



## Webdocumentário na prática: da teoria à produção – dúvidas e descobertas

**Emilene Abadia da Silva<sup>1</sup>**

Universidade Federal de Uberlândia

**Mirna Tonus<sup>2</sup>**

Universidade Federal de Uberlândia/Universidade Federal de Minas Gerais

**Resumo:** Este artigo tem a proposta de refletir sobre o webdocumentário na prática, mostrando algumas dúvidas e descobertas que surgem ao conhecer a teoria e partir para a produção de uma obra documental para a web. Esse gênero é razoavelmente novo. São pouco mais de 15 anos de discussão do tema, assim, as formas de fazer têm evoluído e o conceito também acompanha esse caminho. No Brasil, a produção não é tão extensa, considerando um levantamento de similares, mas a teoria já é explorada em alguns livros, artigos e dissertações de mestrado e teses de doutorado. Um dos pontos que geram dúvida a quem está produzindo é se aquele produto realmente é um webdocumentário ou um site contando a história do objeto escolhido. Diante disso, a proposta, neste artigo, é mostrar como o webdocumentário sobre um projeto social de dança foi pensado para que a produção tivesse início, bem como refletir sobre as características que mar-

---

<sup>1</sup> Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). E-mail: emilene.sininho@hotmail.com

<sup>2</sup> Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Pós-Doutoranda em Sociologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Doutora em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). E-mail: mirnatonus@ufu.br

cam o gênero em termos de produção. Além de sugerir o webdocumentário como ferramenta para instituições do campo do ativismo se comunicar com a sociedade.

**Palavras-chave:** webdocumentário; interação; comunicação; projeto social; dança.

## 1. Introdução

Ao se deparar com a palavra webdocumentário, a primeira reação pode ser traduzi-la imaginando tratar-se de documentários em vídeo para Internet, mas não se trata disso. O webdocumentário é uma produção que possibilita conhecer uma história por meio de vários recursos, como textos, fotos, imagens, sendo navegado de forma livre, não linear, pensado e produzido especialmente para o ambiente da web, considerando características desse ambiente, como interatividade, multimídia, hipertextualidade e memória (RIBAS apud OLIVEIRA; VARASQUIM, 2016), como tratado ao longo do artigo.

Gaudenzi (2013) reforça que, se apenas for filmado com tecnologia digital e colocado na web, é documentário digital. E que, para ser um webdocumentário, o usuário precisa realizar algo com ou no conteúdo. Para Oliveira e Varasquim (2016), a mobilização de múltiplas narrativas que fazem pleno uso das propriedades interativas e de navegação das plataformas digitais faz com que documentários nativos desse meio usem a língua de um mundo conectado.

O webdocumentário, criado para reprodução exclusivamente na web, oferece ao usuário não apenas uma experiência visual diferente, mas também a possibilidade de exercer uma atitude dinâmica diante do conteúdo, pois são justamente as suas ações que desencadeiam o acesso a novos olhares a respeito da realidade apresentada (OLIVEIRA; VARASQUIM, 2016, p. 161).

Parafrazeando esses autores, apesar de ser nativo do mundo digital e resultado de evolução tecnológica, o webdocumentário é também resultado do tratamento criativo que cada autor tem da realidade. “Assim como o som e as cores trouxeram novos recursos aos cineastas, as potencialidades do mundo digital também acrescentam ferramenta ao autor hoje. Mas o principal continua sendo o ponto de vista original do criador e sua capacidade de transformá-lo em produto criativo e único” (BAUER, 2016 apud OLIVEIRA; VARASQUIM, 2016, p. 168).

A bibliografia em português sobre webdocumentário ainda é restrita. Podem ser encontrados alguns artigos em congressos de Comunicação, algumas dissertações de mestrado e teses de doutorado, mas, principalmente, artigos na DOC On-Line<sup>3</sup>: Revista Digital de Cinema Documentário, editada por Manuela Penafria e Marcius Freire, e no site webdocumentario.com da Cross Content, produtora multiplataforma de São Paulo. Em consulta à última fonte, encontramos o pensamento de Bauer (2011, p. 98):

O webdocumentário apresenta-se, então, como uma nova forma de expressão da “voz fílmica”. E tão heterogêneas serão suas manifestações quanto maior for o número de cineastas dispostos a abraçar o gênero. Para que essa “voz fílmica” se realize plenamente, espera-se que cada criador siga na tarefa de encontrar o seu público, agora convertido em espectador participativo (e por vezes coautor). Desse encontro mágico de público e criadores se fez a história do cinema. E essa deverá continuar sendo a lógica no ciclo da comunicação digital na internet.

Vários dos trabalhos acessados não promovem discussão sobre o conceito, mas usam a análise de alguns produtos para destacar a narrativa na web. Em muitos textos, são analisados os mesmos webdocumentários produzidos nos últimos anos e que são considerados como referência. “Algumas obras brasileiras desbravaram o terreno e obtiveram reconhecimento, como Filhos do Tremor – Crianças e seus Direitos em um Haiti Devastado ; Rio de Janeiro – Autorretrato e Caminhoneiras , entre outras. Do exterior, podem ser destacadas obras como Becoming Human , entre outras diversas” (SOUZA, 2017, p. 17).

A referência sobre quando surgiu e como se popularizou o webdocumentário, ou webdoc, ou ainda i-doc, é destacada por Oliveira e Varasquim (2016). Paraphraseando os autores, os documentários preparados para o meio digital tiveram destaque a partir do Festival Cinéma du Réel em 2002, realizado na França. Levin (2013) levanta a preocupação de que a narrativa perca força já que o conteúdo é apresentado de forma não linear e fragmentada, mas, por outro lado, lembra que o produto tem espaços para que o espectador conheça a história do objeto e tenta também responder ao que acontece com a narrativa quando é elaborada para web.

---

<sup>3</sup> A publicação pode ser acessada em <http://www.doc.ubi.pt/>.

Mais do que responder essa pergunta, alguns agentes importantes no cenário do webdocumentário lançaram um manifesto a defender um posicionamento diante do que deve ser a narrativa documental feita para web. The Web Documentary Manifesto foi lançado neste ano e é assinado conjuntamente por Zeega, Mozilla Foundation, MIT OpenDocLab, Ingrid (Tribeca Film Festival) e internautas anônimos que contribuíram. Dentre as posições colocadas está a de que a boa história é o que conta, sendo o manifesto uma convocação aos storytellers pelo mundo a integrar esse novo cenário de criação proporcionado pela web. Há claramente também uma defesa do uso da web dentro de suas possibilidades de interatividade – colaboração incluída aí - em oposição a uma transposição de produtos formatados para outros meios que não dialogam com aquilo que é específico da web enquanto mídia digital on-line com a interatividade como recurso (LEVIN, 2013, p. 86).

O que é novo pode gerar desconfiança, discussões, propõe quebra de paradigmas e estimula estudos. Isso também ocorre com o webdocumentário, que contribui para reforçar que a era do leitor-espectador-internauta passivo já passou.

Beatriz Ribas (2003) complementa que o webdocumentário arranja os conteúdos de forma a oferecer níveis de aprofundamento e interações ao receptor. Características como interatividade, hipertextualidade, multimídia e memória, elenca a autora, são utilizadas para a construção de uma narrativa multidimensional, resgatando fatos históricos e contribuindo para o conhecimento em diversas dimensões (OLIVEIRA; VARASQUIM, 2016, p. 168).

Ao explorar os conceitos e propostas dos autores supracitados, foi possível perceber o que Oliveira e Varasquim (2016) também comprovaram a partir de estudos, que o webdocumentário não é integralmente herdeiro do documentário feito para o cinema e para a televisão. Entre outras razões, pela forma como o usuário se posiciona, pela construção de distintas narrativas e diante da necessidade de interfaces intuitivas para melhor interatividade.

## **2. Webdocumentário e as formas de interação e navegação**

Sobre as formas de interagir e de navegar em webdocumentários, Penafria (2013) e a Gaudenzi (2013) são as autoras mais citadas. Autoras também tomadas como referência neste texto. Como não há, neste momento, a intenção de confrontar autores sobre a conceituação de webdocumentário será destacada aqui a pesquisa feita por Souza (2017), na qual cita que, para Penafria (2013), o webdocumentário tem dois tipos de

abordagem documental: uma abordagem centrada e uma abordagem global, com uma navegação disseminada e uma navegação cumulativa, respectivamente.

Na abordagem centrada com navegação disseminada, o usuário navega construindo um caminho próprio. Não há uma ordem indicativa como a correta. Cada um explora da forma como considera melhor.

Neste tipo de abordagem, a autora refere-se a webdocumentários cujas estruturas se baseiam em menus, submenus e às vezes em níveis, como ocorre nos videogames, constituindo-se em tipos de obras que estimulam a criação de outras, com novos pontos de vista ou nova estrutura relativa à organização de seus conteúdos e outro conjunto de escolhas que se tornam possíveis (SOUZA, 2017, p. 84).

A abordagem global com navegação cumulativa não tem uma delimitação de tempo ou espaço. São temas comuns a todos e Penafria (2013) explica que abre a hipótese de novas informações e experiências de vida serem acrescentadas. Parafraseando a autora, essa abordagem global dá a aparência de o webdoc estar inacabado. E essa incompletude é o que caracterizaria, para Penafria, os webdocumentários de forma geral.

Sobre as formas de interatividade, Souza (2017) destaca a pesquisa de Gaudenzi (2013), que cria conceitos para explicar as formas de interatividade do usuário com o sistema em que ele navega no ambiente virtual.

Em sua tese, Gaudenzi (2013), no âmbito de uma lógica de interação que define como “documentário vivo” (living documentary), propõe quatro modos para diferenciar documentários interativos - ou seja, formas de conceber a relação entre usuários e conteúdos digitais -, os quais oferecem diferentes níveis de agenciamento para o usuário – agenciamento enquanto sensação experimentada por ele de que uma ação significativa no ambiente virtual é resultado de sua decisão ou escolha – e definem os parâmetros de interação entre usuários e artefato interativo. Estes modos são denominados hipertextual (metáfora da “carona”), conversacional (metáfora da “conversa”), experiencial (metáfora da “dança”) e participativo (metáfora da “construção”) e são distintos quanto a: lógicas de interatividade a partir de diferentes fontes; funções do usuário; papel do autor (SOUZA, 2017, p. 92).

Estes conceitos de navegabilidade e interatividade são importantes porque, ao escolher contar uma história por meio de um webdocumentário, o autor estabelece a necessidade de que, para conhecer o seu objeto, o usuário precisará navegar, interagir e sentir a narrativa, como explicado. O indivíduo terá à disposição, na tela, ícones que

possibilitam escolher como quer conhecer a história, a partir do caminho que desejar. O webdocumentário, assim, além de ser desenvolvido especificamente para a web, depende da vontade da escolha do usuário para a sequência da história.

### **3. A comunicação dos projetos sociais**

Neste artigo, a intenção é discorrer brevemente também sobre como é feita a comunicação de projetos sociais atualmente. Não há a intenção de problematizar ou discutir a melhor solução, mas descrever de forma rápida como alguns autores e profissionais avaliam a forma que as instituições do Terceiro Setor se comunicam com a sociedade. É importante que essas instituições sejam vistas para que consigam patrocínio para as atividades que realizam. Se não forem conhecidas, é possível que se torne ainda mais difícil convencer a sociedade e os empresários sobre a importância do trabalho que desenvolvem e a mudança que causam nas vidas que são impactadas por estas instituições ou projetos.

No caso do objeto deste artigo, o projeto Pé de Moleque, atualmente, ele não recebe nenhum tipo de patrocínio, a história que escreveram até aqui está registrada apenas em publicações de mídia espontânea. São entrevistas exibidas pelas emissoras de TV locais, jornais impressos, online e até reportagens em programas de alcance nacional, mas tudo de forma espontânea. Sem um plano específico de comunicação. Os responsáveis pelo projeto guardam essas reportagens e recortes, mas não têm uma publicação que relate ou narre a história a partir de sua idealizadora e registre as conquistas até aqui. Assim, a história pode se perder com o tempo. Uma memória que poderia estimular empresas a investirem na formação das crianças e adolescentes atendidos pelo projeto.

A idealização do produto abordado neste artigo vem da vontade de deixar registrada a história do projeto Pé de Moleque para que possíveis investidores sociais conheçam o trabalho realizado em Uberlândia e seus resultados. O que este trabalho pretende então é dar o exemplo do webdocumentário, uma ferramenta que não é utilizada hoje no Brasil para este fim, para o registro do trabalho de organizações do Terceiro Setor com o objetivo de atrair possíveis patrocinadores.

#### **4. O webdocumentário como caminho para a divulgação de projetos sociais**

Não há aqui a intenção de apontar o webdocumentário como o “melhor caminho”, já que não foi feita uma pesquisa sobre as formas de comunicação utilizadas por instituições do Terceiro Setor ou projetos sociais no Brasil atualmente. A ideia é apontar o webdocumentário como um caminho possível. Empiricamente, pode-se observar que instituições do Terceiro Setor utilizam a mídia espontânea para a divulgação dos seus projetos e necessidades, mas é preciso mais. Para ter visibilidade, é preciso pensar também na comunicação com a sociedade.

Mas antes de tudo, conforme coloca Fontanella (2001) a organização deve mostrar que a sua causa e a própria organização trazem benefícios para a comunidade. Também é importante comunicar informações sobre a organização: suas propostas, sua capacidade de trabalho e os resultados que a organização vem alcançando ou pode vir a alcançar. Para comunicar de maneira adequada deve-se saber com qual público a organização deseja comunicar-se, o que realmente deseja dizer e, com base nesses aspectos, selecionar a mídia mais adequada. É importante que a organização se preocupe em divulgar informações sobre a causa a ser atendida. Dados estatísticos que comprovem o agravamento da situação ou, em alguns casos, a diminuição dos problemas atendidos, demonstram que a organização conhece a causa e que, através de determinadas ações, pode educar a comunidade para que auxilie na mudança do status quo (ANDRADE, 2002, p. 59).

Dentro das empresas que patrocinam e investem nessas instituições, também ocorre um movimento. Diante da grande concorrência entre as empresas e mudanças no comportamento do consumidor, os empresários tentam mostrar o diferencial das suas marcas e como elas contribuem com a sociedade.

As empresas fazem investimentos sociais pelos mais variados motivos, mas alguns dos benefícios já obtidos a curto prazo é a melhora da relação com a comunidade, uma valorização da marca e motivação do corpo de colaboradores, entre outros. Quando a empresa avalia seus investimentos sociais a longo prazo, já demonstra estar mais consciente de seu papel de transformadora da sociedade, contribuindo para que seja alcançado o desenvolvimento sustentável (ANDRADE, 2002, p. 50).

Por outro lado, já não interessa para as empresas somente o consumidor que está offline, elas querem impactar também o consumidor que está online. A preocupação é

tão grande em entender o cidadão que interage com as marcas pelas mídias sociais, que é preciso atenção à antropologia digital.

A antropologia digital se debruça sobre a conexão entre humanidade e tecnologia digital. Explora como os seres humanos interagem com as interfaces digitais, como se comportam no contexto de tecnologias e como essas tecnologias estão sendo usadas pelos seres humanos para interagirem entre si. Pode também ser usada para ajudar a entender como as pessoas percebem as marcas em suas comunidades digitais e o que as atrai para determinadas marcas. A especialidade é relativamente nova no campo da antropologia. No entanto, as aplicações recentes na descoberta de tendências de mercado promoveram sua popularidade entre os profissionais de marketing (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017, p. 135).

Se este artigo está propondo o webdocumentário como forma de divulgação de projetos sociais e instituições do Terceiro Setor, por que então falar de marketing social e digital?

É importante abordar esta preocupação das empresas, possíveis patrocinadoras, para mostrar que as instituições também precisam estar preparadas para as mudanças no mundo, para que seus projetos sejam conhecidos e gerem o desejo de estas empresas terem suas marcas associadas aos projetos sociais. Isso porque, no webdocumentário, é possível que a marca do patrocinador também seja exposta na página inicial como uma das formas de agradecimento.

A fidelização das empresas doadoras pode ser realizada de diversas formas, mas o agradecimento e a prestação de contas nunca podem faltar. Para adquirir confiança e conhecer melhor a instituição deve-se conhecer a história e fatos marcantes, criando um vínculo maior com a entidade (CAMARGO et al., 2001), e demonstrar, tanto para a empresa quanto para a comunidade, a importância e os resultados dos recursos recebidos (ANDRADE, 2002, p. 66).

Diante das reflexões aqui expostas, tanto sobre o webdocumentário e sua forma de narrativa tão atual e conectada quanto a necessidade de os projetos sociais e instituições do Terceiro Setor dialogarem com a comunidade e seus possíveis patrocinadores, defendemos, neste artigo, os webdocs como uma ferramenta de divulgação. Uma produção que pode dar visibilidade para os projetos sociais e instituições desse setor de forma completa, ainda com a possibilidade de interação.



## **5. O produto: Projeto Pé de Moleque<sup>4</sup>**

O Pé de Moleque é um projeto social do Grupo Vórtice, uma escola de balé com sede em Uberlândia, MG, que tem como diretora a bailarina e coreógrafa Guiomar Boaventura. O projeto nasceu em 1997, quando ela recebeu o pedido de um aluno do Grupo Vórtice para atender crianças da Instituição Cristã de Assistência Social de Uberlândia (Icasu). O atendimento às crianças dessa instituição durou pouco tempo, mas um dos meninos, Welton Lucena, chamou a atenção de Guiomar Boaventura. Ela conta que todos se encantavam porque ele tinha muita alegria quando entrava em cena. E, em todas as competições a que ela o levou pelo Brasil, ele venceu. Depois, ele se mudou para São Paulo para tentar uma carreira profissional e, de lá, partiu para onde está atualmente, na Argentina, na cidade de Misiones. Welton Lucena foi o primeiro dos cerca de quatro mil meninos e meninas que passaram pelo Pé de Moleque nos últimos 21 anos.

Depois da parceria com a Icasu, que acabou terminando cerca de um ano depois, Guiomar começou a ser procurada por outras pessoas e instituições para fazerem parte do projeto e ela começou a promover audições, testes, para selecionar uma quantidade de crianças a cada ano para receberem bolsas de estudo. Uma exigência para participação no projeto é que as crianças estivessem matriculadas na escola regular. Nestas mais de duas décadas, o projeto formou não só bailarinos, mas também outros profissionais que não seguiram a carreira no palco, mas tiveram um incentivo para estudar e buscar outros caminhos e profissões.

Hoje, Guiomar Boaventura conta com bailarinos do projeto em seis das melhores escolas de balé do mundo. São jovens que chegaram a posições de destaque na dança e que estão em Amsterdã, na Holanda; em Misiones, na Argentina; em Mônaco; Lausanne, na Suíça; São Petersburgo, na Rússia; e Salt Lake City, nos Estados Unidos.

## **6. Um olhar sobre o Projeto Pé de Moleque em um webdocumentário**

---

<sup>4</sup> O webdocumentário do Projeto Pé de Moleque pode ser acessado em [www.projetopedemoleque.art.br](http://www.projetopedemoleque.art.br)

Depois de pouco mais de um ano de pesquisas, chegou a hora de materializar o que diz a teoria e contar a história do projeto. A principal dúvida, neste ponto, é se o que está sendo desenvolvido é de fato um webdocumentário e não apenas um site ou portal contando a história do projeto. Para ser um webdocumentário, é necessária uma metáfora, uma linguagem poética que conduza a história. Não é apenas um vídeo dentro de um site, mas um site em que o usuário navegue e interaja com a história.

Vale ressaltar que, com o webdocumentário em questão, a intenção é abordar sonhos, perspectivas e realizações, e não explorar as dores e histórias tristes de muitos participantes do projeto. O grande objetivo é destacar os exemplos e inspirar outros jovens, crianças e famílias inteiras.

### **6.1 A metáfora que deu origem ao produto**

O webdocumentário sobre o Projeto Pé de Moleque retrata que tipo de influência a chance dada a crianças de praticar a dança, de terem contato com a arte e a disciplina pode causar na vida delas. Algumas, por uma série de razões e do cotidiano em que estão inseridas, não tinham uma perspectiva de profissão para o futuro ou nem mesmo um sonho. Revela histórias que mostram os caminhos que a arte pode proporcionar a alguém que nasceu na periferia, oportunidades como o trabalho nas melhores Companhias do mundo.

É o balé como instrumento de reconstrução de uma realidade difícil. É o exemplo de meninos e meninas que têm em comum um passado de dificuldades, mas que, com trabalho, dedicação e disciplina, proporcionados pelo projeto por meio da dança, conseguiram destaque e reconhecimento na sociedade. É o exemplo de alguém que um dia abriu as portas para estas crianças e 21 anos depois se viu em meio a profissionais que conquistaram os olhares e admiração de grandes críticos da dança e de responsáveis pelas melhores escolas de balé do mundo. Além de jovens que não fizeram a vida com sapatilhas, mas tiveram nessa experiência o estímulo para empreender e crescer para além da realidade em que nasceram.

## 6.2 A abertura – O destino na ponta dos pés

Ao acessar o endereço do site onde está hospedado o webdocumentário, o usuário vê a imagem de um menino jogando bola em um campinho usando uniforme de futebol. Depois de jogar por alguns segundos, esse menino para com o pé na bola e a chuta logo depois. A imagem fica branca, aplica-se uma fusão<sup>5</sup> na imagem e ele aparece com roupas de balé no teatro e executa uma coreografia solo. Ao fim da coreografia, para na posição final da apresentação.

## 6.3 Por onde navegar

Depois da abertura, a tela fica estática e, além do bailarino, aparecem alguns elementos no chão do palco: **duas sapatilhas de balé pretas e duas de ponta, o figurino** de alguma apresentação, um **globo terrestre**, uma **bússola**, uma **cadeira vazia** e iluminada e a **porta da sala**. Quando o usuário passa o mouse nas **sapatilhas**, aparecem as fotos de jovens entrevistados e, em cada uma que clicar, começa a entrevista. Quando a escolha é **o figurino**, começa um vídeo com depoimentos de alguns pais; quando é o **globo**, dependendo da região que escolher, é exibido um vídeo-selfie feito por um dos sete bailarinos que moram no exterior, contando onde moram, onde dançam e como está a vida deles. Se a opção é a **bússola**, é acessada a história, em texto, de pelo menos dois jovens que participaram do projeto, mas que seguiram outros caminhos que não a dança. A **cadeira vazia e iluminada** leva à entrevista de Guiomar Boaventura, feita no Teatro Municipal de Uberlândia e a **porta da sala** permite um caminho pela escola. Cabe aqui explicar que a escolha pela gravação da coreografia de abertura e a entrevista com Guiomar no Teatro Municipal de Uberlândia também têm um sentido. As gravações foram feitas no teatro porque o palco é o “fim” de todo o esforço que estes jovens fazem e também de todo o trabalho de Guiomar Boaventura. No webdoc, todos os usuários poderão navegar por cinco vídeos e uma entrevista em texto. Além deles, na tela principal, ainda são colocados a data da criação e da última atualização do webdocumentário, um

---

<sup>5</sup> Fusão é um tipo de efeito de softwares de edição em que duas imagens se misturam para dar sequência na imagem seguinte de forma mais agradável para o telespectador = explicação da autora do artigo.)

tópico para notícias e links de publicações sobre o projeto, outro para que ex-alunos enviem suas histórias e se reencontrem e um último para o Fale conosco.

#### **6.4 Da teoria ao set de gravação**

Para a gravação de cada vídeo, foi preciso pensar no cenário, em como os entrevistados estariam posicionados, se a edição teria apenas as entrevistas ou se usaríamos narração de um locutor entre os depoimentos. Foi necessário definir também se seriam usadas imagens ou fotos para cobrir trechos dos depoimentos. Tudo isso para calcular quanto tempo de gravação, produção com os personagens<sup>6</sup>, agendamento das gravações e, por fim, a edição.

Para os vídeos, foi contratado um profissional para captação e edição de imagens. A edição de texto e das entrevistas será feita pela autora deste artigo. A definição dos roteiros, agendamento, direção das gravações, produção dos locaões e entrevistas foram feitos pela criadora do webdocumentário sobre o Pé de Moleque, autora deste artigo junto com a orientadora.

No geral, foram captadas imagens e entrevistas para edição de cinco vídeos. Foi definido, ainda, que os depoimentos seriam editados sem narração entre eles, cada um complementando o outro e ilustrados com fotos e imagens de arquivo dos entrevistados. Depois das gravações, foi realizada a decupagem de todas as gravações, ou seja, a seleção das melhores falas e imagens para compor os vídeos. Com todas as histórias gravadas e decupadas, partiu-se para a edição. Depois da edição, foi feito o trabalho de programação do site com todos os vídeos e textos produzidos, com o auxílio de um webdesign.

#### **6.5 O lançamento**

O webdocumentário do Projeto Pé de Moleque é um projeto apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, como

---

<sup>6</sup> Personagem é aquela pessoa de quem se conta a história. Uma denominação comumente usada nos trabalhos jornalísticos, embora o termo tenha sido substituído por sujeitos em uma perspectiva humanizante.

exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação na Universidade Federal de Uberlândia. A defesa do título está prevista para fevereiro de 2019. O lançamento oficial do webdocumentário para o público estava previsto para julho de 2019, durante a quarta edição do Prêmio de Dança de Uberlândia, organizado e promovido por Guiomar Boaventura, mas houve alteração de data.

## 7. Considerações finais

Diante do exposto até aqui, é possível afirmar que o webdocumentário é um gênero que possibilita abordar determinada realidade usando várias ferramentas multimídia organizadas em um único ambiente na internet. E não basta esse conteúdo estar organizado na Internet, é preciso possibilitar a interatividade do espectador/leitor com o que foi produzido. Ressalte-se que o webdocumentário não é um amontoado de seções como um site, ele precisa de um enredo, uma metáfora que conduza a história, um olhar do autor. Isso para que, na prática, não se torne um site ou portal e seja sim um webdocumentário. E que a história a ser contada tenha sentido independentemente por onde o espectador/leitor comece a conhecê-la ou navegue.

Uma facilidade é que a gravação e edição não exigem equipamentos de ponta. Atualmente, são muitos e acessíveis os equipamentos, softwares e aplicativos que possibilitam captação e edição de vídeos em alta definição. Muitas vezes, um celular é uma ferramenta eficiente. Na prática, é preciso ter atenção em como contar a história, na produção e na edição e em como deixá-la exposta ao mundo hospedada em algum local para acesso dos internautas.

## Referências

- ANDRADE, Miriam Gomes Vieira de. **Organizações do terceiro setor:** estratégias para captação de recursos junto às empresas privadas. 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/82588/186659.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 6 fev. 2018.
- BAUER, Marcelo. **Os webdocumentários e as novas possibilidades da narrativa documental.** 2011. p. 91-99. Disponível em:

<[http://webdocumentario.com.br/Os\\_webdocument%C3%A1rios\\_e\\_as\\_novas\\_possibilidades\\_da\\_narrativa\\_documental\\_Marcelo\\_Bauer.pdf](http://webdocumentario.com.br/Os_webdocument%C3%A1rios_e_as_novas_possibilidades_da_narrativa_documental_Marcelo_Bauer.pdf)>. Acesso em: 18 mar. 2018.

GAUDENZI, Sandra. **The living documentary**: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary. 2013. Thesis (Doctoral of Philosophy) – University of London, London, 2013. Disponível em: <[http://research.gold.ac.uk/7997/1/Cultural\\_thesis\\_Gaudenzi.pdf](http://research.gold.ac.uk/7997/1/Cultural_thesis_Gaudenzi.pdf)>. Acesso em: 25 jan. 2018.

KOTLER Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**: do tradicional ao digital. São Paulo: Sextante, 2017.

LEVIN, Tatiana. Do documentário ao webdoc: questões em jogo num cenário interativo. **Doc On-Line**: Revista Digital de Cinema Documentário, Covilhã, n. 14, p. 71-92, ago. 2013. Disponível em: <[http://www.doc.ubi.pt/14/dossier\\_tatiana\\_levin.pdf](http://www.doc.ubi.pt/14/dossier_tatiana_levin.pdf)>. Acesso em: 24 mar. 2018.

OLIVEIRA, Luiz Fernando; VARASQUIM, Marcela. Webdocumentário: múltiplas narrativas para o envolvimento com a realidade. LONGHI, Raquel; PAULINO, Rita (Org). **Gêneros e formatos no ciberjornalismo, estudos e práticas**. Florianópolis: Insular, 2016. p. 161-180.

PENAFRIA, Manuela. Webdocumentário: interatividade, abordagem e navegação. In: FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. (Org.). **Comunicação digital: 10 anos de investigação**. Lisboa: Minerva, 2013. p. 151-164. (Livros LabCom). Disponível em: <[http://www.labcomifp.ubi.pt/ficheiros/20140930-201308\\_10anos\\_labcom.pdf](http://www.labcomifp.ubi.pt/ficheiros/20140930-201308_10anos_labcom.pdf)>. Acesso em: 17 mar. 2018.

SOUZA, Lorene. **Webdocumentário, documentário interativo**: a produção documental interativa no suporte digital. 2017. Dissertação (Mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/20319/1/Webdocument%C3%A1rioDocumentarioInterativo.pdf>>.