

Jornalismo Audiovisual - A produção de um especial para a WebTV¹

Marina Mello GUAZZELLI²

Heidy VARGAS³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, ESPM-SP.

RESUMO

Este artigo foi desenvolvido para relatar o processo de produção do programa jornalístico ESPM no Ar - Especial, ao vivo, sobre a Geração Y, também conhecida como Geração da Internet. O programa foi feito por alunos do 4º semestre de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) durante as aulas sobre produção em TV. O especial teve mais de uma hora e contou com reportagens, entradas ao vivo, debates e interatividade com o internauta. O desafio foi articular na prática jornalística as questões teóricas ligadas a imparcialidade, a interatividade e o equilíbrio na participação das diversas vozes.

PALAVRAS CHAVES: Geração Y; Audiovisual; Telejornalismo; Reportagem; Interatividade;

1 INTRODUÇÃO

O programa ESPM no Ar é um produto do trabalho dos alunos do 4º semestre de Jornalismo da ESPM dentro da disciplina de Produção Jornalística e Edição em TV II. A disciplina tem como princípio ensinar aos futuros jornalistas como são feitas reportagens em vídeo e programas para a televisão. Após passar pela primeira disciplina que ensina ao aluno princípios básicos sobre produção jornalística para a TV, como linguagem audiovisual, a entrevista em profundidade no vídeo e elementos da edição, a disciplina Produção e Edição em TV II, em questão, traz novos desafios ao estudante: elaborar dois telejornais com todos os formatos de notícia, organizar a pauta, pensar na exibição ao vivo e no público alvo.

Durante o semestre, a professora Heidy Vargas mostra aos alunos como funcionam diversos telejornais no Brasil e como são elaboradas as reportagens veiculadas na televisão brasileira. Técnicas, métodos e exercícios são colocados em prática para tornar o aluno um produtor, não apenas um entendedor, do audiovisual. Além disso, as constantes mudanças

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 06, Produção laboratorial em videojornalismo e telejornalismo (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, email: mellog.marina@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: heidy.vargas@espm.br

que sofreu o telejornalismo nacional são observadas para propor aos estudantes diferentes maneiras de se fazer jornalismo audiovisual e entender porque hoje utilizamos um telejornalismo voltado mais para a ação, para a elaboração de programas ao vivo e interativos. Com o advento da Internet, das redes sociais e de canais online de vídeo e *streaming*, o jornalístico encontrou novos meios de produzir conteúdo audiovisual.

A interatividade e a quebra de programas lineares se tornaram opções possíveis aos telejornais *hard news* vistos diariamente em canais de TV aberta. A Internet, que poderia ser considerada uma inimiga da televisão, passa a ser uma aliada na produção de diferentes programas para o audiovisual. O processo de hibridização desses meios é visualizado quando:

[...] ao identificar transformações nas narrativas dos telejornais e apontar características discursivas do *webjornalismo* audiovisual, observa-se que essas distintas narrativas têm sofrido influências mútuas e passam por um processo de hibridização mediadas pelas tecnologias digitais. As atividades de ver TV e acessar a internet, e mais especificamente de assistir ao telejornal e de acompanhar as notícias audiovisuais publicadas na *web*, começam a se fundir. (PÔRTO apud BECKER; TEIXEIRA; MATEUS, 2012, p. 17).

Além disso, é comprovado que o brasileiro passa cada vez mais tempo na *Web*. Segundo a Pesquisa de Mídia Brasileira, realizada pela Secom (2015)⁴, o brasileiro passa mais tempo diário na internet do que na TV. O acesso à internet chega a 4h59min em dias da semana, enquanto a TV é assistida em média por 4h31min. Apesar da diferença ser pequena, a pesquisa também mostra a tendência da população em buscar cada vez mais informação na internet: 67% dos entrevistados disseram utilizar a *Web* para esse fim.

Dentro desse contexto, durante o semestre os alunos produziram dois telejornais: um primeiro em formato *hard news* e regional (ESPM no Ar) e um segundo, objeto de estudo desse artigo, em formato menos tradicional e mais interativo, o ESPM no Ar-Especial Geração Y. Os dois foram transmitidos ao vivo pelo site da ESPM⁵ e depois inseridos na página do programa ESPM no Ar no Portal de Jornalismo da ESPM⁶.

⁴ Dados da pesquisa presentes no site da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 01/04/16.

⁵ www.espm.br/jornalismolive

⁶ <http://jornalismosp.espm.br/categoria-videos/espm-no-ar>

2 OBJETIVO

O programa teve como objetivo principal exercitar a narrativa telejornalística diante de multiplataformas. Em um segundo momento, o objetivo era desvendar aos telespectadores os conceitos que rondam a também chamada Geração do Milênio. Com o aprendizado em sala, utilizamos os conceitos de valor notícia, definidos por VIZEU (2014, p. 72) como “os acontecimentos que são suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia”, e a partir disso, selecionamos os temas e os formatos de notícia para cada assunto. Com essa experiência, podemos listar alguns desafios impostos na elaboração deste programa especial:

- Pensar diferentes pautas em torno de um mesmo tema;
- Produzir reportagens especiais;
- Criar um programa dinâmico com diferentes formatos de notícia;
- Discutir o tema em profundidade;
- Entrevistar convidados em estúdio;
- Mediar a interatividade entre convidados, apresentadores e internautas.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha do tema e da dinâmica do programa se deu por diversos fatores. O primeiro foi a necessidade de fazer um trabalho que utilizasse a narrativa jornalística mas que também trouxesse os desafios impostos pela redes sociais com a interatividade do internauta. A inovação pela dinamização e interatividade parecia interessante nesse momento e para Letícia Renault (2014), o ciberespaço de fato impõe mudanças significativas na comunicação e no telejornalismo que ainda não ocorreram na TV brasileira. O segundo motivo foi a diferenciação na produção e construção da narrativa de um programa especial, exemplo diferente do telejornal anterior com foco no *hard news* já praticado por toda a equipe. A terceira razão seria exercitar a narrativa de reportagem especial nos VTs, e a quarta seria retirar a bancada do estúdio, lugar de conforto e segurança dos apresentadores, e colocá-los soltos no cenário. O quinto motivo foi incluir as mediações entre as diversas vozes que estavam presentes no estúdio como os entrevistados, os apresentadores, os repórteres nos links e os entrevistadores no estúdio. Além deles, o apresentador de redes sociais fez o link com o mundo virtual lendo reportagens da internet

no momento que o programa foi exibido. E por fim, o desafio da exibição ao vivo de todo o programa e a participação e interação dos internautas. RENAULT (2014) ainda explica que “A *web* trouxe novo estágio a essa interação, dando mais velocidade e encurtando a distância entre o internauta e os jornalistas.” (RENAULT, 2014, p.44).

Para iniciar a produção do programa, definimos um tema voltado para o que acreditamos ser urgente. Ainda de acordo com VIZEU (2014) buscávamos algo que possuísse critérios de relevância aos telespectadores e internautas. A partir da análise de dados de consumo de mídia no Brasil, nosso público alvo ficou definido como jovens e estudantes e daí surgiu a ideia de se penetrar em um tema pouco desvendado por eles, mas que está diretamente presente em suas vidas. Considerados membros da Geração Y, os alunos se viram diante de diversas questões pouco esclarecidas sobre o tema e que mereciam ser respondidas para entender suas personalidades. Sidnei Oliveira, autor da série de livros “Geração Y”, define que os *millenials* são jovens multitarefas, que conseguem realizar diversas coisas ao mesmo tempo. Além disso, fazem parte de uma geração extremamente criativa, que vive ligada à internet.

A partir da definição do que é a Geração da Internet é que foi também feita a escolha dos entrevistados de estúdio. Ismael Rocha, diretor acadêmico da ESPM-SP desde 1987, acompanhou de perto as mudanças de comportamento que passaram os jovens ao longo dos anos. Sua experiência como educador pode trazer uma visão mais profissional a cerca da mudança de atitude da juventude em relação aos estudos e ao mercado de trabalho. E sendo também uma geração marcada pela internet, a presença de dois especialistas em assuntos ligados à *Web* pareceu imprescindível. Mauro Berimbau, coordenador do GameLab da ESPM-SP, comanda um grupo de jovens na faculdade interessados no mundo da cibercultura. Dentro desse núcleo da ESPM, jogos eletrônicos, novas plataformas da internet e inovações tecnológicas são assuntos debatidos por ele e pelos alunos envolvidos no projeto. Já Rubia Ferrão, a terceira convidada do programa, é advogada especialista em direitos cibernéticos. Seu conhecimento a cerca dos direitos na internet e dos problemas que envolvem privacidade em redes sociais trouxe para o programa um debate sobre as precauções que os jovens devem ter nesse meio.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O primeiro método utilizado para produzir o programa ESPM no Ar-Especial Geração Y, foi a busca por uma pesquisa que mostraria quem seria o telespectador do jornal. A partir desse ponto é que se escolheria o tema que agradasse ao público-alvo e que também trouxesse informações pertinentes a ele. Com pesquisas publicadas por institutos brasileiros sobre consumo de mídia no Brasil, chegou-se ao resultado de que seus internautas seriam jovens, com menos de 30, majoritariamente do sexo feminino. A escolha do tema veio em seguida, com votação em sala.

Definido o tema da edição, fizemos a reunião de pauta coletiva em aula elegendo temas pertinentes. Os alunos produziram pautas que guiariam seu trabalho de reportagem. Para produzir os VTs sobre a Geração da Internet, mas abordando dentro dela diferentes assuntos, as pautas tiveram grande importância para planejar, desde o começo, o conteúdo apresentado no programa especial. Nilson Lage (2009) evidencia a importância da pauta no planejamento do trabalho jornalístico ao listar fatos a serem noticiados, ângulos interessantes aos temas e possíveis fontes entrevistadas.

Após uma aula sobre as características de uma reportagem especial, saímos a campo para realizar a tarefa. A captação das imagens e áudios foram muito mais exigentes e elaboradas que as reportagens anteriores para o *hard news*. Agora, foi preciso pensar efetivamente no audiovisual a favor da notícia, com passagens mais elaboradas em dois tempos ou mais, com repórteres mudando de cenários ou deixando uma cena para surgir em outra, entrevistas em planos americanos (diferente do primeiro plano do *hard news*), textos e artes mais profundos e elaborados:

O que torna uma reportagem especial é o tratamento muito mais primoroso, tanto de conteúdo quanto plástico. Ela nos permite aprofundar assuntos de interesse público, que podem estar retratados em uma única reportagem ou em uma série. (BRUNIERA; CARVALHO; DIAMANTE; UTSCH, 2010, p. 21).

No total, foram produzidos seis VTs em torno do tema principal: O que é a Geração Y; Seus hábitos de consumo; Relacionamentos amorosos; Como é a relação dos jovens com seus pais; Mercado de trabalho; e Comportamentos e desejos dos *Millenials*. Divididos em

trios (pauta, reportagem e edição), os alunos saíram a campo para produzir as reportagens especiais.

Com os VTs prontos foi a hora de pensar na apresentação. Queríamos um programa diferente do *hard news* e a professora propôs a retirada da bancada e a inclusão do debate ao vivo como o eixo narrativo do programa. No seu entorno iriam gravitar as entradas ao vivo, as reportagens, as entrevistas e os comentários sobre os internautas e notícias publicadas na internet.

Aproveitando a ideia da “quebra” do modelo tradicional de telejornalismo, os alunos puderam utilizar diferentes métodos para aprimorar o especial. Para Becker (2012) a diversidade presente no audiovisual para a *Web* é sua principal qualidade. “A qualidade pode estar simplesmente na diversidade, o que significa dizer que a melhor televisão seria aquela que abrisse oportunidades para o mais amplo leque de experiências diferenciadas.” (MACHADO apud BECKER, 2012, p.27).

No estúdio, dois alunos-apresentadores comandaram o especial. Com improvisos, brincadeiras ao vivo e textos chamativos procurou-se atrair o internauta para o programa. O drama, ou encenação, como prega Iluska Coutinho (2012) é um grande aliado do audiovisual para chamar a atenção do público. A partir da elaboração do roteiro do especial, os apresentadores tentaram, juntos, construir entradas ou comentários que valorizavam os componentes do programa. E, junto deles, outro apresentador de redes sociais trazia notícias recentes e atualizadas para enriquecer e alimentar o debate no programa. Enquanto isso, alunos-repórteres entravam ao vivo com notícias pertinentes ao tema e outros com pequenas entrevistas/perfil dos nossos entrevistados. Uma das principais diferenças no nosso programa é que os entrevistados tiveram dois tratamentos jornalísticos diferentes. O primeiro era fazer uma entrevista curta dando o perfil dele e as questões mais pertinentes da sua presença no estúdio. A outra era o debate ao longo do programa. Tivemos entrevistados com posicionamentos diferentes e muitas vezes antagônicos. A advogada Rubia Ferrão, por exemplo, fala aos jovens para tomarem cuidado com sua “vida digital” e equilibrarem com o mundo real, enquanto Mauro Berimbau questiona o limite da vida digital e debate se de fato há uma diferença entre o mundo virtual e real.

As entrevistas, inclusive, tiveram papel fundamental na compreensão mais abrangente sobre que é a Geração Y. Consideradas entrevistas temáticas por LAGE (2009), elas possuem aspectos importantes para a construção de conhecimento sobre determinado

assunto, já que utilizam de uma autoridade ou entrevistado que possua conhecimento suficiente para comentar e interpretar a notícia.

Além disso, tanto as entrevistas realizadas em estúdio, quanto as presentes nas reportagens, mostram diferentes opiniões acerca do tema, como já exemplificado acima. Cremilda Medina (1995) argumenta sobre a importância dessa prática para a democracia das informações:

A entrevista, nas suas diferentes aplicações, é uma técnica de interação social, de interpretação informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação. (MEDINA, 1995, p.8)

Para completar a interatividade presente no estúdio, o programa contou com transmissão simultânea em três redes sociais: *Facebook*, *Instagram* e *Periscope*, além do link espm.br/live. Nelas, o internauta podia acompanhar os bastidores do especial e envia perguntas para os especialistas e apresentadores. No *Periscope*, os bastidores do programa, com a chegada dos entrevistados e a preparação dos apresentadores e alunos, chegaram a ser acompanhados por mais de 30 pessoas. Na rede da faculdade, no link ao vivo, o programa foi exibido na íntegra, e nele, tivemos mais de 50 acessos.⁷

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto contou com três estágios de produção: antes da exibição, o programa em si, e a publicação do material no Portal de Jornalismo da ESPM-SP. Antes da exibição do ao vivo, foram feitas inserções nas redes sociais para atrair o público para a transmissão. No *Facebook* eram postadas chamadas para o programa e no *Instagram* se mostrava o processo de elaboração dos VTs e a finalização do roteiro.

O programa foi ao ar no dia 24/11/2015 e teve duração de pouco menos de uma hora e vinte minutos divididos em três blocos. Logo no início do programa, após a entrada inicial dos apresentadores, uma primeira reportagem explica o conceito da Geração Y. Ainda no primeiro bloco, que durou aproximadamente 25 minutos, o diretor acadêmico da ESPM-SP, Ismael Rocha, foi entrevistado pela aluna Juliana Naomi para mostrar como a

⁷ Programa disponível no Portal de Jornalismo da ESPM-SP no link: <http://jornalismosp.espm.br/videos/geracao-y-e-tema-espm-ar-especial>

instituição lida com os jovens da era da Internet e como ele, diretor da faculdade há 29 anos, lida com essa geração. Após quatro minutos de entrevista, a repórter Letícia Teixeira entra ao vivo com informações sobre música e entretenimento para os jovens e dá gancho para um próximo VT que traz informações sobre hábitos de consumo dos jovens.

Para completar esse assunto, os convidados Mauro Berimbau, Rúbia Ferrão e Ismael Rocha dão suas opiniões sobre os hábitos e fenômenos que rondam os *millenials*. Finalizando o primeiro bloco, uma coluna sobre moda e redes sociais conta como algumas pessoas conseguiram influência na *Web* a partir do mundo da moda. Maria Julia Silva conta sua experiência como blogueira para a aluna Juliana Cândido.

No segundo bloco do programa especial, o tema relacionamento amoroso e seus desdobramentos na internet ocupam aproximadamente 12 minutos do programa. Após o VT explicativo sobre relacionamentos entre os jovens, a aluna Marina Bianchi entrevista a advogada Rubia Ferrão que adverte os jovens sobre os perigos de alguns comportamentos na internet. Dentro desse bloco, Murillo Parolini, apresentador de redes sociais, traz informações da Web sobre casos de *sexting*, um fenômeno que surgiu também com a Geração Y. Os últimos oito minutos do bloco focam no relacionamento entre pais e filhos com a entrada da repórter Lydia Aguiar e de uma reportagem que conta alguns conflitos que surgem na família entre as diferentes gerações.

Para finalizar o programa ESPM no Ar-Especial Geração Y, o último bloco começa com a entrevista do coordenador do GameLab da ESPM-SP, Mauro Berimbau, que conta como funciona a indústria de *games*, tema de grande curiosidade dos jovens. Além disso, outras duas reportagens trazem questões abrangendo os desejos, sonhos de carreira e trabalho da Geração Y. Especialistas em carreiras, jovens estudantes e professores são alguns dos entrevistados nos VTs. Depois, com uma nova notícia trazida por Murillo Parolini, os convidados em estúdio Ismael Rocha e Mauro Berimbau contam curiosidades e dados que contemplam o mercado de trabalho e respondem à pergunta de uma internauta que tem curiosidade sobre o que o jovem tem de buscar para conseguir um bom trabalho.

Ao final, os últimos cinco minutos do programa contam com uma segunda participação da repórter Juliana Cândido, agora entrevistando um estudante praticante de uma nova modalidade esportiva entre os jovens, o *slackline*. O 3º e último bloco do programa dura 27 minutos e termina com agradecimentos e últimas mensagens dos convidados em estúdio.

Para completar o processo de produção, após a exibição do ao vivo, foram postados no site de jornalismo de faculdade as reportagens mostradas no especial e o programa na íntegra.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de ser a primeira vez que os alunos do 4º semestre de Jornalismo realizaram um programa especial, a produção do ESPM no Ar-Especial Geração Y se mostrou bem-sucedida em diversos aspectos.

Como uma produção voltada ao público jovem, o programa conseguiu se adaptar a uma linguagem mais leve do jornalismo audiovisual sem deixar de trazer informações importantes e pertinentes sobre o tema trazido pelos alunos. A utilização de diversos recursos e técnicas aprendidos em sala possibilitou aos estudantes produzir conteúdos esclarecedores e antes pouco explorados pela Geração Y, tanto pelos jovens produtores de conteúdo, os alunos, como os internautas que acompanharam a transmissão do programa pelo site da ESPM.

Outro aspecto bem-sucedido do programa foi a dinamização do tradicional telejornal *hard news*. Apesar de ter sido feito pela primeira vez pelos estudantes, conseguiu-se com o especial tornar a informação mais interativa e espontânea ao internauta. As entradas ao vivo dos repórteres, os comentários e entrevistas de convidados e a presença de um apresentador de redes sociais foram aspectos importantes na maior dinâmica que o programa conseguiu ao longo de seus três blocos.

Por fim, o programa ESPM no Ar-Especial Geração Y conseguiu cumprir sua função de ensino ao mostrar aos alunos envolvidos no projeto o processo que passa o jornalista que trabalha com audiovisual. Nos mostrou que a internet é um meio possível de diálogo com a sociedade e como podemos diferenciar e atrair a atenção do público alternando diferentes formatos.

Como jornalistas, os alunos entendem a necessidade de se produzir conteúdo claro e objetivo ao público. E, como jovens da Geração Y, eles percebem a necessidade de tornar a informação mais dinâmica, interativa e interessante. Alinhadas as duas percepções, ficou visível que é possível reinventar o jornalismo audiovisual na era da Internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana; MATEUS, Lara. **Pensando e Fazendo Jornalismo Audiovisual. A experiência do projeto TJUFRJ.** Rio de Janeiro: E-papers, 2012.

CARVALHO, Alexandre; DIAMANTE, Fábio; BRUNIERA, Sérgio Thiago; UTSCHE, Sérgio. **Reportagem na TV: Como fazer, como produzir, como editar.** São Paulo: Editora Contexto, 2010.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: O diálogo possível.** São Paulo: Editora Ática, 1995.

RENAULT, Letícia. **Webtelejornalismo.** Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

VIZEU JR., Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.