

Jornalismo Multimédia: Imaginação Sem Limites

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.180.12>

Maria João Cunha

Jornalista e docente convidada
Rádio Renascença/Departamento de Ciências da Comunicação,
Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho
mjoao.cunha@rr.pt

Descrição

O jornalismo multimédia combina a exploração de formatos para a apresentação digital de conteúdos. Vídeo, texto, fotografia, infografia, som, ilustrações, animações, interatividade e navegação são elementos que podem ser combinados ou explorados de forma isolada para contar uma história no meio digital. A plasticidade destes componentes permite idealizar incontáveis fórmulas para construir uma narrativa. As possibilidades são infinitas e o processo criativo é um aspeto central na criação de conteúdos multimédia.

Nesta área do jornalismo, podemos contar uma mesma história de várias formas. E decidir, a cada momento, que formato privilegiar, consoante o público, a plataforma ou o dispositivo a que se destina.

Uma reportagem multimédia – ou “imersiva” – pode ser apresentada num website em formato não linear, mais ou menos interativo, onde os elementos apresentados se complementam e não devem ser redundantes. Ou pode assumir o formato vídeo para ser distribuído nas plataformas de vídeo; ou o formato podcast, como narrativa áudio; ou os mais recentes formatos das redes sociais; ou até experiências de “gamificação” (criação de jogos) ou realidade virtual, só para dar alguns exemplos.

Pode, também, ser tudo isto em simultâneo e de forma combinada.

O jornalismo multimédia trabalha sobretudo experiências, sempre a pensar no público e na melhor forma de contar uma história.

Mãos à Obra

Escolher como e onde apresentar um trabalho jornalístico multimédia pode depender de múltiplos fatores e quase sempre se faz depender dos recursos disponíveis: pessoas, tempo, ferramentas, capacidade técnica... Mas é a potencialidade que as histórias carregam para serem exploradas em cada formato que primeiro deve indicar o caminho a seguir. Para cada tipo de informação, há pelo menos um formato que vai apresentar o segmento de uma história de forma mais atrativa e informativa.

Para além das perguntas fundamentais do processo jornalístico – “quem”, “o quê”, “quando”, “onde”, “como”, “porquê” –, há questões adicionais que se colocam quando se concebe um projeto multimédia. Alguns exemplos: “o que significa?”, “o que quer dizer?” (quando queremos aprofundar um conceito); “como funciona?”, “como posso fazer?” (para explicar o funcionamento de algo); “o que pode acontecer?” (quando é útil elaborar cenários).

Este processo ajuda a estruturar melhor a forma de apresentar o material que se pode recolher e a chegar à melhor fórmula para introduzir os vários aspetos de uma história. Posso usar gráficos – mais ou menos interativos –, vídeos, texto, áudio, imagens; ou até combinações destes elementos – vídeo infográfico ou fotogaleria com áudio, por exemplo.

Pensamos, por isso, a bondade de cada formato e os seus benefícios.

Não será tão interessante filmar uma conferência, por exemplo, ao contrário de uma competição ou de algo que contenha ação e mereça ser visualizado com imagem em movimento. Já o áudio é perfeito para descrever ambientes, para declarações importantes (“soundbites”) ou para acompanhar gráficos. A fotografia conta histórias como nenhum outro formato: retém os momentos, conserva-os, obriga à observação atenta.

A infografia representa realidades mais complexas. Ajuda a compreender, concretiza o que é complicado explicar e apresenta sempre de forma mais clara conjuntos de dados que, quando expostos em texto, podem ser extensos e difíceis de assimilar. Se houver algo que precisamos de localizar, então fazemos um mapa; se for interessante visualizar, fazemos um esquema; se for útil experimentar, construímos um simulador.

Já o texto é o formato mais rápido, mais simples, de melhor assimilação, mas também o mais rico e versátil. É, muitas vezes, a base de um trabalho jornalístico multimédia: o texto orienta, guia e suporta o essencial da história.

Perante tantas variáveis, no jornalismo multimédia, o planeamento é realmente fundamental. Projetar o que se vai recolher, produzir, como se vai organizar e desenvolver, quer seja em equipa ou de forma individual, é muito importante para orientar o trabalho de campo (reportagem, pesquisa, recolha de material, entrevistas) e para garantir que esta fase tão importante é bem executada.

Depois há que contar com imprevistos, ajustes, adaptações do plano à própria realidade. É importante ser flexível e pragmático na altura de editar um projeto e de lhe dar forma.

Não Esquecer

- Antes de avançar para um trabalho jornalístico multimédia, procura clarificar muito bem o teu pensamento: tenho uma boa história? Qual é o tema? O que é interessante no meu tema? Por que é que o público se deve importar com a história que vou contar? De que informação vou precisar? Que ferramentas e capacidades técnicas tenho à disposição? Qual é o meu grande objetivo?
- Os elementos multimédia que escolheres produzir devem ser realmente úteis para a tua história. Opções em excesso podem ser mais prejudiciais do que benéficas. Importa manter a estrutura do projeto simples. E eficaz.
- O jornalismo multimédia vive muito da imagem e da sua qualidade. A apresentação, a interação, a navegação e a usabilidade (capacidade de uso e de interação), os elementos de design e gráficos, a coerência visual – toda a atenção que possamos prestar a estes componentes, nunca será demais.
- São as histórias originais e surpreendentes que marcam os leitores e utilizadores. Pensa sempre: como posso surpreender?
- Não há formatos perfeitos, há boas formas (inteligentes) de contar histórias.

Uma Citação

“Jornalismo imersivo é não apenas sobre transportar o utilizador para outro lugar. Imersão requer esforço adicional” (Kangasniemi, 2021, p. 26).

Uma Curiosidade

O jornalista multimédia não é só uma espécie de “canivete-suíço”, um “faz-tudo”. É sobretudo alguém que se encanta com a possibilidade de cumprir tarefas muito diferentes e explorar formatos muito distintos. É alguém que adora filmar, fotografar, editar, brincar com palavras e com sons. É um contador de histórias elevado à potência, porque imagina sempre um sem-fim de possibilidades e faz de cada reportagem uma aventura sem desfecho previsível.

Ideias Para os Meios Escolares

Por que não criar uma série de conteúdos para o TikTok, explicando o essencial das notícias (do meio escolar) da semana? Ou imaginar um documentário vídeo interativo

sobre a experiência na escola, dos alunos mais novos aos mais velhos? Ou contar, num podcast ou série áudio complementada por texto e fotografia, as histórias mais divertidas dos professores? Ou encontrar, nos arquivos da escola, imagens e registos antigos e apresentar, numa página interativa, histórias esquecidas e surpreendentes?

Referências

Kangasniemi, J. (2021). *What we can learn from the best examples of immersive journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism; University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/what-we-can-learn-best-examples-immersive-journalism>