



## **Telejornal Comunica: parceria mercadológica e prática laboratorial dos estudantes de telejornalismo da UVV <sup>1</sup>**

Sanmy Moura SANTOS<sup>2</sup>  
Éricka de Almeida SILVA<sup>3</sup>  
Iohanna Moura VEIGA<sup>4</sup>  
Rayssa Miranda de LACERDA<sup>5</sup>  
Luina Têgo de PALACIOS<sup>6</sup>  
Francisca Selidonha Pereira da SILVA<sup>7</sup>  
Centro Universitário Vila Velha, Vila Velha, ES

### **INTRODUÇÃO**

Informar é uma necessidade do homem desde que começou a viver em sociedade. Suas expressões emitiam o que sentia, seus sons alertavam sobre alguma coisa e suas pinturas rupestres registravam o que fazia parte de seu cotidiano. Ao longo do tempo, o ser humano foi desenvolvendo técnicas e aparelhos de comunicação como a prensa, em 1455, e o telégrafo, durante o século XIX. Com a expansão da descoberta das ondas eletromagnéticas, começou-se a quebrar qualquer tipo de barreira e distância para a comunicação, e dentre o telefone, o cinema e o rádio, surge também a televisão.

A virada do século XIX foi um momento em que a sociedade vivia em função da velocidade e do dinamismo da informação, por conta da Revolução Industrial. Nessa época, o mundo vivia avanços tecnológicos e vontade de vencer barreiras, no tempo e no espaço, desejando uma comunicação mais veloz e eficaz. A televisão surge, então, cumprindo esse dinamismo pois que, além da fala, traz imagens, o que significa para as pessoas uma forma de documentação, que podemos chamar do “ver para crer”.

O Telejornalismo nasce como reflexo do que vivemos em sociedade e, no Brasil, isso fica em evidência a partir dos relatos históricos da televisão brasileira, que surge com características já predominantes. Apesar da presença dos “instrutores” americanos,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Programa laboratorial de telejornalismo (conjunto/série).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: sanmym@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: erickadealmeida@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: iohannamv@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: rah\_lacerda@hotmail.com.

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: lupepa@ig.com.br.

<sup>7</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: francisca@uvv.br.



contratados pelo barão da comunicação, Assis Chateaubriand<sup>8</sup>, que proporcionaram ensaios meticulosos para a primeira transmissão, nada adiantou. O brasileiro preferiu super valorizar a sua criatividade e engenhosidade com seu famoso “jeitinho”. Por mais que se tenha deixado de lado todo e qualquer planejamento, este foi um momento em que se mostrou, com orgulho, o futuro da televisão brasileira, em constante valorização da improvisação, espontaneidade e pouco caso pela prática, pela pesquisa científica e pela avaliação profissional.

Em decorrência do desenvolvimento dinâmico do telejornalismo, vários saltos foram dados. Com a criação da TV por assinatura, que se originou nos Estados Unidos, o telespectador não necessitava mais esperar pela programação desejada. O surgimento da CNN, canal 24H de notícias, marca o telejornalismo no mundo, saciando a necessidade daqueles que querem se manter informados a todo o instante. “As redes de canais por assinatura foram se aprimorando para se tornarem serviços segmentados de excelência para o assinante. A história da CNN – a primeira rede a cabo sw notícias 24 horas do mundo – mostra isso...” (PATERNOSTRO, 2007, p.40). No Brasil, o surgimento do canal 24H de notícias não foi diferente, e a Globo foi pioneira ao criar Globo News. Por mais inspirada que fosse na CNN, o telejornal brasileiro 24H teve todo o seu jeito brasileiro de fazer jornalismo, desta forma marcando as TVs por assinatura.

Uma vez que as características do telejornalismo brasileiro se firmaram de maneira forte e singular, percebe-se uma necessidade de dar continuidade à fórmula, e a partir desse embasamento foi criado e desenvolvido o laboratório experimental *Telejornal Comunica*, trazendo consigo, além dos aspectos já existentes, a inovação de fazer telejornalismo com estudantes de comunicação que possuem características autênticas, sem esquecer-se de como se produz o verdadeiro telejornalismo.

## **2 OBJETIVO**

O projeto laboratorial *Telejornal Comunica* objetiva realizar atividades práticas de telejornalismo em tempo real sob orientação da professora das disciplinas de Teorias e Práticas de Telejornalismo e de Laboratório de Telejornalismo. O *Telejornal Comunica*

---

<sup>8</sup> Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, mais conhecido como Chatô, foi o empresário brasileiro pioneiro da televisão no Brasil, pois trouxe os primeiros equipamentos e construiu estrutura de TV para o país. Antes mesmo já era dono dos Diários Associados, cadeia nacional de jornais e emissoras de rádio.



apresentou-se como experiência impar para o aluno de Jornalismo do Curso de Comunicação da UVV, uma vez que irão produzir e editar materiais a serem apresentados numa TV comercial em tempo real. Esta atividade possibilitou que os alunos de jornalismo aprofundem conhecimentos e aprendam a lidar com situações do cotidiano que não estão presentes na prática pedagógica.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Com um veículo de comunicação dinâmico como a televisão, e o trabalho telejornalístico, que tem capacidade de influência social e política na formação da opinião pública nacional, ainda nos deparamos com o ensino do telejornalismo dentro das faculdades de forma estática. Por isso, diz-se que o telejornalismo vive uma dualidade, pois dentro das salas de aula predomina uma cultura de teorias, enquanto o mercado exige a prática. O ensino do telejornalismo é um ponto emblemático, pois é uma disciplina responsável pela formação dos profissionais que irão trabalhar no principal veículo de informação da maioria da população brasileira.

O telejornalismo vive em constante evolução no seu formato tecnológico, conteúdo e na linguagem informacional. E é por estas razões que existe uma preocupação deste jornalismo dentro das academias de comunicação brasileiras. A prática do profissional da área televisiva é de grande importância para criar um “olhar” crítico diante da realidade do Brasil. Segundo o professor Sebastião Squirra, doutor em Telejornalismo:

“A mensagem telejornalística requer uma abordagem precisa e cuidadosa. No ensino de telejornalismo acredito que estes são os conhecimentos e valores que só se adquirem produzindo, avaliando, redirecionando, mudando posturas, voltando a produzir, numa infundável espiral que evidencia que a escola deve vivenciar o espírito que rege a vida prática das redações e centros de produção audiovisual.”  
(SQUIRRA in BRASIL, 2001.)

No entanto que o brasileiro desenvolveu seu trajeto próprio sobre o telejornalismo, essa precisa ser analisada especificamente sobre o seu ensino nas faculdades. Os grandes livros didáticos, escritos por profissionais competentes, de grande experiência, tendem a separar o telejornalismo em diversas etapas para o estudante de comunicação que necessita de referências para produzir matérias telejornalísticas. Mas, na tentativa dos manuais oferecerem informações adicionais e didáticas, eles perdem a natureza das características intrínsecas da mensagem escrita nos livros, pois “... se a televisão é um meio com



predominância imagética, o meio impresso limita sensivelmente o ensino de diversas áreas importantes do saber telejornalístico como a produção e edição de imagens, por exemplo.” (BRASIL, 2001.)

Os manuais, em sua grande maioria, apesar de técnicas, não são claras em suas exemplificações didático-pedagógicas. Uma vez que o docente, por mais experiente que seja, tende a se enfrentar grandes limitações no ensino superior contemporâneo, restrição aos livros didáticos. A cultura de valorização da teoria determina o predomínio do livro didático para todas as disciplinas, mesmo aquelas com características essencialmente dinâmicas e audiovisuais, como o telejornalismo.

Outro ponto a respeito do ensino do telejornalismo é a falta de material didático. Além da má utilização dos recursos multimídia, produzidos não especificadamente para fins didáticos, existem as “visitas guiadas” às redações em horários alternativos, que mais se assemelham às visitas de parques temáticos, e com uma visão superficial, já que nada acontece naquele horário. Tais não são de grande relevância para a qualidade do ensino de telejornalismo, pois não existe contato com o *time* telejornalístico, e é exatamente sobre isso que o autor do *Ensino de Telejornalismo* fala:

“A universidade e especificamente seus professores de telejornalismo são, em geral, sistematicamente criticados pelos primeiros responsáveis pela avaliação e treinamento *in house* dos futuros profissionais por inúmeros motivos, a destacar: a falta de laboratórios modernos com tecnologia de ponta e a defasagem dos professores quanto à realidade dinâmica predominante no mercado.” (BRASIL, 2001.)

É preciso reconhecer, humildemente, que o ensino de telejornalismo em nosso país, assim como talvez, todo o processo educacional, precisa conviver de forma mais próxima e dinâmica com os novos recursos tecnológicos como a multimídia, a própria televisão e as redes telemáticas como a internet. As universidades poderiam ser estimuladas a trabalharem com experimentações laboratoriais de nova fórmula para um telejornalismo mais criativo e não restrito a serem repetidoras das fórmulas existentes no mercado.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A metodologia prática do *Telejornal Comunica* foi ao encontro do que se pede no mercado telejornalístico e suas subdivisões. O primeiro passo, e um dos mais importantes na



produção de telejornais, é a pauta, ela exige riqueza em detalhes, pois colabora na reportagem de TV, aumentando, assim, a importância do planejamento. O pauteiro é aquele que, diante de tantos assuntos que rodeiam a sociedade, averigua o que há de relevante para se transformar em reportagem, e no projeto laboratorial, cerca de quinze alunos tiveram essa função. “A informação é um bem precioso e por meio dela as pessoas têm condições de desenvolver o espírito crítico e entender melhor a sociedade em que vivem.” (BARBEIRO, 2005, p.89).

Na pauta preocupa-se desde o encaminhamento do assunto da matéria até em sugerir imagens para o câmera e perguntas para o repórter. Durante a construção das pautas, o pauteiro necessita de uma série de buscas em agências de notícias, Internet, jornais, fax, revistas, assessorias, dentre outras fontes. A linguagem utilizada na pauta é precisa, informativa, sucinta, com lead e sublead, uma vez que serve como guia para o repórter. E ao decorrer do texto, o pauteiro deve sempre informar detalhes para não fazer com que o repórter perca tempo, como por exemplo, descrever o endereço incluindo pontos de referência sobre onde o entrevistado espera o repórter para fazer a entrevista.

O produtor funciona como elo entre jornalistas e técnicos, responsabilizando-se por boa parte das condições materiais e do conteúdo telejornalístico, e no *Telejornal Comunica*, cerca de quinze alunos trabalharam nessa área. “O produtor coordena a preparação do telejornal dentro e fora do estúdio, atento às condições necessárias para que o programa vá ao ar.” (BARBEIRO, 2005, p.92). Um dos requisitos mais cobrados pelo produtor do telejornal laboratorial foi sempre o maior contato com a fonte, pois a partir de uma conversa informal pode surgir notícias interessantes e então originar uma nova pauta ou derrubar aquela que estava pautada.

Antes da entrevista o produtor se mantém informado sobre onde serão feitas as gravações, aliás o espaço também contextualiza a informação. Na hora da entrevista, também fica a cargo do produtor observar no entrevistado o que ele está vestindo para alertar qualquer detalhe que estiver chamando mais atenção na matéria do que a notícia, anotar com cuidado o nome do entrevistado e passar para o responsável pelo gerador de caracteres.

No *Telejornal Comunica* quatro alunos ficaram responsáveis por serem repórteres, os quais se contextualizavam com a notícia, presenciando os eventos e entrevistando as personagens que se faziam presentes nos acontecimentos, como sugere a autora do livro *A notícia na TV*:



“A notícia revela como determinados fatos se passaram, identifica personagens, localiza geograficamente onde ocorrem ou ainda estão acontecendo, descreve as suas circunstâncias, e os situa, num contexto histórico para dar-lhes perspectivas e noção da sua amplitude e dos seus significados.” (CURADO, 2002, p.16).

O repórter tem como missão ser um líder fora da redação, e precisa reunir as informações, fazer entrevistas e aprontar o texto da reportagem, ou seja, dá o formato da matéria, apesar da regra geral da maioria das emissoras seja a divisão desse trabalho com o editor de texto. “Na função de repórter de vídeo estarão aqueles profissionais com características específicas de comunicabilidade, além daquelas inerentes ao bom jornalista.” (CURADO, 2002, p.47).

Um dos procedimentos básicos orientados pela professora foi o fato de o repórter, em todo local que for fazer reportagem, se contextualizar com a situação, unindo as informações da pauta com as apurações feitas no local do fato. Também é necessário conversar com o cinegrafista sobre as imagens que correspondem à matéria, pois não adianta ter informação sem imagem.

A linguagem utilizada na construção dos textos para serem gravados necessita uma atenção redobrada, pois “o público de televisão não está lendo a notícia, está ouvindo e vendo. O telespectador está olhando o apresentador, ou o repórter, ou o entrevistado e tentando apreender o que eles dizem” (CURADO, 2002, p.19). Além da coloquialidade, necessita-se de clareza, pois a televisão proporciona instantaneidade na compreensão do telespectador, não confundir quem a escuta e não leva o telespectador a parar por algum momento para refletir, tentando compreender o que acaba de ouvir. A informação precisa chegar sem nenhum ruído, sem despertar dúvidas, ela deve aparecer com o simples fato de informar sem finalidade lúdica ou jogo de palavras.

A precisão e imparcialidade são dois requisitos na construção do texto. Para ser preciso na construção da notícia é necessário identificar a origem da informação, estabelecendo a hierarquia dos dados e sua confiabilidade. “Precisão é mais do que ter os fatos corretos. A reportagem será, no conjunto, o espelho da verdade” (CURADO, 2002, p.21). Imparcialidade é conquista através da investigação dos fatos, por isso a diversificada busca pelas fontes como forma de esclarecer dúvidas a respeito do assunto, como forma de enfatizar variadas visões. O jornalista necessita confrontar todos os lados das questões para esclarecer os pontos obscuros e não para favorecer uma das partes.



O editor é aquele que tem como função organizar a oralidade das matérias gravadas e as imagens disponíveis para aquele contexto da notícia. O processo se inicia com a decupagem, e este foi a função ocupada por dois alunos no *Telejornal Comunica*. Os estudantes com a função de edição assistiam o que foi produzido, faziam as anotações e marcavam através do conta-giros do vídeo. Apesar da agilidade e rapidez, é de extrema necessidade a atenção ao material para que na edição as imagens estejam pré- definidas. Logo após a decupagem, traça-se o esquema de edição que, apesar de não existir uma receita única para montar uma reportagem, foram orientadas através dos guias didáticos e pela professora. “Editar é o trabalho de transformar o material bruto captado pelo repórter e pela equipe de ENG<sup>9</sup> no produto final que irá ao ar. È tirar o excesso, corrigir os erros e deixar o trabalho com visual limpo e correto.” (PRADO, 1996, p.43).

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto de laboratório experimental *Telejornal Comunica* é acima de tudo a vivência da realidade do processo de produção da notícia em televisão, além do contato com o mercado capixaba de comunicação. Orientado pela professora Luina Palacios, responsável pelas disciplinas acadêmicas Teorias e Práticas de Telejornalismo e Laboratório de Telejornalismo, o *Telejornal Comunica* foi a primeira aproximação dos alunos das disciplinas com o mercado de comunicação, e a primeira parceria do Centro Universitário Vila Velha com a entidade SINAPRO-ES<sup>10</sup>.

É de relevância ressaltar a necessidade de parceria entre as faculdades e empresas que desenvolvem telejornalismo, sendo essa uma forma de aproximar o estudante de comunicação da dinâmica de produção de notícias em televisão. A prática do laboratório visou proporcionar a maior proximidade com as práticas e as ferramentas exigidas pelo mercado, e é sobre esse ponto que o autor do artigo *O ensino do telejornalismo* fala:

“... não só não existem parcerias de ensino na forma de estágios supervisionados por professores ou estímulo ao acesso aos mesmos equipamentos profissionais utilizados pelas emissoras de televisão, reciclagem dos professores ou participação no processo seletivo de estagiários, mas o que existe é uma verdadeira cultura de desvalorização do ensino universitário, especificamente na área da comunicação social.” (BRASIL, 2001.)

---

<sup>9</sup>. Electronic News Gathering – na tradução para português significa Aquisição Eletrônica de Notícias, indica o uso de equipamentos leves e geralmente mais portáteis do que os utilizados em estúdio, para gravações externas na obtenção de notícias.

<sup>10</sup> SINAPRO-ES - Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo - foi fundado no dia 13 de maio de 1988.





Durante o laboratório foram feitas reuniões para definições de pautas dos programas, produção, pesquisa e preparação de relatórios, gravação de programas em estúdio, realização de reportagens externas, edição e pós-produção. Tudo sob a orientação profissional da professora. Por suas próprias características, o Projeto Laboratorial possui como gênero televisivo o telejornal, o qual produz visibilidade fundamental para o conceito de rede de televisão. “Os deveres do telejornal são: informar, educar, servir, interpretar, entreter”, segundo Gontijo Teodoro<sup>11</sup>. O formato adotado foi o de noticiário, que possui exigências padronizadas. Porém, pelo fato de o grupo estar em laboratório, sentiu-se a liberdade de se fugir da obviedade, de se arriscar em um telejornalismo mais criativo e reflexivo, não restrito a ser simplesmente repetição “empobrecida” das fórmulas existentes no mercado

O grupo teve o número estimado de quarenta alunos envolvidos na produção, apuração, realização e edição das matérias para a programação da TV, a participação de cinco técnicos orientadores e da professora orientadora. O tempo de preparação de estudo, pesquisa e preparação do material foi de um mês, além dos três dias de evento, atuando com o trabalho telejornalístico em tempo real.

O material do Telejornal Comunica foi transmitido pelo circuito interno da Comunica 2009 aos telespectadores da TV Capixaba, afiliada da Band. Estima-se que dentre, 500 mil pessoas em todo o Estado, entre adolescentes, adultos e idosos, 35 mil pessoas sejam assinantes da NET e, como a audiência é contada por casa de quatro pessoas, ao multiplicarmos, teríamos uma estimativa de audiência por volta de 140 mil telespectadores<sup>12</sup>.

Dentre todos os estudos feitos pelos alunos ao decorrer da preparação do material para o telejornal, o pronto primordial foi sobre a complexidade da estrutura da notícia na televisão. A exigência do telejornalismo entre o tempo e a prática escrita é velocidade e a necessidade de saber o que deve ser dito já que os fatos podem ser vistos. O Telejornal Comunica teve como dinâmica a presença das seguintes estruturas: cabeça de repórter, *off's*, passagem e entrevista.

---

<sup>11</sup> Gontijo Teodoro foi pioneiro do telejornalismo no Brasil: diretor do Departamento de Telejornalismo da TV Tupi do Rio de Janeiro, titular do “Repórter Esso” (TV), locutor dos noticiários da REDE TUPI DE TELEVISÃO, fundou e dirigiu os jornais RTV, Jornal dos Espetáculos, Boas Notícias e a Revista da Televisão. .

<sup>12</sup> Todos os dados estimados de audiência foram oferecidos por Gilvan Rodrigues Gonçalves, gerente técnico do Canal Universitário. .





O texto telejornalístico vai além da prática escrita, pois é preciso escrever algo para ser ouvido, o texto para ser falado, com palavras que prendam a atenção do telespectador. Temos também que harmonizar todas as estruturas com a informação visual, o imediatismo, a instantaneidade, o alcance, envolvimento, a superficialidade e a audiência, pois há uma preocupação estética ao construir os materiais. “Um texto com palavras bem escolhidas, frases estruturadas, ritmo, emoção, com estrutura simples, sem rebuscamento, com harmonia, nuances, clareza; um texto inteligente, rico, bonito, informativo, escrito com a cabeça e com o coração” (PATERNOSTRO, 2007, p.74)

## 6 CONSIDERAÇÕES

O ensino telejornalístico necessita quebrar as barreiras das salas de aula, os alunos da disciplina de telejornalismo necessitam sentir o *time* do mercado de trabalho, o que não é transmitido quando simplesmente lêem-se livros didáticos. Ir além das páginas dos manuais sobre telejornalismo, faz com que os estudantes de comunicação se preparem para a prática do telejornalístico conhecendo de perto as exigências do mercado, fazendo-o que se sintam mais preparado quando sair da faculdade.

O *Telejornal Comunica* é um dos primeiros exemplos de parceria de uma entidade de comunicação social com o ensino telejornalístico do Centro Universitário Vila Velha, proporcionando para os alunos das disciplinas de Teorias e Práticas de Telejornalismo e Laboratório de Telejornalismo a dinâmica real do mercado telejornalístico capixaba. A participação ativa de uma professora orientando os alunos é de importância primordial para o melhor aprendizado. O professor orientador é a referência, é o apoio que se busca nos momentos de dúvida quando não conseguimos identificar o erro e nem como podemos corrigi-lo. Toda essa sucessão de novas idéias, como fórmula para o ensino de telejornalismo, pode ser percebida quando citamos Antônio Brasil:

“Experimentação de novas técnicas de ensino para disciplinas consideradas essencialmente "práticas" não se coaduna jamais com a restrição criativa e o imobilismo institucional de caráter tímido e conservador. Ensinar telejornalismo deveria ser tão dinâmico, criativo e inovador como o próprio meio. Mas tentar ensinar Telejornalismo somente com as idéias e os recursos dos saberes humanísticos existentes é condenar o ensino a ser insatisfatório e frustrante, tanto para o aluno quanto para o professor e ainda mais limitado, para o futuro empregador.” (BRASIL, 2001.)



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, A. **O ensino de Telejornalismo**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/da070320014.htm>>. Acesso em: 27 abr. 2010.

LAGE, N. **Linguagem Jornalística**. 6.ed. São Paulo, Editora Ática, 1998.

LAGE, N. **Estrutura da Notícia**. 4 ed. São Paulo, Editora Ática, 1998.

PATERNOSTRO, V. I. **O texto na TV: Manual de telejornalismo**. 2 ed. Rio de Janeiro, Ed. Campus, 2007.

SOUZA, J. C. A. de. **Gênero e formatos na televisão brasileira**. São Paulo, Summus Editorial, 2004.

CURADO, O. **A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo. Ed. Alegro, 2002

PRADO, F. **Ponto Eletrônico: dicas para fazer telejornalismo com qualidade**. 2 ed. São Paulo, Publisher Brasil, 1996.

BARBEIRO, H. **Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV**. 2 ed. Rio de Janeiro, Ed. Campus, 2005.