

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA**

**WEBSÉRIE CINESE: UMA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA AUDIOVISUAL  
ESPECIALIZADA NO CENÁRIO EVANGÉLICO**

**GISELI PEREIRA ALVES**

**SÃO BORJA  
2017**

**GISELI PEREIRA ALVES**

**WEBSÉRIE CINESE: PRODUÇÃO JORNALÍSTICA AUDIOVISUAL  
ESPECIALIZADA NO CENÁRIO EVANGÉLICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Sara Alves Feitosa

**SÃO BORJA  
2017**

GISELI PEREIRA ALVES

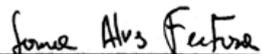
**WEBSÉRIE CINESE: PRODUÇÃO JORNALÍSTICA AUDIOVISUAL  
ESPECIALIZADA NO CENÁRIO EVANGÉLICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Jornalismo da Universidade  
Federal do Pampa, como requisito parcial para  
obtenção do Título de Bacharel em  
Jornalismo.

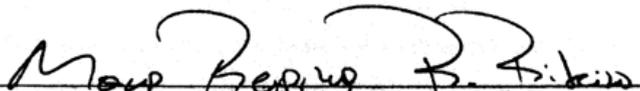
Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Sara Alves Feitosa

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 04, 12, 2017.

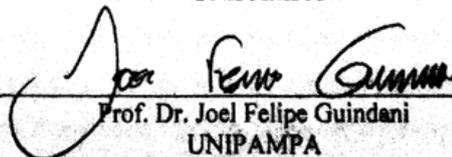
Banca examinadora:



Prof.<sup>a</sup> Dra. Sara Alves Feitosa  
Orientador  
UNIPAMPA



Prof.<sup>a</sup> Dra. Mara Regina Rodrigues Ribeiro  
UNIPAMPA



Prof. Dr. Joel Felipe Guindani  
UNIPAMPA

## AGRADECIMENTO

*Consagre ao Senhor  
tudo o que você faz,  
e os seus planos serão bem-sucedidos.  
Provérbios 16:3*

Desculpa individualismo moderno, mas vou ter que concordar com Tom Jobim: “é impossível ser feliz sozinho”. Esses dias abraçando uma pessoa amada meus sentidos deram um giro na direção dos acontecidos e da razão dos fatos, e vi que nunca foi sobre o troféu, e sim sobre quem lhe ajuda a levantá-lo.

Seria pequenez da minha parte pensar que se trata de apenas um título, uma colocação ou carreira, essas coisas são levadas pelo vento como folha seca sem direção, será que somos apenas uma árvore podada pelas circunstâncias de governos, economia ou estado do nosso coração? Acredito que não, tudo esteve na troca, no outro, para o outro, mesmo que por muitas vezes houve uma necessidade de eu ser o outro e me tratar com mais apreço.

- Mas Giseli tu já está no terceiro parágrafo dos teus agradecimentos, tu não vai falar da tua formação e crescimento intelectual ?

- Bom, agora que eu estou escrevendo só consigo lembrar das minhas ideias que foram desconstruídas pelos meus “semelhantes diferentes”, de que minha vida ficou mais viva com os abraços, carinhos e beijinhos.

A viagem não foi o conhecimento, mas sim a generosidade quem já possuía esse poder e mesmo assim esteve ali entregue com um único objetivo: compartilhar, meu eterno reconhecimento aos mestres, com títulos e os sem títulos.

As lutas não foram lutadas apenas para perder ou ganhar, e sim estar com alguém para te carregar ou apenas ficar caído contigo enquanto esmoreciam juntos, aos amigos e amigas, meu afeto eterno.

O voltar para a casa natal assim que pudesse não foi apenas idas para lazer, mas foram fugas rumo ao Céu, para Nárnia, Canaã, ou como você quiser chamar seu lugar de paz, para minha família entrego mais milhares de anos de convívio comigo, pois sou uma pessoa maravilhosa (risos). E claro, meu esforço para ver vocês sorrindo e meu eterno amor.

A Yahweh, Yeshua e Yhwh, entrego todos os meus medos, desejos, sonhos, pensamentos, indecisões, frustrações, vigor da juventude e paixões. Essa entrega não é eterna, as vezes dura dias, semanas, ou anos. Contudo eu tenho uma fé mesmo que modesta insiste em ficar.

## RESUMO

O Trabalho de Conclusão de Curso está construído a partir de um Projeto Experimental em formato de *WebSérie* audiovisual, denominada da *Cinese*, a intenção do produto está na experimentação de um jornalismo especializado na Religião Evangélica. A base teórica é constituída por José Luiz Braga e o conceito de midiatização, além de autores e conceitos que orientam a produção de jornalismo audiovisual especializado, como Itania Gomes. A necessidade de abordar um possível Jornalismo especializado no cenário evangélico partiu de observações feitas das produções já realizadas com essa temática, o que torna relevante é o público com cerca de 44 milhões de evangélicos no Brasil que consomem e produzem informações no qual autodenominam jornalismo, porém sem base nas teorias e práticas da profissão, como o conhecimento do código de ética dos jornalistas, noções técnicas e estéticas que conjecturam um material jornalístico. A metodologia aplicada utiliza de bibliografias com a abordagem de formatos originários do telejornalismo que apresentam técnicas de pré-produção, produção e pós-produção, com foco na construção de uma narrativa jovem, jornalística e inovadora no campo da *World Wide Web*. O produto tem como resultado a estrutura de quatro websódios unitários em série que reportam de forma jornalística alguns aspectos sobre esse tema.

Palavras-Chave: religião; audiovisual; jornalismo; midiatização; websérie

## RESUMEN

El trabajo de conclusión de curso está construido a partir de un proyecto experimentado en formato de una WebSerie en audiovisual, llamada *Cinese*, la intención del producto está en la experimentación de un periodismo especializado en la Religión Evangélica. La base teórica está constituida por José Luiz Braga y el concepto de mediatización, además de autores y conceptos que orientan la producción de periodismo especializado como Itania Gomes, audiovisual y webserie. La necesidad de abordar un posible Periodismo especializado en el escenario evangélico partió de observaciones hechas de las producciones con esa temática ya realizadas, lo que hace relevante es el público con cerca de 44 millones de evangélicos en Brasil que consumen y producen informaciones que autodenominan periodismo, pero sin base en las teorías y praxis de la profesión, como el conocimiento del código de ética de los periodistas, nociones técnicas y estéticas que conjeturan un material periodístico. La metodología aplicada utiliza de bibliografías con el abordaje de formatos originarios del telediario que presentan técnicas de pre-producción, producción y post-producción, con foco en la construcción de una narrativa joven, periodística e innovadora en el campo de la World Wide Web. como resultado la estructura de cuatro episodios unitarios en serie que reporta de forma periodística los hechos sobre ese tema.

Palabras clave: religión; audiovisual; periodismo; la mediatización; webserie

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logotipo criado para a websérie Cinese.....	29
Figura 2: Momento da entrevista.....	37
Figura 3: Primeiro Plano (à esquerda), Plano Conjunto (centro) e Plano Americano (à direita).....	38
Figura 4: Primeiríssimo Plano (esquerda), Plano Americano (centro) e Plano Detalhe (direita).....	38
Figura 5: Plano utilizado pela repórter para realizar a entrevista.....	39
Figura 6: momento em que o entrevistado responde e está sendo captado pelo próprio software do Windows.....	39
Figura 7: Momento que inserimos as imagens extras.....	40
Figura 8: Momento da Enquete.....	40
Figura 9: Websódio documental sobre a Reforma Protestante.....	41
Figura10: Imagem da apresentadora em seu estúdio.....	42
Figura 11: Locação utilizada para a gravação do websódio 1.....	42
Figura 12: as locações do websódio 2.....	43
Figura 13: Três tipos de entrevistas, três cenários diferentes.....	43
Figura 14: Espaços utilizados neste websódio.....	43
Figura 15: Planos possíveis com o cenário.....	44
Figura 16: Miniatura do primeiro ep. (esquerda) e do segundo ep. (direita). Fonte: Autora.....	46
Figura 17: Miniatura do terceiro (esquerda) e do quarto ep. (direita). Fonte: Autora.....	46
Figura 18: Estes frames demonstram o efeito Glitch no logo.....	46

Figura 19: A placa de apresentação idealizada e produzida pela a autora deste trabalho (esquerda) e sendo utilizada no vídeo (direita).....	47
Figura 20: Animações estavam presentes nos GC's e nas janelas extras.....	47
Figura 21: Transição siwsh nos frames 17 seg e 3 min 36 seg, além das transições de inserção ao longo do vídeo.....	48
Figura 22: O antes e depois da manipulação das cores.....	48
Figura 23: Nos 2 min 54 seg da entrevista criamos um meme audiovisual.....	48
Figura 24: Movimento das transições.....	49
Figura 25: Momento em que foram aplicadas as fotos para ilustrar uma fala.....	49
Figura 26: Elementos textuais estiveram presentes na produção.....	50
Figura 27: Momento das ilustrações.....	50
Figura 28: Transições substituíam uma cena para outra.....	51
Figura 29: Alguma das imagens vetorizadas para a utilização durante as falas.....	51

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Evangélicos- audiência em rádio e TV.....	18
Quadro 2: Processos baseados nos conceitos éticos e técnicos de Barbeiro (2013).....	22
Quadro 3 : Pautas resumidas dos websódios da Webserie Cinese.....	30
Quadro 4 : tipologia das fontes utilizadas em nosso produto.....	34

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	12
2. ENFOQUE EXPERIMENTAL.....	14
3. OBJETIVOS .....	14
3.1 Objetivo Geral.....	14
3.2 Objetivos Específicos .....	15
4. JUSTIFICATIVA.....	15
5. REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
5.1 Conceito de Miatização e sua inserção na Religião Evangélica Protestante .....	17
5.2 Jornalismo Especializado: o endereçamento da audiência evangélica .....	19
5.3 Jornalismo na Televisão e na Web e a inserção dos Evangélicos na TV brasileira .....	21
5.3.1 A inserção dos Evangélicos na TV brasileira .....	21
5.3.2 O Jornalismo na Televisão e na Web .....	22
6. METODOLOGIA APLICADA .....	25
6.1 WebSérie: um novo formato audiovisual .....	26
6.1.1 Formatos Jornalísticos utilizados na Websérie.....	26
6.2 Fases de uma produção audiovisual: pré-produção, produção e pós-produção.....	27
6.2.1 A pré-produção .....	27
6.2.2 A Produção.....	27
6.2.3 A pós-produção .....	28
6.3 Projeções da websérie <i>Cinese</i> : a construção da identidade e sua estrutura .....	29
6.4 A apresentação.....	31
7. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	32
7.1. Pré-produção.....	32
7.1.1 Pauta músicas nas igrejas: .....	32

<b>7.1.2 Pauta cultura cristã x indústria da cultura gospel .....</b>	<b>33</b>
<b>7.1.3 Pauta relação da população evangélica e seu dever na sociedade - O Cristão na Sociedade .....</b>	<b>33</b>
<b>7.1.4 Pauta os 500 anos da Reforma Protestante .....</b>	<b>33</b>
<b>7.1.5. A escolha das fontes .....</b>	<b>34</b>
<b>7.2 A equipe técnica e equipamentos utilizados .....</b>	<b>36</b>
<b>7.3 A produção .....</b>	<b>37</b>
<b>7.3.1 A apresentação .....</b>	<b>42</b>
<b>7.4 CENOGRAFIA .....</b>	<b>43</b>
<b>7.4.1 A cenografia da apresentação .....</b>	<b>45</b>
<b>8.0 PÓS-PRODUÇÃO .....</b>	<b>45</b>
<b>8.1 O Desenvolvimento da vinheta .....</b>	<b>47</b>
<b>8.2 A edição dos websódios .....</b>	<b>48</b>
<b>8.2.1 A pós-produção no websódio “Música na Igreja” .....</b>	<b>48</b>
<b>8.2.2 A pós-produção do websódio Cultura Cristã x Cultura Gospel.....</b>	<b>50</b>
<b>8.2.3 A pós-produção do websódio Cristão e a sociedade .....</b>	<b>50</b>
<b>8.2.4 A pós-produção do websódio 500 anos da Reforma Protestante.....</b>	<b>51</b>
<b>9.AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE PRODUÇÃO .....</b>	<b>52</b>
<b>10.CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>56</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso elaborado é um projeto experimental, uma vez que tínhamos como objetivo geral a produção de uma *WebSérie* de Jornalismo especializado na religião Cristã Evangélica originária do movimento Protestante<sup>1</sup>.

A origem do trabalho está na observação de produtos midiáticos já existentes lançados por instituições religiosas e notou-se uma apropriação do termo ‘Jornalismo Cristão’, pois há uso de certas noções técnicas e estéticas. Porém o que produzimos aqui é uma aplicação dos princípios do jornalismo, uma vez que um produto midiático para ser considerado jornalístico deve levar em conta as discussões éticas da profissão, compromisso social que diz respeito às informações por elas produzidas.

Esta questão se tornou relevante a partir de observações de como os meios midiáticos são encarados como uma ferramenta estratégica de disseminar doutrinas, valores e objetivos dentro de igrejas evangélicas:

A midiatização é, então, a articulação dessa economia discursiva entre instituições não-midiáticas (para quem os meios são meios), instituições midiáticas (para quem os meios são fim) e atores individuais (os indivíduos em sua singularidade) que se processa em dispositivos midiáticos” (FIEGENBAUM, p.249, 2013).

Portanto, as formulações nos usos das mídias concentram diversas esferas que tornam o processo complexo, tendo em vista a religião evangélica como uma instituição que constrói atualmente sua religiosidade agendando seus hábitos através de variados meios comunicacionais.

De acordo com a análise do protestantismo no Brasil, Antônio Mendonça (2002) acredita que há uma miscigenação de conceitos que unidos constroem a visão de evangélicos brasileiros. Esse resultado foi obtido durante o fluxo migratório no século XIX, em conjunto com diversos movimentos missionários, pois eclodiram na abrangência denominacional de igrejas desvinculadas às instituições dos protestantismos europeus (luterano<sup>2</sup>, calvinista<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> O movimento protestante surgiu na tentativa de Reforma da Igreja Católica iniciada pelo monge agostiniano Martinho Lutero, no século XVI. Os motivos para esse rompimento incluíram principalmente as práticas ilegítimas da Igreja Católica, além da divergência em relação a outros princípios católicos, como a adoração de imagens, o celibato, as missas em latim, a autoridade do Papa, entre outros (<http://brasilescola.uol.com.br/religiao/protestantismo.htm>, acesso em : 01/05/2017).

<sup>2</sup> O luteranismo é um dos principais ramos do cristianismo ocidental, que tem por base a teologia de Martinho Lutero (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Luteranismo>, acesso em: (01/05/2017).

<sup>3</sup> Ocorrido como um desdobramento da Reforma Luterana, o movimento Calvinista foi uma das principais correntes surgidas da Reforma Protestante (<http://brasilescola.uol.com.br/historiag/ataques-igreja-calvinismo.htm>, acesso em: 01/05/2017).

metodista<sup>4</sup>)

Soma-se a chegada dos franceses entre o ano de 1555 e a vinda de emigrantes holandeses em 1630 para a região norte, incluindo grupos de maioria luterana e de cristãos norte-americanos que até os dias atuais influenciam no protestantismo brasileiro com suas características de religião civil (MENDONÇA, 2002, p.13).

O produto, websérie *Cines<sup>5</sup>*, é endereçado ao público cristão da faixa-etária entre 18 e 30 anos idade. No ano de 2016 os dados do Instituto de Pesquisa DATAFOLHA, mostraram que entre dez jovens três se denominavam evangélicos. Essa parcela de jovens representa 37% da população de 44,4 milhões de evangélicos no Brasil atualmente. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no censo 2010 foi identificado um crescimento de 61,45% de pessoas que se autodenominam evangélicos, um crescimento expressivo se comparado aos cerca de 26,2 milhões que se apresentaram como evangélicos no início dos anos 2000.

Ao passo que essa parcela da sociedade cresce, aumentam os estudos epistemológicos sobre suas culturas eclesiásticas, civis, de consumo e de produção cultural. Como a maioria de grupos sociais, esse nicho evangélico também “sofreu” diversas reformulações ao longo da história desde Martín Lutero com a Reforma Protestante em 31 de outubro de 1517.

Um dos movimentos mais contemporâneos é a Cultura Gospel, caracterizada pela superprodução de produtos culturais altamente ligados à mídia como shows de estruturas modernas, artistas influenciadores, igrejas lotadas devido às tecnologias de transmissão de seus cultos e eventos. Para Gedeon Alencar (2007, p. 50) “o movimento das tendas na década de 1940 chegou-se ao gospel hoje. Tudo é Gospel: música, griffes, camisetas, bonés, sites, grupos de dança, rock, funk, pagode, há de tudo para todos os gostos. É o máximo de aculturação”. Ou seja, a atual juventude cristã protestante brasileira, assim como o resto dos jovens religiosos ao redor do mundo se torna consumista e praticante de uma religiosidade midiaticizada.

---

<sup>4</sup> O Metodismo é de origem inglesa, organizado pelo reverendo inglês John Wesley que enfatizou o estudo metódico da Bíblia, e busca a relação pessoal entre o indivíduo e Deus ([https://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja\\_Metodista](https://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja_Metodista), acesso em: 01/05/2017).

<sup>5</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC4-HhO116yamliHtYvDWhjg/featured>

## 2. ENFOQUE EXPERIMENTAL

O trabalho foi norteado pela proposta de elaborar uma produção em audiovisual que permitisse orientar a discussão e futuros materiais jornalísticos que venham a cobrir fatos e informações sobre a Religião Evangélica.

O enfoque experimental está no formato de *WebSérie* em audiovisual que coloca em prática fundamentos da produção jornalística aprendidos durante o curso. Sua missão para com seu público esteve em produzir e divulgar notícias para sua audiência com responsabilidade ética, técnica e social.

O formato de *WebSérie* se caracteriza segundo Diego Mera (2010) como uma série de websódios, ou cápsulas audiovisual, áudio, ou textual exibidas on-line ou em telefones móveis. Termos que nascem a partir deste formato são: *Serials web* (seriados exclusivos para web), websódios (websódios inéditos para web), estes subgêneros estão ligados a outras noções de *online*, *web*, vídeo, roteiros e programas exclusivos.

Inserido na experimentação, está à proposta de Jornalismo especializado para jovens com interesse na Religião Evangélica. Para Carolina Abiahy (2005) uma vez que o público é bem delineado, o material produzido consegue obter informações mais adequadas e aprofundadas, com isso as empresas de comunicação conseguem ganhar cada vez mais aproximação com seus leitores, ouvintes e espectadores.

Elementos segundo Marcos Palacios (1999) como interatividade e aprofundamento unem o jornalismo especializado e a mídia *online*, uma vez que essa plataforma prioriza produções que contenham elementos de interação, *hiperlinks*, a customização de conteúdos, memória e atualização contínua. As características que abordamos principalmente aqui em nossa reflexão e prática de produção é a customização de conteúdos, pois a forma que a *WebSérie* teve seus conteúdos produzidos de forma independentes de uma linearidade de programação, em outras palavras, foram propostos websódios individuais que possibilitam ao internauta buscar somente reprodução de informações do seu interesse.

## 3. OBJETIVOS

### 3.1 Objetivo Geral

- Produzir uma *WebSérie* Jornalística de cunho especializado na religião Evangélica, contribuindo com a produção de um setor ainda inédito no jornalismo.

### 3.2 Objetivos Específicos

- Averiguar e selecionar na pré-produção noções estéticas adequadas para o formato WebSérie;
- Buscar e organizar conteúdos de acordo com o interesse público;
- Propor uma produção jornalística especializada em noticiar fatos do cenário Evangélico para web, com aprofundamento, customização e não-linearidade;
- Produzir uma *WebSérie* em websódios independentes;
- Produzir matérias com assuntos de relevância em torno da Religião Evangélica.

### 4. JUSTIFICATIVA

Observamos que muitos meios se apropriam do termo “Jornalismo Cristão” levando-nos a pensar sobre que características esses produtos continham para serem considerados jornalísticos, em que princípios éticos eles eram embasados, que código profissional se estruturavam, ou seja, vimos que se tratava de uma seria assessoria de uma instituição do que Jornalismo propriamente dito. Foram essas questões que nos levaram a construir a *Websérie Cinese*.

Enquanto a persuasão que antes decorria de vitrais das igrejas católicas romanas que contavam as versões bíblicas para seus fiéis com um alto número de analfabetismo na Idade Média, agora há uma necessidade da mutação do Cristianismo que é expressa pela forte utilização da atração na linguagem em audiovisual, na globalização e na popularização do estilo de vida: “ser cristão”. Já os novos membros continuam necessitando consumir mais informações sobre a religião em conjunto com a sociedade, sobre os efeitos de suas condutas, o funcionamento de seus grupos congregacionais e sobre a religião que seguem.

A propósito, o Cristianismo durante séculos considerou a mídia e principalmente a televisão como um instrumento de destruição das doutrinas, dogmas e a própria Igreja. Porém, o que vemos hoje são as mesmas instituições religiosas utilizando um espaço notável das transmissões em TV, jornal impresso e nas rádios.

Atualmente segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, 22% da população brasileira se denomina evangélica, ou seja, cerca de 44 milhões de brasileiros consideram-se evangélicos. Com esse número surgem pesquisas científicas nas mais diversas áreas, como levantamentos econômicos que investigam como e o que esse grupo da sociedade consome, além de análises políticas de como essa parcela populacional vota e se relaciona

com a política. Na comunicação não é diferente, ao longo dos anos vários estudos sobre o relacionamento da religiosidade cristã com as mídias e sobre seus interesses foram desenvolvidos.

Fatores distintos apontam a importância que tem o campo midiático para o redesenho dessas novas formas de religiosidade. Em primeiro lugar, os desafios impostos às igrejas pelos cenários e pelos efeitos de problemáticas sociais e políticas, principalmente com o enfraquecimento de instituições responderem com suas estratégias convencionais ao “aqui” e “agora” do mal-estar material e espiritual vivenciado pelas pessoas em tempos modernos (NETO, 2002, p.153.).

O tema foi construído motivado pela religião da acadêmica que realiza este trabalho ser Cristã Evangélica inserida em uma faixa etária de jovens adultos relacionando-se com o público formado por diferentes jovens de distintas religiões e filosofias de vida, o que possibilitou durante a formação acadêmica adquirir e elaborar um pensamento crítico em relação à forma como as informações sobre a religião Evangélica são construídas e elaboradas para a sociedade e como a mesma recebe e reproduz as informações.

Para o desenvolvimento deste trabalho a revisão bibliográfica foi fundamental, Lúcia Santaella (2001) direciona e assinala a importância do uso de pesquisas preliminares em trabalhos já realizados sobre do tema a ser desenvolvido. A revisão bibliográfica “comprova que o pesquisador não está querendo realizar algo que já foi feito, de outro lado, ela ajuda a encaminhar o passo seguinte da pesquisa (...) a relevância do trabalho, não só falar que ele ainda não foi abordado” (SANTAELLA, p.157, 2001).

A revisão bibliográfica inicial empreendida para este trabalho foi feita nos seguintes sites: SciELO- Biblioteca Científica Eletrônica, Periódicos Acesso Livre Capes, Google Acadêmico e *GoogleBook's*. Utilizou-se das palavras-chave mídia e jornalismo, jornalismo cristão, jornalismo audiovisual cristão, comunicação e religião.

Foram encontrados materiais científicos na maioria voltados à midiatização e religião, assessoria de imprensa e instituições religiosas, meios de comunicação criados com associação direta às igrejas, além de eventos e cultos que são veiculados na TV aberta e a religiosidade exercida nas mídias digitais.

Entre os trabalhos localizados deve ser citado: “Estratégias Jornalísticas da Igreja Universal do Reino de Deus nas eleições 2006/2008- o caso da Folha Universal”, de Micael Vier Behs (2009), realizado na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), no trabalho o autor produz uma análise do Jornal Folha Universal sobre matérias jornalísticas referente à política.

Destacamos também, trabalho de Conclusão de Curso, intitulado “Jornalismo e Religião: Estudos dos Critérios de Noticiabilidade da Folha Universal da Igreja Universal do Reino De Deus”, de Verônica Valério (2014) do curso de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo e, por último, o TCC de Daniela Santos Lima (2006), com a monografia intitulada de “TV GÊNESIS: Um exemplo do missionário do século XXI” realizado no curso Comunicação Social do Centro Universitário de Brasília (CEUB).

Entre as obras que foram encontradas durante a revisão, constatamos que nenhuma aborda de forma experimental produções que partam de um Jornalismo Audiovisual Digital, com o formato de websérie e que seja especializado em noticiar fatos sobre a Religião Evangélica, o que proporciona a esse trabalho uma característica de ineditismo, sem correr o risco de replicar o discurso de pesquisas já existentes.

## **5. REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial teórico do presente trabalho está dividido entre tópicos: Religião (Evangélica) e Mídia, Jornalismo Especializado, Jornalismo Audiovisual e Webjornalismo. Estas áreas e gêneros do jornalismo foram indicados com o desígnio de oferecer embasamento bibliográfico para as metodologias aplicadas no desenvolvimento da *websérie*.

### **5.1 Conceito de Mídiatização e sua inserção na Religião Evangélica Protestante**

O conceito de Mídiatização para Pedro Gilberto Gomes (2016) está diretamente atrelado ao processo de ampliação dos meios de comunicação nos grupos sociais e culturais. Ou seja, “é usada como um conceito para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as inter-relações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural (GOMES, p. 01, 2016).

Ao se tratar do público crescente de evangélicos no Brasil é possível perceber uma carência no que diz respeito ao tratamento jornalístico de informações que a sociedade evangélica produz diariamente, para isso deve-se ter ciência teórica e prática dos comportamentos desses indivíduos religiosos na sociedade de informação. De acordo com Pedro Gilberto Gomes (2013) esse processo que o autor denomina de “midiamorfose da fé”, isto é, de inserção das religiões nas mídias fazem com que as ritualidades e interações entre Igreja, religião e fiéis passem transformações em suas condutas, sendo assim, pode ser considerado um processo propício para novas pesquisas na área de ciências sociais.

A obra “Mídia, religião e sociedade: Das palavras às redes digitais”, de Luís Mauro Martino (2017), é uma abordagem a respeito das redes digitais e a religião contemporânea, o que auxilia este Trabalho de Conclusão de Curso a construir um referencial teórico sólido a propósito dos suportes digitais ligados diretamente ao formato *websérie*. Dando assim, amparado para este trabalho expondo estudos sobre as Ciências Sociais e o interesse sobre a religião, em suas palavras: “a religião interessa para as Ciências Sociais – e para Comunicação – por sua importância como *fenômeno social*, não como *fenômeno religioso*” (MARTINO, p. 11, 2017).

O próprio cenário religioso também estava mudando. No início da década de 1980, surgem denominações religiosas, como a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja da Graça, que faziam dos meios de comunicação, especialmente da televisão, mais do que um acessório, um elemento central de suas atividades, ao mesmo tempo em que a Igreja Católica também revia seus conceitos sobre a comunicação, investindo na mídia para divulgação de suas ideias (MARTINO, 2017, p.9).

A comunicação assim como a religião tem suas alternâncias de acordo com os indivíduos, algo maleável seguindo lógicas culturais, sociais e econômicas. No que diz respeito ao conceito de midiaticização, segundo Ricardo Fiegenbaum (2010) trata-se de estratégias ou ações midiáticas que se sobrepõe a campos da sociedade ou práticas simbólicas.

Analisando a midiaticização como um acontecimento crescente de acordo com a sociedade moderna, os indivíduos e as instituições que se integram com meios de comunicação suas tecnologias e a sociedade da informação proporcionam à área do jornalismo um estímulo de produção especializada com nichos de interesse específico.

O conceito de midiaticização segundo José Luiz Braga (2012) aborda dois processos no termo “midiaticização”, o primeiro é o tecnológico: ações comunicacionais visando de forma estratégica e desenvolvida a um determinado público. O outro processo é o social, que segundo o autor é quando há uma interação entre os indivíduos com práticas em atividades que antes tinham acesso restrito pela indústria da cultura, que para o autor é: “A cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (NETO, 2008, p.93, apud. BRAGA, 2012, p.34).

Nesta visão de abrangência da midiaticização na sociedade, para Braga (2012) não podemos ver a comunicação como algo a parte da sociedade ou vê-la como um processo estranho e isolado, pelo contrário, o autor enfatiza o crescimento diversificado dos usos e apropriações das influências mútuas das ações midiáticas.

Ao contrário, as inúmeras possibilidades que vão se desenvolvendo para críticas, para apreender reflexivamente os produtos e processos dessa indústria, para setores da sociedade agirem nas mídias e pelas mídias, os esforços de regulamento político social- tudo isso, ao contrário, torna a presença da indústria cultural um elemento não homogeneizante do social (BRAGA, p. 35-36, 2012).

A sociedade evangélica brasileira já está inserida no contexto de hipermidiatização<sup>6</sup>, assim como inúmeros nichos da população, é por meio desse fator, que criamos um produto jornalístico direcionado a esse grupo, com o tratamento de informações sobre fatos jornalísticos e abordagens temáticas relevantes a respeito desse grupo social.

## 5.2 Jornalismo Especializado: o endereçamento da audiência evangélica

O objetivo deste trabalho não está focado em analisar os conteúdos, emissoras que produzem ou são vinculadas com instituições evangélicas, porém um breve contexto das audiências de evangélicos nas rádios e emissoras de Televisão pode nos trazer um amparo para validar a necessidade de se investir em um jornalismo especializado na religião Evangélica:

**Quadro 1: Evangélicos- audiência em rádio e TV**

MEIO	SENTE-SE INFORMADO COM O RÁDIO	OUVE ENTREVISTA/ PROGRAMA FALADO	RÁDIO COMO FONTE DE ENTRETENIMENTO
RÁDIO 73% da População brasileira escuta rádio com frequência	58 % Dos fiéis cristãos confiam no poder informativo do meio	47 % Dos fiéis costumam ouvir esse formato na rádio	30 % Dos fiéis veem no rádio sua principal fonte de entretenimento

Fonte: Pesquisa “Tribos Musicais” produzida e divulgada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, IBOPE.

Na pesquisa “Tribos Musicais” elaborada pelo IBOPE no ano de 2013 além de serem divulgados dados sobre gostos músicas escutados pelas audiências nas rádios, foram também coletados outros dados que são relevantes para este trabalho, pois sobre os ouvintes em geral: 61% dos ouvintes dizem estarem sobrecarregados com o número de informações disponível e

<sup>6</sup> Este termo está sendo direcionado às grandes igrejas e aos pastores que são considerados líderes de opinião que utilizam das e nas mídias para se comunicarem com as massas.

44% buscam no rádio um motivo para estarem informados.

Segundo a pesquisa divulgada pela Agência Nacional do Cinema, Ancine (2015), os programas religiosos ocupam 21% (equivale 140 horas) dos horários nas grades de programação das TVs, número maior do que os 14,60% dos espaços ocupados pelos telejornais. O número no ano de 2015 aumentou cerca de 8% comparados aos dados do ano de 2012.

De acordo com o documento divulgado pela Ancine (2015) a liderança na comercialização de espaços para as igrejas com ordem decrescente são: CNT (89%); RedeTv (43,4 %); Record (21,7%); Band (16,4%) e Gazeta (15,8%). As características dessas programações estão estruturadas na prática da religiosidade que incluem cultos ao vivo, musicais gospel e programas de diversidade, mas sempre dirigidos por pastores e ligados a uma instituição religiosa.

Para Benedito Juarez Bahia (2009) o jornalismo especializado é um fator necessário para a sociedade, pois se trata de um aprimoramento de técnicas de trabalhar informações, ou seja, há uma intenção de selecionar e aprofundar a compreensão e abordagens sobre um determinado assunto. “Tal atitude desencadeia um movimento tático nas redações: os editores precisam de jornalistas científicos competentes para cobrir uma área de especialização” (BAHIA, p. 62, 2009).

O jornalismo especializado de acordo com Carolina Abiahy (2005) ao tratar a segmentação de públicos torna-se necessário à medida que vivemos em uma sociedade de uma produção exacerbada de informações o tempo todo, porém ao mesmo tempo não há uma democratização de conteúdos e abordagens. Segundo a autora há uma necessidade de que se produzam produtos especializados devido os públicos terem se tornado mais ramificados e exigentes, o que exige do jornalista que irá trabalhar em uma área específica, com uma compreensão crítica e aprofundada do assunto para que não haja uma produção acentuada de notícias e ao mesmo tempo um esvaziamento de informações e contextos sobre o assunto exclusivo.

Para compreender a audiência para qual esse jornalismo especializado foi produzido vale a inclusão do conceito de Endereçamento. Para Itania Gomes (2011) o conceito de endereçamento se inicia nos anos 80 a partir de produções fílmicas. A relevância sobre a abordagem no jornalismo especializado em públicos determinados está ligada ao “conceito de modo de endereçamento que se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais” (GOMES, 2011, P.35-36).

Segundo Gomes (2011) há três conceitos metodológicos que nos ajudaram no processo de produção da websérie, a estrutura de sentimento, gênero televisivo (aqui adaptamos para gênero audiovisual para a web) e o modo de endereçamento:

- **Estrutura de sentimento**- permite ao investigador obter um olhar para o processo, identificando características que ainda não se consolidaram em ideologias, normas, fórmulas e gêneros;

- **Gênero televisivo** – admite que a análise compreenda e diga as regularidades e especificidades que norteiam o histórico (cultural, econômico, político) do produto, tanto do jornalismo como de suas ideologias;

- **Modo de endereçamento**- Permite que o analista faça a compreensão desses fatores ao serem atualizados dentro do objeto de análise do produto audiovisual específico.

Ao escolhermos uma abordagem de Jornalismo Especializado na Religião Evangélica conseguimos satisfazer a questão conceitual de endereçamento que Gomes (2011) define como “organização temática” operador de maior importância dentro do modo de endereçamento, pois a partir dele é determinada toda a produção e análise da mesma, considerando que houve uma compreensão atenta para deter um olhar das produções específicas de cada editoria e como isso ocasionará na aproximação direta da audiência desejada.

### **5.3 Jornalismo na Televisão e na Web e a inserção dos Evangélicos na TV brasileira**

Na criação da nossa websérie jornalística em audiovisual especializada na religião Evangélica devíamos antes contextualizar o envolvimento histórico dessa sociedade religiosa com a Televisão, além de abordar conceitos teóricos de telejornalismo e sua aplicação na web.

#### **5.3.1 A inserção dos Evangélicos na TV brasileira**

Desde a inauguração da televisão no Brasil, por Assis Chateaubriand, a Televisão sofreu muita resistência por grande parte de grandes denominações de igrejas evangélicas como a Assembleia de Deus que em uma convenção, no ano de 1968, informou a proibição do uso de televisão por parte dos pastores e membros. No fim da década de 1960 o pastor Robert McAlister vindo do Canadá lançou seu programa na TV Tupi e se tornou o primeiro evangélico a ter um espaço notável na televisão.

No período mais recente, a programação é variada e adaptada à dinâmica dos

programas seculares. Aumentam os espaços de entretenimento, com clips, shows musicais, filmes bíblicos, programas de entrevistas e debates. O conteúdo deixa de estar centrados no eixo salvação-milagres-coleta de fundos e passa a focar a prosperidade econômico-financeira como bênção de Deus, além da “guerra espiritual”. Outra característica atual é a oferta de respostas religiosas para questões como depressão, estresse, drogas e crises familiares (JAGNOW, 2007, p.33).

De acordo com o IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no Brasil em 2013 a televisão ocupava cerca 97,2% dos domicílios. O quadro de estatística mostra que os programas com conteúdos religiosos, sejam cultos, informativos ou musicais ocupam 21% dos horários transmitidos em TV aberta, já os programas telejornalísticos ocupam 14% das grades de programação.

### **5.3.2 O Jornalismo na Televisão e na Web**

Uma década antes de o movimento evangélico protestante estrear nas emissoras brasileiras, na TV Tupi, hoje extinta, nascia o primeiro telejornal brasileiro no ano de 1950, o *Imagens do Dia*. Três anos depois estreava na mesma emissora, o jornal *Repórter Esso*, permanecendo no ar quase 20 anos e até hoje tido como referência. O jornal que está mais tempo em exibição na televisão brasileira é o *Jornal Nacional*, da Rede Globo, que estreou em 1968 e até hoje se mantém 1º em audiência.

Segundo Alfredo Vizeu (2014) o telejornalismo se encontra em um papel de ser a única fonte de informação da maioria dos cidadãos brasileiros, que contam com esses programas para estarem informados sobre movimentações na política, economia, cultura, notícias internacionais e sobre o meio ambiente.

Para Iris Paternostro (1999), no livro “O Texto da TV”, o telejornalismo deve ser entendido como fascínio exercido em seus telespectadores devido à imagem que é exposta na TV, sendo assim o jornalista deve conhecer o contexto e a linguagem própria do meio, entender que a informação do jornalismo audiovisual é uma relação entre texto e imagem. “Coloquial, claro e preciso. Objetivo, direto. Informativo, simples e pausado, são características de um texto jornalístico de televisão” (PATERNOSTRO, 1999, p.61.).

Referente ao conceito de Gêneros Televisivos, para Gomes (2011) os gêneros televisivos auxiliam na compreensão de “regularidades e as especificidades em produtos que se configuram historicamente – ele permite dizer tanto do jornalismo como ideologia, valores, normas, quanto das formas culturais historicamente dadas” (GOMES, 2011, p.18).

Nos Gêneros no Telejornalismo, Guilherme Rezende (2000) em seu livro “Telejornalismo no Brasil” aborda os seguintes gêneros:

• **Programas de Entrevistas:** esse formato comporta a transmissão não só verbal, mas como imagética do entrevistado, sua *performance* diante da câmera, a imagem pode falar mais que seu depoimento;

• **Programas de Reportagens:** caracterizada por sua articulação entre os artifícios de áudios, sonoras, passagens, gráficos e entrevistas, podendo ser editados ou ao vivo;

• **Programa de debate:** uma quantia de entrevistados e mediadores ou jornalistas que conduzem o diálogo sobre assuntos ou temas relevantes;

• **Programas de documentário:** muitas vezes confundido com a grande reportagem devido seu tempo de duração. O documentário utiliza de entrevistas, debates, documentos visuais, tudo para conseguir o maior número de dados sobre um determinado assunto, podendo ou não haver a presença de um repórter como mediador;

• **Plantão:** geralmente entra no ar interrompendo a programação normal, o conteúdo informativo é de cunho extraordinário, guerras, mortes de personalidades e questões políticas;

• **Emissões de jornalismo especializado:** tem foco nos públicos segmentados que buscam assuntos sobre economia, política, esporte, assuntos rurais, investigativo e de cunho educacionais.

• **Espetáculos midiáticos:** representam eventos ou cerimônias de grandeza global, como o sepultamento do cantor norte-americano Michael Jackson transmitido a milhões de telespectadores;

• **Telejornais:** reconhecidos por seus apresentadores, cenários, entradas ao vivo, comentaristas e uma produção composta por articulações de formatos como grandes ou pequenas reportagens até quadros ou séries especiais.

Pensando na prática telejornalística que está migrando para a web, a autora Letícia Renault (2015) aborda o conceito de Webtelejornalismo, como “um cibermeio que tem por objetivo a divulgação de informação jornalística audiovisual (...) pode ser considerado um desdobramento no ciberespaço do telejornalismo” (RENAULT, p.1, 2015).

O jornalismo na Web vem há anos colocando em xeque a eficácia das potencialidades de produção de notícias dos outros meios tradicionais, como é o caso do meio de comunicação impressa e sua limitação para utilizar outras mídias como áudio e imagens em audiovisual, a televisão que necessita de uma preocupação com os cenários, com qualidade das imagens e o rádio pela falta delas. Para João Canavilhas (2001) o jornalismo on-line ainda se trata de uma transposição de materiais feitos para a TV, rádio e jornais impressos, uma vez que, para haver um webjornalismo é preciso haver produções pensadas segundo as

características elementares do meio.

Com essa finalidade o autor aborda os conceitos de Interatividade, Leitura não-linear, Som, Vídeo. Seguindo o autor, os conceitos por ele apontados primordiais para nosso trabalho em particular são:

• **Interatividade:** característica que aproxima internauta do conteúdo e do meio midiático, onde a uma interação direta com os produtores das notícias; atualmente o público se torna mais crítico e participativo devido as possibilidades de obter um feedback de tudo que está circulando na internet, os exemplos mais comuns são os comentários, as curtidas, chats e circulação de informações por usuário;

• **Leitura não-linear:** refere-se a uma narrativa que não segue uma sequência ou ordem lógica, uma produção que contém diversas possibilidades de consumo. Um exemplo remetendo o contexto desse trabalho pode ser citada a série *Black Mirror*<sup>7</sup> da empresa Netflix<sup>8</sup>, que constrói sua narrativa a partir de diversos websódios independentes, onde os internautas não precisam assistir os materiais em uma sequência lógica, outra exemplificação dentro dessa característica estão os textos de webjornais que cada vez mais seguem uma estrutura em capítulos independentes e em multimídia;

• **Vídeo:** no contexto televisivo a imagem é construída em parceria com o texto falado não podendo ocorrer sentidos e focos diferentes entre eles, ou seja, a *voz-off* serve como uma ferramenta para descrição e interpretação daquilo que foi registrado em imagens. Já na internet devido a tecnologia, as imagens não se tornaram produtos somente de empresas televisivas, ou de poucas pessoas que possuíam equipamentos adequados, pelo contrário, hoje imagens amadoras tornam-se cada vez mais utilizadas, os “ao vivos”<sup>9</sup> feitos se tornam mais fáceis, rápidos e mais baratos pelo *Facebook*. “Em lugar da redundância, o vídeo assume no webjornal um caráter legitimador da informação (...)” (CANAVILHAS, p.5, 2001).

No campo da audiovisualidade na web, Suzana Kilpp (2010) considera que “as audiovisualidades digitais estão recém sendo inventadas: suas gramáticas, sua estética, seu modo de relacionar emissão e recepção são inaugurais” (KILPP, p.37, 2010), para a autora existe muito ainda da forma analógica e padrões televisivos no que vimos na internet. No que diz respeito ao consumo do audiovisual na internet, em uma divulgação da Google no ano de 2012, em relação à empresa *Youtube* (empresa inaugurada em 2005) a em média uma hora de

<sup>7</sup> Uma série com narrativa que conta com websódios independentes. A série que estreou em 2011 no Reino Unido, conta as perturbantes relações do humano com a tecnologia.

<sup>8</sup> Empresa fundada em 1997, provedora de séries e filmes de televisão, ou com produções próprias pela tecnologia streaming.

<sup>9</sup> Ferramenta que possibilita o usuário das redes sociais como *Facebook* e *Instagram* a realizarem transmissões de imagens ao vivo aos seus seguidores ou outros usuários.

vídeo por segundo sendo carregada no site, e 4 bilhões de visualizações por dia.

Para Kilpp (2010) as mídias audiovisuais não são apenas meios de aparelhos com imagens, mas sim outros mundos cada um com suas particularidades, elementos, que oportuniza a criação de leis e padrões adequados, observando os movimentos das audiovisualidades na web, que adotamos para esse trabalho a característica metodológica de experimentação de uma *websérie* jornalística especializada.

## 6. METODOLOGIA APLICADA

A metodologia aplicada tem como base livros de telejornalismo que orientam o processo de produção. Entretanto, para realização do produto houve a necessidade de alcançar algumas etapas metodológicas típicas de pesquisa como, por exemplo: revisão bibliográfica, observação e análise de material jornalístico produzido para a Igreja Evangélica. Um dos livros consultados foi: “Jornalismo diante das câmeras” de Ivor Yorke (1998); na obra Yorke aborda técnicas sobre a relação do jornalista com sua equipe, com as fontes, com os equipamentos e a produção de materiais jornalísticos em audiovisual.

Soma-se a isto, o “Manual de Telejornalismo: Os Segredos da Notícias na TV” de Heródoto Barbeiro (2013). Na obra o autor apresenta as práticas nas redações de TV, além de apresentar a ética como um dos fatores supremos para a o andamento da produção, abaixo segue algumas indicações do comportamento ético em jornalismo que o autor apresenta ao longo do texto:

**Quadro 2: Processos baseados nos conceitos éticos e técnicos de Barbeiro (2013)**

Ficar atento ao interesse do público-alvo, ordenar, classificar e selecionar o que deve ser noticiado;
O apresentador deve acompanhar todas as etapas da produção para transmitir calma ao telespectador, confiança e tranquilidade;
Organizar as notícias e assuntos de forma que correspondam com o formato;
O produtor deve estar em contato com os assuntos específicos do programa, ligado com os bastidores e estar sempre preocupado com a audiência, porém a ética jornalística deve estar sempre presente entre os processos;
A edição é como contar uma narrativa e precisa ser colocada em ordem lógica, estética que caracterize por imagens e sons.

**Fonte:** autora a partir de Barbeiro (2013)

## 6.1 WebSérie: um novo formato audiovisual

Para a produção específica de um jornalismo em audiovisual para web há uma diversidade de formatos, interpretações, personagens sociais e experimentação estética (BECKER, 2012), tendo como principal característica a interação com a audiência. Segundo Canavilhas (2001) uma das possibilidades proporcionada pela web está justamente no livre-arbítrio do público em escolher e participar do conteúdo que lhe é proposto pelo jornalismo.

É partindo destas premissas que a formatação da websérie aqui trabalhada foi em webjornalismo audiovisual. Beatriz Becker (2008, p. 83) diz que o formato “oferece a possibilidade de aproveitar todo o potencial da convergência midiática na elaboração de novos conteúdos e de novos modos de narrar histórias do cotidiano, outras e diferentes maneiras de representar a realidade”.

Somando a isto, temos o livro “Webséries- Criação e desenvolvimento” de Guto Aeraphe (2013) que serviu para nos apresentar o contexto e estrutura de produção deste formato, que ele leva ao “webespectador” para uma imersão dentro do tema proposto. Neste livro o autor apresenta uma breve história sobre as webséries que segundo ele serviam como complementações de produtos já oferecidos na TV. Aeraphe (2013) cita que a primeira referência do conceito foi realizada por Fernando Centelhas e Nuria Romero através de ensaios sobre as alternância audiovisuais.

### 6.1.1 Formatos Jornalísticos utilizados na Websérie

O contexto dos produtos aqui elaborados seleciona os formatos adequados em telejornais conceituados por Rezende (2000):

- **A Entrevista:** trata-se de um diálogo entre o jornalista e a fonte, pautado por perguntas e respostas. No caso da nossa websérie as entrevistas foram gravadas e inseridas nos websódios, porém não são colocadas sozinhas – acompanham a apresentação da repórter, elementos musicais ou elementos como a voz over;
- **A Reportagem:** formato caracterizado por fazer uma cobertura mais ampliada sobre o acontecimento ou seu desdobramento. Em sua estrutura serão encontrados texto falado, imagens, entrevistados e a presença do repórter, “em uma estrutura completa constitui-

se de cinco partes: cabeça, off, (...) [passagem], sonoras e nota pé” (REZENDE, 2000, p. 307).

## 6.2 Fases de uma produção audiovisual: pré-produção, produção e pós-produção

Utilizamos o livro ‘Roteiro de documentário: da pré-produção à pós-produção’ de Sérgio Puccini (2007) para a elaboração dessas três etapas:

### 6.2.1 A pré-produção

Segundo o autor essa etapa se concentra em caracterizar a construção da proposta do produto idealizado, a viabilidade do projeto, a realização de uma pesquisa direcionada aos assuntos principais do conteúdo proposto (incluem-se entrevistas necessárias e pesquisas das locações como cenário e externas).

- **A proposta do produto** – direcionada a delimitar qual é o público-alvo, a mensagem principal, o segmento endereçado, seus objetivos e sua estrutura estilística;
- **A viabilidade do conteúdo** – neste processo foram vistas as possibilidades financeiras que dariam apoio técnico para o uso de equipamentos adequados, a construção de cenários e possíveis custos com a contratação de um técnico que auxiliaram na produção;
- **A pesquisa prévia**– teve como objetivo orientar qualquer produção que a antecede. Ela foi imprescindível para o aprofundamento do assunto, conhecer quais seriam os olhares essenciais que deviam entrar na narrativa, a sustentabilidade de fatos, de números de pistas, testemunhas, uma pesquisa e um pré-contado com as fontes adequadas, possibilidade de captação de imagens, caracterizar os enquadramentos de filmagens, a qualidade do som e conhecer o comportamento do público interessado;

### 6.2.2 A Produção

Puccini (2007) por referir-se mais precisamente de documentário, ele inclui nesta etapa a questão do roteiro com possíveis conflitos entre os personagens e o tempo narrativo. Porém para este trabalho específico nos atentamos em elementos de espaço, estrutura narrativa do assunto tratado, o tratamento da estética, as produções das entrevistas e a filmagem.

- **Elementos de espaço**– o autor coloca como algo que não interfere de forma grave a construção da estrutura de discurso apresentado, o que ajuda na experimentação de cenários alternativos dependendo do contexto dos atores que possuem atuação de fala ou são

inclusos na história do fato;

- **Estrutura narrativa do assunto tratado** – está marcada em três evoluções: **início** (a apresentação do assunto, o principal fato, leads e cabeças feitas pela apresentadora); **meio** (o desenvolvimento do assunto, onde serão uma vasta quantia de imagens de apoio, depoimentos, intervenções do repórter, com o intuito de não deixar a narrativa monótona e desinteressante, ou seja prender o telespectador atendo ao que é apresentado na tela); **fim** (o desenrolar do assunto mostrando o desfecho do fato ou abrindo uma discussão para o conteúdo);

- **O tratamento** – está centrado justamente no tratamento dos sons (ambientais, de entrevistas, do repórter e trilha sonora), nos cuidados de imagens obtidas, o tipo de elementos tipográficos, gráficos que serão utilizados e a produção de um espelho (itens utilizados na organização de muitos programas jornalísticos de como as intervenções da apresentadora iram aparecer, em que momento entrará a reportagem, a trilha sonora específica, a iluminação correta e a movimentação das câmeras);

- **Produzindo as entrevistas e filmagens** – É recomendado pelo autor a utilização de diferentes planos durante o depoimento, outro item que não pode ser esquecido foi o agendamento prévio com cada fonte, os cenários em que essas entrevistas foram feitas seguem de acordo com o perfil do entrevistado e do assunto abordado; outros elementos como uso de *zoom*, panorâmicas, *travelling* poderiam enriquecer o material com mais informações.

### 6.2.3 A pós-produção

O último processo de construção do nosso produto teve a função da montagem e de tratamento do material bruto, que incluíram elementos de edição, costurando a narrativa através de uma conversa entre entrevistas, imagens de apoio, a *performance* da apresentadora e as artes que estiveram presentes.

Nesse momento foi importante que o espelho e a lauda de cada matéria estivessem presentes com a editora, pois foi preciso uma boa comunicação entre imagem, texto e som, ajustes de cor e iluminação, para isso ser possível houve corte de partes desnecessárias captadas, excluindo defeitos de áudios, na imagem ou incoerência de fala, assim como a estrutura das entrevistas, a preocupação de como seriam os inícios, meios e fins da *websérie* foram essenciais, tanto para a fixação do estilo como para a compreensão do conteúdo por ela apresentada.

### 6.3 Projeções da websérie *Cinese*: a construção da identidade e sua estrutura

Para a idealização da marca *Cinese* nos apropriamos do livro “Design de Identidade de Marca”, de Alina Wheeler (2008), o livro serviu como guia para a compreensão dos conceitos necessários para a construção de uma marca, além da orientação no processo de criação.

- **O objetivo da marca:** tratar jornalisticamente os fatos que advêm do cenário da religião Evangélica e seus fiéis jovens. Mediar às informações e seu público interessado de forma jovial, inovadora e experimental;
- **O posicionamento da marca:** informar o público evangélico notório na sociedade contemporânea brasileira que carece de produtos jornalísticos sobre suas crenças e sua realidade. Acreditamos que quando informamos, então levamos luz a assuntos não discutidos, tratados de forma errônea ou encarados com preconceitos por parte da religião ou da sociedade em que ela está inserida;
- **O nome:** Após pesquisas realizadas através de livros sobre a religião aqui tratada, curiosidades pesquisadas no Google e alguns dicionários de línguas estrangeiras, o nome *Cinese* foi definitivamente aceito. Seu significado é movimento (Dicionário infopédia, 2017), transformação, movimentação ou inquietude da alma, originário do grego *kínēsis*, *-eos*, movimento. Segundo Wheeler (2008) o nome se encaixa no conceito de nome metáfora, “(...) nomes mitológicos e palavras estrangeiras são usadas nesse tipo de nome para aludir a uma qualidade da empresa” ou marca (WHELLER, 2008, p.57);
- **O Slogan:** “sua fé em forma de notícia” é uma frase que resume o trabalho: tratamos a informação e midiaticizamos jornalisticamente a fé e os enredos envolvidos com nosso público;
- **O design da marca *Cinese*:** após as primeiras pesquisas, o conhecimento da missão da Websérie e seu nome, foram pensados significados para introduzir em um logotipo [Figura 1], representa graficamente o nome, a tipografia e símbolo da marca, ele é conceituado como um híbrido de emblema (“o nome da (...) [websérie] está intrinsecamente conectado a um elemento pictórico”) e marcas abstratas/simbólicas (“um símbolo que transmite uma grande ideia e muitas vezes incorpora ambiguidade estratégica”) (WHELLER, 2008, p. 61) ;

Figura 1: Logotipo criado para a websérie *Cinese*



Fonte: elaboração da autora

No logotipo encontramos três círculos que transmitem uma noção de não haver começo, meio ou fim, mas também podem remeter às esferas: religião, fiel e sociedade; ou de forma cristã a Santíssima Trindade (Pai, Filho, Espírito Santo). Nos dois primeiros círculos temos a cor preta, que segundo a psicologia pode ser vista como a cor da tristeza associada a morte, porém aqui associamos ela à infinitude, ao desconhecido e o ainda não explorado mundo do Jornalismo Especializado na Religião Evangélica. No último e menor círculo podemos ver uma mistura de cores e em formato de linhas que remete à TV com ruídos, ou seja, quanto mais longe da *Cinese* (a informação), mais haverá ruído e má comunicação entre o ciclo religião – fiel – sociedade. A tipografia usada foi a fonte *League Spartan*, tamanho 42 (para o nome) e 10 (para a frase de efeito), ela é caracterizada pela falta de *serifa* e uma espessura, denominada uma fonte Fantasia<sup>10</sup> que causa intensa força.

A Websérie em audiovisual *Cinese* conta com quatro websódios unitários, apresentação em estúdio e cenário próprio. As abordagens das pautas buscaram orientação no livro de Barbeiro (2013), o autor cita diversos itens essenciais na hora de pensar nas pautas, entre eles considerar o que for de interesse para a sociedade. As imagens devem ser pensadas na reunião de pauta, resumidamente as pautas dos websódios:

<sup>10</sup> “O objetivo desses tipos é um passar um forte impacto visual”. Fonte: Fantasia. In: Chief of design. Disponível em: <https://www.chiefofdesign.com.br/guia-tipografia-parte-02/> . Acesso em: 05/06/2017

Quadro 3 : Pautas resumidas dos websódios da Webserie *Cinese*

<p><b>Websódio nº 1 :</b> Entrevista com a Banda Adorar que não está inserida com esse cenário milionário dos grandes artistas, como eles olham essa cultura dentro das igrejas. E a parte musical com uma música de cunho cristão.</p> <p><b>Entrevistados: Clayton e Rafael ( Banda Adorar )</b></p>
<p><b>Websódio nº 2:</b> Indústria da cultura gospel em paralelo com a cultura cristã como uma personalidade reconhecida nesse meio percebe essa diferença.</p> <p><b>Entrevistado: Douglas Gonçalves</b></p>
<p><b>Websódio nº 3 :</b> Os evangélicos brasileiro são em torno de 44 milhões de pessoas, ou seja 22% das na população brasileira se autodenomina evangélica, como é a relação da população evangélica e seu comportamento na sociedade?</p> <p><b>Entrevistados:</b> Entrevistas formato Enquete em (Uruguaiana) e o especialista em sociologia das religiões Rafael Gonçalves, professor da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja e o pastor Ezequiel Jauris de Uruguaiana.</p>
<p><b>Websódio nº 4:</b> Contar a história da Reforma Protestante, uma vez que ela está completando 500 anos dia 31 de Outubro. Uma reportagem em <i>Stop Motion</i>, mão escrevendo ou montando uma narrativa com figuras.</p> <p><b>Entrevistado:</b> o historiador Pedro Duarte, de Uruguaiana para falar do impacto desse movimento.</p>

#### 6.4 A apresentação

Para este quesito utilizamos o artigo “Entre tecnicidades e ritualidades: formas contemporâneas de performatização da notícia na televisão”, de Juliana Gutmann (2014). O texto expõe um perfil de apresentador/repórter denominado *persona* caracterizado por usar o corpo como forma de expressão e interpretação do fato, “postura próxima em relação ao interlocutor. Repórter se inclui na ação narrada, torna-se personagem do relato e diálogo de como explícito com o espectador” (GUTMANN, 2014, p.118). Este perfil pertence a um contexto mais contemporâneo de apresentação em noticiários, o que serve como influência de forma mais adequada para a construção de um padrão de *performance* de apresentação para a **WebSérie Cinese**, uma vez que a mesma está introduzida no âmbito da web tendo uma necessidade do mediador ter uma interpretação mais humana e interativa com o outro lado da tela.

Utilizamos como metodologia para a concepção da *persona* em nosso trabalho o conceito de “Apresentação *Youtuber*” apresentado em outro momento de pesquisa da autora ALVES (2017, p.7), durante o artigo “Jornalismo audiovisual nas web TV’s Folha, Estadão e O

Globo: transposição das lógicas do telejornalismo para web” é destacado a performance da apresentação de forma que ela interprete uma fala e postura coloquial e objetiva uma informação, um exemplo de utilização dessa técnica é o quadro “Folha Explica” produzido pela TV Folha.

## **7. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS**

### **7.1. Pré-produção**

O primeiro passo antes da produção foi realizar uma breve pesquisa para construirmos pautas sobre os assuntos mais falados entre o público jovem, porém também levamos em consideração a questão do conceito de “interesse público” mesmo que em nosso caso seja um público específico, ou seja, para critérios de noticiabilidade do público cristão evangélico. De acordo com Carlos Chaparro (2012, p.8) o interesse público se define como “Valores concretos, como a Pátria, a Família, a Igreja, ou valores abstratos, como a Justiça, a Liberdade, a Igualdade, a Dignidade, a Honra, o direito à Vida e à Felicidade”. Sendo assim, são ações humanas que são justificadas através de valores, incluindo no caso do jornalismo as questões que incitam produções e narrações entorno de questões da atualidade.

Feita esta pesquisa, fizemos um recorte dos assuntos e escolhemos tratar dos seguintes temas: música nas igrejas, a cultura gospel contemporânea e seu consumo, os evangélicos como cidadãos e os 500 anos da reforma protestante.

#### **7.1.1 Pauta músicas nas igrejas:**

Esta pauta foi pensada à luz do conceito de Infotainment, que segundo Luiz Mauro Sá Martins (2017) é um formato híbrido que apresenta informações em narrativa de entretenimento, possuindo expressões artísticas e conteúdos de cunho jornalístico. “a sucessão rápida de imagens e narrativas, reais e ficcionais, reforça a quebra de ambientes específicos entre um e outro: a fronteira do real e do imaginário se dilui no infotainment” (MARTINS, 2017, p.53.).

Este websódio foi dividido entre duas narrativas diferentes, uma entrevista com dois membros de uma banda do gênero Gospel (Banda Adorar), e, após o diálogo, um espaço para a realização de um musical em forma de clipe; a escolha do tema deu-se através da expressiva relação dos cristãos com a musicalidade para a expressão de sua religião e fé, além disso, o movimento da música gospel movimentou cerca de 15 bilhões de reais anualmente segundo a Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD). Para Jôezer Mendonça (2017) em seu livro “Música e religião na era do pop” diz que na programação religiosa é dado privilégio

para shows musicais, videoclipes, entrevistas e debates, mesmo que esta colocação do autor esteja se referindo a programas midiáticos evangélicos contemporâneos, essa característica de agenda serviu para nos dar um parâmetro de assuntos e formatos consumidos pelo público evangélico, assim construímos nossa primeira pauta.

### **7.1.2 Pauta cultura cristã x indústria da cultura gospel**

Este tema foi gerado partindo de uma observação que autora realizou da questão de haver uma diferenciação entre a indústria do entretenimento gospel e a cultura cristã pregada nas igrejas. Para isso resolvemos investir em uma apuração de fonte, a qual acabou se tornando a mais preocupante dos quatro websódios, uma vez que nosso intuito era termos uma conversa com uma fonte que se encaixasse com o perfil de fonte notável neste cenário, conhecendo a realidade de produção, popularidade e religião. Utilizamos cerca de um ano para realizarmos os devidos contatos através de assessorias de comunicação, contatos pessoais ou próximos da fonte e chegamos ao contado final, após três meses de negociação com a produção do “*JesusCopy*” (movimento fundado em 2011) liderado pelo pastor Douglas Gonçalves (nosso entrevistado).

### **7.1.3 Pauta relação da população evangélica e seu dever na sociedade - O Cristão na Sociedade**

Esta pauta foi concebida após o processamento crítico e intelectual dos acontecimentos sociais brasileiros que estão ligados aos fiéis e formadores de opiniões evangélicos, a atuação da bancada evangélica na política brasileira, assim como questões sociais, de cultura e suas transformações. Como acreditamos que esses assuntos afetam o cotidiano não só de uma comunidade cristã, mas de uma sociedade em geral abordamos então como a religião contemporânea se comporta diante esses fenômenos sociais.

A técnica inicial de entrevista que utilizamos é a enquete, de acordo com Rezende (2000, p.158) ela é um conjunto de pequenas entrevistas com a população sobre um certo tema, então uma vez que, se trata de um assunto social, nada mais apropriado que consultarmos a opinião da população. Em outro momento entrevistamos em estúdio um sociólogo especialista em religiões devido a propriedade científica e compreensão crítica dos fenômenos ocorridos e uma entrevista externa com um pastor e líder de jovens.

### **7.1.4 Pauta os 500 anos da Reforma Protestante**

Única pauta na websérie *Cinese* que trata-se de um “tema quente” (significa no

jornalismo que o fato ainda está em voga, um evento programado que ainda não ocorreu ou tema que está em discussão), no nosso caso estamos no ano em que os protestantes e evangélicos comemoram os 500 anos da Reforma Protestante que ocorre no dia 31 de outubro de 2017. Em nossa pré-produção decidimos tratar o fato de forma histórica fazendo um resgate do surgimento e contextos deste movimento.

A estética que utilizamos para intercalar com a fala do historiador é a técnica de *Draw my life* (desenhe minha vida, em português) usada pela primeira vez no *Youtube* no vídeo “Draw My Life - Sam Pepper”<sup>11</sup> do *youtuber* Sam Pepper, postado em 8 de janeiro de 2013<sup>12</sup>, a técnica “viralizou” na Internet e recebeu o nome de “meme do *Youtube*”, ele é utilizado para contar histórias pessoais e utilizar da narração para pender o espectador. Ele é caracterizado por serem desenhos amadores feitos em um quadro ou papel e gravuras recortadas.

#### 7.1.5. A escolha das fontes

Para a escolha das fontes no caso de jornalismo especializado foi primordial o desenvolvimento de uma pesquisa de profissionais e personagens que trariam à *Cinese* maiores números de informações, fatos e histórias sobre o universo aqui tratado. Usamos a técnica de classificação de fontes discutida por Adelmo Filho (2011, p.13) que utiliza desta tática refere-se à autonomia do jornalista ou editor de organizar o excesso de informação através de seu senso apurado e ético para a seleção de fontes e estruturar os conteúdos que chegam até a redação, esse processo garantiu uma maior credibilidade e aprofundamento das notícias.

Para essa organização escolhemos o método de classificação das fontes que Chaparro (2011, p.22) classifica em sete tipologias (organizadas, informais, aliadas, fontes de aferição, de referência, documentais e bibliográficas), para a pré-produção e escolha das fontes em nosso trabalho utilizamos os seguintes tipos:

- **Fontes de aferição:** neste caso referem-se às fontes especializadas em um determinado assunto ou aspecto da notícia, com uma noção crítica entorno de um fato;
- **Fontes de referência:** fontes que são ou representam instituições detentoras de fontes de algum conhecimento;
- **Informais:** são fontes testemunhas que falam sobre algum fato do cotidiano, são responsáveis por suas falas e opiniões, sem um compromisso com alguma instituição e

<sup>11</sup> Link do Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=rNvDZBBFOW>.

<sup>12</sup> Informações retiradas do Site: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/04/conheca-serie-draw-my-life-desenhada-por-usuarios-do-youtube.html>. Acesso: 27/09/2017

comumente são populares;

Para lhes apresentar as fontes escolhidas por nós neste processo criamos um quadro (quadro 4) de exposição dos personagens contendo sua posição na tipologia de fontes, sua associação com o tema da *Cinese* e como ela será inserida em cada websódio:

**Quadro 4 : tipologia das fontes utilizadas em nosso produto**

<b>FONTES</b>	<b>TIPO DE FONTE</b>	<b>ASSOCIAÇÃO</b>	<b>PARTICIPAÇÃO</b>
Clayton Bitencourt e Rafael Bernini	Informais, pois fazem parte de uma instituição, mas respondem por si próprios	São membros da Igreja do Evangelho Quadrangular de Uruguaiana e fazem parte do ministério de louvor desde à infância (ministério é o nome dado aos setores em que as atividades da igreja são divididas segundo o “dom” de seus membros. Sendo assim, conseguem testemunhar de uma realizada cotidiana de muitas igrejas.	São os personagens principais do websódio 1 (Música nas Igrejas), são eles os entrevistados e os músicos que participam da parte musical do websódio.
Populares	Informais, testemunham sobre uma certa realidade e se responsabilizam por suas falas	Acreditamos que justamente a população seja uma das principais atingidos e testemunhas das ações comportamentais da moral e ética cristã.	Participam em forma de enquete no websódio 2 (O Cristão como cidadão) e relatam suas percepções sobre as atitudes de muitos cristãos no que diz respeito a sociedade suas comunidades e o tratar com o seu derredor.
Rafael Bruno Gonçalves	Fonte especialista tem propriedade em um assunto determinado e agregam uma maior credibilidade para o	Rafael Gonçalves é doutor em Sociologia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), especializado em religião e política, teoria social	Também faz participação no websódio 2 e ocupa a posição de entrevistado principal já que a

	websódio, uma vez que contribui com informações pertinentes e apuradas sobre um fato.	contemporânea, sociologia da religião, pentecostalismo e protestantismo. Com a pesquisa de seu currículo observamos que sua especialização seria pertinente para nossa Websérie.	maior fonte de conteúdos especializados vêm dele.
Douglas Gonçalves	Fonte de Referência, pois representa uma instituição e trabalha com propriedade dentro do tema pautado	Fundador do movimento <i>JesusCopy</i> , mais cerca de 2 milhões de seguidores nas redes sociais digitais, sendo seu principal público a juventude cristã.	Atua como personagem principal do Websódio 2, questionado em forma de um bate-papo.
Ezequiel Jauris	Fonte Especialista para o tipo de perguntas que lhe eram feitas.	Pastor de jovens e coordenador de Jovens de 53 igrejas da região da Cidade de Uruguaiana	Atua no websódio 2 como fonte de contraponto com as falas do especialista em sociologia das religiões.
Pedro Duarte	Fonte Especialista	Professor Universitário especializado em história.	Participa do websódio 4 como fonte de consulta principal.

Fonte: autora a partir de Chaparro (2011)

## 7.2 A equipe técnica e equipamentos utilizados

A escolha dos técnicos em audiovisual adveio da percepção das necessidades e limitações da autora para realizar este projeto de grande complexidade e de múltiplos setores que compõem uma produção audiovisual. Os técnicos em audiovisual da Unipampa, campus São Borja, Ricardo Linhares na gravação de entrevista presente no websódio 3, e Alex Lima que acompanhou a gravação do *draw my life* e em estúdio nas gravações das apresentações dos websódios. Já a profissional de audiovisual, Giulia Junges atuou com operadora de câmera e consultora de estética fílmica durante as produções externas.

Em adição à equipe, a professora Dra. Sara Feitosa ocupou o posto de diretora

auxiliando durante a pré, produção e pós-produção da *Cinese*. Oferecendo consultorias nas escolhas das fontes, formatos audiovisuais, estéticas audiovisuais atuais, percepção de identidade visual que deveria ser construída e embasamentos teóricos que sustentam as técnicas e de justificativas que agregam notoriedade para a realização da *Websérie*.

A autora e graduanda realizou uma participação efetiva em todas as dimensões deste projeto, como operadora de câmera norteou as questões de enquadramentos que vieram a ser utilizados, na captação de imagens de apoio. No que diz respeito à atuação como diretora e produtora da *Websérie* construiu mapeamentos de fontes, aconselhamento de agendas, pesquisa de locações adequadas para cada websódio, análise das tendências audiovisuais utilizadas no site *Youtube*, idealização e confecção das artes referentes ao logotipo; como cenógrafa realizou a idealização e construção manual do cenário presente nas apresentações feitas em estúdio e as placas utilizadas pela apresentadora.

Também atuou como apresentadora e repórter do próprio projeto exercendo as funções de “pauteira”, entrevistadora, mediadora das informações que chegavam até nós, realizou apuração e tratamento especializado das notícias; a função de editora também ficou a cargo da autora, que realizou as funções de pesquisar de técnicas e estéticas de edição adequadas e dos formatos de estilos de estruturas de *storytelling's* audiovisuais para a *Internet*. Ainda no processo de pós-produção efetuou uma análise das estratégias de publicação de seu material no *Youtube*.

Somando a isso, os equipamentos utilizados pela equipe devem ser pontuados neste trabalho, boa parte das câmeras (*Canon EOS Rebel T2i*) utilizadas para a captação das imagens foram cedidas pela Universidade Federal do Pampa, assim como todos os tripés utilizados. Com exceção das outras filmadoras (*Canon EOS Rebel T5i*) usadas pela técnica Giulia Junges. Acrescenta-se a esses cuidados a questão da sonoplastia, foi decidido previamente que para conseguirmos uma estética mais leve e natural era necessário à exclusão do uso de microfones de mãos, que foram substituídos por microfones feitos com fones de ouvido em conjunto com *smartphones*, para isso houve uma preocupação em moldá-los esteticamente para se assemelhassem aos “microfones de lapela”.

### 7.3 A produção

Mesmo que os websódios da *Cinese* sejam pensados de forma unitária (independentes, que não seguem uma sequência de narração entre eles), houve uma necessidade de criarmos elementos que seriam marcas de identificação *Websérie*, além de ser preciso haver uma delimitação da duração de cada produto (entre 5 a 7 minutos) incluindo a

apresentação, caracterizando um conteúdo adequado para a plataforma de web. A ordem de descrição das produções se deu seguindo a mesma lógica das pautas.

Sendo assim, da primeira produção realizada foi a pauta “Música na Igreja”<sup>13</sup> que teve o foco de dialogar de forma de Infotainment sobre o contexto da arte da música nas igrejas, uma vez que a maioria delas estão longe dos holofotes e das grandes indústrias fonográficas. Para isso entrevistamos os membros da Banda Adorar formada em 2015 por jovens da Igreja do Evangelho Quadrangular da cidade de Uruguaiana, Rafael Bernini (multi-instrumentista e líder de louvor) e Clayton Bitencourt (vocais), a escolha e o agendamento com as fontes foram etapas tranquilas, uma vez que os personagens se demonstraram receptivos e disponíveis para a execução do planejamento.

A propósito disso, o primeiro momento de relevância do conteúdo foi a entrevista com os músicos (figura 2), no formato de bate-papo.



Figura 2: Momento da entrevista

As perguntas foram elaboradas segundo o cotidiano de muitos músicos de igrejas em cidades do interior, a última questão foi chamada de clichê, pois há uma grande dúvida sobre o consumo de músicas “não cristãs” ser considerado “pecado” ou não.

Considerando as questões de planos utilizados<sup>14</sup> (figura 3) nesta etapa podemos citar o primeiro plano quando o personagem está enquadrado da parte do peito para cima, o plano americano quando os personagens são enquadrados partindo do joelho para cima, o plano conjunto utilizado em entrevistas, mas também pode ser considerado o plano médio utilizado para remeter ao derredor e as movimentações.

<sup>13</sup> Link do websódio no Youtube (lembramos que o vídeo só pode ser assistido com link) <https://youtu.be/GVmv0tlm-O8>.

<sup>14</sup> Utilizamos o livro de Carlos Gerbase Cinema - O Primeiro Filme: descobrindo, fazendo, pensando.



Figura 3: Primeiro Plano (à esquerda), Plano Conjunto (centro) e Plano Americano (à direita)

O segundo instante do websódio é caracterizado pelo musical onde os músicos realizaram uma *performance* artística característica de quase todas as igrejas evangélicas. A música gravada tem por título o nome de “Ninguém Explica Deus”, conhecida por ser parte do repertório da banda de *Soul* e *Black Music* “Preto no Branco”, sua composição foi escrita pelo músico Clóvis Pinho, seu lançamento foi no ano de 2016 e seu clipe oficial no *Youtube*, chegando a marca de 146 milhões de visualizações.

Os planos que utilizamos neste momento (figura 4):



Figura 4: Primeiríssimo Plano (esquerda), Plano Americano (centro) e Plano Detalhe (direita)

As trocas de planos foram realizadas com a técnica do plano de inserção (*insert* em inglês) onde a lógica é inserir um plano diferente daquele principal, em nosso caso o enquadramento principal é o plano americano mostrando a ação de cantar e tocar e quem são os personagens, a troca de planos através da inserção de imagens das mãos e o dedilhar do violão. Segundo Harris Watts (1990) no livro “On camera o curso de produção de filme e vídeo da BBC”, ele sugere que a técnica de inserção pode ser usada em entrevista externas um tanto informais (nosso caso) e possibilita uma maior flexibilidade de edição sem perder a fluidez dos diálogos.

No caso da segunda pauta “Cultura cristã x Cultura Gospel”<sup>15</sup> optamos por uma personalidade da área como fonte, o pastor Douglas Gonçalves do movimento *JesusCopy*, o contexto em que ele está inserido é de grandes eventos, contato com o mercado gospel. Dentro do tema discutimos questões sobre a religião e a exposição pública, além de abordarmos assuntos sobre produtos evangélicos e como essa cultura vem sendo construída.

<sup>15</sup>Link para assistir este websódio no youtube (lembramos que o vídeo só pode ser assistido com link) <https://youtu.be/CewOy67RIMU> .

Optamos por utilizar a técnica de videoconferência, pois a fonte reside em outro estado, além de ter ocorrido vários contratempos neste websódio, uma vez que ao todo foram contatadas mais de dez personalidades que incluíam pastores, *youtubers*, artistas e pensadores cristãos, mas devido suas agendas incluírem shows e viagens internacionais, a pauta se tornou um dos principais desafios do trabalho aqui realizado. Apenas para a negociação de uma entrevista com o Douglas Gonçalves foram investidos três meses de negociação.

Na gravação desta pauta escolhemos usar apenas dois ângulos de filmagem, sendo que o plano médio estava sendo utilizado para a seção das perguntas feitas pela repórter (figura 5), além de usarmos os plug-ins de zoom in e zoom out para darmos uma ilusão ao espectador do evento da lógica da linguagem de uma conversa por rede social com vídeo:



Figura 5: Plano utilizado pela repórter para realizar a entrevista

Para a captação das imagens do entrevistado (figura 6) utilizamos da rede social “Skype” e o aplicativo de captura de tela, uma ferramenta nativa do Windows 10.



Figura 6: momento em que o entrevistado responde e está sendo captado pelo próprio *software* do Windows

Uma das dificuldades encontradas durante os websódios de entrevista era de acharmos imagens extras para incluirmos durante as conversas, no caso do primeiro websódio nós incluímos o momento do clipe, já neste segundo websódio nós utilizamos de imagens de divulgação e de internet (figura 7).

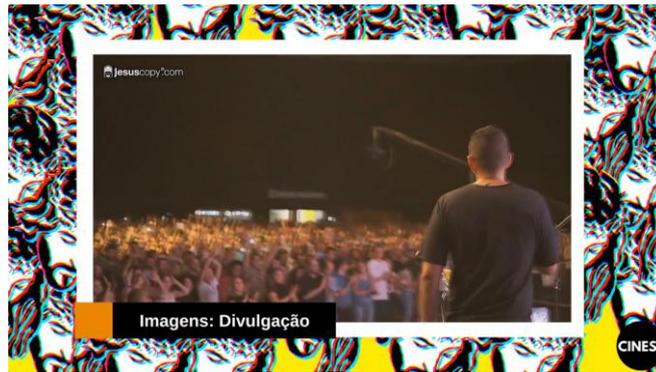


Figura 7: Momento que inserimos as imagens extras

Agora partindo para o websódio de número 3 “Cristãos na sociedade”<sup>16</sup>, nós abordamos sobre a inserção do cristão evangélico na sociedade e qual é seu comportamento. Abordamos de forma que a estrutura fosse algo simples visualmente dando valor as falas ditas durante as entrevistas. Ouvimos cerca de 10 pessoas (figura 8) nas ruas de Uruguaiana, sendo que selecionamos apenas 5 para incluir na edição final, entrevistamos o Professor Doutor Rafael Gonçalves, especialista na sociologia das religiões e Ezequiel Jauris, pastor de jovens à cinco anos.

A produção foi regida de acordo com uma pergunta geral sobre como os entrevistados viam os cristãos evangélicos na sociedade, após isso perguntas mais específicas eram elaboradas.



Figura 8: Momento da Enquete

Escolhemos introduzir com uma enquete, pois acreditamos que esse formato daria um olhar da sociedade, opinando sobre os cristãos, como se comportam e para saber se os

<sup>16</sup> Link para assistir esta websódio no Youtube (lembramos que para assistir os websódios somente com link) <https://youtu.be/xTaZC-C6dpA>.

entrevistados estão a par dos assuntos que envolvem esse grupo social.

Já a entrevista com o especialista foi decidida a partir do objetivo de não resumir o conteúdo aqui produzido em apenas um censo comum e sim trazer dados, informações e opiniões embasadas em estudos. Somando a esse grupo de fontes escolhemos um pastor para nos dar as visões de uma perspectiva prática e de vivência de como os evangélicos interagem com o resto da sociedade.

Por fim escolhemos a pauta “500 anos da Reforma Protestante”<sup>17</sup> para compor nosso quadro de produções da Websérie *Cinense*. Neste websódio (figura 9) abordamos de forma documental e histórica os elementos principais que compuseram esta data histórica para os cristãos protestantes e evangélicos.



Figura 9: Websódio documental sobre a Reforma Protestante

Para isso, utilizamos em nossa narrativa a técnica de *draw my life* e recorreremos a um historiador para nos dar uma visão mais precisa dos acontecimentos. Para a produção desta técnica foi necessária a confecção de onze gravuras adequadas para o vídeo ao todo, além que termos a necessidade de adquirirmos uma lousa branca e canetas especiais. Pode ser notado que este websódio foi o único que não houve aparição de algum jornalista seja na entrevista e também estando ausente na apresentação, pois achamos necessário que ele se diferenciasse dos demais por se tratar de um websódio de pauta especial.

### 7.3.1 A apresentação

Incluí-se no material produzido o espaço para as mediações da apresentadora que aqui a caracterizamos como **persona** (figura 10) assim como Gutmann (2014). Ela está presente no início do websódio, apresentando de forma sucinta o tema e logo após o fim que cada matéria.

<sup>17</sup> Link para assistir esse websódio no Youtube (lembramos que para assistir esse vídeo somente com link) <https://youtu.be/UN6mO10dHoA> .



Figura10: Imagem da apresentadora em seu estúdio

Durante suas falas surgem bordões para marcar a identidade da websérie, como “está começando mais um *Cinese*, onde sua mente não para”, “é o que te espera depois da vinheta” e no final “e não se esquece *Cinese*, sua fé em forma de notícia” lembrando aos espectadores o *slogan* da produção.

#### 7.4 Cenografia

De acordo com Bahia (2015) tanto o cenário como a cenografia são locais em que são desenvolvidas as narrativas situando-as e dando um panorama dos fatos ou teor do conteúdo reportado. Durante a produção da *Cinese* foram pensados cenários que não remetesse aos padrões jornalísticos, com o intuito de passar uma mensagem de proximidade como o público.

Em nosso primeiro websódio usamos como locação (Figura 11) o Hotel River localizado na cidade de Uruguaiana, apenas montamos em seu jardim um fundo com paletes e uma extensão com luzes para o trecho do musical, já para a entrevista usou a área das mesas com o jardim ao fundo.



Figura 11: Locação utilizada para a gravação do websódio 1

A locação do nosso segundo websódio (Cultura Cristã x Cultura Gospel) representa nossos respectivos locais de trabalho (figura 12) o escritório dos dois personagens, o da repórter a sala de edição da Universidade, o espaço do entrevistado é seu escritório onde fica a equipe e o estúdio de gravação dos seus vídeos para o *Youtube*.



Figura 12: as locações do websódio 2

Para o websódio “Evangélicos e Sociedade” escolhemos três ambientes (figura 13) para formar uma composição de cenografia de acordo com cada fonte e o papel de sua informação na produção.



Figura 13: Três tipos de entrevistas, três cenários diferentes

O primeiro cenário na rua remete que fomos atrás da população para saber da sua opinião, já na segunda entrevista optamos por um lugar mais sóbrio e sério para ouvirmos o especialista e por último decidimos entrevistar o pastor na praça, pois não queríamos expor ou excluir a opinião de alguma igreja específica, além de passar aos visualizadores de que os evangélicos estão inseridos e interagindo com a sociedade.

Já última produção sobre os “500 anos da Reforma Protestante” utilizamos basicamente dois cenários que se resumiram no escritório do historiador Pedro Duarte e no estúdio Still (uma espécie de mini estúdio) da Unipampa (figura 14) que servir como mesa base para a produção do *draw my life*.



Figura 14: Espaços utilizados neste websódio

#### 7.4.1 A cenografia da apresentação

O maior investimento deste projeto referente a questões técnicas foi o cenário para estúdio (figura15). Ele foi produzido pela própria autora desde a montagem até a finalização com a pintura, ao todo o cenário tem uma dimensão de 2 metros de altura por 3 metros de largura e foi usado excepcionalmente para os momentos da apresentação.



Figura 15: Planos possíveis com o cenário

O cenário foi construído em forma de um biombo de madeira o que possibilita criar várias opções de planos, enquadramentos e iluminação. Pode ser notado que há um espaço sem logo, onde podemos inserir diversas animações por parte da edição. Outro investimento feito pela autora deste trabalho foi a confecção terceirizada do logotipo que está nas dimensões de: o círculo maior tem 50x50 centímetros, o semicírculo 30x30 cm e o círculo menor 25x25 cm, extensões essas que foram pensadas previamente com o estudo de posicionamento de câmera, ao todo o identidade estética da *Cinese* foi orçamentada em R\$ 800,00.

## 8.0 PÓS-PRODUÇÃO

Como produtores de conteúdos, entendemos que é impossível criarmos algum produto para uma determinada mídia sem antes entendermos a sua lógica de funcionamento e audiência. O site que escolhemos para veicular nossa Websérie foi o *Youtube*, para isso procuramos quais seriam as características das edições que caracterizam um material adequado para a plataforma.

Segundo a Escola de Criadores de Conteúdo do *Youtube*<sup>18</sup> (2015) uma ideia que tornaria o conteúdo mais sustentável para um determinado canal é o conceito de série, uma questão ou abordagem que poderá ser repetida e alimentada outras vezes e compartilhado, o

<sup>18</sup> Canal do próprio *Youtube* sobre produção de conteúdos para o site. Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=bY11-wZ\\_2aE](https://www.youtube.com/watch?v=bY11-wZ_2aE). Assistido em: 14/09/17.

tema deve ter uma conversação com seu público e com o tema, além de haver uma consistência nos conteúdos a audiência deve ser bem delimitada.

Em noções técnicas, nossos produtos foram pensados sobre quais elementos estéticos visuais que tornariam as narrativas mais atrativas como técnicas de recorte, de animações, transições, efeitos sonoros e janela extra. Para esta pós-produção foram utilizados os softwares *Adobe Premiere*, *Photoshop*, *After Effects* e *Sony Vegas Pro 14*; os efeitos experimentados foram:

- **Plug-ins:** o plugin utilizado em nossas transições foi o *Boris Continuum Complete*, através dele aplicamos a transição “*Swish*” apenas nos momentos em que queríamos trocar os instantes da história contada, além de aplicarmos transições de zoom in/zoom out e transições de mixagem;
- **Recorte:** em nossa edição recorremos às mudanças de enquadramentos de forma sutil, porém optamos por diversas inserções de planos através de cortes secos (mais conhecidos na prática audiovisual como os *jump cuts*) e utilizando a ferramenta de *event pan cropd*, presentes no *Sony Vegas* e em outros softwares para mudarmos os enquadramentos na hora da edição. Mesmo que na gravação foram tenham sido escolhidos outros enquadramentos, além da mudança de plano esse efeito possibilita dar mais dinamismo para a narração evitando a monotonia;
- **Animações:** foram utilizadas os movimentos de linear wipe (para o surgimento dos gcs) e *clock wipe* (para a aparição da janela extra);
- **Transições:** usamos da transição *swish* como já explicamos acima, as *cross effect*, *dissolve* e interações entre imagens;
- **Janela Extra:** ao consumirmos alguns conteúdos de canais do *Youtube* nos deparamos com a técnica de janela extra usada para ilustrar o que o locutor está falando.
- **Coloração:** De acordo com (2016) Roger Deakins, diretor de fotografia britânico em uma matéria para o *Nexo Jornal* (link no rodapé) afirma que há uma facilidade maior em se criar uma paleta de cores, porém a dificuldade está em usar as cores a favor da história. Na websérie *Cinise* usou como complemento estético, porém não pensamos a coloração como algo apenas técnico e sim como uma informação complementar em cada websódio e história.
- **As estratégias de veiculação no Youtube:** Pensando na facilidade que os internautas terão ao procurarem nossos conteúdos, nós nos apropriamos de estratégias que auxiliam os produtores a terem mais adesão da audiência a consumirem seus produtos. A

otimização das buscas foi realizada através das “tags” (palavras-chave que ajudam na descrição do vídeo podendo vir a ser um conjunto padronizado de tags ou assuntos abordados no momento das buscas), outra ferramenta que utilizamos são as chamadas miniaturas, primeiras imagens que servem como vitrine para os vídeos, o site do *Youtube* oferece miniatura automática, porém preferimos produzir miniaturas personalizadas (figura 16 e 17) complementares dos títulos, segue as quatro artes dos websódios, respectivamente:



Figura 16: Miniatura do primeiro ep. (esquerda) e do segundo ep. (direita). Fonte: Autora



Figura 17: Miniatura do terceiro (esquerda) e do quarto ep. (direita). Fonte: Autora

### 8.1 O Desenvolvimento da vinheta

Ao pensarmos em nossa vinheta decidimos valorizar a identidade visual pensada anteriormente unindo nosso logotipo e o efeito “Glitch” (figura 18) característico por imitar as interferências de sinal comum nos aparelhos de televisão em voga nas produções audiovisuais para as plataformas digitais, nos passando um ar de inconstância e movimentação termos que remetem à nós remetem ao nome da nossa Websérie e algo eletrônico, jovial lembrando nosso público alvo. A vinheta foi idealizada pela autora do trabalho e editada pelo videomaker da cidade de São Borja, Cleyson Bomfim.

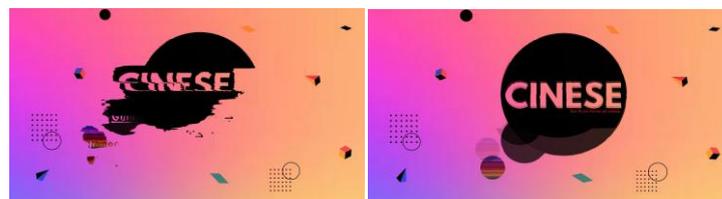


Figura 18: Estes frames demonstram o efeito Glitch no logo

As cores de backgrounds podem ser modificadas de acordo com cada websódio, ainda que se deva haver uma fixação de identidade, nós pensamos na questão de personalização dos conteúdos e um uso maior das cores como informação complementar. A trilha sonora escolhida foi a música Detour Ting do acervo de músicas públicas do *Youtube*. Os elementos envoltos do logotipo foram os mesmos utilizados na criação das placas (figura 19) que a repórter utiliza em suas aparições em vídeo.



Figura 19: A placa de apresentação idealizada e produzida pela a autora deste trabalho (esquerda) e sendo utilizada no vídeo (direita).

## 8.2 A edição dos websódios

Nesta seção apresentamos a aplicação dos efeitos e conceitos de edição que vimos acima em cada websódio de acordo com suas *storytelling's* independentes.

### 8.2.1 A pós-produção no websódio “Música na Igreja”

As animações que utilizamos neste websódio foram apenas as janelas extras e o uso dos GC's (figura 20) foram desenhados a partir de um design simples para não haver uma confusão de informação na tela do internauta.



Figura 20: Animações estavam presentes nos GC's e nas janelas extras

As transições que trabalhamos foram postas na edição as transições de *swish* e de inserções mesclando os *fade in* e *face out* entre os *frames* (figura 21) obtendo um aspecto mais suave e artístico na narrativa.



Figura 21: Transição siwsh nos frames 17 seg e 3 min 36 seg, além das transições de inserção ao longo do vídeo

O primeiro websódio e o uso da coloração: usamos da paleta de cores primárias na qual podemos identificar de forma predominante as cores vermelhas, azuis e verdes, com o processo de manipulação de correção das cores alcançamos a combinação de ‘289,29; 0,4541’ para chegarmos no efeito desejado.



Figura 22: O antes e depois da manipulação das cores

A coloração também foi empregada para mudarmos de forma inesperada a narrativa do websódio e então criamos um “meme audiovisual” como vimos na figura 23:



Figura 23: Nos 2 min 54 seg da entrevista criamos um meme audiovisual

Investimos no efeito preto e branco para causar um efeito de apreensão devido a pergunta “escutar música que não é cristã é pecado?” ainda que a pergunta seja de cunho mais sério a repórter decide dar uma “quebra de gelo” o que possibilitou na edição acentuar o tom de humor com a mudança da imagem e um efeito sonoro.

As tags para a otimização de busca no *Youtube* deste ep. são: cultura; cultura cristã;

música; música gospel; bandas e igrejas; cultura gospel.

### 8.2.2 A pós-produção do websódio Cultura Cristã x Cultura Gospel

A edição deste websódio pode ser considerada como simples, uma vez que foi pensada uma forma de não sobrecarregar as imagens já bastante fragilizada devido à utilização da videoconferência (figura 24). O que usamos entre uma pergunta e resposta foram as transições de *zoom in* e *zoom out* para dar a sensação da dinâmica em uma conversão deste tipo.



Figura 24: Movimento das transições

Usamos também um momento fotos (figura 25) para ilustrar o que a fonte está falando, além de serem acompanhadas de um efeito sonoro de um “click de mouse”.



Figura 25: Momento em que foram aplicadas as fotos para ilustrar uma fala

As tags para a otimização de busca no *Youtube* deste ep. são: cultura gospel; cultura cristã; JesusCopy; Douglas Gonçalves.

### 8.2.3 A pós-produção do websódio Cristão e a sociedade

A edição deste material se resume na inserção de textos durante as falas para marcar alguns trechos, o uso de *jump cuts* (cortes secos, sem transição), o efeito visual de congelar e inserir uma ilustração.

A intenção em inserir textos (figura 26) foi uma forma que encontramos de substituir imagens de apoio durante as falas por dois motivos: 1) a dificuldade que encontramos de

produzir imagens que ilustrassem exatamente o que as fontes estavam expressando e 2) pelo o grande peso visual na estética que estaria sendo posto se usássemos imagens de outros veículos de informação que teriam outro visual que não aquele proposto na pauta.



Figura 26: Elementos textuais estiveram presentes na produção

Além da parte textual utilizamos imagens audiovisuais retiradas de um banco de dados chamado Coover, que disponibiliza materiais sem *copyright*.

O efeito de congelar (figura 27) o vídeo foi produzido com um pause no vídeo e o próprio software produz uma espécie de *print* da cena, a partir disso começamos o tratamento de ilustração dessas fotos utilizando o *Adobe Photoshop*.



Figura 27: Momento das ilustrações

Escolhemos introduzir as ilustrações dos nossos entrevistados, pois não queríamos introduzi-los na narrativa de modo formal como ocorre nas produções jornalísticas que utilizam *off* para apresentar as fontes.

As tags para a otimização de busca no *Youtube* deste ep. são: evangélicos na sociedade; bancada evangélica e cultura cristã.

#### 8.2.4 A pós-produção do websódio 500 anos da Reforma Protestante

O quarto e último websódio explorou as transições e imagens vetorizadas (figuras 28 e 29) para incrementar os efeitos visuais da produção.



Figura 28: Transições substituíam uma cena para outra



Figura 29: Alguma das imagens vetorizadas para a utilização durante as falas

As imagens em vetores seguem a mesma lógica de uso dos outros websódios, ou seja, para quebrar a monotonia sem haver perda de identidade visual da produção. As tags para a otimização de busca no *Youtube* deste ep. são: 500 anos da Reforma; Lutero e Reforma Protestante.

## 9.AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE PRODUÇÃO

De início já ressaltamos a importância de um conhecimento prévio do assunto aqui trabalhado através de um referencial teórico que não se limita apenas na discussão do tema religioso, mas sim como a comunicação está lidando com essa esfera da sociedade, nosso trabalho a princípio veio para propor uma nova forma de tratamento de informações de cunho religioso e muitas vezes até abstrato como a fé humana.

Uma das maiores preocupações durante todo o processo foi garimpar informações que teriam base em dados externos e preferivelmente de órgãos que não estivessem ligados a uma instituição religiosa. No princípio deste relatório já havíamos especificado que não faríamos assessoria de alguma igreja, pois nosso objetivo maior estava em reportar notícias sobre a fé e religião das pessoas, não uma notícia religiosa.

Da mesma forma por se tratar de um conteúdo especializado no cenário evangélico com um público jovem tivemos uma longa e cuidadosa busca para encontrar fontes que soubessem passar a informação de forma clara e muitas vezes didática ao falar. No quesito

fontes: houve grande demora para encontrarmos um historiador que tivesse oratória, mas principalmente conhecimento sobre a Reforma Protestante, tendo necessidade de trocarmos de fonte e refazer o material, uma vez que a primeira fonte a ser contatada não preencheu os requisitos.

Outra situação com a fonte foi a personalidade conhecida no meio cristão foram ao todo 25 e-mails trocados entre assessores e conversas pelas redes sociais com as próprias fontes, passamos meio ano entre procura e contatos, somente no mês de agosto encontramos uma fonte disponível e após três meses de negociação marcamos nossa entrevista com o Pastor Douglas Gonçalves.

Ao longo de todo o trabalho tivemos tranquilidade nas captações de imagens e comprometimento com a estruturação do roteiro previsto, apenas o websódio sobre cultura cristã x cultura gospel em que haviam imagens via internet ficou diferente das demais imagens produzidas durante a série, mas compreendemos e avaliamos que esta é uma característica da linguagem proposta. Nos demais websódios cumprimos o que havíamos proposto desde o início do projeto possibilitando com resultado satisfatório para a equipe de produção.

Já o procedimento mais trabalhoso porém de enorme retenção de conhecimento foi o processo de edição, mesmo que antes de dar início a esse projeto a autora possuía conhecimento avançado de edição de materiais jornalísticos, mas foi percebido que era preciso outra linguagem e dinâmica de trabalho para se construir materiais para a Web, foi então que junto com sua orientadora organizaram uma estética em voga que caracterizasse essa mídia. Vale citar que o acesso a informação obtido através da Internet foi imprescindível para a busca de cursos audiovisuais, aulas e tutoriais no *Youtube*.

Na gestão e organização da produção para a construção de uma identidade visual e estética de cenografia ficamos agradados por ter havido a oportunidade de dedicarmos uma parte de nossa atenção e cuidado para esse quesito e não somente em produzir conteúdo sobre a temática.

## **10. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A criação da Websérie *Cinese* propôs desde o início deste trabalho desenvolver o objetivo central de elaboração de um produto no formato de quatro websódios unitários jornalísticos especializados em noticiar fatos sobre o cenário cristão, com uma estética irreverente mirando seu público alvo: o público jovem, além da exploração e aplicação das

leis éticas da profissão.

As primeiras elaborações e rascunhos deste Trabalho de Conclusão de curso iniciaram ainda no 2º semestre da graduação da acadêmica com o conceito de midiatização já sendo abordado. Porém o eixo principal das discussões eram sempre entorno de uma comunicação organizacional de uma instituição religiosa ou da própria religião, percepção esta que veio a ser mudada na disciplina de Metodologia da Pesquisa onde alinhamos já no projeto os pensamentos de Jornalismo Especializado, Midiatização e Jornalismo Audiovisual.

Logo após a construção de uma lógica de referencial teórico a autora posicionou seus objetivos de produção em uma direção contrária a Assessoria de Imprensa, uma vez que este foco dado para os objetos de pesquisa referentes a Religião Cristã Evangélica já andam saturados. O que então, nos gerou uma questão recorrente em todas as etapas de produção: Porque falar de Religião de uma forma jornalística? Pois bem, houve em nós uma percepção de uma brecha no mercado jornalístico que tratasse informações de cunho religioso e pouca visibilidade dada aos conteúdos científicos produzidos dentro desta temática.

O que justificou nosso empreendimento foi justamente os quase 44 milhões de evangélicos inseridos em nossa sociedade exercendo não só seus direitos e deveres, mas também colocando em prática suas ideologias morais provenientes da sua religião.

Notamos que esse cenário vai muito além da população em geral conhecer mais sobre esse grupo social e sim uma questão de que este mesmo nicho tornar-se ciente da sua realidade cultural, política e de sua própria religião, a fim de que haja conscientização e informação sobre fatos específicos, todavia produza uma relação explícita e empática com coletividade diversa. O que torna visível a ausência de investimentos entorno de debates com ideias sobre o tema religião, o que torna palpável são os dados do.

Soma-se a isto, o processo de desenvolvimento da Websérie *Cinise* que teve início já no referencial teórico, pois ele foi considerado por nós um mapa de análise que utilizamos para compreender a comunicação em conjunto com a religião, as lógicas comportamentais desses indivíduos com a mídia. O conceito de midiatização tornou possível esses esclarecimentos nos dando respostas sobre esse processo de conversação entre a Religião Cristã Evangélica com as mídias e a convergência de ambas, o que vimos hoje como uma religião midiatizada.

Acrescentou-se também no corpo teórico o Jornalismo Especializado que nos oportunizou o conhecimento e aplicação das noções de endereçamento do público alvo e das questões técnicas que deram mais eficácia nos momentos de pré-produção, produção e pós-produção, já que foi a partir dele que tivemos conhecimentos da audiência evangélica nas

mídias.

Para a costura deste trabalho nós relacionamos um breve contexto histórico do Jornalismo Brasileiro na Televisão e na Web, abordando a alteração das lógicas de produção ao longo das décadas em conjunto com os gêneros utilizados dentro dessas mídias (o que deu amparo inicial para a metodologia) e a inserção dos evangélicos na TV.

No instante da metodologia nós nos concentramos em utilizar livros de linguagem técnica do audiovisual tanto de Televisão como para a Web, pois nós averiguamos que em sentido de produção acadêmica sobre as técnicas do Webjornalismo audiovisual ainda estão em desenvolvimento. Através desta etapa listamos os gêneros jornalísticos audiovisuais, discorremos sobre o formato audiovisual Websérie, construímos a identidade visual de nosso produto e roteirizamos os processos de pré-produção, produção e pós-produção que viemos utilizar ao longo de todo nosso trabalho sem nenhuma alteração de atividades.

Encaminhando-nos para o final das nossas considerações, vale destacar que o resultado obtido com este trabalho está concentrado na efetuação que tivemos de nossas pautas sugeridas, ou seja, tornamos midiáticos temas de cunho religioso evangélico através das ferramentas jornalísticas. Deixando claro à autora que o trabalho transcende a barreira de uma religião e apresenta aos interessados nessas áreas de conhecimento que é possível haver na prática um Jornalismo Religioso, conceito este já trabalhado por alguns autores de forma teórica, porém sentimos dificuldades com a carência de textos com temáticas práticas para dar suporte a produção de conteúdos jornalísticos com essas informações, tornando nosso trabalho relevante, mesmo que sendo um “pontapé” na discussão sobre as técnicas adequadas para a produção de um Jornalismo Especializado nas Religiões.

Salientamos que devido à questões de metodologia científica na construção deste material, houve a necessidade da escolha de uma única religião, por outro lado não delimitamos o nosso slogan, uma vez que pretendemos avançar futuramente no projeto, visto que acreditamos ser possível jornalisticamente tornar sua religião em algo noticiável, pois: “*Cinese*, sua fé em forma de notícia”.

## REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. O jornalismo especializado na sociedade da informação. Universidade Federal da Paraíba. Bocc, Paraíba, 2005.

AERAPHE, GUTO. Webséries Criação e Desenvolvimento. Ciência Moderna, Rio de Janeiro, 2013.

ALENCAR, Gedeon. Protestantismo Tupiniquim. Arte Editorial, São Paulo, 2005.

ALVES, Giseli. Jornalismo audiovisual nas web tv's folha, estadão e o globo: transposição das lógicas do telejornalismo para web. Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2017.

ANCINE. Acompanhamento do Mercado de TV Aberta. 2015. Disponível em: [http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2015/MonitoramentoProgramacao/Informe\\_TVAberta\\_2015.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2015/MonitoramentoProgramacao/Informe_TVAberta_2015.pdf). Acesso em: 07/05/2017.

BAHIA, Benedito Juarez. História, jornal e técnica. Mauad Editora Ltda, Rio de Janeiro, 2014.

BARBEIRO, Heródoto. Manual de Telejornalismo: Os Segredos da Notícias na TV, Elsevier Brasil, São Paulo, 2013.

BECKER, Beatriz. Pensando e Fazendo Jornalismo Audiovisual: A experiência do projeto TJ UFRJ. Editora E-papers, Rio de Janeiro, 2012.

BECKER, Beatriz. Webjornalismo audiovisual: uma análise do jornalismo como forma de conhecimento na contemporaneidade. Revista ECOPós, Rio de Janeiro, 2008.

BEHS, Micael Vier. Estratégias jornalísticas da Igreja Universal do Reino de Deus nas eleições 2006/2008: o caso da Folha Universal. Repositório Digital da Biblioteca da Unisinos, 2009.

BRAGA, JL. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, MA., JANORRI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. Mediação & midiatização [online]. EDUFBA, Salvador, 2012.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre o jornalismo na web.

2001.Ed.Unisinos: Casa Leiria,2013.

CHAPARRO, Carlos Manuel. Interesse publico não se confunde com “interesse do público”. 31 de Julho de 2012. Disponível em: [http://oxisdaquestao.provisorio.ws/wp-content/uploads/2016/03/2012\\_7\\_31\\_14\\_31\\_7\\_54154.pdf](http://oxisdaquestao.provisorio.ws/wp-content/uploads/2016/03/2012_7_31_14_31_7_54154.pdf) . Acesso em: 27/09/2017

CINESE. In Dicionário infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2017. [consult. 2017-06-06 09:27:42]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/-Cinese>.

DATAFOLHA, Instituto de Pesquisa. Perfil e opinião dos evangélicos no Brasil – total da amostra. São Paulo, 2016. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2016/12/28/> . Acesso em: 21/04/2017.

Escola de Criadores de Conteúdo do *Youtube*, 10 conceitos básicos para uma estratégia criativa. Enviado em 11 de set de 2015. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=bY11-wZ\\_2aE](https://www.youtube.com/watch?v=bY11-wZ_2aE).

FANTASIA. In: Chief of design. Disponível em: <https://www.chiefofdesign.com.br/guia-tipografia-parte-02/> . Acesso em: 05/06/2017.

FIGENBAUM, Ricardo Zimmermann. Habitus e pensamento comunicacional das Igrejas Metodista e Luterana no processo de midiatização. Revista Comunicação Midiática, v.8, n.1, pp.246-265, jan./abr. 2013.

GERBASE, Carlos. Cinema: primeiro filme: descobrindo, fazendo, pensando. Editora Artes e Ofícios, Porto Alegre, 2012

GOMES, Itania Maria Mota (Org.). Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo, Salvador: EDUFBA, 2011

GOMES, Pedro G. Mídias e Religiões: a comunicação e a fé em sociedade de midiatização. Editora Unisinos, São Leopoldo, 2013.

GOMES, Pedro Gilberto. Mídias e religiões: comunicação e a fé em sociedades de midiatização. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2016.

GUTMANN, J.F. Entre tecnicidades e ritualidades: formas contemporâneas de performatização da notícia na televisão. Galaxia (São Paulo, Online), n. 28, p. 108-120, dez.

2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014216654>

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo demográfico : 2010 : características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: [http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf). Acesso em: 21/04/2017.

IBOPE. Tribos Musicais. 2013. Disponível em: [http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/tribos\\_musicais.pdf](http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/tribos_musicais.pdf). Acesso em: 07/05/2017.

JAGNOW, Dieter Joel. A televisão como veículo para o exercício da religiosidade. Clube dos Autores, 2007.

KILPP, Suzanna. JANELAS DE FLUSSER E MAGRITTE: O que é, afinal, um webvídeo?. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 23, p. 36-49, julho/dezembro 2010.

LIMA, Daniela S. TV GÊNESIS: Um exemplo do missionário do século X. Centro Universitário De Brasília – Uniceub Faculdade De Ciências SOCIAIS APLICADAS – FASA, Brasília, 2006.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Mídia, religião e sociedade: Das palavras às redes digitais. Editora Paulos, São Paulo, 2017.

MARTINS, Luís Mauro Sá. Teoria da comunicação: Ideias, conceitos e métodos. Editora Vozes Limitada, Petrópolis. Rio de Janeiro, 2017.

MENDONÇA, Antônio Gouvêa. Introdução ao protestantismo no Brasil. Edições Loyola. 2004

MENDONÇA, Joêzer. Música e religião na era do pop. Appris Editora e Livraria Eireli - ME, 11 de jul de 2017 - 205 páginas. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=hCA0DwAAQBAJ&dq=m%C3%BAsica+e+os+evang%C3%A9licos&hl=pt-BR&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.br/books?id=hCA0DwAAQBAJ&dq=m%C3%BAsica+e+os+evang%C3%A9licos&hl=pt-BR&source=gbs_navlinks_s). Acesso em: 23/09/17

MERA, Diego Darío López. WebSeries: Nuevo fenómeno de experimentación audiovisual y entretenimiento. Universidad de Chile y La Universidad de Caldas, 2010.

NETO, Antonio F. Fragmentos de uma analítica da midiatização. Matrizes, São Paulo, 2008.

NETO, Antônio F. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades-Dimensões discursivas. Galáxia, n. 3, 2002.

PALACIOS, Marcos Silva. Hipertexto, Fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva. Lugar Comum, Rio de Janeiro, 1999.

RENOULT, Letícia. Webtelejornalismo: a expansão e o transbordamento do telejornalismo brasileiro no ciberespaço. Congresso Latinoamericano de Investigadores de La Comunicación 2014, publicação 2015.Lima,Peru.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial. Summus, São Paulo, 2000.

SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. Hacker Editores, São Paulo, 2001.

VALÉRIO, Verônica. Jornalismo e Religião: Estudos dos Critérios de Noticiabilidade da Folha Universal da Igreja Universal do Reino De Deus. Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: [http://myrtus.uspnet.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/artigo\\_igreja\\_universal.pdf](http://myrtus.uspnet.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/artigo_igreja_universal.pdf). Acesso em : 05/05/2017

VIZEU, Alfredo. Telejornalismo, audiência e ética. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, Pernambuco, 2002. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>. Acesso em : 16/04/2014.

WATTS, Harris. On camera o curso de produção de filme e vídeo da BBC. Grupo Editorial Summus, São Paulo, 1990.

YORKE, Ivor. Jornalismo Diante das Câmeras. Summus, São Paulo, 1998.