se fizesse as reportagens pensando em todos os veículos que agente tem. A própria reportagem que ganhou o Prêmio RBS²¹, que foi a do Vinícius Vaccaro [repórter esportivo de Zero Hora] sobre as olimpíadas, ela é multimidiática. Ou seja: há uma grande valorização desse tipo de matéria aqui dentro e eu acho que vai ser cada vez mais normal isso.

7. Como você vê o trabalho do repórter nesse contexto? Como as rotinas de trabalhos são impactadas pelas novas mídias?

No fim das contas, eu acho que isso vai ser uma evolução natural da comunicação. Primeiro porque o lado ruim de as empresas estarem enfraquecendo, vários jornais fechando ou diminuindo, é que as empresas estão contratando menos e já buscando pessoas que estejam preparadas para realizar essas diferentes coberturas, e depois tem o lado bom, que é o repórter ficar mais independente. Sabendo dominar essas tecnologias, sabendo utilizá-las bem, tu ganhas mais autonomia para realizar as tuas reportagens por ti mesmo.

O ideal eu acho que é fazer como a gente fez: dividindo. Por exemplo, eu não participei de nada da edição da matéria em áudio. Só fiz locução. Quem cuidou disso foi o Rodrigo e o Gabardo. Eu me dediquei ao texto, pelo costume, por estar há mais tempo no jornal, acabei me dedicando mais ao texto. O Jefferson Botega cuidou do vídeo. Óbvio que montamos um roteiro juntos, mas toda a parte técnica era com ele. Acho que esse era o mundo ideal, porque aí tu consegues te dedicar a fazer um texto direito, os guris a fazer um arquivo de áudio legal, um vídeo excelente, então esse tipo de coisa ajuda. Mas esse é um caso de reportagem especial, que demanda outro tipo de atenção. Para o dia a dia o repórter tem que ser cada vez mais autônomo e dominar essas outras linguagens e veículos.

²¹ Premiação anual interna do Grupo RBS que destaca os principais trabalhos realizados pelos veículos de comunicação da empresa em diversas categorias. As escolhas dos vencedores são realizadas pelos editores de área e chefia dos veículos

8. Como você enxerga o futuro do trabalho do jornalista neste contexto? Esse tipo de cobertura já é uma realidade necessária dentre as habilidades do profissional da área?

Por um lado talvez seja até uma pena. Muitos dos grandes repórteres com quem eu tive a sorte de conviver, por exemplo o Jones, que para mim foi o maior de todos. Eu acho que o Jones teria dificuldade de montar um vídeo, de fazer esse tipo de coisa. Porque não é a realidade que ele está acostumado a trabalhar. Eu sei que eu nunca vou ter o texto do Jones. A sensibilidade, a percepção, o vocabulário, enfim. Mas o repórter precisa ser cada vez mais multimídia para o dia e até para as reportagens especiais. Talvez, com o tempo, a gente consiga desempenhar todas essas funções com a qualidade que hoje conseguimos ter no nosso veículo específico.

Cada vez mais, com as redações menores e com a independência do repórter, o cara tem que ser independente. Eu estive agora na Argentina, tem uma colega por lá que trabalha para a RedeTV!. Ela opera câmera, microfone e manda material em texto para a tv. Ela também é produtora de outros canais, escreve para outros lugares, é uma correspondente. No final das contas, aquela vida de correspondente vai acabar sendo algo que vai se espalhar para todas as redações e cidades. Talvez daqui a dez anos todos nós sejamos meio correspondentes assim. A dificuldade para que isso aconteça é que eu, por exemplo, não saberia operar uma câmera como um profissional da imagem. Eu tirar uma foto, obviamente, operar um celular, enfim. Mas eu não tenho a capacidade técnica que os profissionais da área tem, de encontrar enquadramentos e ângulos diferentes. Eu não tenho essa capacidade. Talvez isso ainda precise ser aprimorado, no sentido de que a qualidade possa se manter, para além da simples multimídia. Mas, sem dúvidas a gente [jornalistas] precisa aprender isso tudo, e tem que ser rápido. A próxima geração de jornalistas que vier já vai ter que saber várias funções ao mesmo tempo.