

Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Jornalismo

## Personagens de Brasília

*As histórias das pessoas que se (des) encontram nos principais pontos da cidade.*

**Aluno: Thiago Resende Borges**

**Matrícula: 08/41871**

**Orientadora: Maria Letícia Renault C. A. e Souza**

# Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>3</b>
<b>Palavras-chave.....</b>	<b>4</b>
<b>Justificativa.....</b>	<b>4</b>
<b>Objetivo.....</b>	<b>5</b>
<b>Procedimentos metodológicos.....</b>	<b>5</b>
<b>Cronograma.....</b>	<b>7</b>
<b>O jornalismo na televisão.....</b>	<b>8</b>
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>22</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>24</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>26</b>

## Introdução

A proposta deste trabalho é elaborar uma série de três reportagens para televisão com o objetivo de contar as histórias das pessoas que visitam os principais pontos turísticos do Distrito Federal: Torre de TV, Ponte Juscelino Kubitschek e Praça dos Três Poderes. Esses foram os locais de Brasília escolhidos para o esforço de reportagem: colher os depoimentos, impressões e sentimentos dos visitantes, sejam turistas ou moradores da região.

O objetivo deste trabalho de conclusão de curso é aprofundar o conhecimento prático em todo processo de produção de reportagens para televisão. O aluno atuou sozinho nas etapas de produção, reportagem, cinegrafia e edição. Dessa forma, o aluno procura atender a uma exigência do mercado de jornalismo que cada vez mais procura profissionais multimídia, capazes de trabalhar em todas as áreas da redação de telejornal.

As reportagens têm em média cinco minutos de duração cada uma. A idéia é que o aluno participe de todas as etapas de produção jornalística para televisão: produção, reportagem, redação do texto e edição final.

Os locais de reportagem foram escolhidos após uma pesquisa de campo feita pelo próprio aluno. Entre cinco opções, os três pontos são os mais movimentados ou ambientes mais propícios para a conversa, aproximação com o personagem e consequentemente a entrevista.

A série de reportagens mostra que é possível conhecer muito sobre a vida de uma pessoa em Brasília, contrariando os que defendem que a cidade é “fria”, sem esquinas e com pessoas fechadas para a conversa.

O material usado na série é resultado de um trabalho de quatro meses de gravações. Entre março e junho de 2011, o aluno percorreu os locais escolhidos à espera de encontrar e conhecer pessoas que contem parte de sua história de vida. Nenhuma entrevista de personagem que participou da série foi pré-marcada. As histórias surgiram ao acaso e têm em comum o lugar onde cada um estava na hora da reportagem.

# Palavras-Chave

Reportagem de televisão; Brasília; Torre; Ponte JK; Praça dos Três Poderes.

## Justificativa

A redação de um telejornal é composta por uma equipe dividida em diferentes funções totalmente dependentes entre si. Não há como desvincular o trabalho feito pela produção, pela reportagem, pela cinegrafia e pela edição. A reportagem veiculada na televisão é resultado do esforço de todos esses profissionais. Portanto, conhecer na prática todo o processo de produção de uma reportagem é fundamental.

A televisão foi escolhida como meio de comunicação para o trabalho por ser a forma de transmissão mais popular em termos de acesso e de alcance. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>1</sup>, 95,7% dos lares do país têm pelo menos um aparelho de televisão. Esse percentual é superior ao do rádio, do computador e da geladeira<sup>2</sup>.

Além disso, o tema escolhido para a série de reportagens está ligado às características do telejornalismo. A linguagem informativa em televisão é a mais acessível a todos os tipos de público. Ao longo da história, a televisão tornou-se um ponto de encontro das famílias e amigos no país. O surgimento de novos meios de comunicação, novas plataformas para assistir o conteúdo televisivo e a existência de mais de um aparelho de TV fizeram com que este tipo de comportamento da sociedade diminuísse. Mesmo assim, ele ainda está presente no dia-a-dia de muitos brasileiros.

---

<sup>1</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad – 2009).

<sup>2</sup> De acordo com dados da pesquisa, em 2009, 87,9% dos lares brasileiros tinham rádio e 34,7% tinham computador. A geladeira foi encontrada em 93,4% das residências.

## **Objetivo**

O objetivo deste trabalho de conclusão de curso é aprender de forma mais aprofundada como é fazer reportagem para televisão. Após estudar as características deste meio de comunicação, o aluno produziu sozinho a série de reportagens para televisão, exercendo as funções de cada etapa do processo de produção no telejornal.

Dessa forma, a pesquisa e as reportagens buscam prepará-lo para um mercado que exige cada vez mais um profissional multimídia, capaz de atuar em todas as áreas da redação. Entre as diversas funções necessárias para concluir este trabalho de telejornalismo, destaca-se a produção de imagens, material informativo essencial na televisão.

Outro ponto deste trabalho é a edição, crucial no jornalismo. Entre várias histórias colhidas, o aluno selecionou as mais interessantes. Assim o trabalho une a capacidade de investigação e reportagem cinematográfica realizado pelo mesmo repórter.

## **Procedimentos Metodológicos**

A primeira parte do projeto foi realizar uma pesquisa bibliográfica sobre o telejornalismo, sua linguagem e a reportagem no telejornal. Os textos proporcionaram embasamento teórico para a parte prática.

Com a pesquisa, o aluno procurou entender mais sobre o processo de surgimento da televisão especialmente no Brasil. A consolidação desse meio de comunicação como principal nas residências do país também foi estudado.

Outro ponto pesquisado foi a história do telejornalismo no Brasil, desde os tempos com estrutura precária para captura de imagens até os padrões atuais de transmissões ao vivo e conteúdo jornalístico 24 horas em um único canal.

A segunda parte do projeto refere-se à produção das três reportagens propostas. Essa etapa teve início no mês de janeiro e fevereiro, quando o aluno realizou duas

visitas em cinco pontos de Brasília tidos como opções para a realização da série. Entre eles, a Ermida Dom Bosco, o Catetinho, e os três escolhidos: Torre de TV, Praça dos Três Poderes e Ponte JK.

As visitas ocorreram para realizar a pré-produção, com o objetivo de avaliar a possibilidade de obter personagens interessantes nesses locais. A escolha foi baseada na distância, fluxo de pessoas e predisposição dessas pessoas em conversar e dar entrevistas.

Entre março e junho, o aluno foi a campo munido do equipamento básico utilizado por uma equipe de TV (câmera, microfone e tripé) para registrar imagens e as histórias de possíveis personagens. Ao todo foram 4 dias em cada lugar. Os dias de trabalho foram escolhidos aleatoriamente, mas cada reportagem teve filmagens nos finais de semana e em dias úteis.

Na segunda fase da reportagem, ao decupar o material gravado, o aluno priorizou os personagens mais envolventes, os que contaram coisas mais íntimas, informações que só passam após alguns minutos de conversa às vezes até mesmo com a câmera desligada.

Os personagens que compõem a série são pessoas comuns que estiveram em um lugar comum na cidade. As entrevistas não foram pré-marcadas. Todos entrevistados foram “encontrados” ao acaso e compartilharam seus anseios, sentimentos, impressões e segredos. O objetivo era contar uma particularidade da vida de cada um. Dessa forma, ao fim de cada reportagem, o público entenderia melhor que qualquer pessoa pode ter uma boa história pra contar.

Ao longo do todo o trabalho, foram gravadas quase nove horas, entre entrevistas, imagens dos personagens e imagens dos locais escolhidos. Para a primeira reportagem, a da Torre de TV, havia seis possíveis histórias. Desse total, três foram escolhidas. Durante a reportagem da Ponte JK, foram colhidas quatro histórias, mas apenas duas foram utilizadas. Já na Praça dos Três Poderes, seis pessoas gravaram depoimentos sobre suas vidas, sendo que quatro foram usados na reportagem. Portanto, o material foi finalizado com 16 histórias, sendo que uma história poderia ter mais de um personagem.

O método para me aproximar dos personagens foi bastante variável. O mais comum foi “puxar assunto” sobre algo que acontecia no momento da abordagem, por exemplo, a música que tocava na fonte da Torre de TV ou o forte sol do meio-dia na Praça dos Três Poderes.

Outro modo de começar a conversa com as pessoas foi sentar ao lado delas e, às vezes, fazer algumas imagens do local. Entretanto, tudo foi muito relativo. Conheci algumas pessoas mesmo pelo destino, por exemplo, subimos juntos no elevador da Torre, o que facilitou a aproximação.

Uma história curiosa é que houve casos em que os personagens fizeram o primeiro contato. Nesse caso, foi um homem aparentemente de 40 anos que começou a conversar sobre a câmera que eu usava. Mais tarde ele contou que é ajudante de pedreiro, mas trabalhava nos finais de semana como cinegrafista de festas. Há cerca de dois anos, perdeu parte da visão em um acidente com fogos de artifício e teve que abandonar a segunda carreira.

Em nenhum caso, eu abordei a pessoa já falando do meu projeto ou já pedindo para gravar uma entrevista. Entre os 16 personagens que gravei, eu não estava com o equipamento no momento da abordagem.

As entrevistas duraram, em média, 50 minutos, sendo que 20 minutos era a duração média da conversa antes da gravação e os outros 30 minutos com a câmera ligada.

# **Cronograma**

***01/03/11 a 30/03/11***

Aprofundamento do tema por meio da bibliografia e demais materiais relevantes para a reflexão acerca do projeto.

***01/04/11 a 20/05/11***

Reportagem externa e sonoras para a elaboração das reportagens.

Aprofundamento do tema por meio da bibliografia e demais materiais relevantes para a reflexão acerca do projeto.

***21/05/11a 15/06/10***

Produção escrita da monografia. Redação, edição, produção e gravação das matérias.

***15/06/11 a 30/6/11***

Últimos detalhes do projeto.

# O jornalismo na televisão

## 1. NOTÍCIA

No processo de seleção de informações e acontecimentos que podem virar notícias há certos critérios usados por cada veículo de comunicação para então determinar o que está dentro ou não da reportagem: jornal, revista, telejornal, programa de rádio, etc. Ou seja, é analisada a noticiabilidade de cada fato. Wolf (1994, p. 170) define o que é noticiabilidade:

corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, de um entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias.

Ao longo dos anos, a comunicação evoluiu e, com isso, o profissional da notícia passou a ser exigido mais ainda na análise da noticiabilidade dos fatos. Além disso, hoje o jornalista também deve saber quase que imediatamente qual a informação mais importante de cada notícia. Junior (2005) destaca que essa demanda pela capacidade de análise dos valores/notícia ocorreu em virtude da constante escassez de tempo e de meios no jornalismo. Segundo o autor, dessa forma, a edição torna-se algo mais amplo e presente em todas as etapas da notícia.

A notícia passa por um processo de produção como qualquer outra mercadoria, com uma característica bem importante: a informação é um bem público. Para Junior (2005, p. 90), o fato de a televisão ser um meio de comunicação quase que universal no país - a notícia veiculada em telejornais carrega ainda mais esse peso.

O telejornal como o meio mais simples, cômodo, econômico e acessível para conhecer e compreender tudo o que acontece na realidade e como se transforma a sociedade. A definição, aparentemente simples, esconde uma complexidade. O pressuposto é de que a informação televisiva seja um bem público.

O jornalista é o profissional que trabalha para divulgar informações, noticiar fatos, informar a sociedade. Mas, afinal, o que é notícia? Segundo Lage (1982), é relatar

os fatos a partir do acontecimento mais importante e do aspecto mais relevante. Lage (2008) também descreve notícia como um fato com elementos de ineditismo, intensidade e atualidade.

O autor ainda diferencia os termos notícia e informação jornalística. O primeiro é mais breve, pouco durável, pois prioriza a emergência do fato que gerou a notícia. Já a informação jornalística está mais ligada às relações entre diversos fatos, sendo assim mais extensa e mais completa.

Fontculerto (1993) define notícia de uma forma mais ampla. Para ele, a notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade. Além disso, ao serem analisadas, as notícias fornecem conhecimentos sobre o mundo de forma geral.

Esse conceito de representação da realidade é compartilhado por Alsina (1996), mas o autor avança na definição de notícia ao colocá-la como um produto institucional, resultado do trabalho de muitas vezes uma empresa. Alsina também atribui à notícia a forma de construir um mundo possível.

Traquina (1988) defende que as notícias registram as formas literárias e as narrativas utilizadas pelos jornalistas para organizar o acontecimento e os constrangimentos organizacionais que condicionam o processo de produção de notícias.

Notícia para Medina (1998) predominantemente carrega uma função dupla informar e distrair a sociedade diariamente. Os veículos de comunicação, ao tentarem atingir o público em geral, publicam diversos tipos de notícias. Por isso, notícia pode ser sobre emoções, serviços, política, economia, dentre outros assuntos.

Mas para dizer o que vai ser ou não notícia, o jornalista deve selecionar o excesso de informações que existe. Além disso deve-se ordenar, classificar e claro explicar o fato em um determinado tempo e/ou espaço.

O processo de produção da notícia, ou *newsmaking*, termo usado por Mauro Wolf, é estudado sob a óptica das práticas comunicativas que geram as formas textuais recebidas pelo público, seja, leitor, ouvinte ou telespectador. Na década de 50, David Manning White introduz o termo *gatekeeping*, o processo pelo qual as mensagens existentes passam por uma série de filtros até chegarem ao consumidor, e o *gatekeeper*, o jornalista que decide se a notícia será ou não veiculada.

Junior (2005, p.80) afirma que os estudos mais recentes sobre a produção de notícias estão mais focados nas condições dadas pelos *mass media* aos profissionais das empresas jornalísticas.

Essa perspectiva é diferente daquela que remete toda a deficiência da cobertura informativa exclusivamente para pressões externas, pois abre a possibilidade de captar o funcionamento da distorção inconsciente, vinculada ao exercício profissional, às rotinas de produção, bem como os valores partilhados e interiorizados sobre o modo de desempenhar a função de informar.

## **2. HISTÓRIA DA TELEVISÃO**

A televisão, considerada por muitos a invenção do século XX, teve seu processo de criação iniciado em 1880. Nesta data, o francês Maurice Le Blanc fez a primeira projeção de imagens. Já em 1935, o aparelho de televisão que temos hoje começa a ser formado. O russo Vladimir Zworykin inventa o inoscópio, um tubo a vácuo com uma tela de células fotoelétricas.

A primeira transmissão no mundo foi em 1936, pela rede BBC, da Inglaterra. E o acontecimento foi a coroação do Rei Jorge VI. Em 1939, a NBC, dos Estados Unidos, transmitiu a inauguração da Feira Mundial de Nova York.

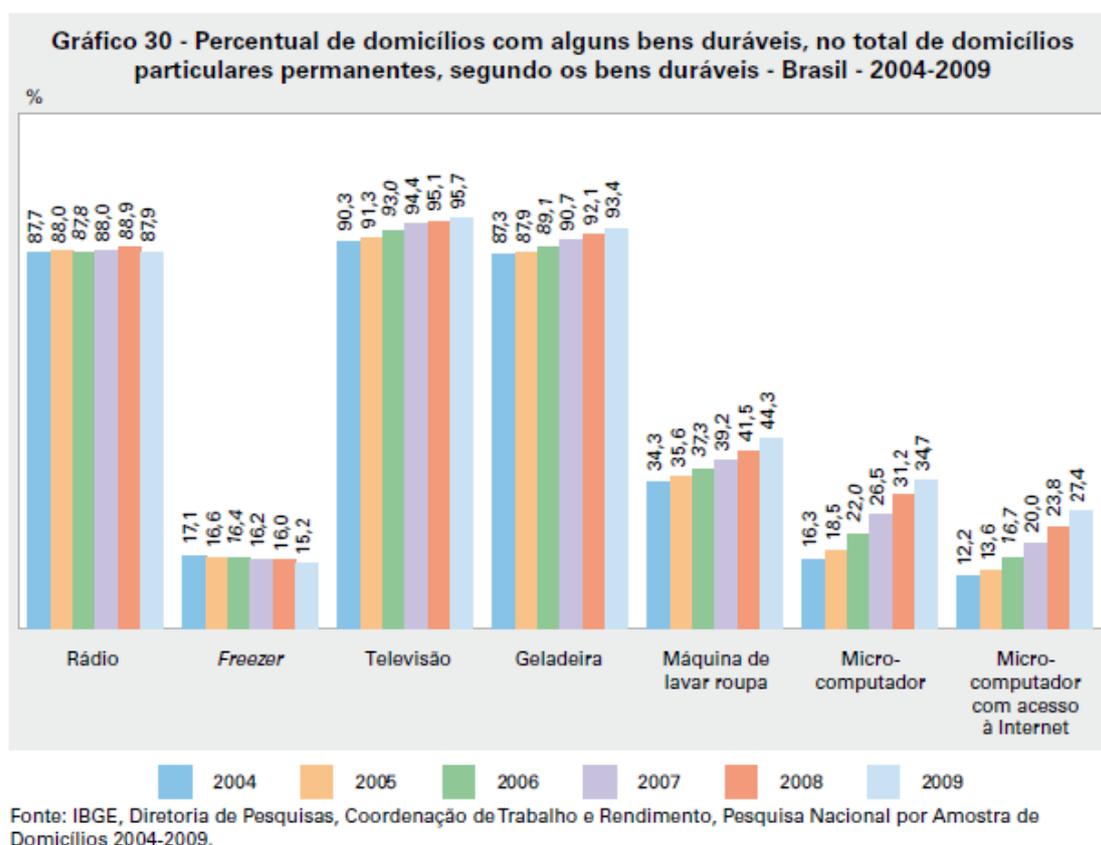
Entretanto, a televisão começa a se popularizar nos Estados Unidos e na Inglaterra apenas nos anos 50. No Brasil, esse processo ocorre cerca de uma década mais tarde.

A primeira transmissão no Brasil ocorre em 18 de setembro de 1950, quando é inaugurada a *TV Tupi* de São Paulo. Até o final da década, surgem apenas mais seis emissoras de TV no Brasil.

Em 1954, São Paulo e Rio de Janeiro tinham juntos 12 mil aparelhos. Quatro anos depois, em 1958, o número de televisores no país todo chegava a 78 mil. A televisão começa o seu processo de consolidação no Brasil só nos anos 60, ao incluir o mercado publicitário no meio de comunicação.

De acordo com os dados mais recentes do IBGE<sup>3</sup>, 95,7% das residências brasileiras possuem pelo menos um aparelho de televisão. Esse índice é superior ao registrado pelo estudo referente a eletrodomésticos, por exemplo. A geladeira está presente em 93,4% das casas, e filtro de água, em 51,4%. O fogão foi encontrado em 98,4% dos lares, é - portanto - um dos bens duráveis analisados com um percentual acima da televisão.

**TABELA 1**



A Tabela 1 comprova que a televisão é o meio de comunicação mais popular no país, em comparação com o rádio e a Internet. A diferença entre a presença deste aparelho nos lares brasileiros com o índice de do computador com acesso à Internet é de 68,3 pontos percentuais. O rádio apresentou uma queda no índice entre 2008 e 2009. O percentual de residências com o aparelho caiu de 88,9% para 87,9% neste período. Já o índice da televisão aumentou de 95,1%, em 2008, para 95,7% em 2009.

<sup>3</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad – 2009).

Por outro lado, ao analisar a taxa de crescimento dos itens da pesquisa entre 2004 e 2009, o microcomputador foi o que teve maior destaque, com aumento de 18,4 pontos percentuais. O percentual de domicílios com o aparelho aumentou de 16,3 para 34,7 nos seis anos. O microcomputador com acesso à Internet teve crescimento de 15,2 pontos percentuais no período e a máquina de lavar roupa, 10 pontos percentuais.

### 3. HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO

A primeira emissora de TV brasileira inaugurada em setembro de 1950 também fez a primeira transmissão de um telejornal no país no mesmo mês: o *Imagens do Dia*, na *TV Tupi*, localizada em São Paulo. Quase dois anos depois, em abril de 1952, a *Tupi* do Rio de Janeiro começa a exibir o jornal televisivo mais importante da década: o *Repórter Esso*.

Era o início do telejornalismo no país. Então é comum que a fase tenha sido marcada pela inexperiência dos profissionais e pela presença de equipamentos muito precários em relação aos de hoje. As notícias eram veiculadas sem imagens, geralmente de dentro do estúdio.

Trata-se de uma época em que o telejornalismo ainda não tinha sido posto na camisa de força do *time-code* (cronômetro), nem do compromisso com blocos comerciais. Não havia uma preocupação com o tamanho das reportagens. (RENAULT. 2004. p. 5)

Com a consolidação da TV nos anos 60 e a entrada de novas tecnologias como o videoteipe, o jornalismo televisivo ganha condições de produzir notícias diárias com imagens, que são as reportagens. Então começa no Brasil um novo padrão de se informar: através do vídeo.

Em 1962, a *TV Excelsior* passou a exibir o *Jornal da Vanguarda*. A *TV Bandeirantes* e o *Jornal da Band* entraram na programação da televisão brasileira em 1967. Nesta época, o telejornalismo ainda era local. O primeiro jornal a ser transmitido para todo o país foi, em setembro 1969, o *Jornal Nacional*, da *TV Globo*.

Menos de um ano depois, outro marco na história do telejornalismo brasileiro: o fim do *Repórter Esso*. Pouco depois, a *TV Tupi* criou o *Rede Nacional de Notícias*,

transmitido para várias capitais do país, mas o telejornal não alcançou o prestígio do extinto *Repórter Esso*. Logo em seguida, a *TV Bandeirantes* de São Paulo deu início ao jornal *Titulares da Notícia*, em 1970.

Na década de 80, as emissoras brasileiras começaram a criar programas jornalísticos com foco em entrevistas e debates. A *TV Tupi* apresentou o *Abertura*, exibido semanalmente, e a *TV Bandeirantes*, o *Canal Livre*.

A televisão por assinatura chegou ao Brasil em março de 1989. O marco inicial foi a transmissão do Canal + (Plus). Sete anos depois, em outubro de 1996, o canal Globo News foi inaugurado, o primeiro canal brasileiro de jornalismo 24 horas no ar. Em 2001, surgiu a Band News. E mais recentemente, em 2007, foi a vez da Record News.

Tourinho (2009, p.87) destacou que os canais exclusivamente jornalísticos foram responsáveis por uma revolução no modo de produção da notícia. Ao estudar especificamente o caso da Globo News, o autor atribui ao canal uma série de inovações no telejornalismo.

É interessante observar que boa parte destas inovações nasceu da necessidade de se criar uma nova televisão com um orçamento mais enxuto. Daí surgiu uma série de tecnologias que reduziu a necessidade de mão-de-obra na hora de se colocar a TV no ar.

Na parte tecnológica, o autor cita a evolução do teleprompter. O sistema foi aperfeiçoado e agora o próprio apresentador do telejornal comanda o equipamento. Dessa forma um tipo de profissional foi extinto. Na sua grade de programação, a Globo News criou vários programas para públicos segmentados. É o particular dentro do particular, o programa segmentado dentro de uma emissora por assinatura.

#### **4. A PRODUÇÃO DE UM TELEJORNAL**

A notícia em telejornais é mediada por repórteres e apresentadores que têm suas imagens veiculadas durante o noticiário. O telespectador, portanto, associa a imagem desses profissionais às reportagens e ao jornal como um todo. Entretanto, o

telejornalismo é produzido seguindo uma escala industrial, ou seja, com divisões de funções.

A matéria jornalística veiculada na televisão é fruto do trabalho de uma equipe que mesmo por traz das câmeras é tão responsável quanto o repórter pelo conteúdo produzido. O produto final que é transmitido na televisão é resultado de um trabalho dividido em três etapas principais: produção, reportagem e edição.

- Produção:

O produtor é aquele que coordena a preparação do telejornal dentro e fora do estúdio, é quem possui as fontes de informação, quem marca as pautas (BARBEIRO, 2002). Esse profissional também pode gravar entrevistas, que uma vez editadas são chamadas de “sonoras”, para auxiliar na finalização de uma reportagem.

- Reportagem:

A reportagem é a etapa de apuração, gravação de entrevistas e de imagens, além de sintetizar as informações coletadas em forma de texto. Segundo Medina (1998), o processo de surgimento da reportagem no Brasil teve início após a inauguração do rádio, em 1919, e o impacto da Primeira Guerra Mundial. A demanda por informações rápidas sobre o que acontecia no país e no mundo criou um público para o jornalismo até então inexistente. Nesse contexto, a figura do repórter passa a ser necessária para levantar novidades sobre os assuntos e informações “em cima da hora” por meio de agências de notícias, telegrama, telégrafo, etc.

O repórter é “a célula básica de todos os veículos de comunicação. É ele que vai às ruas atrás de notícia, testemunha e conta para o telespectador, ouvinte ou leitor” (PRADO, 1996, p. 27). Esse jornalista é responsável pela apuração da notícia e redigir a reportagem que depois será analisada pelo editor. De certa forma, o repórter é quem, na TV, será associado pelo público geral como o “dono” do conteúdo veiculado, por sua voz e imagem se tornar públicas na matéria.

O cinegrafista também chamado de repórter cinematográfico é responsável por gravar as entrevistas e imagens que serão usadas na reportagem. Em um telejornal, a função é de extrema importância. Não se pode perder nenhuma imagem. Em alguns casos, os cinegrafistas podem ir para a rua atrás de notícias mesmo sem repórter ou

produtor, pois uma imagem pode valer a matéria no telejornal. “É preciso que o repórter trabalhe grudado com o cinegrafista. O olhar da câmera tem de representar o olhar do cinegrafista, somado ao olhar do repórter. Só uma integração perfeita resulta num grande trabalho” (DUARTE, 2001, p. 93).

As reportagens em televisão possuem duas características vinculadas ao padrão usado pelas emissoras: a passagem e os personagens.

### 1. Passagem

É a apresentação do repórter no local do acontecimento. Esta parte também deve conter informações.

A passagem é utilizada como estratégia responsável pela ancoragem espaço-temporal da notícia na arena dos acontecimentos e no próprio telejornal, contribuindo, portanto, para a construção de um efeito de real (VALLE, 2007, p. 1).

Nos manuais de telejornalismo, a passagem também é citada como forma de cobrir uma informação que não se tem imagem. Dessa forma a reportagem se sustenta mesmo com um “buraco” de imagem no meio.

### 2. Personagens

Por ser um meio de comunicação presente na maioria das casas brasileiras, o jornalismo televisivo cumpre mais que em qualquer outra plataforma o dever de difundir a informação. Mas a mesma situação pode ser vista de outra forma: o telejornal só vai conseguir atingir a maior parte das casas possível se for produzido de modo que todos possam entender. É nesse momento que entra uma característica marcante no telejornalismo brasileiro: o personagem.

A principal função do uso de personagem em uma matéria é fazer com que o telespectador se identifique com a notícia e então tenha mais interesse pelo conteúdo veiculado.

A personificação é, portanto, essencial para a construção da narrativa da notícia, ficando o final da mensagem a cargo da direção jornalística, mas já impregnado de outro processo. São inúmeros os

exemplos de reportagens nas quais os personagens são pessoas comuns externando sentimentos ou vivendo experiências que compõem uma pauta a ser elaborada. (PEREIRA, 2008, p. 15)

Outra forma de atrair o telespectador é usar recursos visuais mesmo que durante a apresentação do telejornal. Seja a bancada, as imagens atrás dos âncoras ou as artes e gráficos usados durante a leitura de uma notícia na forma de *nota*, tudo é pensado para ter imagem.

A conquista da imagem já consagrada nas pinturas e nos filmes passa a fazer parte da composição dos cenários do telejornal, sempre objetivando prender o telespectador frente à TV. A aparição das informações, os cortes realizados, a seqüência dos fatos são importantes elementos de indução. (PEREIRA, 2008, p. 54)

- Edição:

O editor é quem vai finalizar a reportagem para o telejornal. Editar é transformar o material bruto captado pela equipe (repórter e cinegrafista) no produto final que irá ao ar. É retirar o excesso e corrigir os erros. “Neste momento são selecionadas as melhores respostas, passagens, imagens, enfim, o quê e em qual ordem será mostrado ao telespectador” (PRADO, 1996, p. 46). A função pode ser dividida em dois tipos de profissionais:

- editor de texto: jornalista que tem autonomia para montar/mudar a reportagem.

- editor de imagem: profissional que opera os equipamentos de seleção das imagens que serão usadas na matéria.

A etapa final, a de edição, é a que vai ditar o rumo da reportagem. Por isso, é objeto de estudo de muitos teóricos. Dependendo de como o VT é editado e que imagem é exibida no momento de um determinado *off*, o público vai tirar conclusões pelas “entrelinhas”. Pereira (2008, p. 56) destaca que “a preocupação com a edição deve ser algo fundamental. O corte das notícias influencia e compromete diretamente a recepção”.

## 5. TEXTO PARA TV

O jornalismo televisivo segue os mesmos princípios do jornalismo em geral. A reportagem deve começar com o fato mais novo, mais impactante. A apuração para uma matéria de jornal impresso, rádio ou televisão deve ser a mesma.

Para Kotsho (2007), a diferença entre os repórteres está na capacidade de transformar fatos comuns no dia-a-dia da cidade, do país e do mundo em matérias atraentes. Ele ainda destaca que os jornais diários possuem uma alta periodicidade e têm o desafio de conter sempre assuntos excepcionais.

O que muda em um telejornal é a necessidade de imagens para narrar as histórias.

Por causa dessa peculiaridade e por ser um meio de comunicação tão popular, muitos autores criaram manuais de texto para TV. Não um modo certo de fazer nem um errado. Nos manuais há dicas para melhorar o produto final que será consumido pelo público.

Uma reportagem de televisão obrigatoriamente tem que ter imagem. Em determinados casos, é a imagem que sustenta a pauta. Uma notícia pode até ser dada em um telejornal, na forma de *nota pelada* (sem imagem), por exemplo, mas ela não terá o mesmo impacto nem o mesmo tempo que uma informação que pode ser explicada com texto (narração) e imagem. Paternostro (2006, p.61) reforça esse diferencial no telejornal:

É preciso respeitar a força da informação visual e descobrir como associá-la à palavra, porque a informação na TV funciona a partir da relação texto / imagem.

A autora define ainda que “TV é impacto”. Isso porque poucos segundos de imagem podem ficar pra sempre nas recordações dos telespectadores. Embora o rádio e a Internet geralmente fornecem a informação antes dos jornais impressos e televisivos, a televisão é o meio de comunicação que se destaca por fornecer ao público a informação que os outros meios não conseguiram passar: a imagem.

Neste contexto, Paternostro (2006, p.72) destaca: “quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre as palavras. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção”.

A televisão é um meio de comunicação que funciona com base no tempo. O conteúdo veiculado é programado, de forma que as reportagens de TV têm um tamanho restrito para “entrarem” no jornal.

Escrever o noticiário de televisão é um desafio. Resumir uma história em vinte segundos é um desafio maior, e é um desafio que o redator vence quando a história é bem contada (CURADO, 2002, p 117).

Vale lembrar que os manuais de telejornalismo geralmente concordam em muitas dicas, mas – como os próprios autores afirmam – os livros são para instruir o repórter, não há a verdade absoluta.

Algumas recomendações mais comuns nos manuais de telejornalismo são:

- lembrar da informação visual: o que tiver na imagem não precisa repetir no texto. A informação também é vista.
- objetividade/clareza: o tempo pode ser economizado com textos mais simples e diretos, o que também facilita a compreensão do público.
- o texto é falado: frases devem soar bem, ser curtas e bem pontuadas.
- linguagem coloquial: o jornalista conta uma história. Então a informalidade é um aliado na reportagem, mas o profissional deve sempre levar em consideração as regras e a obediência gramatical.
- TV é popular: o alcance deste meio de comunicação é gigantesco. A programação da TV não distingue classe social ou econômica e deve ser entendida por todos.

Neste último tópico, acrescento ainda que os atuais padrões da TV permitem que os jornalistas saibam para quem estão passando a informação. O público de TV Aberta e Fechada possui características específicas. Os programas e os horários que são veiculados também podem distinguir os espectadores.

## 7. FUTURO DO JORNALISMO EM TV

Nas novas mídias, os usuários podem colaborar na produção de conteúdo, enviando vídeos, por exemplo, além de poderem acessar várias mídias, conteúdos ao mesmo tempo. Canais de televisão, estações de rádios e jornais podem ser assistidos, ouvidos ou lidos em uma plataforma diferente da tradicional. São as características conhecidas como portabilidade e interatividade.

Tourinho (2009) fez um estudo e projeções sobre como e em que o telejornalismo irá se transformar, agora com a entrada de novos atores no setor de comunicações. A Internet dá um poder sem precedentes ao usuário: a autoprogramação.

Para o autor, “o usuário não é mais mero expectador, tem maior autonomia para a escolha do que vai ver e da hora que vai assistir. Não há como uma emissora de televisão concorrer nestes aspectos”.

Além da Internet, as emissoras têm outras novidades para considerar na hora de pensar no futuro da programação: a TV Digital, a TV no celular e o crescimento da TV por assinatura nas classes C e D.

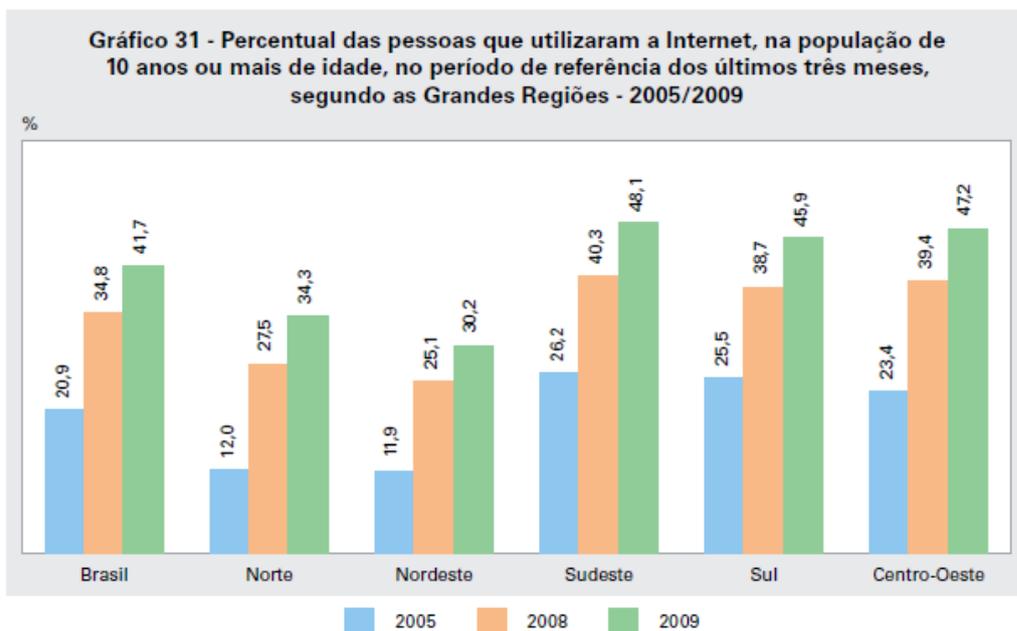
O acesso à Internet no Brasil saltou de 12% das casas brasileiras em 2002 para 23,3% em 2007 e 27,4% em 2009<sup>4</sup>. Já a quantidade de pessoas que tem acesso à Internet, por exemplo, em *lan houses*<sup>5</sup>, é maior. O percentual chega a 41,7% da população brasileira e varia de acordo com a região do país.

### TABELA 2

---

<sup>4</sup> IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2009.

<sup>5</sup> Empresas que oferecem como serviço o acesso à Internet. O usuário paga uma determinada taxa para usar do serviço por um determinado tempo.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2005/2009.

Em 2009, como ressaltado na **TABELA 1** deste trabalho, 96,3% dos lares brasileiros tinham pelo menos uma televisão em cores. Nesse mesmo ano, 72,8% das casas tinham pelo menos um morador com telefone móvel.

No caso da televisão, que é o foco deste trabalho, o jornalismo no meio de comunicação tradicional é apenas assistido em um espaço fixo e só pode acessar um conteúdo (canal / programa) por vez. Hoje as emissoras tentam unir a programação com outros meios, como Internet, onde disponibiliza parte do conteúdo produzido, além de ser um canal de comunicação com o público.

As quatro principais emissoras de TV Aberta do Brasil (Band, Globo, Record, SBT) publicam as reportagens veiculadas em todos ou nos mais relevantes telejornais de cada canal. E as três de TV por assinatura (Globo News, Band News, Record News) também possuem páginas na Internet atualizadas com os vídeos. O nível de convergência entre os telejornais e os portais varia em cada emissora. Globo, Band e SBT disponibilizam os vídeos em páginas específicas dos programas jornalísticos. Já a Record publica as reportagens no portal de notícias da empresa, o R7.

Entretanto, essa integração entre os meios de comunicação não é tão eficiente como a convergência existente nos novos padrões de tecnologia. Diante deste cenário, o jornalismo tem um desafio.

A questão é saber se é possível conciliar elementos aparentemente dispares como velocidade *versus* qualidade, programação *versus* autoprogramação, credibilidade *versus* jornalismo colaborativo, disseminação contínua *versus* prestígio da informação exclusiva, etc. (TOURINHO, 2009, p. 222).

Para o autor, a TV não deve virar a Internet, pois “as mídias se completam”. Outro ponto citado é que a queda na audiência das emissoras de TV aberta está mais relacionada à queda na qualidade do que com o desinteresse do público. A notícia dos telejornais deverá ser tão rápida e eficaz quanto, por exemplo, uma mensagem SMS<sup>6</sup> com imagem. De forma geral, o telejornalismo terá que utilizar diferentes plataformas e não somente a tela da TV.

---

<sup>6</sup> Termo em inglês que significa Serviço de Mensagens Curtas. É o serviço que a telefonia móvel oferece de enviar e receber mensagens por meio dos aparelhos celulares.

## Considerações Finais

O desafio de cumprir sozinho o trabalho realizado por uma equipe de reportagem foi maior do que eu pensava inicialmente. As principais dificuldades ocorriam no momento das entrevistas. Gravar as imagens, captar o áudio e apurar ao mesmo tempo demanda muito “jogo de cintura” do profissional. Na maioria das entrevistas, os personagens se movimentavam ao longo da conversa e, portanto, saíam do enquadramento<sup>7</sup>.

Uma das vantagens de ter me dedicado a esse projeto por quatro meses<sup>8</sup> é que algumas falhas técnicas cometidas no início foram evitadas mais ao final da produção das reportagens. Por exemplo, houve escassez de imagens dos primeiros personagens gravados. Em alguns casos, esse erro foi tão grave que as histórias tiveram que ser desconsideradas durante a etapa de seleção de personagens. Nas últimas entrevistas gravadas, essa falha foi corrigida. Portanto, o processo de produção das reportagens foi certamente um aprendizado dividido em etapas, seja de erros ou de acertos.

Os problemas técnicos descritos tiveram que ser resolvidos durante a fase de edição. Sem dúvidas, essa parte do processo de produção da série de reportagens foi o que mais exigiu trabalho. A leitura teórica sobre edição foi fundamental para finalizar o projeto contornando as dificuldades técnicas que surgiram. Uma das soluções encontradas foi usar apenas o áudio das entrevistas, enquanto se mostrava imagens do personagem ou de lugares que fazem referência ao assunto.

A série de reportagens resultado deste trabalho tem uma peculiaridade: a ausência de “passagem” do repórter. Essa decisão levou em consideração a essência da série que é contar histórias de personagens de Brasília. Portanto, o foco era nas pessoas que aparecem nas reportagens. Na minha avaliação, a aparição do repórter poderia quebrar o ritmo e lógica das matérias. A função do repórter nesse trabalho era capturar de cada pessoa uma boa história, mas quem deveria contá-las quase que por completo é o próprio personagem, que são pessoas comuns.

---

<sup>7</sup> Limites das imagens gravadas pela câmera.

<sup>8</sup> Período dedicado a produção das reportagens. Os meses de pré-produção não foram contados.

Ao atuar sozinho na produção das reportagens, eu pretendia, entre outras coisas, adquirir mais prática na produção de imagens. O projeto final me permitiu preencher uma lacuna na minha formação de jornalista. Os trabalhos realizados durante as disciplinas de Telejornalismo do currículo obrigatório da Faculdade de Jornalismo proporcionaram uma prática geral do processo de produção da reportagem. Percebi que poderia aproveitar a oportunidade do projeto final para me aprofundar em todas as etapas, principalmente na produção de imagens.

Esse projeto acrescenta a minha formação, pois consegui produzir um portfólio com uma série de reportagens de televisão. Apesar dos trabalhos realizados durante o curso de graduação e estágios, um produto como este, resultado de um trabalho de conclusão de curso, tem uma relevância maior. Além disso, este trabalho de conclusão de curso demonstra minha disposição de me tornar um profissional multimídia, capaz de atuar em diferentes áreas, seja um telejornal, uma redação web ou de um jornal on-line, credenciais exigidas pelo atual mercado de trabalho.

## Bibliografia

- ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. 1996
- BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- CURADO, Olga. **A Notícia na TV**. São Paulo. Editora Campus. 1 ed. 2002. 240 p.
- DUARTE, Neide. **Comunicação & Educação**, São Paulo, 2001.
- FONTCULERTA, Mar de. **La Notícia. Pistas para percibir el mundo**. Barcelona. Paiadós, 1993
- JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu Pereira. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 4. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005. 142 p.
- KORTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo. Ática. 2007.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis. Vozes. 1982
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Record. 2008.
- MEDINA, Cremilda. **Notícia, Um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. 2. ed. São paulo: Summis. 1988.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV - Manual de Telejornalismo**. 2 ed. 2006
- PEREIRA, Soraya Fonseca Pinheiro. **Jornalismo televisivo, mito e narrativa**. 2008. 123 f. Dissertação (mestrado) - Universidade de Brasília, Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, 2008.
- PRADO, Flavio. **Ponto eletrônico: Dicas para fazer telejornalismo com qualidade**. 2. ed. Sao Paulo: Publisher Brasil, 1996.
- RENAULT, Letícia. **O Esquema é notícia**. 2004
- TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir**. Vitória: Espaço Livros, 2009. 305 p.
- TRAQUINA, Nelson. **As notícias. Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens. 1988.
- TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega. 1993

VALLE, Flávio Pinto. **Reflexões sobre o papel da Passagem no Telejornalismo.**

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença. 1994

## **Anexos**

ANEXO A – Script – VT 1 - Torre de TV

ANEXO B – Script – VT 2 - Ponte JK

ANEXO A – Script – VT 3 - Praça dos Três Poderes