



Reportagem: Feira do Livro de Santiago¹

Marlon ORTIZ²

Camila SCHMITT³

Rafaela THEVENET⁴

Roberta ROOS⁵

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

Reportagem produzida pelos acadêmicos do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, sobre a 12ª Feira do Livro de Santiago. O trabalho faz parte da segunda edição do telejornal da instituição, o “Unipampa Notícias”. A reportagem mostra a expectativa dos alunos das escolas no município, as atrações da feira ao longo dos quatro dias de evento, como sessões de autógrafo, lançamento de obras, palestras e oficinas recreativas e a importância da Feira no incentivo ao hábito da leitura.

PALAVRAS-CHAVE: reportagem; telejornalismo; feira; livros.

INTRODUÇÃO

Tradicional e maior da região, a Feira do Livro de Santiago chegou à sua 12ª edição, contando com lançamento de 24 obras, palestra do escritor e rapper Gabriel o Pensador, oficinas e teve como patrono Jayme Camargo Piva. Com público de 14 mil pessoas, a Feira tornou-se um grandioso incentivo à leitura, vendendo mais de 13.600 livros só nesta última edição. Fazer o registro histórico deste evento, seja por meio impresso, digital ou audiovisual é contribuir no crescimento da feira.

2 OBJETIVO

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Agência Jr de Jornalismo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, email: matrior@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, email: camilafschmitt@hotmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, email: rafathevenet@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, email: robertathier@unipampa.edu.br.



Aplicar os conhecimentos teóricos obtidos ao longo das disciplinas de telejornalismo, bem como a divulgação da Feira do Livro de Santiago e de seu trabalho na busca pelo crescimento no número de leitores, projeto realizado a mais de uma década com resultados visíveis na consciência da população santiaguense. Divulgar semelhante trabalho coaduna-se a intenção da feira, de tornar o acesso às obras literárias mais fácil a todos.

3 JUSTIFICATIVA

Costuma-se definir acontecimento como um fato que causa sensação, um caso notável. Não se julga essa definição apropriada, porque ela condiciona a existência do acontecimento a algo que o difere do comum, contendo traços de heroísmo, instabilidade, metamorfose. Acredita-se que os acontecimentos, comuns ou incomuns, são fatos que receberam um tratamento discursivo. (EMERIM, 2004, p. 45).

Com uma média anual de 1,8 livros lidos (menos da metade do que se lê na Europa ou EUA) e apenas 5,2 horas semanais gastas com a leitura⁶, o Brasil está muito mal posicionado no ranking mundial de leitores. Sendo imprescindíveis todas as medidas de incentivo à leitura em nosso país. A Feira do Livro de Santiago desponta como riquíssima oportunidade no contato entre autores, leitores e obras. Nesse âmbito, torna-se fundamental o apoio das grandes mídias aos eventos que estimulam o hábito de ler, tendo na televisão o seu maior veículo.

O poder de formação de conceitos que a televisão possui é comprovado pelos muitos estudos da área e consta em muitos livros, como na obra *Profissão: Jornalista de TV*, de Regina Villela:

A tecnologia da comunicação ampliou a possibilidade do conhecimento humano promovendo o acesso simultâneo aos acontecimentos globais, mas também contribuiu para o empobrecimento das raízes socioculturais, interferindo na opinião, valores e hábitos de muitos grupos. E ainda se mostrou incapaz de impedir a ampliação do fosso socioeconômico entre ricos e pobres em nosso ‘mundo, vasto mundo’. A televisão teve grande participação neste período. Através das imagens da TV assistimos mudanças comportamentais, alterações climáticas, agressões ambientais, marginalização, enriquecimento e celebração instantânea, cidadania e aviltamento de direitos humanos, guerra, paz, vitórias e derrotas. (VILLELA, 2008, p. 10)

⁶ Dados publicados pela revista britânica “The Economist” em março de 2006.



A capacidade persuasiva da televisão, aliada a iniciativa da Feira do Livro de Santiago, rendem grandes frutos no crescimento do número de leitores e gosto pelas obras literárias, tornando-se importante este apoio.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Visando a qualidade do áudio e a agilidade na atuação do repórter, utilizou-se o microfone de mão, como indica Cárilda Emerim:

Para a captação do som utilizam-se, comumente, dois tipos de microfones: de mão e de lapela. O microfone de mão é utilizado na maioria das reportagens de rua, pois ele proporciona uma maior agilidade ao repórter. (EMERIM, 2008, p. 18).

De acordo com a tipologia de Nilson Lage, citada por Cruz Neto (2008), as entrevistas realizadas podem ser classificadas, segundo as circunstâncias da realização, em:

- **Entrevista ocasional:** realizada sem marcação prévia. Utilizada quando se quer saber a opinião da população sobre um determinado assunto;
- **Entrevista dialogal:** entrevista agendada previamente, onde o entrevistador e o entrevistado reúnem-se em um local específico, com um aprofundamento das questões abordadas.

De acordo com os objetivos das entrevistas, ainda seguindo a tipologia de Lage, podemos classifica-las em:

- **Entrevista ritual:** onde a presença do entrevistado é mais relevante que sua fala;
- **Entrevista em profundidade:** em cujo objetivo é a figura do entrevistado, sua vida e atividade que desenvolve;
- **Entrevista temática:** na qual o entrevistado fala de um tema do seu conhecimento;
- **Entrevista testemunhal:** relato do entrevistado sobre algo de que participou ou viu.

Sobre o tratamento e produção do texto, usou-se de clareza, coerência e brevidade, buscando uma narrativa linear e agradável, como sugere Cruz Neto, destacando o *Manual de redação da Folha de S. Paulo*:

Deve ser um texto claro e direto. Deve desenvolver-se por meio de encadeamentos lógicos. Deve ser exato e conciso. Deve estar redigido em nível intermediário, ou seja, utilizar-se das formas mais simples admitidas



pela norma culta da língua. Convém que os parágrafos e frases sejam curtos e que cada frase contenha uma só ideia. Verbos e substantivos fortalecem o texto jornalístico, mas adjetivos e advérbios, sobretudo se usados com frequência, tendem a piorá-lo. (CRUZ NETO, 2008, p. 48).

A cabeça da reportagem, segundo a classificação de Cruz Neto (2008), foi uma passagem para dar gancho à sonora de um entrevistado.

Não menos importante, destaca a postura da repórter e sua preparação prévia. Cárilda Emerim, citando Nilson Lage (2001) ressalta que:

...é na postura e na conduta do entrevistador, jornalista por formação, que reside a essência da entrevista. Defende a posição de que a ética, a informação e o profissionalismo devem prevalecer sobre a espetacularização. (EMERIM, 2008, p. 20).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto final é uma reportagem de três minutos e quarenta e sete segundos, que aborda os principais fatos da 12ª Feira do Livro de Santiago, realizada nos dias 18, 19, 20 e 21 de novembro de 2010. Com variadas atrações e mais de uma dezena de livrarias e expositores, a feira já é tradicional no estado, sendo a maior da região.

Ao longo de três semanas, fez-se os primeiros contatos com a equipe de organização do evento, agendando-se entrevistas, levantando informações e programando a gravação dos materiais. Destaca-se aqui a importância das entrevistas, como afirma Cárilda Emerim:

Contudo, as entrevistas, sejam elas de qualquer gênero, subgênero ou formato, mantém uma certa ordem interna de ocorrência. Assim do ponto de vista da estrutura, uma entrevista é, antes de mais nada, um processo comunicativo. (EMERIM, 2008, p. 22).

As entrevistas compreendem os diversos públicos da feira: organização, alunos de escolas, escritores, coordenadores de oficinas, palestrantes e público geral. Como lembra Carla Mühlhaus, não há trabalho jornalístico sem entrevistas:

Não há jornalismo sem entrevista. A afirmação pode parecer radical numa primeira leitura e até mesmo na segunda, mas o fato é que na raiz da reportagem está, inegavelmente, a milenar arte de fazer perguntas. (MÜHLHAUS, 2007, p. 15).

A cobertura compreendeu os dias do evento, abrangendo as entrevistas, a captação de imagens do público e das atividades. Para isso, utilizou-se o equipamento básico de reportagem em TV:

Atualmente, os materiais técnicos básicos necessários são: a câmera, que já faz a gravação da imagem e do áudio, o microfone, que pode ser conectado à câmera, e as fitas utilizadas na gravação. Mas, outros equipamentos são levados também, como o rebatedor, que serve para dar uma iluminação adequada à cena; o cabo de luz, usado para ser ligado à tomada e também dar melhor iluminação em ambientes fechados. (CRUZ NETO, 2008, p. 39).

No processo de produção, a atenção da equipe, bem como seu entrosamento foram cruciais para a realização do processo, como salienta Cruz Neto:

O repórter deve estar sempre ao lado do cinegrafista acompanhando a captura de imagens. Como diz o experiente repórter Maurício Kubrusly, “o cinegrafista é o olho do repórter”. E, sempre que necessitar de uma imagem, ele deve pedir ao cinegrafista. Já o cinegrafista, sempre que filmar algo que o repórter não percebeu, deve avisá-lo para que ele faça um texto correspondente e a imagem seja aproveitada. (CRUZ NETO, 2008, p. 41).

A estrutura da reportagem é: **OFF + Sonora + OFF + Sonora + OFF + Sobe-som + OFF + Sonora + Sonora + OFF + Sonora + Sonora + Passagem + Sonora + OFF + Sobe-som + OFF + Sobe-som.**

Com relação ao tempo da reportagem, a tipologia de Cruz Neto trata a presente como Factual:

Factuais: também chamadas de quentes – são as matérias que devem entrar no telejornal no mesmo dia em que são realizadas; caso contrário ficam velhas, ou seja, não podem ser mais usadas porque o momento de exibir a matéria já passou. (CRUZ NETO, 2008, p. 57).

Seguindo as tipologias de Cruz Neto, quanto aos objetivos, a reportagem em questão figura como de Entretenimento:

Entretenimento: são matérias, geralmente, culturais ou comportamentais que têm o objetivo de divertir o telespectador e, por serem mais amenas, são usadas para encerrar o telejornal em um clima mais leve. (CRUZ NETO, 2008, p. 59).

Em relação ao conteúdo, Cruz Neto (2008) classifica esse tipo de conteúdo como Cultural: “São matérias que se referem à produção de cultura de diversos segmentos. As mais comuns relacionam-se com as artes plásticas, música e teatro.”

De acordo com a classificação de sonoras elencada por Cruz Neto, temos, na reportagem produzida, quatro tipos:

Sonora explicativa: como o próprio nome diz, explica algo em relação ao *off* que foi dito anteriormente. [...] **Sonora opinativa:** são as opiniões das pessoas sobre determinados assuntos. [...] **Sonora complementar:** complementa o *off* que, geralmente, termina sem concluir a frase e a sonora se integra ao *off* como se fosse parte dele. [...] **Sonora comprobatória:** esse



tipo de sonora serve para comprovar o que foi dito no *off*. (CRUZ NETO, 2008, p. 88 - 90).

6 CONSIDERAÇÕES

Em tempos onde a disputa por notícias torna o mercado jornalístico um verdadeiro campo de batalha, manter a ética da profissão tem sido tarefa esquecida por muitos de nossos colegas. É preciso trabalhar de uma forma nova, atrativa, interessante, sem esquecer-se da função básica de nossa tarefa: levar a informação ao público; mas essa informação deve ser, antes de tudo, calcada nos valores éticos do jornalismo, ser verdadeira. Nas palavras de Cárilda Emerim:

Noticiar é tornar público, é publicizar; portanto, a notícia traz, desde sempre, esse traço de divulgação pública. Uma das funções do noticiar é trazer o acontecimento para perto do destinatário da informação; por isso, a construção discursiva da notícia deve recorrer a estratégias que produzam efeitos de constatação; a notícia deve ser axiomática, ou seja, ter valor de verdade. (EMERIM, 2004, p. 46).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CRUZ NETO, João Elias da. **Reportagem de televisão: como produzir, executar e editar**. Petrópolis: Vozes, 2008.

EMERIM, Cárilda. **Produção televisiva: as diferentes funções estratégicas da entrevista na configuração discursiva da notícia**. São Leopoldo: PPGCOM Unisinos, 2004.

EMERIM, Cárilda. **A produção da entrevista na tevê**. In: ANIMUS – Revista Interamericana de Comunicação Midiática. Santa Maria: NedMídia, 2008.

MÜHLHAUS, Carla. **Por trás da entrevista**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

VILLELA, Regina. **Profissão: Jornalista de TV – Telejornalismo aplicado na era digital**. Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2008.