



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Isadora Mafra Ferreira
Thiago Bagolin Moreno

Quadro a Quadro

Florianópolis
Junho de 2013



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Isadora Mafra Ferreira
Thiago Bagolin Moreno

Quadro a Quadro

RELATÓRIO
do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
disciplina Projetos Experimentais
Orientador: Prof. Samuel Pantoja Lima

Florianópolis
Junho de 2013

SUMÁRIO

1. Introdução	5
1.1 Apresentação do tema	5
1.2 Escolha do tema	6
1.3 Escolha do formato	7
2. Processo de produção	8
3. Dificuldades, desafios, aprendizado	10
4. Referências bibliográficas	12

1. INTRODUÇÃO

O desenho no Brasil sofre um movimento duplo de transformação que reflete não só os aspectos do mercado internacional, como também a transição cultural que leva ao declínio das mídias impressas e à ascensão dos meios digitais e audiovisuais. Uma crise ameaça a sobrevivência da economia das histórias em quadrinhos impressas, principalmente em função da incapacidade dos criadores de se adaptarem aos desejos do consumidor contemporâneo.

Ao mesmo tempo, impulsionado por iniciativas do governo e possibilitado pelo fortalecimento de cursos de capacitação, o mercado da animação vive, no país, um momento ímpar de crescimento. Este Trabalho de Conclusão de Curso pretendia a criação de uma grande reportagem interativa e multimídia para aparelhos *tablets* sobre a situação do desenho e dos desenhistas nacionais, com foco no estado de Santa Catarina.

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

Se comparados à tradição norte-americana ou europeia, desenhos animados e quadrinhos nacionais nunca tiveram muita expressão na cena cultural brasileira. A maioria das criações se davam graças a iniciativas pontuais de artistas comprometidos, financiados por recursos próprios e sem muito espaço nos canais de divulgação, comandados por grandes empresas.

A mudança de cenário e o crescimento do mercado dos desenhos animados no país nos últimos anos foi, em muitos sentidos, amparado por iniciativas de organizações governamentais. O Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira, o ProAnimação, lançado em 2008, previu investimentos na ordem de R\$ 760 milhões para “fomentar o desenvolvimento de ações de capacitação, produção, difusão e distribuição da animação brasileira no Brasil e no exterior” (MinC, 2008).

Impossível não destacar, também, a importância da aprovação da Nova Lei da TV Paga (Lei 12.485/2011) para o crescimento do setor. A normativa instituiu, a partir de setembro deste ano, a obrigação das emissoras de TV Paga de disponibilizarem, no mínimo, três horas e trinta minutos semanais de seu espaço qualificado para a veiculação de

conteúdos brasileiros, sendo que metade desse tempo deve ser preenchido por criações de produtoras independentes.

Enquanto o nicho da animação se expande, o das histórias em quadrinhos, em todo o mundo, está em declínio vertiginoso. O mercado de quadrinhos impressos passa pelo mesmo processo de crise que afeta a maioria dos produtos culturais que têm como mídia o papel. A concorrência desleal dos meios audiovisuais e digitais e a dificuldade de se reinventar têm diminuído, e muito, o seu público nos últimos anos (SANTOS; CORRÊA; TOMÉ, 2012).

Crescem na internet os autores de tirinhas e HQ's digitais que, embora sem a capacidade de produção das grandes editoras, têm conseguido manter vivas suas aspirações de quadrinistas. Porém, mesmo em tempos de convergência e de caudas longas, ninguém ainda sabe exatamente como criar um mercado rentável na Web.

1.2 ESCOLHA DO TEMA

Diante deste cenário nacional e mundial, e diretamente influenciado por todo esse contexto, o mercado catarinense de animação e quadrinhos sofre com fenômenos semelhantes. Santa Catarina possui uma produção de altíssimo nível, sendo cada vez mais reconhecida fora do estado. Percebendo esta mudança, procuramos no noticiário algum fato que explicasse o fenômeno e, ao mesmo tempo em que descobríamos uma série de ações do governo em incentivo à animação, notamos que as notícias que tratavam do assunto eram esparsas e tratadas como matérias de pouca importância. Foi daí que surgiu a primeira vontade de abordar o tema.

Conversamos, então, com o professor Clóvis Geyer, do departamento de Design da Universidade Federal de Santa Catarina, consolidando a ideia e descobrindo mais um possível tema a tratar: os problemas do mercado dos quadrinhos. Unindo as duas ideias e pensando na falta de informações fornecidas pelos grandes meios de comunicação para os profissionais e os fãs das áreas em questão, escolhemos o tema deste trabalho.

Não era nossa intenção e nem nosso papel, em uma publicação jornalística que se propõe a discutir os mercados, validar ou invalidar teses sobre as transformações do consumo de cultura na sociedade. Preferimos o recurso da sugestão, baseada nos estudos recentes e nas informações colhidas através de fontes confiáveis, que nos indicaram a queda de um mercado e a ascensão do outro.

Por último, embora a relação proposta entre quadrinhos e animação seja ousada, não fomos os primeiros a indicá-la. Há muito tempo produtores e estudiosos usam essa comparação para refinar a definição de um e do outro. Scott McCloud, no seu “Reinventando os Quadrinhos”, explica a diferença fundamental entre as HQs e as animações falando sobre a relação que cada uma desenvolve a narrativa. Enquanto as histórias em quadrinhos usam o espaço entre os quadros para demonstrar a passagem do tempo, ou seja, usam a relação espaço-tempo, os desenhos animados usam o próprio tempo, relação tempo-tempo. (MCCLOUD, 2000).

1.3 ESCOLHA DO FORMATO

Em um momento no qual a mídia impressa perde leitores vertiginosamente, os profissionais de jornais e revistas passam a buscar alternativas para a venda e a distribuição de seu trabalho. Se forem acrescentados ao quadro atual a popularização das redes sociais, a crescente convergência dos meios e a preferência do homem contemporâneo pela imagem, em detrimento do texto, os *tablets* são uma opção viável para publicações, o que nos levou a escolher este suporte para nosso material.

Com capacidade multimídia, as publicações digitais produzidas para dispositivos com sistemas operacionais *iOs* e *Android* podem integrar textos, fotos, vídeos, áudios, sequências de imagens, infográficos interativos, animações, links e páginas da internet. Soma-se a isso a possibilidade de conservar características fundamentais dos impressos, como periodicidade, segmentação, portabilidade e identidade gráfica (PAULINO, 2012).

Seguindo os moldes gráficos de uma revista digital, construímos um produto não periódico, exclusivo para o suporte e que utiliza de forma adequada as possibilidades multimidiáticas. Como não pretendíamos a profundidade e atemporalidade de um livro reportagem, e por falta de uma nomenclatura adequada para uma tecnologia tão recente, optamos por classificar nossa produção como um produto jornalístico para *tablets*.

Em nenhum outro suporte poderíamos explorar a força textual de uma reportagem de fôlego junto com a capacidade imagética de uma entrevista em vídeo. O formato se encaixou perfeitamente na reportagem que pretendíamos, permitindo um aprofundamento no tema, sem perder a informação visual. Notamos, também, a necessidade de

um design adequado e visualmente agradável, pois a organização dos dados e a aparência confiável do produto também fazem parte da informação.

Como as publicações digitais para *tablets* são baixadas para o aparelho, o leitor pode acessar o produto a qualquer hora, sem a necessidade de estar sentado em uma mesa, conectado à *internet*. Por serem portáteis, os *tablets* dão aos usuários a oportunidade de ler no momento que preferirem e na posição que acharem mais confortável, tornando a experiência das leituras prolongadas muito mais agradável do que seria à frente de um computador *desktop*.

2. PROCESSO DE PRODUÇÃO

Após estabelecer um cronograma de trabalho, nossa primeira ação prática foi definir as pautas, seus formatos e respectivas fontes. Desde o começo, escolhemos quais seriam feitas com eixo central em texto e quais assuntos deveriam ser abordados exclusivamente em vídeos. Propusemos seis pautas ao nosso orientador, e uma delas foi descartada por falta de coesão e unidade com as outras.

O segundo passo foi começar o contato com as 22 fontes levantadas, para marcar as entrevistas. A maioria delas consistiu em quadrinistas, animadores e donos de estúdios de animação, por acreditarmos que esses profissionais eram os mais qualificados para falar sobre o mercado, por atuarem diretamente nele.

Também buscamos conversar com empresas que editam HQ's, canais da TV paga e aberta que veiculam animação e órgãos governamentais ligados ao setor. Em casos pontuais, não obtivemos respostas, mas no geral as fontes foram solícitas, contribuindo, inclusive, com sugestões de outros nomes.

Esta etapa de apuração nos tomou a maior parte do tempo de produção do trabalho, já que as primeiras entrevistas foram feitas no início de Abril e se estenderam até a metade de Maio. Como nossa lista de fontes possuía muitas pessoas de outras cidades, nossa estratégia foi priorizar o agendamento desses encontros e encaixar as entrevistas feitas localmente nas datas restantes.

Uma opinião comum nossa era a necessidade de que nós dois estivéssemos presentes em todas as entrevistas, porque acreditamos que elas seriam as partes mais importantes e prazerosas do processo. Não tivemos dificuldades em conciliar nossas agendas e visitamos cidades

como Joinville e Blumenau, em Santa Catarina, Curitiba, no Paraná e Campinas, em São Paulo.

Tínhamos planos também de ir à Capital paulista, mas as entrevistas presenciais que pretendíamos fazer na cidade foram negadas pelas assessorias de imprensa das empresas contatadas. No caso da Editora Abril, foi possível acordar uma conversa por telefone, gravada no estúdio de Radiojornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Caso diferente foram os quatro canais de televisão que contatamos, TV Cultura, Cartoon Network, Nickelodeon e Discovery Kids. Não conseguimos respostas aos nossos questionamentos, nem via e-mail, sempre tratando diretamente com as assessorias. Em todos os outros casos, as entrevistas foram feitas pessoalmente e gravadas em vídeo.

Ao mesmo tempo em que fazíamos a apuração, fomos trabalhando na pré-diagramação do produto final. Isso facilitou muito a redação e edição dos textos e vídeos, pois sabíamos exatamente o espaço que possuíamos para cada pauta. É importante frisar que tudo, da identidade visual, passando pela diagramação, captação das imagens, edição dos vídeos e redação dos textos foi feito exclusivamente por nós.

Com as entrevistas feitas e a diagramação praticamente fechada, tivemos em torno de um mês para a redação dos três textos e edição dos oito vídeos que compuseram este trabalho. Nesse momento, nossas predileções naturais afloraram e cada um escolheu quais pautas gostaria de trabalhar. Thiago ficou com a produção dos três de texto e Isadora com a produção e edição dos vídeos. A cada texto ou vídeo finalizado, um checava, sugeria alterações e correções ao trabalho do outro. Neste ponto, a afinidade pessoal entre nós dois contribuiu muito para o andamento do trabalho.

É essencial lembrar que alguns dos materiais que usamos foram cedidos pelo Departamento de Jornalismo da UFSC. Câmera, microfone, luzes, tripé e até algumas fitas usadas na captação das imagens e sonoras foram emprestadas gratuitamente. A ideia inicial era gravar tudo em qualidade HD, mas não dispusemos de material adequado para tal dentro da UFSC, nem de verba para alugá-lo fora da universidade. Tivemos de nos adaptar da melhor maneira possível.

3. DIFICULDADES, DESAFIOS, APRENDIZADO

O primeiro ponto a destacar seria a nossa tentativa de pensar o produto como uma reportagem interativa e multimídia integrada. A questão foi além da produção de áudio e vídeo para recheiar os textos, e exigiu da parte dos dois o desenvolvimento de uma capacidade de antecipação e de planejamento para que o material coletado fizesse sentido dentro do todo. Foi aqui que o desafio de se produzir um trabalho para *tablets* ficou mais evidente, mas foi nesse ponto também que mais aprendemos com a plataforma.

A tecnologia dos *tablets* ainda é nova e seu uso para fins jornalísticos não foi estudada com a profundidade com a qual já se fala de outras mídias. Por isso o exercício também usou muito da experimentação, o que nos tomou mais tempo, mas ajudou a entender melhor o meio com o qual nos propusemos a trabalhar. É experimental, por exemplo, o uso de textos longos, com cerca de 13 mil caracteres, em uma mídia digital que se pretende rápida. É experimental também a utilização de vídeos e imagens interativas integradas ao corpo das reportagens.

Outra experimentação que merece destaque foi o estilo de linguagem e narrativa que adotamos na edição dos vídeos. Não nos interessávamos pelo formato de telejornalismo, com a estrutura off + sonoras + passagem. Nossa ideia era que os próprios entrevistados conduzissem a história com seus depoimentos, por isso nossa escolha em não usar textos de apoio e deixar as próprias pessoas explicarem seus pontos de vista.

Nesse sentido, as disciplinas do Curso que tratavam de produções multimídias e, especificamente, a disciplina de Webdesign Avançado, que tratou sobre a produção jornalística para *tablets* foram muito importantes para a realização deste trabalho. Nelas começamos a desenvolver a percepção da necessidade de dar coerência e coesão aos produtos digitais. E assim tentamos realizar nosso TCC da maneira mais integrada o possível.

A principal falha que encontramos foi de ordem técnica. Quando nos propusemos a usar vídeos como parte fundamental de nosso trabalho, nossa ideia inicial era captar as imagens com uma câmera que gravasse em HD, para que a qualidade da imagem fosse a melhor possível. Infelizmente, não dispusemos de tal material na Universidade, nem de dinheiro para o aluguel de tal câmera, e a saída foi trabalhar com

os equipamentos disponíveis gratuitamente no Laboratório de Telejornalismo.

O material de trabalho do LabTele é antigo e apresentou diversos problemas. As câmeras registraram defeitos na hora de capturar imagens e áudios, levando inclusive à inutilização de algumas das entrevistas que fizemos. Isso nos prejudicou muito, a ponto de precisarmos trocar os entrevistados de nossa “ping-pong”, já que mais de metade do material originalmente pensado para esta pauta foi perdido por falhas na gravação, só registradas na hora da decupagem.

Ainda em se tratando do material do LabTele, apesar de os trabalhos de conclusão de curso terem prioridade no empréstimo, tivemos dificuldades quando alunos de outras disciplinas e projetos precisaram dos mesmos materiais que nós. Nas duas vezes em que tivemos dois entrevistados ao mesmo tempo, era crucial o uso de dois microfones lapela, e só usamos um, já que o outro que o Laboratório possui estava emprestado para outros alunos. Mesmo após a edição e finalização, os áudios, nesses dois casos, deixaram muito a desejar.

O maior desafio foi o fato de que Thiago se mudou para São Paulo, no meio do processo de produção. Trabalhar à distância exigiu muito mais comprometimento da dupla para que o ritmo de trabalho não decaísse. Todo o processo de redação e edição dos vídeos e textos foi feito enquanto estávamos em cidades diferentes, e a internet foi fundamental para que nós pudéssemos trocar informações e manter o trabalho andando no prazo.

Na questão de aprendizado, o que mais nos marcou foi a importância de estar bem preparado para uma entrevista, por mais básico que isso possa parecer. As últimas que fizemos foram muito melhores que as primeiras, pelo simples fato de já possuímos bastante conhecimento de outros pontos de vista sobre o assunto.

Nesse sentido, também sentimos a diferença de tratar com as fontes menos e mais acostumadas com entrevistas. Com os mais preparados, precisamos ser mais incisivos e insistir em algumas das perguntas que, a princípio, receberam respostas mais evasivas.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência Nacional do Cinema. **Nova Lei da TV Paga estimula concorrência e liberdade de escolha** [Internet]. Brasília: Agência Nacional do Cinema; 2012. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/nova-lei-da-tv-paga-estimula-concorr-ncia-e-liberdade-de-escolha>>. Acesso em: 25 março 2013.

AGNER, Luiz. **Usabilidade do jornalismo para tablets: uma avaliação da interação por gestos em um aplicativo de notícias**. Natal, 2012. Disponível em: <<http://www.agner.com.br/wp-content/uploads/2012/06/ARTIGO-LUIZ-AGNER-USIHC-2012.pdf>>. Acesso em: 31 outubro 2012.

BRASIL. Portaria n. 68, de 10 de outubro de 2008. Cria o Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira que tem como objetivos fomentar o desenvolvimento de ações de capacitação, produção, difusão de distribuição da animação brasileira no Brasil e no exterior. **Lex: Diário Oficial da União**. 2008 out.

CUNHA, Rodrigo E. S.; ARAGÃO, Rodrigo M. Clicar, arrastar, girar: o conceito de interatividade em revistas para iPad. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 9., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Brasília: SBPJor, 2011. Disponível em: <<http://www.rodrigocunha.info/textos/sbpjor2011.pdf>>. Acessado em: 04 novembro 2012.

DORIA P. O iPad 3 é mais do que parece. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 março 2012. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/economia/pedro-doria-ipad-3-mais-do-que-parece-4293015>>. Acessado em: 06 novembro. 2012.

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

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

MCCLOUD, Scott. **Reinventando os Quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2006.

NATANSOHN, L. G.; CUNHA, Rodrigo. **O jornalismo de revista no cenário da mobilidade**. Porto, 2010. Disponível em: <<http://grupojol.files.wordpress.com/2011/09/2010prisma.pdf>>.

Acessado em: 31 outubro 2012

NESTERIUK, Sérgio. **Dramaturgia de Série de Animação**. São Paulo: Sérgio Nesteriuk, 2011.

PAULINO, R. C. R. Conteúdo digital interativo para *tablets*-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2159-1.pdf>>. Acessado em: 31 outubro 2012.

PLUVINAGE, J. F. Criação da revista digital Sorria para tablets. In: PRÊMIO EXPOCOM, 19., 2012, Ouro Preto. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/expocom/EX33-0060-1.pdf>>. Acessado em: 31 outubro 2012.

PRIMO, Alex. **Vlog Número Primo – episódio 1: jornalismo para iPad e Kindle**. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=YALoiFvLvV8>>. Acesso em: 31 Outubro 2012.

SAFFER, Dan. Designing gestural interfaces. Sebastopol: O'Reilly, 2009 apud AGNER, Luiz. **Usabilidade do jornalismo para tablets: uma avaliação da interação por gestos em um aplicativo de notícias**. Natal, 2012. Disponível em: <<http://www.agner.com.br/wp-content/uploads/2012/06/ARTIGO-LUIZ-AGNER-USIHC-2012.pdf>>. Acesso em: 31 outubro 2012.

SANTOS, Felipe. **Guia de publicação para tablets**: Proposta para produção de app's. Rio de Janeiro, 2011. 13 Slides. Apresentação em PowerPoint.

SANTOS, Roberto dos; CORRÊA, Victor; TOMÉ, Marcel Luiz. As histórias em quadrinhos na tela do computador. *Rev Com Mid*. 2012 Jan/Abr: 117-137.

