



**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
“JORNALISTA ROBERTO MARINHO”  
DE PRESIDENTE PRUDENTE**

**TELEJOVEM: *WEBJORNAL* AUDIOVISUAL INTERATIVO  
NA *TV FACOPP ONLINE***

**CARLOS EDUARDO COLLA MARANHO  
DANIELA CRISTINA SILVEIRA  
ELAINE SOARES PEREIRA  
MATHEUS TEIXEIRA**

**TELEJOVEM: *WEBJORNAL* AUDIOVISUAL INTERATIVO  
NA TV FACOPP ONLINE**

**CARLOS EDUARDO COLLA MARANHO**  
**DANIELA CRISTINA SILVEIRA**  
**ELAINE SOARES PEREIRA**  
**MATHEUS TEIXEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade de  
Comunicação Social “Jornalista Roberto  
Marinho” de Presidente Prudente,  
habilitação em Jornalismo, como requisito  
parcial para sua conclusão.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Especialista Thaisa  
Sallum Bacco.

302.2 TeleJovem: *webjornal* audiovisual interativo na *TV Facopp Online* / MARANHO, Carlos Eduardo Colla [et al.], -- Presidente Prudente: Unoeste, 2009.

348 folhas; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Oeste Paulista – Unoeste: Presidente Prudente-SP, 2009.

Bibliografia.

1. Telejornal online. 2. *TV Facopp Online*. 3. Jovem. 4. Interatividade. I. Maranhão, Carlos Eduardo Colla. II. Silveira, Daniela Cristina. III. Pereira, Elaine Soares. IV. Teixeira, Matheus. V. TeleJovem: *webjornal* audiovisual interativo na *TV Facopp Online*.

**CARLOS EDUARDO COLLA MARANHO  
DANIELA CRISTINA SILVEIRA  
ELAINE SOARES PEREIRA  
MATHEUS TEIXEIRA**

**TELEJOVEM: *WEBJOURNAL* AUDIOVISUAL INTERATIVO  
NA *TV FACOPP ONLINE***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, habilitação em Jornalismo, como requisito parcial para sua conclusão.

Presidente Prudente, 15 de dezembro de 2009.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Especialista Thaisa Sallum Bacco

---

Prof<sup>a</sup>. Especialista Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo

---

Prof. João Paulo Batista Bezerra

---

Prof. Especialista Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior (Presidente da Banca)

## DEDICATÓRIA

*É mais do que necessário dedicar este estudo aos **jovens**. A motivação para a origem do presente trabalho foram eles, que nos permitiram executá-lo com todo o empenho. Ademais, é oportuno dizer que a juventude é capaz de modificar o mundo. Basta começar. Então: jovens, transformadores da história, uni-vos! E boa leitura...*

## AGRADECIMENTOS

*Deus: o merecedor dos maiores agradecimentos. Sem a Força d'Ele, jamais teríamos começado.*

*Mais do que obrigado à nossa família, que tanto amamos, especialmente às nossas mães (**Elisabete Moreira Pereira, Laura Colla Maranhão, Maria Auxiliadora Bravo Teixeira e Maria Tereza Barreiro**) e aos nossos pais (**Carlos Alberto Maranhão, Nicanor Silveira, Oscar Soares Pereira e Sergio Luiz Teixeira**), que nos apoiaram incondicionalmente, ainda que não compreendessem bem as dificuldades enfrentadas.*

*Obrigadíssimo à nossa orientadora e jornalista-espelho **Thaís Sallum Bacco**, fonte riquíssima de sabedoria e carinho conosco.*

*Obrigado à nossa coordenadora de Jornalismo, **Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo**, pela ajuda em todos os momentos.*

*Obrigado a todos os **webespectadores, entrevistados e fontes** do TeleJovem.*

*Obrigado à Jakeline Queiroz Ortega, bibliotecária de referência, pela ajuda inenarrável.*

*Obrigado aos nossos colaboradores: professores **Josué Pantaleão da Silva e Rodrigo Cavalcante Pinheiro**, alunos do segundo termo de **Produção Fonográfica da Unoeste (2009)**, **Eduardo Henrique Rizo, Gercimar Francisco Gomes da Silva, Irio Miola, Jorge Aparecido da Silva Souza, Luciano Oliveira Miguel, José Edivaldo Silva, Maria Edivani de Moraes Oliveira, Marivaldo José Pereira, Vanessa Vilche**, setor de transporte da Unoeste e às equipes da **TV Facopp Online** e da **TV Uerj Online**, pelo apoio.*

*Obrigado ao professor pós-doutor **Antonio Cláudio Brasil Gonçalves**, que permitiu que assistíssemos à Oficina ministrada por ele, exclusivamente feita à TV Uerj Online.*

*“Experimentar é uma das coisas mais difíceis do mundo. O mais fácil é você repetir modelo.”*

**Antonio Cláudio Brasil Gonçalves**

## RESUMO

### **TeleJovem: *webjornal* audiovisual interativo na *TV Facopp Online***

Este Trabalho de Conclusão de Curso trata da criação e implantação do TeleJovem, *webjornal* audiovisual interativo veiculado semanalmente na *TV Facopp Online*. O público-alvo é o jovem de Presidente Prudente, mas aceita outros internautas devido à rede englobar qualquer usuário. Com isso, objetivou-se a expansão de *webespectadores* da *TV Facopp Online*, majoritariamente formados pela comunidade da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Oeste Paulista. Para escrever o corte teórico e executar a peça prática (quatro edições do *webjornal*), os integrantes do projeto utilizaram a pesquisa-ação, afinal participaram ativamente da pesquisa em que se inseriram. A pesquisa qualitativa foi a metodologia empregada e, por meio de pesquisa bibliográfica e observação a sites de emissoras virtuais, os estudantes embasaram e fundamentaram os capítulos. Além disso, houve realização de pesquisa de campo na *TV Uerj Online*, primeira *webTV* universitária do Brasil. No local, dois pesquisadores assistiram à Oficina de Telejornalismo ministrada pelo pós-doutor Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, coordenador da televisão. As ações do TeleJovem foram pautadas a partir do Jornalismo Público, que prima pela prestação de serviços e estimula a prática da cidadania. Até 14 de dezembro de 2009, o TeleJovem obteve 1.034 acessos.

**Palavras-chave:** Telejornal online. *TV Facopp Online*. Jovem. Interatividade.

## ABSTRACT

### **TeleJovem: an interactive audiovisual webjournal on *TV Facopp Online***

This research is about the creation and implantation of TeleJovem, an interactive audiovisual webjournal showed once a week on *TV Facopp Online*. It has got the young people from Presidente Prudente as the target public, but it can be seen by everybody because the web allows any user. Then, it was aimed at increasing webexpectator from *TV Facopp Online*, mainly the graduated by the staff of Faculdade de Comunicação Social of Universidade do Oeste Paulista. To writing the theoretical part and executing the practical one (four editions of the webjournal), the researchers of this project used the action research, since participated busily of the search they made part. The qualitative search was the methodology used and, with bibliography search and observation to sites of virtual broadcasting, the students structured and substantiated the chapters. Also, there was fieldwork on *TV Uerj Online*, the first university webTV in Brazil. There, two researchers watched Oficina de Telejornalismo lectured by post doctor Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, television coordinator. The actions of TeleJovem were guided with base on Public Journalism, which prioritizes the service and stimulates the practice of citizenship. Until December 14th of 2009, the TeleJovem had 1.034 views.

**Key words:** Audiovisual webjournal. *TV Facopp Online*. Young. Interactivity.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	- Exemplo de <i>big close up</i> ou primeiríssimo plano	41
FIGURA 2	- Exemplo de <i>close</i> ou <i>close up</i>	41
FIGURA 3	- Exemplo de meio <i>close</i> ou primeiro plano	42
FIGURA 4	- Exemplo de plano americano	43
FIGURA 5	- Exemplo de plano geral	43
FIGURA 6	- Exemplo de plano geralzinho	44
FIGURA 7	- Exemplo de plano geralção ou vista geral	45
FIGURA 8	- Site da <i>TV Pitágoras</i>	63
FIGURA 9	- Site da <i>TV PUC São Paulo</i>	65
FIGURA 10	- Site da <i>TV Universitária da UEFS</i>	66
FIGURA 11	- Antonio Brasil durante Oficina de Telejornalismo	68
FIGURA 12	- Cenário do <i>TJ Uerj Online</i>	70
FIGURA 13	- Cenário do <i>TV Uerj Esportes</i>	70
FIGURA 14	- Capa do site da <i>TV Facopp Online</i> no dia 17 de outubro de 2009	78
FIGURA 15	- Logotipo do quadro <i>Câmera Esportiva</i>	107
FIGURA 16	- Logotipo do quadro <i>SOS Galera</i>	108
FIGURA 17	- Logotipo do quadro <i>Troca de Ideias</i>	109
FIGURA 18	- Logotipo da pílula <i>Pega Essa</i>	109
FIGURA 19	- Logotipo do TeleJovem	110
FIGURA 20	- Tarja para o apresentador à esquerda	110
FIGURA 21	- Tarja para o repórter	111
FIGURA 22	- Tarja para o repórter cinematográfico	111
FIGURA 23	- Tarja para o videorepórter	112
FIGURA 24	- Tarja para o entrevistado	112
FIGURA 25	- Tarja para produção, edição de texto e imagem	113
FIGURA 26	- Tarja, com linha única, para informações	113
FIGURA 27	- Tarja para informações	114
FIGURA 28	- Tarja para e-mail	114
FIGURA 29	- Base neutra para informações	115
FIGURA 30	- Cenário do TeleJovem	116
FIGURA 31	- Página inicial da <i>TV Facopp</i> com o TeleJovem em destaque	118
FIGURA 32	- Página do TeleJovem dentro do site da <i>TV Facopp</i>	118
FIGURA 33	- <i>Café com Q</i> sobre o TeleJovem na capa do site da <i>TV Facopp</i>	123

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1	- Afiliadas à ABTU que transmitem em sinal aberto ou a cabo	60
TABELA 2	- Afiliadas à ABTU que retransmitem a mesma programação da TV convencional na internet	61
TABELA 3	- Afiliadas à ABTU que são, exclusivamente, virtuais	62
TABELA 4	- Equipes envolvidas com a <i>TV Facopp Online</i>	75
TABELA 5	- Acessos mensais à <i>TV Facopp Online</i>	81

## LISTA DE SIGLAS

ABTU	- Associação Brasileira de Televisão Universitária
ACAE	- Associação Cultural Agrícola Esportiva
ARPANET	- <i>Advanced Research Projects Agency Network</i>
AVI	- <i>Audio Video Interleave</i>
BBC	- <i>British Broadcasting Corporation</i>
BG	- <i>Background</i>
CD	- <i>Compact Disc</i>
CNPQ	- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
DJ	- <i>Disc-jockey</i>
DTV	- TV Digital Brasileira
DVD	- <i>Digital Video Disc</i>
ENEM	- Exame Nacional do Ensino Médio
ENEPE	- Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa e Extensão
ESPM	- Escola Superior de Propaganda e Marketing
EUA	- Estados Unidos da América
FAAP	- Fundação Armando Alvares Penteado
FACOPP	- Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente
FAG	- Faculdade Assis Gurgacz
FAPERGS	- Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul
FAPERJ	- Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro
FAPESP	- Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
FCS	- Faculdade de Comunicação Social
FEEVALE	- Centro Universitário Feevale
FEMA	- Fundação Educacional do Município de Assis
FINEP	- Financiadora de Estudos e Projetos
FURB	- Universidade Regional de Blumenau
FURG	- Universidade Federal do Rio Grande
GB	- <i>Gigabytes</i>
HD	- <i>Hard disk</i>
HTML	- <i>Hypertext Markup Language</i>
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IES	- Instituição de Ensino Superior
JN	- Jornal Nacional
MB	- <i>Megabytes</i>
MBA	- <i>Master of Business Administration</i>
NUCOM	- Núcleo de Comunicação
PA	- Plano Americano
PEPP	- Projeto Experimental de Publicidade e Propaganda
PUC CAMPINAS	- Pontifícia Universidade Católica de Campinas
PUC MINAS	- Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
PUC RIO	- Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
PUC-SP	- Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUCRS	- Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
SBT	- Sistema Brasileiro de Televisão

SESC	- Serviço Social do Comércio
SNJ	- Secretaria Nacional de Juventude
TCC	- Trabalho de Conclusão de Curso
TP	- <i>Teleprompter</i>
TVI	- TV Interior
UCDB	- Universidade Católica Dom Bosco
UCG	- Universidade Católica de Goiás
UCLA	- Universidade da Califórnia
UCP	- Universidade Católica de Petrópolis
UCS	- Universidade de Caxias do Sul
UCSAL	- Universidade Católica do Salvador
UEFS	- Universidade Estadual de Feira de Santana
UERJ	- Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UESB	- Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
UFAM	- Universidade Federal do Amazonas
UFCSPA	- Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre
UFMA	- Universidade Federal do Maranhão
UFPB	- Universidade Federal da Paraíba
UFRGS	- Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFRJ	- Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFSC	- Universidade Federal de Santa Catarina
UFSM	- Universidade Federal de Santa Maria
UFV	- Universidade Federal de Viçosa
UNA	- Universidade União de Negócios e Administração
UNAERP	- Universidade de Ribeirão Preto
UNAMA	- Universidade da Amazônia
UNB	- Universidade de Brasília
UNEB	- Universidade do Estado da Bahia
UNESP	- Universidade Estadual Paulista
UNI-BH	- Centro Universitário de Belo Horizonte
UNICAMP	- Universidade Estadual de Campinas
UNICRUZ	- Universidade de Cruz Alta
UNIDERP	- Universidade para o Desenvolvimento do Estado e Região do Pantanal
UNIFACS	- Universidade Salvador
UNIFENAS	- Universidade José do Rosário Vellano
UNIFEV	- Centro Universitário de Votuporanga
UNIFOR	- Universidade de Fortaleza
UNIMEP	- Universidade Metodista de Piracicaba
UNIRITTER	- Centro Universitário Ritter dos Reis
UNISANTA	- Universidade Santa Cecília
UNISINOS	- Universidade do Vale do Rio dos Sinos
UNISUL	- Universidade do Sul de Santa Catarina
UNIVALI	- Universidade do Vale do Itajaí
UNIVAP	- Universidade do Vale do Paraíba
UNIVATES	- Unidade Integrada Vale do Taquari de Ensino Superior
UNOESTE	- Universidade do Oeste Paulista
UOL	- Universo Online
UPF	- Universidade de Passo Fundo

UPJ  
USP  
WMV

- Unidade Portátil de Jornalismo
- Universidade de São Paulo
- *Windows Media Video*

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	16
2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA.....	18
2.1 Problematização.....	18
2.2 Objetivo Geral.....	20
2.3 Objetivos Específicos.....	20
2.4 Justificativa.....	21
2.5 Metodologia.....	22
3 TELEJORNALISMO ONLINE.....	26
3.1 Telejornais: da TV para a Internet.....	26
3.2 Etapas do Telejornalismo.....	33
3.2.1 Produção.....	34
3.2.2 Reportagem.....	36
3.2.2.1 <i>Off</i> .....	37
3.2.2.2 <i>Sonora</i> .....	38
3.2.2.3 <i>Passagem</i> .....	38
3.2.2.4 <i>Sobe som</i> .....	39
3.2.3 Cinegrafia.....	40
3.2.3.1 <i>Big close up</i> .....	40
3.2.3.2 <i>Close up</i> .....	41
3.2.3.3 <i>Meio close</i> .....	42
3.2.3.4 <i>Plano americano</i> .....	42
3.2.3.5 <i>Plano geral</i> .....	43
3.2.3.6 <i>Plano geralzinho</i> .....	44
3.2.3.7 <i>Plano geralzão</i> .....	45
3.2.3.8 <i>Dolly</i> .....	45
3.2.3.9 <i>Panorâmica</i> .....	45
3.2.3.10 <i>Tilt</i> .....	46
3.2.3.11 <i>Travelling</i> .....	46
3.2.3.12 <i>Zoom</i> .....	46
3.2.4 Iluminação.....	47
3.2.5 Edição.....	48
3.2.6 Videografismo.....	50
3.3 Características do Telejornalismo Online.....	51
3.3.1 Armazenamento.....	51
3.3.1.1 <i>Possibilidade de transmitir ao vivo</i> .....	52
3.3.2 Interatividade.....	53
3.3.3 Arquitetura da informação.....	55
3.3.4 Usabilidade ou navegabilidade.....	56
4 EMISSORAS UNIVERSITÁRIAS.....	58
4.1 TV Pitágoras.....	63
4.2 TV PUC São Paulo.....	65
4.3 TV Universitária da UEFS.....	66
4.4 TV Uerj Online.....	67
4.5 TV Facopp Online.....	72
4.5.1 História.....	72

4.5.2 Equipes.....	73
4.5.3 Conteúdo.....	77
4.5.4 Infraestrutura.....	82
5 TELEJOVEM.....	84
5.1 Projeto Editorial.....	85
5.1.1 Introdução.....	85
5.1.2 Objetivos.....	86
5.1.2.1 Objetivo geral.....	86
5.1.2.2 Objetivos específicos.....	86
5.1.3 Justificativa.....	87
5.1.4 Público-alvo.....	89
5.1.5 Linha editorial.....	90
5.1.6 Estrutura.....	92
5.1.6.1 Reportagem.....	93
5.1.6.2 Câmera Esportiva.....	93
5.1.6.3 SOS Galera.....	94
5.1.6.4 Troca de Ideias.....	94
5.1.6.5 Pega Essa.....	95
5.1.6.6 Canais TeleJovem.....	95
5.1.7 Projetos audiovisuais.....	96
5.1.8 Recursos.....	98
5.2 Normas e Padrões de Conduta.....	99
6 MEMORIAL DESCRITIVO.....	105
6.1 O Início.....	105
6.2 Viagem “Cheia de encantos mil”.....	105
6.3 Nasceu o visual!.....	106
6.4 A música que deu ritmo.....	115
6.5 O Cenário.....	116
6.6 Espaço no site da TV Facopp.....	117
6.7 Está no ar o TeleJovem!.....	119
6.8 E aí, Curtiu?.....	123
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	127
BIBLIOGRAFIA.....	133
ANEXOS.....	136
ANEXO A – <i>Clipping</i> do TeleJovem.....	137
APÊNDICES.....	143
APÊNDICE A – Entrevistas com estagiários da <i>TV Uerj Online</i> .....	144
APÊNDICE B – Pesquisa de campo na <i>TV Uerj Online</i> .....	159
APÊNDICE C – Transcrição da Oficina de Telejornalismo ministrada por Antonio Brasil.....	171
APÊNDICE D – Entrevistas com colaboradores do TeleJovem.....	190
APÊNDICE E – Capas de pauta do TeleJovem.....	203

APÊNDICE F – Pautas do TeleJovem.....	208
APÊNDICE G – Relatórios de imagens do TeleJovem.....	237
APÊNDICE H – Relatórios de reportagem do TeleJovem.....	266
APÊNDICE I – Espelhos e <i>scripts</i> do TeleJovem.....	289

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo se originou a partir da constatação de que não havia telejornal na *TV Facopp Online*<sup>1</sup>, primeira emissora virtual universitária do Oeste Paulista. Então, nessa *webTV* começou o surgimento do TeleJovem, *webjornal* audiovisual pioneiro em uma das 50 afiliadas à Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU).

Inicialmente houve seleção do público-alvo: o jovem de Presidente Prudente, pois mediante pesquisa feita na programação televisiva regional e com observação de sites foi detectado que há poucos produtos jornalísticos direcionados a ele. Este fato incomodou os pesquisadores. Outro dado relevante aos acadêmicos é da agência norte-americana *Online Publishers Association*. Uma pesquisa feita por ela afirma que 66% dos internautas assistem a vídeos noticiosos, sendo que 21% deste total correspondem à juventude (BRASIL, 2007). A partir dessas verificações, os alunos envolvidos neste trabalho propuseram a criação e implantação do TeleJovem, para que a lacuna existente entre os produtos jornalísticos e os jovens deixasse de existir.

Antes da criação do *webjornal*, realizou-se estudo sobre o surgimento de telejornais no Brasil e o desenvolvimento do jornalismo online no país. No capítulo 3 estão definidas as principais etapas de produção telejornalística, com orientação sobre a linguagem que deve ser utilizada em um *webjornal* audiovisual. Dentre as semelhanças com um telejornal convencional, está relatado que na rede é possível transmitir ao vivo a edição de um jornalístico.

Ademais, foi primordial pesquisar sobre a *TV Facopp Online*, porque o noticiário passou a ser veiculado nesta televisão instalada na Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp), na Universidade do Oeste Paulista (Unoeste). Além disso, foram observados sites de emissoras afiliadas à ABTU, para analisar aspectos relacionados ao conteúdo, funcionamento e arquitetura da informação.

Para a criação do TeleJovem, também foi necessário conhecer o funcionamento de uma emissora acadêmica de televisão que possui *webjornal*. A *TV*

---

<sup>1</sup> (<http://www.unoeste.br/tvfacopp>)

*Uerj Online*, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), foi escolhida para aplicação de pesquisa de campo, haja vista que é a primeira do país no segmento e veicula, diariamente e ao vivo, um telejornal online, conforme explanado no capítulo 4. Durante visita à *webTV* foi confirmado que é possível transmitir um telejornal online em uma televisão universitária.

Como base para a elaboração do TeleJovem, livros foram consultados, dentre eles os de Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, jornalista e pós-doutor em Ciências Humanas, que tratam de: relação juventude e internet, necessidade da experimentação de linguagens neste meio de comunicação e participação ativa dos jovens nos conteúdos desenvolvidos especificamente a eles. A fim de estabelecer a direção tomada pelo TeleJovem, no capítulo 5 está o Projeto Editorial. Ele foi elaborado com o auxílio dessas obras e de conceitos do telejornalismo e jornalismo online. O grupo ainda firmou Normas e Padrões de Conduta, com a finalidade de que o TeleJovem seja canal de serviço à sociedade, a partir do exercício do Jornalismo Público.

Por fim, no Memorial Descritivo, o capítulo 6, estão relatadas as experiências vivenciadas durante a execução da peça prática. Nele, as dificuldades enfrentadas em uma redação jornalística ficam evidentes. Além disso, é notório que superar as adversidades é imprescindível para manter o *webespectador* informado.

Em suma, este trabalho proporcionará a você, leitor, obtenção de conhecimentos na área do *webjornalismo* audiovisual e possibilitará que acompanhe o desenvolvimento do TeleJovem, desde a criação até a veiculação.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

### 2.1 Problematização

Na sociedade contemporânea, cada vez mais é notória a convergência das mídias, ou seja, diferentes meios de comunicação se fundem ou usam elementos de outros para se atualizarem. Mas no começo da história da internet, por exemplo, as informações eram quase que exclusivamente textuais. As fotografias eram raramente encontradas e não havia a possibilidade de ver conteúdos audiovisuais online.

Contudo, com o passar do tempo, a rede ganhou recursos que antes eram presentes somente na TV e no rádio. Os *podcasts* (áudios musicais ou referentes à entrevista, informação) e o *YouTube*<sup>2</sup>, que veicula vídeos, são demonstrações de que a situação atual da *web* é oposta à vivenciada na década de 1990, período em que surgiram os primeiros sites no Brasil.

Então, seria impossível transmitir informação personalizada ou, ainda, não haveria programação dinâmica e segmentada para atender a grupos com necessidades particulares sem a presença de texto, áudio e vídeo na internet. Além disso, misturar esses três elementos permite ações de interatividade com o público e diferencia a rede dos meios tradicionais.

Diante da gama de opções comunicativas que a *web* possibilita, a presente pesquisa resultou na criação, implantação e veiculação de um telejornal online, peça jornalística pouco disseminada no Brasil, apesar desse gênero estar em ascendência na rede. O objetivo deste TCC é levar as práticas televisivas para a internet, com o intuito de explorar a capacidade que a virtualização da *práxis* permite.

O telejornal está inserido na *TV Facopp Online*, veículo que se solidifica continuamente por produzir, há mais de um ano e meio, conteúdo inovador

---

<sup>2</sup> (<http://www.youtube.com>)

e específico para a *web*. Entretanto, as matérias jornalísticas feitas para a emissora virtual estão intrinsecamente ligadas às notícias da *Facopp*.

Da forma com que a TV é conduzida, ocorre a restrição de público, atualmente composto majoritariamente por internautas que são acadêmicos, funcionários e professores dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Unoeste. O presente estudo dispõe-se a manter esses telespectadores e trazer novos, que não sejam necessariamente universitários, a fim de construir um cenário que permita aos jovens de Presidente Prudente participar e dar opinião sobre o conteúdo e as notícias transmitidas. Esta democracia da informação é, por excelência, um benefício da TV universitária, que “[...] pode dedicar um espaço maior e mais nobre às discussões e debates que sequer figuram nas TVs comerciais.” (PORCELLO, 2002, p.83).

De acordo com pesquisa citada por Brasil (2007, p.14), realizada pela agência norte-americana *Online Publishers Association*, 66% dos internautas assistem a vídeos noticiosos, sendo que 21% deste total correspondem aos jovens. Baseado nesta informação, o presente TCC direcionou as matérias jornalísticas a esse nicho, que é habituado à internet, tem interesse por notícias online, mas não encontra muitos produtos jornalísticos voltados a ele. Com a inclusão do telejornal, o caráter público da *TV Facopp* foi fortalecido e ao levar assuntos diversos para os telespectadores, a emissora tende a propiciar debates sociais entre esses internautas.

Mediante a tal contexto, como a *TV Facopp Online* pode contribuir para a formação crítica e cidadã dos jovens de Presidente Prudente, a partir do compromisso firmado com o exercício do Jornalismo Público, que deve nortear as emissoras universitárias?

O grupo acredita que a melhor forma de ampliar esse conceito no veículo inovador e pioneiro do Oeste Paulista é por meio da criação e implantação do telejornal online *TeleJovem*, peça prática deste trabalho, pois se trata de um produto jornalístico que não possui vínculos comerciais e tem compromissos com a comunidade. Para dar informações plurais e que atendam aos interesses da sociedade, o noticiário preza pelo interesse público e é comprometido com a ética.

## 2.2 Objetivo Geral

Criar e implantar, na *TV Facopp Online*, um *webjornal* audiovisual voltado ao jovem de Presidente Prudente.

## 2.3 Objetivos Específicos

- Vivenciar uma redação jornalística e a experiência de trabalho em equipe;
- Aprimorar a linguagem jornalística audiovisual voltada para a internet, ainda pouco explorada nesse novo meio de comunicação;
- Divulgar assuntos das mais diferentes áreas para o público-alvo da emissora;
- Reforçar o caráter público da *TV Facopp Online*, prestando serviços à comunidade;
- Colocar em prática os conhecimentos adquiridos nas disciplinas de Telejornalismo I, II e Jornalismo Online I e II, desde a criação do Projeto Editorial do telejornal online até a implantação do produto jornalístico;
- Estimular a prática de ensino, pesquisa e extensão, que conduzem as atividades de uma TV universitária;
- Contribuir para a formação de jovens mais críticos e conhecedores dos seus direitos e deveres na sociedade.

## 2.4 Justificativa

A *TV Facopp Online* é uma televisão universitária que completou um ano de existência no dia 12 de maio de 2009 e até 30 de novembro deste ano obteve 25.693 acessos<sup>3</sup>.

A emissora online é resultado de dois TCCs. O primeiro, feito em 2005, tem título *TV FACOPP online*. O segundo, realizado em 2008, foi nomeado *TV Facopp Online: implantação da primeira emissora televisiva universitária virtual do Oeste do Estado de São Paulo*. Ambas as pesquisas científicas foram usadas como referência para o trabalho proposto neste estudo.

Como a faculdade é um laboratório que permite aos acadêmicos vivenciarem novas experiências, testarem formas e linguagens originais e se arriscarem em propostas inovadoras, a existência de um telejornal é muito importante para a execução de todas essas ações.

Este trabalho também foi utilizado para divulgar questões de interesse público, como todo produto jornalístico deve ser, de modo a contribuir para manter a sociedade mais informada, não apenas sobre questões acadêmicas, já que a *TV Facopp Online* se encarrega atualmente desse tema. Portanto, serão abordados assuntos que esclareçam dúvidas e prestem serviço à juventude. Com isso, pretende-se expandir o foco da programação e somar para a emissora um público diversificado.

Vale ressaltar que a TV na internet foi o meio de comunicação escolhido para ser trabalhado porque é inegável que o jovem está cada vez mais inserido na rede, tanto para se informar quanto para se entreter. Este fato deve-se à forma dinâmica e interativa de como ocorre a convergência das mídias. Na *web*, o internauta tem acesso a conteúdo específico. Então, a probabilidade de que se identifique com o que é exibido torna-se maior em relação aos espectadores de TV convencional, pois estes recebem programação moldada e generalizada.

Assim, foi possível fazer um Projeto Editorial que não seguiu totalmente os modelos atuais, pois foi criado com noções combinadas de telejornalismo e jornalismo online. Trata-se de um TCC que propõe criar um produto pouco explorado

---

<sup>3</sup> Dados divulgados pela direção da *TV Facopp Online*.

no meio acadêmico, já que das 50 emissoras universitárias afiliadas à ABTU (incluindo a *TV Facopp Online*), apenas quatro têm conteúdo específico para a rede e nenhuma possui telejornal.

## 2.5 Metodologia

De acordo com a problemática levantada, a pesquisa qualitativa foi a metodologia aplicada no presente trabalho, pois a preocupação do grupo com a realidade se deu de forma complexa e contextualizada. Este estudo também levou em conta todas as variáveis encontradas durante o desenvolvimento da pesquisa, a fim de não negligenciar informações. Portanto, a finalidade do grupo foi fazer uma análise do objeto estudado, como orienta Duarte (2009, p.62-63) ao definir a pesquisa qualitativa:

[...] os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade. Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas.

Além de abordar o tema central (telejornalismo online) e o universo acerca dele, o grupo concomitantemente estudou, de forma ativa, as atividades desenvolvidas pela *TV Facopp Online*. Para isso, utilizou-se da pesquisa-ação:

Um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo. (THIOLLENT, 1994, p.14).

Apesar da participação dos estudantes dentro da própria pesquisa ser uma característica ressaltante da pesquisa-ação, Thiollent (1994, p.22) salienta que existem outras formas de se “[...] produzir conhecimentos, adquirir experiência, contribuir para a discussão ou fazer avançar o debate acerca das questões abordadas.”

Ainda de acordo com Thiollent (1994, p.77), para quem se utiliza da pesquisa-ação em Comunicação Social, ao estar inserido na própria pesquisa que realiza em determinado veículo, pode criticar algum meio de comunicação existente, mesmo que não faça parte do cenário pesquisado. Então, este trabalho propôs mostrar, na peça prática, reportagens jornalísticas desprendidas de vínculos comerciais e políticos, fazendo assim, um contraponto com o que se vê atualmente nas programações jornalísticas das TVs convencionais. Tais influências ideológicas no jornalismo estão presentes, em sua maioria, implicitamente.

Tal como é administrada na sua forma capitalista, a televisão difunde uma cultura comercial ou uma ideologia consumista que se torna um grave problema, em particular nos países do Terceiro Mundo. Além disso, é muito grande o impacto da televisão sobre a vida política, criando um fantástico poder concentrado nas mãos de um número de pessoas bem reduzido. (THIOLLENT, 1994, p.77).

Segundo Marconi e Lakatos (2005, p.19), os trabalhos feitos para a graduação são considerados estudos iniciais de pesquisa. Desse modo, os integrantes deste trabalho acharam necessário colocar a leitura, primeiramente, como um quesito primordial para a fundamentação do TCC.

A leitura constitui-se em fator decisivo de estudo, pois propicia a ampliação de conhecimentos, a obtenção de informações básicas ou específicas, a abertura de novos horizontes para a mente, a sistematização do pensamento, o enriquecimento de vocabulário e o melhor entendimento do conteúdo das obras. (MARCONI; LAKATOS, 2005, p.19).

Mediante a seleção de obras relevantes para esta pesquisa, de acordo com Marconi e Lakatos (2005, p.19), os alunos fizeram uma leitura de estudo (ou informativa) da temática abordada, e a sintetizaram. Tal processo demanda mais atenção do leitor, haja vista que ele coloca total foco na leitura e abstrai, assim, apenas o conteúdo necessário para auxiliá-lo no desenvolvimento do trabalho.

Para as leituras, os estudantes tiveram acesso a fontes secundárias, ou seja, à documentação indireta como livros, artigos e monografias e realizaram pesquisa bibliográfica, considerada uma técnica de pesquisa.

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas. (MARCONI; LAKATOS, 2005, p.185).

O grupo fez uso da pesquisa bibliográfica para construir, fundamentar e sustentar o corte teórico. Na elaboração do capítulo sobre telejornalismo online, que faz um resgate histórico e apresenta um panorama do momento atual do gênero na rede, a pesquisa na internet teve papel de suma importância. Isso porque o assunto abordado não contempla vasta bibliografia. Logo, artigos foram buscados, em bancos de dados científicos, quando necessário, para suprir essa deficiência.

Para a produção deste TCC, os resultados obtidos com o uso dos instrumentos de coleta de dados serviram de base à discussão realizada nos capítulos que apresentam as teorias aplicadas na peça prática. Uma das técnicas utilizadas para isso foi a observação.

A observação é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações e utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade. Não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar. (MARCONI; LAKATOS, 2005, p.192).

Nesta pesquisa, a observação foi aplicada de forma direta intensiva e, como abordam Marconi e Lakatos (2005, p.195), sistemática, o que condiz a uma observação que “[...] realiza-se em condições controladas, para responder a propósitos preestabelecidos [...]”, havendo, portanto, preparação prévia dos pesquisadores. Outro aspecto da observação utilizada é o fato de ser não participante, ou seja, os pesquisadores coletaram os dados almejados sem se incorporarem ao grupo observado.

Na última semana do mês de agosto de 2009, todas as afiliadas da ABTU foram analisadas com o objetivo de verificar quais emissoras são online. Os quesitos considerados foram: usabilidade, grade de programação, ferramentas de interatividade disponibilizadas aos internautas, assim como equipes. Os resultados estão apresentados no capítulo 4.

Mediante a entrevista em profundidade, o grupo obteve informações com profissionais que trabalham em TVs universitárias online a fim de coletar dados que permitiram agregar informações ao trabalho.

A entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido. É uma pseudoconversa realizada a partir de um quadro conceitual previamente caracterizado, que guarda similaridade, mas também diferenças, com a entrevista jornalística. (DUARTE, 2009, p.64).

As entrevistas foram realizadas em pesquisa de campo, entre os dias 6 e 10 de julho de 2009, na *TV Uerj Online*, primeira emissora universitária brasileira na *web*. Dez estagiários foram entrevistados (Apêndice A), sendo o editor-chefe, Rafael Nascimento, em profundidade.

Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. (MARCONI; LAKATOS, 2005, p.188).

Durante visita à emissora, os alunos Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira acompanharam as atividades e produziram, diariamente, relatórios de observação descritivo-analíticos (Apêndice B). Nesses documentos foi explanada a rotina dos estagiários na TV, bem como estrutura física, funcionamento e horários de gravações dos programas. Também na pesquisa de campo, os acadêmicos participaram da primeira Oficina de Telejornalismo ministrada por Antonio Cláudio Brasil Gonçalves na *webTV*. Tal conteúdo foi gravado em vídeo, transcrito e está no Apêndice C.

O capítulo a seguir realiza um resgate da história do telejornalismo no Brasil, além de abordar a convergência dele para a internet. Também são mostradas quais etapas devem estar presentes em um noticiário televisivo para a *web*.

### 3 TELEJORNALISMO ONLINE

#### 3.1 Telejornais: da TV para a Internet

A TV é um meio de comunicação que, oficialmente, emitiu sinais pela primeira vez em Londres (Inglaterra), no ano de 1926. O responsável pelo ato público foi John Lodgie Baird, após várias contribuições aleatórias de outros inventores. O objetivo deles era criar mecanismos que permitissem realizar comunicação interpessoal a distância, de forma que as pessoas pudessem ver umas às outras e não somente ouvir a voz, como já era possível fazer nas ligações telefônicas. (BRASIL, 2005, p.30).

“No Brasil, a televisão chegou no dia 18 de Setembro de 1950, data em que foi ao ar o programa inaugural<sup>4</sup> da primeira emissora: a PRF3 – TV Tupi do pioneiro Assis Chateaubriand.” (PINHO, 2003, p.17). Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo ou Chatô, como era conhecido, antes mesmo de trazê-la ao país, já era dono do maior conglomerado de meios de comunicação, os *Diários Associados*.

Igualmente à indefinição de data em que a TV foi inventada, no Brasil há registro de que a primeira transmissão teria ocorrido anteriormente, em situações experimentais. O relato mais antigo dos ensaios é de 1939, segundo Paternostro (1999, p.28). De qualquer forma, em apenas um dia após a vinda solene da “caixa mágica”, foi criado o telejornalismo brasileiro no veículo recém-instituído. O primeiro telejornal foi o “[...] Imagens do Dia, com texto e reportagem de Rui Rezende e cinegrafia de Paulo Salomio.” (BRASIL, 2005, p.33). Na época, conforme relatam Squirra e Azevedo (1995, p.37):

[...] o telejornal ainda não contava com a mínima estrutura de apoio para a produção das matérias [...] e por falta de condições técnicas, de seriedade e de respeito ao público, a primeira reportagem produzida para a televisão brasileira não foi ao ar.

---

<sup>4</sup> O primeiro programa da TV brasileira foi o *TV na Taba*. (PATERNOSTRO, 1999, p.29).

O *Imagens do Dia* tinha estilo de narração semelhante à utilizada em radiojornais (PATERNOSTRO, 1999, p.35) e isso mostra que “No Brasil, o Telejornalismo tem **DNA** radiofônico, como em todo o resto do mundo.” (VILELLA, 2008, p.19, grifo do autor).

Outro telejornal importante, em âmbito nacional, teve estreia em 17 de junho de 1953, também na *TV Tupi*. Trata-se de o *Repórter Esso*, que começou “[...] em São Paulo, dirigido e apresentado por Kalil Filho. No ano seguinte, os cariocas ganhavam a sua versão, com Gontijo Teodoro. [...] O Repórter Esso foi um dos programas de maior sucesso da história da televisão brasileira.” (PATERNOSTRO, 1999, p.35). Nesta época, os anunciantes compravam espaços na programação das emissoras televisivas e colocavam o nome da marca nos programas, como é o caso desse noticiário que durou 27 anos.

No país, o primeiro telejornalístico que deixou as influências do rádio um pouco de lado surgiu em 1962, na *TV Excelsior*. Era o *Jornal de Vanguarda*, que “[...] inovou porque trazia vários locutores (entre eles, Cid Moreira) e comentaristas, um visual dinâmico [...] Em 1963, recebeu na Espanha o Prêmio Ondas de **melhor telejornal do mundo**.” (PATERNOSTRO, 1999, p.35-36, grifo nosso).

Brasil (2005, p.42) também evidencia a mudança de linguagem, a partir do *Jornal de Vanguarda*, ao dizer que os apresentadores deste noticiário, “[...] numa tentativa de substituir a emoção pela objetividade jornalística, passaram a adotar um estilo de locução mais sóbrio.”

Com as transformações e aumento gradativo da programação, entre 14 e 25 anos de existência, a televisão brasileira conseguiu se tornar demasiadamente popular. Essa massificação também interferiu na qualidade oferecida pela invenção revolucionária do século 20. De acordo com classificação elaborada por Sergio Mattos, estudioso de TV, citado por Brasil no livro *A Revolução das Imagens: Uma Nova Proposta para o Telejornalismo na Era Digital* (2005), o meio passou por seis fases:

**1. Fase elitista (1950-1964):** quando o televisor era um luxo ao qual apenas a elite econômica tinha acesso; **2. Fase populista (1964-1975):** quando a televisão era considerada um exemplo de modernidade e programas de auditório e de baixo nível tomavam grande parte da programação; **3. Fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985):** quando as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com maior intensidade e profissionalismo, os seus próprios programas, com estímulo de órgãos oficiais, visando, inclusive, à exportação; **4. Fase da transição e da expansão internacional (1985-1990):** durante a Nova República, quando se intensificam as exportações de programas; **5. Fase da globalização e da TV paga (1990-2000):** quando o país busca a modernidade a qualquer custo e a televisão se adapta aos novos rumos da redemocratização; **6. Fase da convergência e da qualidade digital (que começa no ano de 2000):** a tecnologia aponta para uma interatividade cada vez maior dos veículos de comunicação com a Internet e outras tecnologias da informação. (BRASIL, 2005, p.32-33, grifo do autor).

Em meio à fase populista foi criado o primeiro telejornal em rede, ou seja, exibido em toda a nação com o auxílio de emissoras afiliadas. O *Jornal Nacional (JN)*, da *Rede Globo*, completou 40 anos em 2009 e surgiu quando esta emissora existia há apenas quatro. O *JN*, no ar desde 1º de setembro de 1969, foi pioneiro em diversos aspectos, afinal:

Foi o primeiro a apresentar reportagens em cores; o primeiro a mostrar imagens, via satélite, de acontecimentos internacionais no mesmo instante em que eles ocorriam. O estilo de linguagem e narrativa e a figura do repórter de vídeo tinham os telejornais americanos como modelo. (PATERNOSTRO, 1999, p.36).

No mesmo ano de concepção do *JN*, período em que a televisão se consolidava no Brasil e ganhava cada vez mais adeptos, iniciava-se outra jornada tecnológico-comunicacional. Nos Estados Unidos da América (EUA) começava a história de um sistema integrado de computadores. Portanto, em 1969, o:

Governo dos Estados Unidos cria a Arpanet, uma rede experimental com quatro computadores. Eles operam em Stanford, Universidade da Califórnia, Los Angeles (Ucla), UC Santa Barbara e Universidade de Utah. [...] A Arpanet mais tarde se transforma na Internet, a rede mundial de computadores. (MOHERDAUI, 2002, p.32).

Paiva (2005, p.72) conta que “ARPANET = Advanced Research Projects Agency Network”, em tradução livre para o português, significa: agência ligada em rede de projetos avançados de pesquisa. A palavra internet vem da “[...] expressão inglesa **INTER**action or **INTER**connection between computer **NET**works”. (PINHO, 2003, p.41, grifo nosso). Ou seja, “[...] se trata da rede mundial de

comunicação ininterruptamente interconectada a todos os computadores interligados.” (MARCUSCHI, 2005, p.16).

Com este meio de comunicação, surgiu o jornalismo online. Os veículos perceberam a necessidade de transmitir informações no ciberespaço e não somente em rádio, TV ou jornal impresso. Conseqüentemente, mesmo com pouco tempo de existência, a rede já começava a abrigar conteúdos jornalísticos.

[...] o primeiro grande jornal que ofereceu serviços on-line foi *The New York Times* (<http://www.nytimes.com>), em meados dos anos 1970, com seu New York Times Information Bank. O jornal passou a disponibilizar resumos e textos completos de artigos atuais e artigos de suas edições diárias passadas a assinantes que possuíam pequenos computadores. (MOHERDAUI, 2002, p.21, grifo do autor).

Nos anos posteriores, Brasil e EUA seguiam com seus progressos nos meios eletrônicos da comunicação social, geralmente aquele copiando fórmulas desse, como é notório nas reportagens do *JN*, por exemplo.

Durante os anos 1990, o telejornalismo e a televisão já estavam solidificados em território nacional. No primeiro ano dessa década<sup>5</sup>, “[...] o Brasil passou a conectar-se com a rede mundial de computadores [...] Nascia então a Internet, compreendendo 1.500 sub-redes e 250 mil hosts, pronta para entrar e fazer parte da vida das pessoas comuns.” (PINHO, 2003, p.31). Por estar no começo da existência, o ambiente virtual não permanecia no mesmo patamar de audiência que a TV porque precisava ser decifrado e não tinha o poder de difundir as informações em tempo real a todo instante, como acontece na atualidade.

Contudo, “A abertura da Internet comercial ocorreu no Brasil em maio de 1995, deixando a rede de ser exclusiva do meio acadêmico para estender seu acesso a todos os setores da sociedade.” (PINHO, 2003, p.9). Na época, a *web* já evoluíra em relação à *Arpanet*. Prova disso é que alguns veículos de comunicação social, primeiramente os impressos, passaram a colocar conteúdos na rede. Mesmo que alguns produtos jornalísticos virtuais fossem idênticos aos vistos nas páginas dos jornais, o ciberespaço já era usado como forma de a imprensa comunicar-se com o público.

---

<sup>5</sup> Porém, a *web* se instalou de fato, no país, dois anos antes: “[...] a **Internet chegou ao Brasil em 1988**, fruto de ação conjunta do Ministério da Ciência e Tecnologia, CNPq, da FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos, da FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, da FAPERJ – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro e da FAPERGS – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul.” (PAIVA, 2005, p.72, grifo nosso). CNPq é Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

A Agência Estado entrou na rede em fevereiro de 1995 [...] É verdade que, meses antes, o *Jornal do Commercio*, de Recife, distribuía seus serviços na Internet diferente do que ocorre com as notícias da Agência Estado. Porém, as novidades sobre o país transmitidas pelo *Jornal do Commercio* limitavam-se a remeter arquivos de texto pela rede. (GONÇALVES apud MOHERDAUI, 2002, p.23, grifo do autor).

Bastou somente um ano a partir do marco zero da internet brasileira, em caráter comercial, para que ela fosse amplamente disseminada no país. Segundo pesquisa elaborada por Pinho (2003, p.38), a rede mundial de computadores é o meio de comunicação que se difundiu mais rapidamente: a *web* ganhou notoriedade em apenas sete anos; a televisão, 25; o rádio, 40; o telefone, 70; a imprensa, 400. Então, com essa larga aceitação em massa, “[...] o primeiro boom da Internet no Brasil aconteceu ao longo de 1996, tanto pelo crescimento do mercado (que já apontava diversos provedores de acesso) como pela melhoria dos serviços [...]” (MOURA, 2002, p.23, grifo do autor).

Um dos provedores de mais destaque em âmbito nacional é o *Universo Online*<sup>6</sup> (UOL), que também é um portal e está no ar desde às 4h15 do dia 28 de abril de 1996 (UOL, 2009a). “Não, portal não é um ‘site grande’. A diferença é que portal tem 100% do foco nos seus públicos e cria conteúdos específicos para eles, os chamados ‘conteúdos verticais’.” (RODRIGUES, 2006, p.94). E o UOL produz tais assuntos, inclusive de caráter jornalístico, tanto que ainda no ano de expansão da internet foi responsável por criar:

[...] o *Brasil Online*, primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa da América Latina [...] Além de textos, fotos, gráficos e animações, o jornal oferecia vídeo e áudio sobre material jornalístico para complementar as matérias na Web. Recentemente, o nome do jornal passou a ser *Folha Online* (<http://www.uol.com.br/fol>). (MOHERDAUI, 2002, p.24-25, grifo do autor).

Além disso, o UOL e o *Terra Networks*<sup>7</sup>, de mesmo segmento, foram pioneiros em levar a televisão para a internet. (BRASIL, 2007, p.36).

De acordo com Nogueira (2005), na rede existem três categorias de TV. São elas: TV aberta em presença online, *webTV* e canais de conteúdo em vídeo.

A primeira engloba as páginas das emissoras de TVs convencionais. Ou seja, veículos que não surgiram na *web* disponibilizam conteúdos para que o

<sup>6</sup> (<http://www.uol.com.br/>)

<sup>7</sup> (<http://www.terra.com.br/portal/>)

telespectador possa assistir ou rever algum vídeo. A TV aberta em presença online disponibiliza arquivos *on demand* (ver página 52) dos programas jornalísticos já exibidos na televisão e pode, às vezes, transmitir um mesmo programa ao vivo pela TV e internet. (NOGUEIRA, 2005, p.89). Um exemplo é o site da *RedeTV*<sup>8</sup>, emissora com sede em Osasco (SP).

Conforme explica Nogueira (2005, p.90), o segundo tipo de TV na internet são as *webTVs*:

[...] emissoras que nasceram na web, mas ao perceberem que a audiência dos conteúdos audiovisuais na rede ainda era reduzida por causa das questões técnicas, optaram por exibir sua programação também em canais de TV por assinatura. Estas emissoras usam a web apenas como suporte de disseminação regular – ao vivo ou *on demand* – dos conteúdos produzidos a partir das mesmas práticas da TV convencional.

Apesar de não terem surgido com o objetivo de produzir conteúdo específico para a rede, muitas das *webTVs* (como *allTV*, *TV Facopp Online* e *TV Uerj Online*) se dedicam exclusivamente a isso.

Ainda de acordo com Nogueira (2005, p.90), existem canais de vídeos que produzem material exclusivo para a internet. Neles, o material jornalístico é produzido pelos internautas, por meio do uso de ferramentas interativas, como: sugestões de pautas, envio de vídeos e e-mails, *chats*, fóruns, entre outros. Além disso, o *webespectador* pode rever conteúdos postados anteriormente. Essas ferramentas interativas contribuem para o desenvolvimento de uma linguagem própria desse meio eletrônico.

A *TV UOL*<sup>9</sup>, que se configura com um canal de conteúdo em vídeo, segundo Nogueira (2005), funciona desde 4 de junho de 1997 e em 2008 passou por reformulação. Atualmente, a *TV UOL 2.0* tem mais de 100 mil vídeos disponíveis, sendo alguns de autoria própria e outros dos canais *Cartoon Network*, *Discovery*, *Fox*, *FX*, *National Geographic*, *TNT*, *Tooncast*, *TV Cultura*, *Adult Swim*, *Band News*, *Band Sport*, *Fashion TV* e *WooHoo*. Além da editoria *Canais de TV*, tem mais dez disponíveis na página inicial: *Carros*, *Cinema*, *Desenhos*, *Entretenimento*, *Esporte*, *Jogos*, *Estilo*, *Música*, *Notícias* e *Receitas*. Há, ainda, a possibilidade de o internauta postar conteúdos audiovisuais por meio do canal *UOL Mais*. O *webespectador* da *TV*

---

<sup>8</sup> (<http://www.redetv.com.br/>)

<sup>9</sup> (<http://tvuol.uol.com.br/>)

UOL também “[...] pode escrever comentários sobre os vídeos assistidos, dar notas, salvar favoritos [...]” (UOL, 2009b), visualizar os vídeos mais recentes, mais vistos ou mais votados, além de ter a opção de procurá-los, ao utilizar a ferramenta de busca da emissora.

Em 2000, a *TV UOL* criou um canal para transmitir notícias por meio da internet, denominado *UOL News*, o “[...] primeiro canal de notícias audiovisuais da web brasileira.” (NOGUEIRA, 2005, p.18, grifo do autor).

De acordo com pesquisa de campo realizada por Nogueira (2005, p.18-19), em 2005 o canal possuía equipe exclusiva para produção de conteúdos, formada por cinco jornalistas:

[...] Manuela Wis, produtora; Flávio Salgueiro, editor de notícias; Cássio Politi, videorepórter; Paulo Henrique Amorim, âncora e Irineu Machado, editor-chefe. Para a gravação e disponibilização das colunas, a equipe conta ainda com dois outros componentes que atendem também aos demais canais da TV UOL: Eduardo Piagentini, que tem formação em publicidade e acumula funções como cinegrafia, direção de TV e edição de imagens; e Alessandro Malerba que tem curso superior incompleto em ciência da computação e é o responsável por converter e disponibilizar os arquivos dos programas.

A *Terra TV*<sup>10</sup> iniciou as transmissões em setembro de 2000. No mês seguinte, a jornalista Lilian Witte Fibe começou a apresentar o *Jornal da Lilian*, primeiro telejornal virtual brasileiro, que ficou no ar até agosto de 2002. Nessa emissora, igualmente à anterior, o usuário tem espaço para procurar vídeos e votar neles. Ao *webespectador* é permitido comentar sobre o conteúdo, que em parte é feito pelo *Terra* e o restante “[...] é proveniente de grandes estúdios do cinema e da televisão mundial” (TERRA TV, 2009). A programação é dividida “[...] em três grandes canais: Diversão (que inclui filmes, séries de TV e clipes musicais), Esportes e Notícias.” (TERRA TV, 2009). A quarta editoria, ou canal, é denominada *Especiais* e é a única que não fica na página principal da TV. Para vê-la é preciso clicar no item *Tudo no Terra TV*. Em 2009, a *Terra TV* passou por reformulação.

Em abril de 2002 nasceu a *allTV*, primeira TV interativa online 24 horas.

---

<sup>10</sup> (<http://terratv.terra.com.br/>)

A emissora se tornou um laboratório de novos conteúdos, linguagens e formatos, tanto para a programação televisiva como para os telejornais. Com transmissão ao vivo pela internet, tem na interatividade e na conquista de um novo público alguns de seus principais objetivos. (BRASIL, 2007, p.35).

Além disso, a *allTV* ganhou o *Prêmio Esso* de Melhor Contribuição ao Telejornalismo, em 2005, que foi dado a Alberto Luchetti, jornalista e diretor da emissora. (BRASIL, 2007, p.35).

Essa *webTV* tem 71 programas, sendo: 15 de entretenimento<sup>11</sup>; 13 de entrevistas<sup>12</sup>; 11 jornalísticos<sup>13</sup>; seis esportivos<sup>14</sup>; quatro musicais<sup>15</sup>; quatro gastronômicos<sup>16</sup>; e 18 divididos entre outros assuntos<sup>17</sup>. (ALLTV, 2009).

### 3.2 Etapas do Telejornalismo

Para que haja boa execução de produtos telejornalísticos, sejam eles online ou não, faz-se necessário perpassar por várias etapas condizentes ao trabalho do jornalismo televisivo, que são: produção, reportagem, cinegrafia e edição.

<sup>11</sup> *Agenda Mike Brasil; Baú do Mr. Volpi; Black TV; Cinema Online; Fanáticos por Coleções; Fiscais da Natureza; Hora 13; HQ & Cia; Lounge Cultural; Programa São; Sempre Cidade; Tah Ligado; Teens.com; Tokusatsu Show; Último Round.*

<sup>12</sup> *allTV Mulher; Almanaque Fashion; Bate papo; Dogs Cats Show; Fala Sério; Fora do ar; Metalsplash; Pura Vida; Questão de Justiça; Todas; Urban View; Você.net; Web Divã.*

<sup>13</sup> *allTV Debate; Contato com a Propaganda; De Olho no Esporte; Imprensa na TV; Jogo Limpo; Jornal Interativo; Mulheres Poderosas; Notícias On-Line; Observatório Árabe; Opinião Livre; Web News.*

<sup>14</sup> *2 Ocean; Abusados Boards; Família Palestra; FATV; Olé; Sportrip.*

<sup>15</sup> *Cadulaque; Full Mix; Tô no Palco; Vitrola.*

<sup>16</sup> *Mesa do Chef; Netto, Cozinha na Net; Cozinha Profissional TV; Vinhos.*

<sup>17</sup> Ciência e tecnologia: *Digital Generation; Nanotecnologia do Avesso; Cultura: Conexão Lusófona; Educativo: Universidade Aberta; Espiritualidade: Alto Astral; PS Espirituais; Gay: Parada do Gato; Gestão empresarial: Q3 - No Mundo da Excelência; Humor: Boteco na TV; Informativo: Comissões da OAB/SP; Livre: Programa Especial; Luta: BWF Combate; Moda: Personal Shopping; Política: Espaço das Cidades; Publicidade: AdNews TV; Saúde e comportamento: Affair com Você; Salutis; Variedades: Madrugadão allTV.*

### 3.2.1 Produção

A produção é a fase inicial dos trabalhos inerentes a um telejornal e serve para construir, por meio de pauta, uma reportagem. Em TV, essa etapa é realizada pelo produtor. Ele deve preparar a matéria de uma pauta, que “[...] é definida em uma reunião específica chamada reunião de pauta.” (CRUZ NETO, 2008, p.22).

Curado (2002, p.44-45) explica que o jornalista que trabalha na produção deve desempenhar algumas funções durante a elaboração deste documento:

O produtor oferece o eixo da matéria. Marca entrevistas, identifica as fontes de imagens, reúne o arquivo sobre o assunto, roteiriza a pauta, propondo a forma como a matéria deve ser estruturada e, [...] conversa com as fontes antes de acertar a entrevista.

Além disso, o produtor deve estabelecer uma boa relação com as fontes. Segundo Cruz Neto (2008, p.22), “Se o entrevistado não puder atender, significa que, de última hora, o produtor vai ter que criar outra pauta e convencer outras pessoas a atendê-lo.” Com isso, o autor (2008, p.21) afirma que é imprescindível estar atento às possíveis fontes e informações que o cercam.

Como ressaltam os manuais de redação, o produtor deve estar sempre procurando algo. É necessário ser incansável e bem informado. Precisa ter visão sobre o que desperta interesse e saber repercutir acontecimentos. Além de tudo, precisa ter agilidade e um talento especial para lidar com as pessoas; deve ser capaz de convencê-las de que o mais importante naquele momento é atendê-lo. O produtor deve, principalmente, saber criar idéias e modos de apresentá-las eficazmente.

Ou seja, o bom jornalismo depende do talento dos envolvidos na produção da reportagem, são deles as “[...] qualidades jornalísticas e de quem se quer mais capacidade artística, pois terá de olhar o telejornal como um todo, valorizando o lado pictórico, artístico, sem com tudo macular o trabalho dos jornalistas.” (TEODORO, 1980, p.39).

Não existe forma padrão e sistemática de se construir uma pauta, afinal cada veículo escolhe uma forma para fazê-la, porém ela tem que ser “[...] um

conjunto de dados que dão partida a uma reportagem.” (CURADO, 2002, p.40). Os principais elementos de uma pauta são: retranca, proposta, roteiro, encaminhamento e histórico. Conforme reforçam Prado e Rebello (1998, p.19), “Isso inclui objetivo, enfoque que deve ser dado, informações sobre o assunto e o encaminhamento a ser seguido pela equipe.”

Em uma pauta podem existir também sugestões de: imagens, a serem captadas pelo repórter cinematográfico; e perguntas, para auxiliar o repórter na realização de entrevistas.

Antes de um repórter sair para uma externa, a produção checa a relevância do tema, os dados, os fatos e as fontes a fim de justificar a reportagem. Deslocar uma equipe custa caro e se a pauta não “rende”, não se sustentar, o editor-chefe corre o risco de ficar com um buraco no jornal na hora do fechamento. (BISTANE; BACELLAR, 2005, p.51).

Entretanto, redações que trabalham com conteúdo direcionado à *web* apresentam algumas diferenças, já que “[...] o modelo anterior exigia uma equipe completa e afinada de produtores, repórteres, editores e técnicos para levar ao ar alguns minutos de produção audiovisual, a tecnologia disponível hoje torna possível um número cada vez menor de pessoas presentes na redação on-line.” (NOGUEIRA 2005, p.102).

Para Nogueira (2005), o profissional que trabalha com *webjornalismo* deve desempenhar várias funções, além das quais estava habituado a desenvolver em outros meios de comunicação e:

[...] isto inclui entender de layout e do planejamento gráfico de webpages; de seleção de fontes e do uso de ferramentas de streaming media como RealPlayer ou Windows Media Player, que permitem a reprodução do conteúdo em vídeo sem que o usuário precise baixar o arquivo; ter experiência em linguagem de programação Java e saber administrar fóruns on-line e bases de dados eletrônicas. (PAVLIK apud NOGUEIRA, 2005, p.102).

Um dos jornais impressos mais conceituados no mundo, *The New York Times*, criou a função de editor de público “[...] para que um jornalista troque idéias com seus leitores via correio eletrônico e, a partir desse diálogo, passe a alimentar a redação com sugestões de pautas e notícias.” (BORGES, 2007, p.49).

Nesse meio em constante desenvolvimento, o conteúdo selecionado durante a produção das notícias é sugerido, muitas vezes, pelos internautas. “Na

web, portanto, quem decide, com toda a razão – mesmo que involuntariamente -, é o usuário, ou seja, o consumidor.” (MOURA, 2002, p.27).

Por todas as informações apresentadas, nota-se que o trabalho realizado pelo produtor reflete nas outras etapas do jornalismo. Ele precisa estar atento às opiniões dos internautas e às constantes atualizações que a internet exige. “Uma das batalhas de quem trabalha na rede ainda é dar credibilidade ao veículo como importante formador de opinião, fonte fiel de pesquisa e congregador de mídias.” (MOURA, 2002, p.105).

### 3.2.2 Reportagem

Uma reportagem telejornalística não é elaborada somente pelo repórter. (VILELLA, 2008). Para a autora (2008, p.147), reportagem “É o que todo jornalista faz no exercício de qualquer função dentro da atividade jornalística: no estúdio, na reportagem, na produção e edição.” É também o momento em que as informações contidas na pauta são ratificadas no local marcado. São realizadas entrevistas, novos detalhes são buscados, a fim de que posteriormente repórter e repórter cinematográfico possam transmitir ao público o que conseguiram obter.

Conforme explica Paternostro (1999, p.149), o repórter de televisão “[...] faz parte da equipe de reportagem ao lado do repórter cinematográfico e dos técnicos que operam a UPJ – Unidade Portátil de Jornalismo”.

Uma reportagem, porém, não tem um tempo determinado ou padrão para ser exibida: “O tempo certo de cada reportagem depende da força das imagens e da importância jornalística do assunto.” (PATERNOSTRO, 1999, p.128).

Para estruturar uma reportagem televisiva, há elementos que devem ser utilizados, sendo que os mais presentes são: *off*, sonora, passagem e sobe som.

### 3.2.2.1 Off

A narração do repórter, para relatar como os fatos se desenvolveram, é denominada *off*. “É o texto que vai contar ao telespectador o que ele está vendo na tela da **TV**. O termo **off** é usado porque o repórter não está em cena, é a **voz** dele que cobre as imagens [...]” (VILELLA, 2008, p.24, grifo do autor). Ao repórter cabe se dedicar à gravação dos textos, se preocupando com a entonação e interpretação vocal, a fim de que o telespectador ouça uma narração envolvente e plausível.

Antes da locução, o repórter precisa se preocupar com o texto de TV. “Coloquial, claro e preciso. Objetivo, direto. Informativo, simples e pausado. São características de um texto jornalístico de televisão.” (PATERNOSTRO, 1999, p.61). O *off* não pode ser redundante: as palavras ditas precisam complementar o que as imagens mostram. Além da redundância, Paternostro diz (1999, p.72) que:

Há casos de paralelismo, quando texto e imagem não se complementam, caminhando lado a lado, de forma independente. Há casos de distanciamento, quando texto e imagem não têm absolutamente nada a ver um com o outro.

O jornalista precisa usar texto combinado com a imagem e também deve prezar pelo uso correto da língua portuguesa, além de utilizar palavras de fácil entendimento.

[...] respeitar a palavra é muito importante no texto da televisão. Imprescindível, no entanto, é não esquecer que a palavra está casada com a imagem. **O papel da palavra é enriquecer a informação visual.** [...] Ou o texto tem a ver com o que está sendo mostrado, ou o texto trai a sua função. (REDE GLOBO DE TELEVISÃO apud BRASIL, 2005, p.9, grifo nosso).

### 3.2.2.2 Sonora

As entrevistas gravadas em áudio e vídeo com as fontes são chamadas de sonoras. Geralmente a fala de um entrevistado não é levada ao ar na íntegra. Ou seja, a sonora passa por edição para que só sejam mostradas ao telespectador as declarações principais, mas sem que isso interfira no significado real do que foi falado.

Uma das sonoras mais utilizadas é a explicativa, pois “[...] explica algo em relação ao *off* que foi dito anteriormente.” (CRUZ NETO, 2008, p.88, grifo do autor). Existe também a sonora em que a mesma pergunta é feita a diversos entrevistados, a fim de que a resposta dada pela maioria sirva como exemplo de uma possível confirmação estatística. Esse momento é conhecido como povo fala ou fala povo e, portanto:

É como a TV chama uma enquete. O repórter vai às ruas e faz perguntas sobre determinado tema para várias pessoas, aleatoriamente. Com as respostas que obtiver pode tirar ou não uma conclusão sobre o assunto da reportagem. (VILELLA, 2008, p.37).

Além dela, existe a sonora complementar, que “[...] complementa o *off* que, geralmente, termina sem concluir a frase e a sonora se integra ao *off* como se fosse parte dele.” (CRUZ NETO, 2008, p.89, grifo do autor). Por fim, a sonora comprobatória ajuda a provar o que o *off* informa. “Mas, atenção, não pode repetir com as mesmas palavras. Se acontecer isso, ou o *off* ou a sonora deverá ser cortado.” (CRUZ NETO, 2008, p.90, grifo do autor).

### 3.2.2.3 Passagem

A passagem é o momento em que o repórter aparece no vídeo para dar alguma informação. De acordo com as jornalistas Bistane e Bacellar (2005,

p.23), “[...] é quando ele assina o trabalho, e deve justificar essa intervenção fazendo algo imprescindível, que acrescente, que valorize a reportagem.”

Vilella denomina esse elemento telejornalístico de cabeça de repórter e diz (2008, p.25) que serve para dar “[...] credibilidade à notícia, já que mostra ao telespectador que o repórter esteve mesmo no local e de lá, conta o que aconteceu.”

Há uma variação de passagem, que é denominada de passagem-participante, momento em que o repórter interage diretamente com a situação mostrada. À exceção deste tipo específico de junção de áudio e vídeo do repórter, geralmente a passagem mostra “[...] como determinado acontecimento ocorreu ou qual o seu possível desdobramento sem o auxílio de imagem.” (CURADO, 2002, p.49).

#### 3.2.2.4 *Sobe som*

Sobe som é “[...] o momento em que se utiliza um determinado som para ilustrar a matéria.” (PRADO; REBELLO, 1998, p.48). Trata-se basicamente de colocar em evidência um som captado em determinado local para dar mais realidade à reportagem e que “[...] pode dar ritmo e forma para um filme/vídeo com tanta eficácia quanto pontos e vírgulas dão ritmo e moldam palavras.” (WATTS, 1999, p.60).

Além disso, nem sempre o repórter está com o microfone posicionado para captar todos os sons ou falas importantes que ocorrem no local da reportagem. Afirmações comprometedoras, declarações espontâneas ou até sons esperados, mas impossíveis de se obter com o uso do microfone, não podem ser perdidos. Quando isto acontece e o cinegrafista está bem posicionado, na ilha de edição vale abrir espaço para que o áudio da câmera seja privilegiado. Muitas vezes o sobe som “[...] é mais esclarecedor do que uma declaração expressa [sonora] dos envolvidos.” (VILELLA, 2008, p.37).

Além do papel de valorizar a matéria, Vilella (2008, p.36, grifo do autor) ainda cita outra função para este recurso:

No roteiro do telejornal, *SOBE SOM* é também uma marcação técnica para que o operador de áudio ou sonoplasta abra o som do aparelho de reprodução do VT que vai ao ar. É ainda denominação de recurso de sonorização (*música ou efeitos*) nas matérias editadas.

### 3.2.3 Cinegrafia

A cinegrafia é o registro de algo, por meio de uma câmera, com uso de planos fixos e em movimento. É tão necessária quanto produção, reportagem e edição, afinal não há como pensar em TV sem haver imagem. Em telejornalismo é o repórter cinematográfico quem opera o equipamento. Foi a televisão, inclusive, que possibilitou que as pessoas pudessem ver imagens em movimento, por meio de uma tela, em casa. O cinema, precursor em apresentação de vídeo, não permitia que os filmes fossem vistos além da sala de exibição.

“Para contar uma notícia com imagens o repórter precisa dispor de uma composição de cena adequada, que mostre pessoas, situações e cenários equilibrando os diversos elementos em cada tomada (take) de cena.” (VILELLA, 2008, p.134). Para tanto, em TV, há a utilização de planos, divididos em fixos e em movimentos. Os planos fixos mais utilizados são: *big close up*, *close up*, *meio close*, plano americano, geral, geralzinho e geralzão.

#### 3.2.3.1 *Big close up*

Para mostrar pessoas, objetos ou qualquer outro elemento bem de perto, com a finalidade de apontar detalhes, utiliza-se o *big close up*. Watts o chama (1999, p.105) de primeiríssimo plano.

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 1 – Exemplo de *big close up* ou primeiríssimo plano

### 3.2.3.2 *Close up*

O *close up* permite que sejam mostradas pessoas ou objetos de perto, mas sem detalhar algo em específico. Este plano também é conhecido como *close* e trata da “[...] cena que mostra a cabeça inteira da pessoa, do colarinho ou gola para cima. Cena fechada de um objeto.” (WATTS, 1999, p.100).

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 2 – Exemplo de *close* ou *close up*

### 3.2.3.3 Meio close

O meio *close* é a “[...] tomada-de-cena confortável, que corta logo abaixo dos ombros. Enquadramento padrão para as entrevistas de TV.” (WATTS, 1999, p.103). Watts chama o meio *close* de meio primeiro plano, mas a definição é a mesma para ambos. Neste enquadramento é possível ver mais do que o rosto de uma pessoa, além de dar uma noção do ambiente em que ela está.

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 3 – Exemplo de meio *close* ou primeiro plano

### 3.2.3.4 Plano americano

O plano americano é o plano padrão usado em passagem telejornalística. A pessoa é filmada da cintura até a cabeça. “[...] é uma tomada enquadrando o indivíduo da cintura para cima. Tem ainda outras variações como: dos quadris, das coxas, dependendo da significação da tomada.” (BACCO, 2008, p.5).

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 4 – Exemplo de plano americano

### 3.2.3.5 Plano geral

O plano geral enquadra a pessoa de corpo inteiro. Também permite que o lugar em que ela está localizada ganhe mais destaque ou que seja visto “[...] um local por completo.” (WATTS, 1999, p.105).

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 5 – Exemplo de plano geral

### 3.2.3.6 Plano geralzinho

O plano geralzinho “[...] é a tomada do indivíduo por inteiro, somada a uma parcela maior do ambiente onde ele está inserido.” (BACCO, 2008, p.5). Este plano fixo ajuda a mostrar situações que ocorrem paralelamente em um mesmo local. No telejornalismo online, o geralzinho não é tão indicado para mostrar pessoas devido ao tamanho reduzido dos monitores de computador, que prejudicam uma boa visualização de quem foi filmado e dificulta a visão de detalhes.

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 6 – Exemplo de plano geralzinho

### 3.2.3.7 Plano geralzão

O plano geralzão é o mais aberto possível. Watts (1999, p.39) o denomina de vista geral e diz que ao usá-lo, o cinegrafista “[...] mostra a locação<sup>18</sup> inteira.” Seja em TV convencional ou na *web*, o geralzão não é usado quando se deseja identificar uma pessoa, pois se torna impossível consegui-lo.

---

<sup>18</sup> Por locação, Watts (1999, p.103) define “[...] qualquer local fora do estúdio.”

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 7 – Exemplo de plano geralzão ou vista geral

Além desses sete planos fixos, os planos em movimento mais utilizados em televisão são: *dolly*, panorâmica, *tilt*, *travelling* e *zoom*.

### 3.2.3.8 *Dolly*

*Dolly* “[...] é o plano em que a Câmera se aproxima e se afasta, fisicamente, do elemento que está sendo gravado.” (BACCO, 2008, p.5). O *dolly* requer cuidado, pois o repórter cinematográfico precisa andar para frente (*dolly in*) ou para trás (*dolly out*) no mesmo momento em que está filmando. Qualquer falta de atenção ou desequilíbrio pode interferir na qualidade da cena captada.

### 3.2.3.9 *Panorâmica*

A panorâmica mostra, na mesma tomada, pontos A e B, por meio de filmagem no sentido horizontal. Também é conhecida como “pan”. Bacco (2008) diz que a panorâmica pode ser feita tanto da esquerda para a direita quanto ao

contrário. A “pan” não deve ser muito demorada nem terminar em um lugar que exceda 180° (ângulo raso) de onde começou.

### 3.2.3.10 *Tilt*

O *tilt* é semelhante à panorâmica, porém determina o movimento feito verticalmente pela câmera. “[...] é também descritivo e também serve para criar expectativa.” (BACCO, 2008, p.5).

### 3.2.3.11 *Travelling*

*Travelling* é o “[...] movimento de Câmera acompanhando o movimento em Cena. Normalmente é feito em um carrinho sobre trilhos. Divide-se em Travelling In, Travelling Back e Travelling na Paralela.” (BACCO, 2008, p. 5). *Travelling in* é a situação em que algo está em frente à câmera, distancia-se e ela acompanha o movimento. No *travelling back*, o objeto ou pessoa filmados aproximam-se da câmera e ela, ao mesmo tempo, afasta-se. O *travelling* na paralela é realizado quando a câmera segue um trajeto, independentemente se o que é filmado vá (ou saia) em direção a ela.

### 3.2.3.12 *Zoom*

*Zoom* “[...] é um movimento mecânico, feito por um conjunto de lentes colocadas na Câmera. Divide-se em Zoom in (aproximação, fechar) e Zoom out

(afastamento, abrir).” (BACCO, 2008, p.5). Porém, antes de utilizar esse recurso, o repórter cinematográfico deve analisar se realmente há necessidade de aplicá-lo na captação das imagens. O uso errôneo pode prejudicar o trabalho de construção da notícia na ilha de edição e, conseqüentemente, a informação transmitida. Outro fator a se considerar é que o *zoom*, seja ele *in* ou *out*, se usado em demasia, faz com que a bateria da câmera perca a carga mais rapidamente do que se esse recurso não fosse utilizado. Então, para usá-lo de forma proveitosa, há uma dica:

Se você está dando um *zoom* – numa placa em frente a um edifício, por exemplo – lembre-se de segurar o começo e o fim por aproximadamente 10 segundos cada um [...] porque agora tem três tomadas pelo preço de uma e 20 segundos a mais. [...] Enquanto você está utilizando o *zoom*, faça um *zoom* inverso também (afaste-se da placa para mostrar o edifício). Outros poucos segundos investidos, uma outra opção criada para a sala de edição. (WATTS, 1999, p.43-44, grifo do autor).

### 3.2.4 Iluminação

Ao utilizar qualquer plano existente, faz-se necessário dar a ele uma iluminação adequada, pois a visualização imagética só existe com a presença da luz. “Algumas câmeras já permitem a redução de equipamentos de iluminação, sem prejuízo da captação da imagem. [...] A equipe geralmente dispõe de um sun gun – uma lâmpada manual movida à bateria [...]” (VILELLA, 2008, p.143).

Quando a câmera é colocada em lugar diferente do que estava ou quando há mudança brusca de iluminação no local, o repórter cinematográfico precisa estar atento para fazer os ajustes pertinentes à ocasião.

Antes de gravar, o operador vai sempre fazer o balanceamento da câmera para captar melhor a luz refletida. Vai ‘bater’ o branco ou o preto, para estabelecer uma referência luz e sombra – o objeto menos iluminado (preto) e o objeto mais iluminado (branco). (VILELLA, 2008, p.143).

Quanto aos tipos de luz, Vilella (2008, p.144) diz que elas podem ser divididas em quatro categorias distintas: luz principal, luz secundária, contraluz e luz de cenário. A primeira permite que a pessoa ou objeto que se pretende filmar esteja

iluminado o suficiente para render uma imagem de qualidade. A secundária tem a função de amenizar as sombras existentes, sem, porém, eliminá-las da cena. O terceiro tipo de luz dá à imagem uma noção de profundidade e deve ser efetuada de traz para frente. Como o próprio nome diz, o último tipo abordado pela autora serve para dar uma iluminação diferente ao fundo do cenário. Esta pode até ser auxiliada por outros equipamentos como “gelatinas coloridas”, alterando assim, a cor original do ambiente.

Ter noção de como manusear uma câmera e dos efeitos que o posicionamento das pessoas ou objetos terão com relação à luz, mesmo para um repórter, é de extrema importância, pois só assim ele saberá que tipo de imagens poderão ser feitas sem que a qualidade do resultado seja comprometida. Além disso, “[...] a *internet* abriu o mercado de trabalho para jornalistas que também operam câmeras de vídeo. Muitos profissionais escolheram o caminho da **vídeoreportagem** e colhem bons frutos com trabalhos independentes.” (VILELLA, 2008, p.145, grifo do autor).

Contudo, Bacco (2008, p.9) ainda deixa uma última regra, que serve para todas as situações: “[...] quanto mais bem iluminada a cena melhor será a gravação.”

### 3.2.5 Edição

Em televisão, a edição é feita em texto e imagens. Serve para condensar todo o material bruto e mostrar ao telespectador somente o que é fundamental. “Editar significa **definir**, **selecionar** e **dispor** de forma ordenada o volume de informações visuais e sonoras produzidos pela reportagem.” (VILELLA, 2008, p.189, grifo do autor).

Durante a edição, o mais importante é saber aproveitar o material que repórter e repórter cinematográfico trouxeram para o editor, a fim de que nenhum detalhe valioso conseguido pela equipe de externa passe despercebido.

Editar é uma arte. Não no sentido da criação artística, mas no sentido de lapidar a reportagem, usando seus três ingredientes básicos – imagem, informação e emoção – para contar uma história no tempo certo. O tempo certo de cada reportagem depende da força das imagens e da importância jornalística do assunto. (PATERNOSTRO, 1999, p.128).

O editor de texto trabalha na redação e na ilha de edição. Neste local, corta as sonoras junto ao editor de imagens, também responsável pela edição telejornalística. O profissional que edita conteúdos textuais lapida o que foi escrito pelo repórter e:

Escreve o texto que é lido pelo locutor/apresentador [...] é responsável pela paginação (ordenação das matérias do programa) quando está na função de editor-chefe ou editor-executivo. É o filtro crítico das informações e o último avaliador da reportagem antes da exibição. (CURADO, 2002, p.52).

Por mais que o repórter tenha estado no local dos fatos, o editor de texto tem autonomia para retirar ou incluir na reportagem o que for conveniente, afinal tem uma percepção mais aguçada dos acontecimentos, por não ter se envolvido diretamente com as fontes e entrevistados. (CURADO, 2002, p.52). Ao finalizar a edição, “O editor de texto vai fazer a lauda da matéria colocando os créditos, a cabeça e a nota-pé, quando necessária.” (CRUZ NETO, 2008, p.82).

O editor de imagens é responsável por selecionar as cenas captadas pelo cinegrafista e montá-las junto aos áudios capturados e gravados. O som e a imagem são organizados em uma sequência coerente, de forma a permitir que haja compreensão da reportagem por parte do receptor.

A edição de imagens começa a partir do momento em que o editor de imagens tem acesso ao conteúdo bruto da fita utilizada na reportagem e escolhe qual tomada encaixa-se melhor no texto. (CURADO, 2002, p.54). Com acesso aos relatórios de reportagem e imagens, é mais fácil planejar a edição e realizá-la mais rapidamente.

Por ser uma arte requer paciência, dedicação, concentração, habilidade, criatividade e sensibilidade. E, sem dúvida, quando falamos de edição em telejornalismo, é preciso acrescentar ainda: fidelidade às informações. (PATERNOSTRO, 1999, p.128).

Um exemplo desta lealdade informativa é quanto ao uso do *background* (BG), som apanhado durante a gravação, mas não usado com tanto

destaque, pois o *off* sobressai-se a ele. Quando usado como único áudio, o *BG* se torna sobre som, com os “Ruídos do ambiente da gravação [...]” (BISTANE; BACELLAR, 2005, p.132).

O *BG* é essencial em uma edição. “Toda matéria jornalística editada deve ter som ambiente em *Background* – *BG*, captado no local da filmagem e que dá ‘clima’ ao acontecimento.” (CURADO, 2002, p.111, grifo nosso).

A edição de uma reportagem tem caráter individual, uma vez que o processo de construção da matéria segue critérios pessoais de cada profissional, ainda que se procure seguir a objetividade. (PATERNOSTRO, 1999, p.131).

### 3.2.6 Videografismo

As informações visuais feitas a partir de algum programa de computador são o videografismo, recurso amplamente empregado em TV. Pode ser usado: como dados, para melhor explicitar algo; fazer simulação de situações que não foram capturadas pelo repórter cinematográfico; creditar, por meio de tarja, entrevistado e equipe que colaborou na reportagem. O videografismo também pode ser usado nas mais diversas ocasiões em que uma arte elaborada em *software* faça com que os telespectadores entendam melhor os fatos mostrados.

Nos departamentos de arte, computadores e programas cada vez mais sofisticados ajudam na criação de recursos visuais para construção das matérias. Soluções como gráficos e tarjas facilitam a compreensão de relatórios e pesquisas com números [...]. (BISTANE; BACELLAR, 2005, p.26).

### 3.3 Características do Telejornalismo Online

Para elaboração de telejornais virtuais é necessário utilizar recursos específicos, porque, mesmo assemelhando-se com noticiários convencionais, o suporte é a internet, meio que possui características próprias.

#### 3.3.1 Armazenamento

Armazenar é deixar disponível, na rede, todo conteúdo já transmitido. Conforme salienta Galli (2005, p.122), “A rede mundial de computadores, plugados mundialmente, permite ao usuário o acesso a informações do mundo todo. Desse modo, ele troca, armazena e obtém informações globalizadas.” Ao jornalismo, esse banco de dados é item fundamental para permitir que o público possa pesquisar e se informar mais aprofundadamente sobre algo que deseja ver ou rever.

Em televisão há arquivamento de material exibido, mas não é disponibilizado ao telespectador. Essa característica da TV pode ser um fator negativo, ao passo que se o receptor deixar de entender pela primeira vez a mensagem divulgada, não terá segunda oportunidade para assimilá-la. (CURADO, 2002, p.20).

Já na *web* é diferente: o espectador tem chances infinitas para compreender algo, no momento em que lhe for conveniente, haja vista que, mesmo os programas ao vivo, podem ficar hospedados no site após sua exibição. (PEREIRA, mensagem por gravador, 2009).

[...] a World Wide Web é um conjunto de documentos multimídia armazenados em computadores de todo o mundo. Os documentos da Web utilizam a Hypertext Markup Language (HTML), linguagem padrão para escrever páginas de documentos Web, que contenham informação nos mais variados formatos: texto, som, imagens e animação. Fácil de aprender e usar, a HTML possibilita preparar documentos em hipertexto, com links para se deslocar para outros documentos e sites. (PINHO, 2003, p.89).

O *streaming* é uma “[...] forma de transmitir áudio e/ou vídeo através de uma rede de computadores sem a necessidade de downloads de arquivos, pois a máquina recebe as informações ao mesmo tempo em que as disponibiliza para seus usuários.” (AVILA, 2008, p.137).

Ao usar esse recurso *on demand*, a finalidade é deixar o receptor ver algum produto audiovisual sem precisar armazená-lo no computador. “No procedimento de transmissão, o vídeo é partido em pequenos pedaços e compactado para depois ser enviado para o computador de destino.” (AVILA, 2008, p.14). A outra maneira existente de ver vídeos no ambiente virtual é por meio de *download*, o que de acordo com Avila (2008, p.9) “[...] é o processo de ‘baixar’ um arquivo, ou seja, buscar um determinado som ou vídeo pela Internet e copiá-lo para o HD<sup>19</sup> [...]”.

A técnica *on demand* faz com que, ao mesmo tempo, mais de um internauta assista aos vídeos de um site mediante a um *software*, sendo essa transmissão ao vivo ou gravada. (AVILA, 2008, p.14).

A visualização mais rápida de vídeos *on demand* acontece com conexões em banda larga. Porém, internautas com acesso à rede via linha discada conseguem assisti-los. (PEREIRA, mensagem por gravador, 2009).

### 3.3.1.1 Possibilidade de transmitir ao vivo

Para transmitir algum evento, ao vivo via *web*, utiliza-se o *streaming*, mas é preciso ter uma câmera (ou câmeras) ligada a um computador, sendo que este precisa possuir um *software* específico para transmissões em tempo real. Além disso, é imprescindível que haja cabeamento de áudio conectado a uma mesa de controle, a fim de que os sons captados estejam sincronizados à imagem. Na etapa final, o computador envia os dados audiovisuais ao servidor pelo qual a transmissão ao vivo é realizada. (PEREIRA, mensagem por gravador, 2009).

---

<sup>19</sup> *Hard disk* é o disco rígido do computador.

De acordo com Marcos Pereira (mensagem por gravador, 2009, grifo nosso), empresário e engenheiro eletrônico, pós-graduado em *Marketing* e Comércio Exterior e com *Master of Business Administration (MBA)* em *Marketing* e Negociações Internacionais, para exibir algo ao vivo, na rede, “[...] a gente procura sempre usar uma tecnologia da *Microsoft*.” Isso se deve à maioria dos usuários de computador, no Brasil, ter *Windows* como sistema operacional.

Por meio do *Encoder (Codificador do Windows Media 9 Series, da Microsoft)*, mesmo programa utilizado na *TV Uerj Online*, Marcos Pereira, e a equipe que trabalha com ele, transmitiu ao vivo pela internet, o *I Encontro de Tecnologia Educacional do Oeste Paulista*, realizado no dia 7 de outubro de 2009, no Teatro César Cava, no *campus I* da Unoeste. Apesar de o internauta ter conseguido assistir ao evento, o tempo não foi exatamente o real, houve entre 10 e segundos de atraso:

Porque, às vezes, você até tem um *link* grande, dois megas, mas na sua região está saturado e acaba acontecendo de um *download* ficar lento, você ver um vídeo meio travando. Então, ele [o servidor] procura contornar isso dando o que a gente chama de buferização. (PEREIRA, mensagem por gravador, 2009, grifo nosso).

### 3.3.2 Interatividade

A internet “[...] é um campo vasto para experimentações e produções artísticas que se encontram em pleno desenvolvimento.” (PRADO, 2003, p.208). Por meio dela o internauta passa a produzir conteúdo ou, até mesmo, enviar material que já tem pronto para complementar tais produções, ou seja, a interatividade oferecida pela *web* “[...] estimula os usuários a oferecer seus testemunhos, suas versões dos fatos ou sua opinião no próprio ambiente.” (MOHERDAUI, 2002, p.105). De acordo com Gilberto Prado (2003, p.214), “A habilidade de partilhar [...] diferencia esses ambientes das tradicionais salas de bate-papo, e a interatividade em tempo real é o diferencial.”

Interagir pode ser o ato de enviar alguma mensagem do transmissor ao receptor, mas é mais do que isso: é possibilitar que haja diálogo constante entre ambos. (PINHO, 2003, p.54). Como exemplo, mediante tal princípio, Pinho (2003,

p.146) observa que “[...] o internauta pode até mesmo exercitar a interação com outros usuários quando o site oferecer recurso para o envio da notícia ou informação via correio eletrônico.”

Além disso, Pinho (2003, p.147) elenca outros exemplos de interatividade que são necessários e facilmente encontrados na rede: “Links em diversas páginas do site permitem que o usuário acesse e preencha um formulário levantando dúvidas, fazendo sugestões ou comentando serviços e matérias, transmitindo depois via e-mail.” O autor também diz que “Os sites noticiosos complementam o quadro de informações com o endereço eletrônico [...] na publicação para que o usuário interaja com os jornalistas.” (PINHO, 2003, p.147).

Existem diversas formas de exercer a interatividade, mas para o telejornalismo online a principal é a participação direta e efetiva do *webespectador* nos conteúdos do programa jornalístico. O telespectador deixa de ser mero “[...] ‘índice de audiência’ ou ‘opinião manipulável’, o público da internet estabelece novos parâmetros de participação e interatividade.” (BRASIL, 2007, p.34). O internauta faz uso de ferramentas interativas, como enquetes e fóruns, para poder dar opinião, ou seja, para ser ouvido e saber o que outras pessoas ligadas à rede pensam também sobre determinado assunto. “São os recursos mais comuns para estimular a participação [...] e, adicionalmente, conquistar sua fidelidade.” (PINHO, 2003, p.145).

No *webjornalismo* audiovisual, a interatividade ainda se dá de outra forma:

O uso do computador como ferramenta mediadora da comunicação levamos a considerar textos que contemplam tanto a “interatividade tecnológica”, onde prevalece o diálogo, a comunicação e a troca de mensagens, quanto a “interatividade situacional” definida pela possibilidade de agir, interferir no programa e/ou conteúdo. (SILVA, 2000, p.87 apud BRAGA, 2005, p.145).

Logo, a TV na internet permite que o internauta possa escolher os programas que deseja assistir no momento em que for mais viável. Assim, “[...] não precisa ficar preso a uma grade de programação estabelecida pela rede emissora do sinal.” (NOGUEIRA, 2005, p.43).

### 3.3.3 Arquitetura da informação

Na rede, o aspecto visual prevalece. Portanto, um site deve ser esboçado de forma a evidenciar fotos e imagens, pois dão mais dinamicidade ao conteúdo. O destaque deve ser ainda maior na *home page*, ou seja, o padrão seguido na construção virtual deve estar anunciado já na primeira página, pois é o primeiro contato que o internauta tem com o veículo, que dessa forma, consegue persuadi-lo. (RODRIGUES, 2006, p.35).

Essa “amarração” de um endereço na internet também está presente em TVs do ciberespaço, pois dá noção das “[...] diferentes maneiras como as informações são disponibilizadas nas *webtvs*.” (BECKER; TEIXEIRA, 2008, p.10).

Conforme classificação de Rodrigues (2006), ao conceito de distribuição de conteúdo em um site dá-se o nome de arquitetura da informação. Apesar de não ter surgido exclusivamente para ambientes virtuais, pois se aplica também a materiais impressos, “[...] é a tarefa de estruturar e distribuir as áreas, principais e secundárias, tornando as informações facilmente identificáveis, sua distribuição bem definida e, a navegação, intuitiva.” (RODRIGUES, 2006, p.97).

O *webdesigner* é o profissional capacitado para desenvolver o *layout* na *web*. Para isso, deve levar em conta o que propõe o site em questão e, assim, construir a melhor forma de apresentar o conteúdo ao público-alvo. É preciso definir cores, forma de disposição de textos e tipologia.

De acordo com Rodrigues (2006, p.70), um site pode ser criado não com ênfase única de sentido, mas pode ser preparado para dar valor individual a cada página. Trata-se do conteúdo celular.

Segundo a pesquisa *Eyetrack*<sup>20</sup> realizada pelo *Institute Poynter* em 2004, “[...] os instintos dos leitores estão a olhar primeiro para a bandeira / logotipo e as manchetes superior no canto superior esquerdo.” Em um segundo momento, os usuários tendem a visualizar a parte central de um site. Por fim, veem o canto direito de cima, bem como toda a parte inferior da página. A partir desta consideração, se

---

<sup>20</sup> Esta pesquisa chama-se *Eyetrack* porque, por meio de um sensor, lê a direção dos olhos do internauta na tela do computador. Com ela, concluiu-se que o texto é preferido à imagem, em um primeiro momento.

chega a um novo elemento presente no ciberespaço: a usabilidade. (POYNTER ONLINE, 2009).

### 3.3.4 Usabilidade ou navegabilidade

A usabilidade é uma das características mais singulares da internet, apesar de não ser exclusiva dela, tampouco pertencer somente aos meios de comunicação. “A usabilidade refere-se à capacidade de um produto ser compreendido, aprendido, utilizado e ser atrativo para o utilizador, em condições específicas de utilização.” (POKORNY; SMITH apud VALDESTILHAS; ALMEIDA, 2005, p.2). Para tratar particularmente da *web*, esta característica do jornalismo online pode receber o nome de navegabilidade. (RODRIGUES, 2006).

Ao abordar um site, a usabilidade diz respeito à forma com que elementos ficam dispostos nele. Segundo Marcuschi (2005, p.26, grifo do autor), “[...] uma *home page* seria um catálogo ou uma vitrine pessoal ou institucional.” É exatamente neste conceito que a navegabilidade se emprega. Se os menus de uma página virtual permitem ao usuário encontrar o que procura, de forma fácil e útil, com certeza o veículo tem usabilidade.

Valdestilhas e Almeida (2005, p.2, grifo nosso) consideram que a usabilidade tem cinco peculiaridades, são elas:

**Facilidade de Uso.** O usuário comete poucos erros durante a interação?  
**Facilidade de Aprendizado.** O usuário aprende rápido? O usuário memoriza o que aprendeu?  
**Produtividade.** O usuário faz suas tarefas com rapidez?  
**Flexibilidade.** A interface oferece alternativas de interação?  
**Satisfação.** O usuário gosta de utilizar o sistema?

Caso as respostas para essas perguntas sejam “sim”, significa que a navegabilidade está sendo aplicada de forma efetiva.

Os detalhes que possam parecer insignificantes devem ser aspectos primordiais durante a elaboração de um site. “Para que o usuário não se perca, é fundamental que na página indicada exista um link de retorno rápido à anterior. Não conte apenas com o botão ‘back’ do navegador.” (RODRIGUES, 2006, p.18). Por

meio deste exemplo, é possível notar que a usabilidade deve estar presente no máximo possível de elementos de uma página, afim de que o internauta possa retornar a ela. “O design de websites envolve, em larga medida, facilitar a navegação dos usuários por suas páginas e o estabelecimento de uma estrutura que permita ao leitor encontrar rapidamente o que precisa.” (MOHERDAUI, 2002, p.98-99).

Mesmo com a arquitetura da informação bem conectada à usabilidade, é preciso valorizar outros aspectos, afinal, “Os valores estratégicos presentes em um site de sucesso são a *identidade* (relacionada com os esforços de construção da marca), *impacto*, *audiência* e *competitividade*, todos eles importantes a longo prazo”. (PINHO, 2003, p.129, grifo do autor).

Contudo, uma página na *web* necessita conquistar credibilidade e, conseqüentemente, ampliar seu público, só que para isso é necessário também que o conteúdo veiculado por ela seja atualizado periodicamente, já que o internauta terá a certeza de que, quando voltar para acessá-la, encontrará novas informações. “*Na Internet, o usuário é quem manda*. Isto quer dizer que sem usuários o site deixa de existir. É preciso cuidar para que o navegante encontre nas suas páginas o que pede, do contrário ele o deixará só.” (MARTÍN apud PINHO, 2003, p.141, grifo do autor).

Para Pinho (2003, p.99), um site deve deixar claro para o internauta quando ocorreu a última atualização, já que “Sites com conteúdo desatualizado não merecem confiança”. E lembra que “[...] as indicações de data na Web são confusas: podem indicar quando o material foi inicialmente produzido, ou quando foi publicado na Web, ou quando a página Web foi revisada pela última vez.” (PINHO, 2003, p.99).

O capítulo a seguir versa sobre emissoras universitárias e mostra, de forma aprofundada, duas televisões: *TV Uerj Online* (primeira emissora televisiva universitária do país) e *TV Facopp Online* (emissora em que se hospedará o telejornal produzido pelos pesquisadores deste estudo).

#### 4 EMISSORAS UNIVERSITÁRIAS

As TVs universitárias servem como um laboratório para que os acadêmicos vivenciem o dia a dia de uma redação jornalística sem qualquer vínculo comercial, experimentem novas formas e linguagens de se transmitir a notícia e divulguem suas pesquisas, com o objetivo de aproximar a instituição e seus estudos da sociedade. Ao contrário das TVs convencionais, Porcello (2002) defende que uma emissora de faculdade não deve se preocupar com a audiência, mas tratar de assuntos locais, ou seja, trabalhar com a realidade em que está inserida.

Magalhães (2002, p.15) completa:

A ABTU considera, em seu estatuto, que uma televisão universitária é aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo, internet etc.), voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania.

Até o início da década de 1990, as emissoras universitárias transmitiam somente dentro das faculdades. A possibilidade de exibir externamente a programação feita por acadêmicos ocorreu oficialmente em 6 de janeiro de 1995, mediante a criação da Lei Federal de nº 8.977, “[...] conhecida como Lei da Televisão a Cabo, que prevê os chamados ‘canais básicos de utilização gratuita’ [...]”. (PORCELLO, 2002, p.49).

Até o fim do século XX, as TVs universitárias somavam menos de duas dezenas no Brasil. Segundo Porcello (2002, p.50-66), “[...] em setembro de 2000 o número de canais em operação era de 16, sendo que onze deles operava de forma modesta”, cada um contendo apenas uma universidade no controle da programação. As outras cinco emissoras compartilhavam conteúdo com mais de uma instituição, sendo elas das seguintes capitais brasileiras: Belo Horizonte (MG), Campo Grande (MS), Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP).

A prática de transmissão compartilhada de conteúdo teve início, no Brasil, com o *Canal Universitário*, que “[...] opera desde novembro de 1997 [...]” (PORCELLO, 2002 p.51). Porém, o título de pioneira em canais universitários brasileiros é da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A *TV Campus*, como

é denominada, “[...] entrou no ar em 25 de julho de 1995 [...]” (PORCELLO, 2002, p.67).

Quanto à programação das televisões universitárias, Magalhães (2002, p.39-40) diz que pode ser de conteúdo voltado para temas da própria instituição, de alguma comunidade, ou assuntos relacionados a entretenimento, documentários, educação, cultura ou ciências.

Atualmente, 50 emissoras universitárias são afiliadas à ABTU (EVARISTO, 2009). Dentre essas, 25 são transmitidas somente por meio de sinal aberto ou a cabo; 21 mantêm site, mas não produzem conteúdo específico para ele, só retransmitem a programação produzida para a TV convencional; e apenas quatro são online, ou seja, possuem conteúdo exclusivo para a *web*, conforme demonstram as tabelas a seguir.

TABELA 1 – Afiliadas à ABTU que transmitem em sinal aberto ou a cabo

<b>Emissora universitária</b>	<b>IES</b>	<b>Cidade</b>
<i>Furg TV</i>	Universidade Federal do Rio Grande (Furg)	Rio Grande (RS)
<i>PUC TV</i>	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas)	Belo Horizonte (MG)
<i>Santa Cecília TV</i>	Universidade Santa Cecília (Unisanta)	Santos (SP)
<i>TV São Marcos</i>	Universidade São Marcos (Unimarco)	São Paulo (SP)
<i>TV ESPM</i>	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)	São Paulo (SP)
<i>TV Pantanal</i>	Universidade Anhanguera/Universidade para o Desenvolvimento do Estado e Região do Pantanal (Uniderp)	Campo Grande (MT)
<i>TV PUC Campinas</i>	Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC Campinas)	Campinas (SP)
<i>TV PUC Rio</i>	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC Rio)	Rio de Janeiro (RJ)
<i>TV UCDB</i>	Universidade Católica Dom Bosco (UCDB)	Campo Grande (MS)
<i>TV UCSal</i>	Universidade Católica do Salvador (UCSal)	Salvador (BA)
<i>TV Uesb</i>	Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb)	Vitória da Conquista (BA)
<i>TV Ufam</i>	Universidade Federal do Amazonas (Ufam)	Manaus (AM)
<i>TV UFMA</i>	Universidade Federal do Maranhão (UFMA)	São Luís (MA)
<i>TV UFPB</i>	Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	João Pessoa (PB)
<i>TV Unama</i>	Universidade da Amazônia (Unama)	Belém (PA)
<i>TV Uneb</i>	Universidade do Estado da Bahia (Uneb)	Salvador (BA)
<i>TV Uni-BH</i>	Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH)	Belo Horizonte (MG)
<i>TV Uni-BH Inconfidentes</i>	Uni-BH	Ouro Preto (MG)
<i>TV Univali</i>	Universidade do Vale do Itajaí (Univali)	Itajaí (SC)
<i>TV Universitária da UCP</i>	Universidade Católica de Petrópolis (UCP)	Petrópolis (RJ)
<i>TV Viçosa</i>	Universidade Federal de Viçosa (UFV)	Viçosa (MG)
<i>UFSC TV</i>	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Florianópolis (SC)
<i>UPF TV</i>	Universidade de Passo Fundo (UPF)	Passo Fundo (RS)
<i>Una TV</i>	Universidade União de Negócios e Administração (Centro Universitário UNA)	Contagem (MG)
<i>Unicruz TV</i>	Universidade de Cruz Alta (Unicruz)	Cruz Alta (RS)

Fonte: ABTU.

TABELA 2 – Afiliadas à ABTU que retransmitem a mesma programação da TV convencional na internet

continua

<b>Emissora universitária</b>	<b>IES</b>	<b>Cidade</b>	<b>Endereço eletrônico</b>
<i>Doctum TV</i>	Faculdades Doctum	Caratinga (MG)	<a href="http://www.youtube.com/doctumtv">http://www.youtube.com/doctumtv</a>
<i>Furb TV</i>	Universidade Regional de Blumenau (Furb)	Blumenau (SC)	<a href="http://www.furbtv.furb.br/hp/index.php">http://www.furbtv.furb.br/hp/index.php</a>
<i>RTV Unicamp</i>	Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)	Campinas (SP)	<a href="http://www.rtv.unicamp.br/">http://www.rtv.unicamp.br/</a>
<i>TV Alfenas</i>	Universidade José do Rosário Vellano (Unifenas)	Alfenas (MG)	<a href="http://www.tvalfenas.com.br/">http://www.tvalfenas.com.br/</a>
<i>TV Fag</i>	Faculdade Assis Gurgacz (FAG)	Cascavel (PR)	<a href="http://www.tvfag.com.br/">http://www.tvfag.com.br/</a>
<i>TV Feevale</i>	Centro Universitário Feevale (Feevale)	Novo Hamburgo (RS)	<a href="http://www.youtube.com/tvfeevale/">http://www.youtube.com/tvfeevale/</a>
<i>TV Fema</i>	Fundação Educacional do Município de Assis (Fema)	Assis (SP)	<a href="http://www.femanet.com.br/femaedu/index.php/menu/fema.html">http://www.femanet.com.br/femaedu/index.php/menu/fema.html</a>
<i>TV Mackenzie</i>	Universidade Presbiteriana Mackenzie	São Paulo (SP)	<a href="http://tv.mackenzie.br/">http://tv.mackenzie.br/</a>
<i>TV Unaerp</i>	Universidade de Ribeirão Preto (Unaerp)	Ribeirão Preto (SP)	<a href="http://tv.unaerp.br/">http://tv.unaerp.br/</a>
<i>TV Unifev</i>	Centro Universitário de Votuporanga (Unifev)	Votuporanga (SP)	<a href="http://www.tvuniversitaria.com.br/">http://www.tvuniversitaria.com.br/</a>
<i>TV Unifor</i>	Universidade de Fortaleza (Unifor)	Fortaleza (CE)	<a href="http://www.unifor.br/multimedia/">http://www.unifor.br/multimedia/</a>
<i>TV Unisinos</i>	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	São Leopoldo (RS)	<a href="http://www.unisinos.br/tv/">www.unisinos.br/tv/</a>
<i>TV Univap</i>	Universidade do Vale do Paraíba (Univap)	São José dos Campos (SP)	<a href="http://www.univap.br/tvunivap/">http://www.univap.br/tvunivap/</a>
<i>TV Univates</i>	Unidade Integrada Vale do Taquari de Ensino Superior (Univates)	Lajeado (RS)	<a href="http://www.univates.br/tv/">http://www.univates.br/tv/</a>
<i>TV USP</i>	Universidade de São Paulo (USP)	São Paulo (SP)	<a href="http://www.usp.br/tv/">http://www.usp.br/tv/</a>
<i>UCG TV</i>	Universidade Católica de Goiás (UCG)	Goiânia (GO)	<a href="http://www.ucg.br/ucg/ucgtv/home/">http://www.ucg.br/ucg/ucgtv/home/</a>
<i>UCS TV</i>	Universidade de Caxias do Sul (UCS)	Caxias do Sul (RS)	<a href="http://www.ucs.br/ucs/cetel/ucstv/">http://www.ucs.br/ucs/cetel/ucstv/</a>
<i>UnBTV</i>	Universidade de Brasília (UnB)	Brasília (DF)	<a href="http://www.cpce.unb.br/unbtv/">http://www.cpce.unb.br/unbtv/</a>
<i>Uni TV</i>	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal	Porto Alegre (RS)	<a href="http://www.unitv.tv.br/">http://www.unitv.tv.br/</a>

TABELA 2 – Afiliadas à ABTU que retransmitem a mesma programação da TV convencional na internet

			conclusão
	de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA) e Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter)		
<i>Unimep TV</i>	Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep)	Piracicaba (SP)	<a href="http://www.unimeptv.com.br/">http://www.unimeptv.com.br/</a>
<i>Unisul TV</i>	Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul)	Tubarão (SC)	<a href="http://www.unisultv.com.br/">http://www.unisultv.com.br/</a>

Fonte: ABTU.

TABELA 3 – Afiliadas à ABTU que são, exclusivamente, virtuais

<b>Emissora universitária</b>	<b>IES</b>	<b>Cidade</b>	<b>Endereço Eletrônico</b>
<i>TV Facopp Online</i>	Unoeste	Presidente Prudente (SP)	<a href="http://www.unoeste.br/tvfacopp">http://www.unoeste.br/tvfacopp</a>
<i>TV Pitágoras</i>	Faculdade Pitágoras	Divinópolis (MG)	<a href="http://www.tvpitagoras.com.br/">http://www.tvpitagoras.com.br/</a>
<i>TV PUC São Paulo</i>	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)	São Paulo (SP)	<a href="http://www.tvpuc.com.br/">http://www.tvpuc.com.br/</a>
<i>TV Universitária da UEFS</i>	Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS)	Feira de Santana (BA)	<a href="http://www.uefs.br/tvuefs/">http://www.uefs.br/tvuefs/</a>

Fonte: ABTU.

Como este estudo propõe a criação de um telejornal para a *TV Facopp Online*, emissora virtual, também foi realizada observação nos sites das outras três TVs universitárias online cadastradas na ABTU (*TV Pitágoras*, *TV PUC São Paulo* e *TV Universitária da UEFS*). Observou-se os itens: equipe, ferramentas de interatividade, programação e usabilidade.

## 4.1 TV Pitágoras

TV PITÁGORAS  
o futuro começa aqui.

Pensou Educação,  
Pensou Pitágoras.

HOME QUEM SOMOS PROGRAMAÇÃO EQUIPE CONTATO UNIDADES

Destaque 12/ago/2009

Sinopse:  
Sociedade da Lixão é nome do documentário selecionado no 17º Gramado Cine Vídeo. É a terceira vez que a TV Pitágoras é colada para participar da premiação, no ano passado foram três indicações. O documentário mostra o dia-a-dia de trabalhadores da lixão de Divinópolis, retratando o perfil, as angústias e ansiedades dos catadores de lixo

Programa:  
Gente que Pensa  
Sinopse:  
GQP discute situação do jornalismo com a queda do diploma

Programa:  
Entrelinhas  
Sinopse:  
Entrelinhas debate: marcas e logomarcas

Programa:  
Facine  
Sinopse:  
História do Cinema Nacional é tema da Facine

Produção dos nossos Alunos

Videos da Parceria

Veja os videos do Congresso

Programas

Revista PITÁGORAS

Veja Todos

Apoiado por: DESAFIO SEBRAE

© 2009 - Pensou Educação, pensou PITÁGORAS  
www.faculdadepitagoras.com.br

Parcerias: future ABTU

FIGURA 8 – Site da TV Pitágoras

A TV Pitágoras exibe conteúdos gravados em diferentes unidades da Faculdade Pitágoras, localizadas em: Belo Horizonte e Divinópolis (MG), Guarapari (ES) e Londrina (PR). Segundo a ABTU, a sede é em Divinópolis. A emissora mantém uma grade com sete programas: O *Gente que Pensa* traz ao auditório jovens das mais diversas idades para exporem suas ideias sobre um determinado tema, ao som de uma banda e um *disc-jockey (DJ)*; *Gestão de Negócios* mostra dicas de alunos e ex-alunos da Universidade quanto à vida profissional; *Revista*

*Pitágoras* é uma revista eletrônica que aborda várias editoriais em forma de reportagem; o *Entrelinhas*, *Nossa Mídia* e *Academia Pitágoras de Ideias* são programas de entrevistas. O primeiro, com enfoque jornalístico, recebe professores que discorrem sobre sua área de especialização, o segundo analisa o comportamento da imprensa na divulgação das notícias e o terceiro engloba as ciências humanas e exatas.

Em sua equipe, a *TV Pitágoras* conta com 23 pessoas, sendo que destes, 13 são estagiários e os demais funcionários estão divididos em sete funções diferentes: direção geral, comunicação e *marketing* institucional, gerência comercial e de *marketing*, coordenação, internet, produção e edição de imagens e finalização.

A página inicial do site da emissora deixa um vídeo em destaque, além de expor todos os itens necessários para que o *webespectador* consiga navegar com facilidade, encontrando os programas e as edições que deseja.

A *webTV* também tem um espaço reservado para que os internautas deem sua nota aos trabalhos apresentados, comentem as edições, enviem o programa para um amigo ou entrem em contato com a equipe da TV. Para os alunos da Universidade, há também a possibilidade de hospedar seu trabalho na internet, por meio da ferramenta *Produção dos Nossos Alunos*.

A *TV Pitágoras* trabalha em parceria com o *Canal Futura*, por meio de inserções de matérias produzidas por acadêmicos, durante a programação jornalística da emissora. Além disso, deixa disponível para visualização todos os vídeos produzidos para serem veiculados em TV convencional.

## 4.2 TV PUC São Paulo

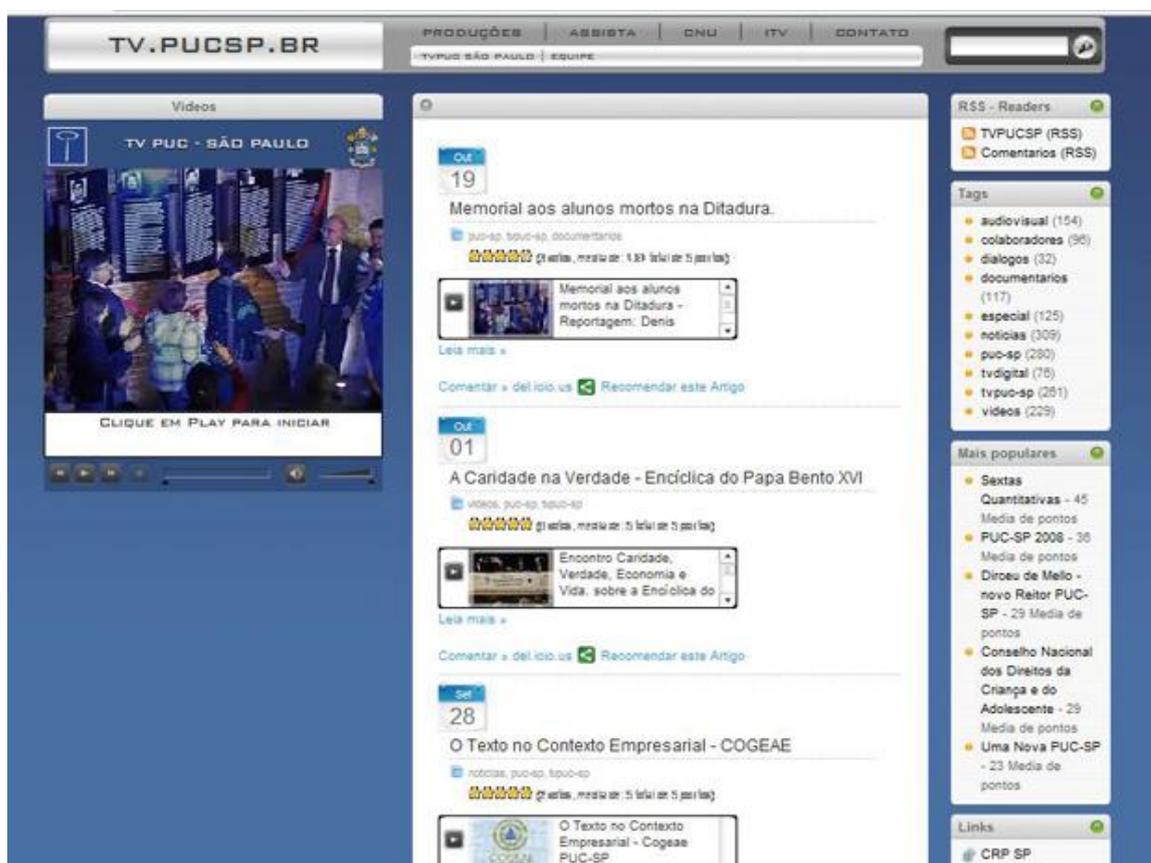


FIGURA 9 – Site da TV PUC São Paulo

A TV PUC São Paulo produz conteúdo exclusivo para a web, mas também possui um canal na TV a cabo. No site ficam hospedadas várias matérias que são divididas nas seguintes categorias: *Audiovisual*, *Colaboradores*, *Diálogos*, *Documentários*, *Especial*, *Notícias*, *PUC-SP*, *TVDigital*, *TVPUC-SP* e *Vídeos*. Todas elas são voltadas ao universo acadêmico e refletem sobre as mais variadas áreas.

No total, são 1.676 vídeos postados até 7 de outubro de 2009 e o site, mesmo sendo de conteúdo audiovisual, utiliza grande quantidade de texto.

O internauta pode deixar comentários abaixo das matérias e enviar e-mail à equipe, composta por 19 funcionários, sete colaboradores e sete estagiários. As reportagens e os programas retransmitidos no site ficam armazenados no item *Arquivo* e o *webespectador* pode acessá-los no momento em que achar conveniente.

### 4.3 TV Universitária da UEFS

TV Universitária da UEFS

TV UNIVERSITÁRIA DA UEFS - A IMAGEM DA NOSSA DIVERSIDADE

ASSISTA

reportagem  
Káreen Couto

0:00 / 2:10

Engenheiros de Alimentos da Uefs promovem workshop comemorativo  
Assista...

- [Programa de Aprimoramento em Língua e Literatura Estrangeira realiza 2º Encontro de Professores](#)
- [Adufs promove debate sobre saúde do professor](#)
- [Tem início a Semana Nacional do Livro e da Biblioteca](#)
- [20 de outubro, começa a 6ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia](#)
- [Motoristas da Uefs concluem curso de capacitação](#)

NOVOS PROGRAMAS  
TV Universitária da UEFS

8558  
Visitar

ABTU  
Associação Brasileira de Trabalho Universitário

A TV Universitária da UEFS é filiada à ABTU  
www.abtu.org.br

Arquivo

FIGURA 10 – Site da TV Universitária da UEFS

A TV Universitária da UEFS, localizada em Feira de Santana (BA), apresenta todos os links dispostos claramente à esquerda do site: *Página inicial*, *Nosso conceito de TV*, *Equipe*, *Programação*, *Interatividade* e *Fale conosco*. Portando em sua estrutura física 12 pessoas, a emissora possui três programas semanais: *O que é que a UEFS tem?*, que divulga o trabalho desenvolvido pela comunidade acadêmica; *Vamos nessa*, voltado ao jornalismo participativo; e *Mestres do Ofício*, interprograma que mostra o cotidiano profissional de moradores da

cidade. A TV ainda mantém uma programação mensal com o programa *Corte Seco* e acrescentará à grade quatro novos programas: *Univer Cidade*, para abordar temas de interesse público, *Caleidoscópio*, com o objetivo de realizar entrevistas, *Feira na Mesa*, que falará sobre aspectos sócio-econômicos e culturais de Feira de Santana, e o *Movimento Ambiental da UEFS*. (TV UNIVERSITÁRIA DA UEFS, 2009). A fim de priorizar a interatividade, o veículo universitário abre espaço para que todos os estudantes produzam conteúdo ou deem sugestão de pauta para a TV.

Como foi relatado, *TV Pitágoras*, *TV PUC São Paulo* e *TV Universitária da UEFS* não possuem telejornal. Com o objetivo de acompanhar essa experiência, o grupo deste TCC realizou pesquisa de campo na *TV Uerj Online*, que mesmo não sendo filiada à ABTU, contém produtos jornalísticos, inclusive foi a primeira TV acadêmica do país a exibir um telejornal feito para a internet, ainda mantido na grade de programação. Ela já foi premiada como a melhor emissora universitária online do Brasil e tem como diferencial a transmissão ao vivo.

#### 4.4 TV Uerj Online

Entre os dias 6 e 10 de julho de 2009, os pesquisadores Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira visitaram a *TV Uerj Online*<sup>21</sup>, com o objetivo de conhecer a estrutura, funcionamento da televisão e também vivenciar, em conjunto com os estagiários da emissora, o dia a dia da primeira TV universitária online do Brasil.

A *TV Uerj* nasceu, em 2001, da vontade que o pós-doutor em Ciências Humanas Antonio Cláudio Brasil Gonçalves tinha de “[...] praticar jornalismo de verdade [...]” (BRASIL, gravação em vídeo, 2009). O jornalista, que também é coordenador do Laboratório de Vídeo e estúdio “Alberto Dines” da Uerj, propôs que, ao participar das atividades do mais recente meio de comunicação, os estudantes de Jornalismo e Relações Públicas tivessem contato com um veículo livre de censura e que os permitissem experimentar novos formatos de transmissão da notícia, treinassem para desenvolver a profissão de jornalista, produzissem matérias,

---

<sup>21</sup> (<http://www.tvuerj.uerj.br>)

divulgassem os eventos da Uerj e fizessem transmissões ao vivo. (BRASIL, gravação em vídeo, 2009).

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 11 – Antonio Brasil durante Oficina de Telejornalismo

A *TV Uerj* contava, em julho de 2009, com uma equipe de 10 estagiários. Eles são responsáveis por todo o conteúdo produzido na TV, desde a produção dos programas até a finalização.

A escolha de novos estagiários é feita por meio de critérios de avaliação definidos pelos alunos da equipe atual. Neste ano, a seleção exigiu que os candidatos fizessem redação de texto televisivo e teste de vídeo. (NASCIMENTO, informação verbal, 2009)<sup>22</sup>.

Ao ser aceito na emissora, cada estudante ganha um cargo, alternado semanalmente, a fim de que todos passem pelas funções que competem à profissão escolhida. Os universitários do curso de Relações Públicas participam da escala e ficam responsáveis pela divulgação da emissora. Todos cumprem carga horária de 16 horas semanais, sendo que o funcionamento da emissora é de segunda a sexta, das 14h às 18h. Semanalmente é concedido a cada aluno um dia de folga.

A Uerj concede bolsas-auxílio, no valor de R\$ 250, aos estagiários da TV. Durante a vigência desta turma de estagiários, nove deles recebiam o benefício.

---

<sup>22</sup> Rafael Nascimento, editor-chefe da *TV Uerj Online*, concedeu entrevista a Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira. Rio de Janeiro, 8 de julho de 2009.

Somente a estudante Rafaela Gil, a última a entrar na equipe, ainda não havia sido contemplada. Isso aconteceria se algum estagiário mais experiente deixasse o projeto. (NASCIMENTO, informação verbal, 2009)<sup>23</sup>.

A *TV Uerj Online* iniciou as transmissões com o *TJ Uerj Online*, mas novos programas foram incorporados à grade de programação: *TV Uerj Esportes*, *Etc!* e *Penúltimas*. O telejornal é diário e transmitido, ao vivo, às 17h30. O noticiário traz informações sobre a Uerj e eventos realizados no campus, além de mostrar atividades desenvolvidas pelos acadêmicos e “[...] certas coisas que são de interesse geral [...] do Rio de Janeiro.” (NASCIMENTO, mensagem por gravador, 2009). Para os estudantes, é importante manter um telejornal em uma emissora universitária para praticar o cotidiano jornalístico e também para haver identificação por parte dos telespectadores. “Uma coisa é ver o William Bonner falando uma notícia sobre o Brasil, mas o William Bonner você tem aquela visão ‘de cima’. A visão de um universitário para o outro é horizontal, você se vê do outro lado da câmera.” (BARBOSA, mensagem por gravador, 2009).

O *TV Uerj Esportes*, como o nome revela, trata de assuntos relacionados ao universo esportivo. O noticiário vai ao ar todas as segundas e quintas-feiras, às 16h30, ao vivo, e é apresentado por dois estagiários, que além de transmitir as notícias, opinam.

O *Etc!* é o programa de cultura e variedades que vai ao ar às sextas-feiras. Não há exibição ao vivo deste produto e na gravação os estagiários têm a oportunidade de inovar no corte e posicionamento das câmeras, com o objetivo de dar mais movimento. De acordo com Freitas (mensagem por gravador, 2009), o *Etc!* é o programa “[...] mais diferente. É o que dá mais para criar [...]” A *TV Uerj Online* também conta com espaço para debate de assuntos atuais e polêmicos: é o *Penúltimas*<sup>24</sup>, veiculado todas as quartas-feiras, às 16h30, ao vivo. Para falar sobre os assuntos definidos na reunião de pauta, são convidados profissionais ou alunos da Universidade, que se posicionam de forma crítica e expõem opiniões sobre determinado tema.

Cada uma dessas produções tem editor próprio. As reuniões de pauta acontecem às terças-feiras, às 14h. No encontro, além de definir os assuntos que

---

<sup>23</sup> *Idem*.

<sup>24</sup> Os acadêmicos Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira participaram, ao vivo, do *Penúltimas* de 8 de julho de 2009. Eles falaram sobre TVs universitárias online, junto ao apresentador Rafael Nascimento.

serão tratados durante a semana, os editores têm a oportunidade de sanar alguma dúvida ou propor mudanças.

As transmissões da *TV Uerj Online* são realizadas no estúdio “Alberto Dines” da Uerj e os cenários foram improvisados por antigos e atuais estagiários, que usaram criatividade para elaborar um espaço diferente a cada programa. O cenário do telejornal *TJ Uerj Online* foi criado com pastas plásticas unidas por cliques. Os demais foram confeccionados com recortes de revistas colados de forma assimétrica em um tapume de madeira. “A gente sempre tenta, no bom senso, criar as coisas, pegando modelo de outras coisas pré-estabelecidas ou não – às vezes, da nossa cabeça.” (BARBOSA, mensagem por gravador, 2009).

Foto: Elaine Soares



FIGURA 12 – Cenário do *TJ Uerj Online*

Foto: Matheus Teixeira



FIGURA 13 – Cenário do *TV Uerj Esportes*

A *TV Uerj Online* já recebeu duas premiações nacionais: o *Prêmio Luiz Beltrão*, em 2002, e menção honrosa no *Top Comm Award 2007*, de responsabilidade social. (TV UERJ ONLINE, 2009). A emissora também tem reconhecimento internacional. (BRASIL, gravação em vídeo, 2009). Em encontro da Associação Americana dos Professores de Jornalismo e Comunicação, o professor Gordon Daniels, da Universidade do Alabama, afirmou que “Essa idéia de utilizar a TV na Internet como uma ferramenta de ensino parece ser uma grande idéia. Parece que vocês na UERJ estão nos limites da tecnologia.” (JORNAL BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005). Além disso, o *Observatório da Imprensa*, um dos maiores sites jornalísticos do Brasil, trabalha como parceiro do projeto. Porém, mesmo com todo esse prestígio, o coordenador da emissora reconhece que ainda há algumas falhas que necessitam de correção. Para ele, “[...] a gente não tem, rigorosamente, nada de novo, criativo, diferencial, [...] pra colocar no ar [...]. Nós somos um centro de referência por existir, mas não por inovação e criatividade”. (BRASIL, gravação em vídeo, 2009).

Em sua infraestrutura, a *webTV* conta com três computadores, sendo que a máquina que possui mais memória tem 160 *gigabytes (GB)*, ou seja, menos da metade do espaço que a ilha de edição da *TV Facopp* possui; duas *handcams* (câmeras de mão) *Panasonic HDD 3.1*, utilizadas em gravações externas e de estúdio e dois microfones de mão, sem canopla. Os programas ao vivo são transmitidos por meio do *Encoder* e ao mesmo tempo captados pelo *ENLTV*, *software* responsável pelo armazenamento em formato *Audio Video Interleave (AVI)*. Por fim, os estagiários convertem os vídeos para o formato *Windows Media Video (WMV)*, utilizando o *software WinAvi*. Os programas, inclusive ao vivo, são editados com o *Adobe Premiere Pro 2.0*.

Os vídeos são hospedados no *YouTube* e linkados ao site da emissora. Além de navegar pelo veículo, o internauta pode visitar o *blog*<sup>25</sup> e mandar sugestões, dúvidas ou críticas ao e-mail da televisão<sup>26</sup>. A *webTV* também faz divulgação em redes sociais virtuais: o telespectador pode ser membro da comunidade que a TV possui no *Orkut*<sup>27</sup> e seguir o *Twitter* dela<sup>28</sup>.

<sup>25</sup> (<http://www.blogdatvuerj.blogspot.com>)

<sup>26</sup> ([tvuerj@hotmail.com](mailto:tvuerj@hotmail.com)). Pelo mesmo endereço é possível manter contato com os estagiários pelo *Windows Live Messenger*, de conversa instantânea.

<sup>27</sup> (<http://www.orkut.com>)

<sup>28</sup> (<http://twitter.com/tvuerjonline>). O *Twitter* também presta serviço de *microblogging*: semelhante ao *blog*, mas o usuário tem limite de 140 caracteres para cada postagem.

## 4.5 TV Facopp Online

### 4.5.1 História

A *TV Facopp Online* foi a primeira emissora televisiva universitária online do Oeste Paulista a ser criada. A idealização desta emissora começou por meio de um TCC realizado no ano de 2005 pelos alunos Ana Elise Zogheib Fernandes, Bruno Dias Pereira, Christina Aparecida Panes Moreno Nakandakare e Cirilo Luís Dias Pereira, orientados pela professora especialista Thaisa Sallum Bacco. Na época, os estudantes fizeram um projeto-piloto da emissora, em que seriam veiculados apenas trabalhos científicos feitos na Facopp. O site da TV foi construído pelos próprios acadêmicos, que pesquisaram quais seriam as melhores formas de desenvolver um projeto gráfico adequado às propostas da TV.

Ao desenvolver um projeto gráfico para a *web*, é necessário um planejamento detalhado de como o conteúdo será transmitido, diagramado, as cores a serem utilizadas, etc. [...] Um projeto gráfico para a *web* deve permitir que o usuário identifique que a informação que ele está acessando pertence àquele local onde está armazenado. (FERNANDES et al., 2005, p.43-44, grifo do autor).

Além da questão gráfica, os autores do trabalho se preocuparam em mostrar que existia viabilidade de colocar o site proposto no ar, embasados em estudos teóricos feitos acerca dos assuntos inerentes a uma televisão online – que vão desde o resgate da história televisiva até a convergência dela à rede. Para analisar as questões práticas de uma *webTV* e ver o funcionamento de uma redação, mediante a pesquisa de campo, os acadêmicos visitaram três universidades: Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), em São Paulo (SP), Uerj e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), ambas da cidade do Rio de Janeiro (RJ). Os estudantes também ressaltaram a importância da criação de uma TV universitária online para manter os alunos da faculdade em contato com a internet.

Três anos após o estudo, Carolina Rubini, Edislene Vaiandt Rodrigues, Estela Mara Lopes Faria e Flávio Henrique Lourenço Veras decidiram retomar o tema e implantar a emissora, sob a orientação de Thaisa Sallum Bacco e co-orientação da professora especialista Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo. Nas questões teóricas do trabalho, houve avanço em relação ao que fora executado no TCC anterior: foram realizadas entrevistas em profundidade com profissionais atuantes no meio televisivo online e aplicação de questionário para saber qual o conteúdo que mais se encaixaria no perfil da Facopp.

Também houve evolução na peça prática, pois foi implantada a emissora de Presidente Prudente que é pioneira, no Oeste Paulista, em produção exclusiva para a *web*. O lançamento oficial da *TV Facopp Online* foi no dia 12 de maio de 2008. Para efetivamente colocá-la no ar, houve a colaboração de Ítalo Marcelo Costa (*webdeveloper*)<sup>29</sup>, Rafael Dias (programador), Renato Pandur Maria (*webdesigner*) e Vanessa Vilche (videografista).

Na TV universitária online, além da possibilidade de o internauta ver trabalhos científicos da Facopp, é possível assistir a três programas e um boletim informativo (ver item 4.5.3), aos quais o próprio *webespectador* ajudou a elaborar por meio de sugestões dadas em pesquisa de campo realizada na Facopp com 373 pessoas do público-alvo (estudantes, professores e funcionários da Faculdade).

#### 4.5.2 Equipes

A *TV Facopp Online* foi implantada com o intuito de permanecer no ar e não somente ser um piloto, como fora a primeira peça prática do TCC realizado em 2005. A partir de agosto de 2008, estagiários integraram a primeira equipe da TV universitária. Desde então, a seleção passou a ser feita todo começo de semestre letivo mediante inscrição. O candidato à vaga precisa ser estudante dos 6º, 7º ou 8º termos das habilitações de Comunicação Social da Facopp e não pode ter

---

<sup>29</sup> Profissional responsável pelo desenvolvimento de aplicativos para internet, tais como: criação de site de compra e venda, aplicativos com consulta e impressão de relatório, cadastro de usuários, acesso a banco de dados, sistema de controle e segurança para acesso ao site, login e logout (*template security*). (ADV Informática, 2009).

dependência em nenhuma disciplina do curso. Quem é selecionado cumpre jornada de 20 horas semanais, por aproximadamente quatro meses. A carga horária é cumprida dentro e fora da Faculdade.

As professoras Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo e Thaisa Sallum Bacco foram as responsáveis por dar sequência ao comando da emissora, sendo a primeira editora-chefe e a segunda, coordenadora geral. Os profissionais dos laboratórios de Rádio e de TV da Facopp também se empenharam em dar continuidade à existência da televisão: Gercimar Francisco Gomes da Silva, na função de técnico de áudio, e José Edivaldo Silva, técnico responsável e de vídeo.

Durante a vigência do estágio os alunos tiveram acompanhamento fonoaudiológico com a jornalista Suzan de Fátima Giolo, que utilizou os estudantes como sujeitos de uma pesquisa científica para demonstrar que a terapia fonoaudiológica tem resultados para melhor adequação da qualidade vocal. (GIOLO, mensagem eletrônica, 2009). Na época, Giolo formava-se em Fonoaudiologia.

Após um semestre de funcionamento, o setor de Publicidade da *TV Facopp* se vinculou ao Núcleo de Comunicação (Nucom) da Facopp, coordenado pela professora especialista Fabíola Moreira Silva. Com isso, a supervisão de Publicidade da emissora ficou a cargo do publicitário Luciano Oliveira Miguel, funcionário do Nucom. Para o terceiro semestre, o professor Renato Pandur Maria assumiu o cargo de coordenador do setor publicitário da *webTV*.

Desde 2005, 33 discentes, sete docentes e seis colaboradores tiveram envolvimento direto com o projeto da *TV Facopp Online*, conforme demonstra a tabela a seguir.

TABELA 4 – Equipes envolvidas com a *TV Facopp Online*

Professores:	Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo Fabíola Moreira Silva Renato Pandur Maria Thaís Sallum Bacco João Paulo Batista Bezerra, Larissa Crepaldi Trindade e Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior <sup>30</sup>
Funcionários e colaboradores:	Gercimar Francisco Gomes da Silva Jorge Aparecido da Silva Souza José Edivaldo Silva Luciano Oliveira Miguel Maria Edivani de Moraes Oliveira Suzan de Fátima Giolo
Alunos de Jornalismo:	Alana Vitorino dos Santos, Alberto de Carvalho Inagaki, Ana Elise Zogheib Fernandes, Ariamy Betio Sgrignoli, Bárbara Scalon Santos, Bruno Dias Pereira, Carolina Rubini, Carolina Tollstadius Armelin, Christina Aparecida Panes Moreno Nakandakare, Cirilo Luís Dias Pereira, Cristiani Mariano Ferreira, Edislene Vaiandt Rodrigues, Elaine Soares Pereira, Eliane Tayra Gushiken, Erika Fógliã, Estela Mara Lopes Faria, Flávio Henrique Lourenço Veras, Iara Valiente, Jéssica Tami de Souza Ishibashi, Juliana Mayara Guilete Rissato, Juliene Mikie Kobayashi Katayama, Kassiane Silveira Perez Leite, Letícia de Oliveira Andrade, Lívia Mayra Souto Tadioto, Lorayne de Freitas Silva, Mariana Tavares Zangirolimo, Maria Raquel Pellosi, Matheus Teixeira, Priscila Vela Correia, Soraia Marino Salum, Thais Gardin Naves, Thales Maia de Araújo e Valquíria Carolina Zanetti Pereira.
Alunos de Publicidade:	Aline Rodrigues de Lima, Diego Augusto Moraes Sanches, Heloísa Carvalho Felício Feliciani, Miriã Cordeiro Jander, Rodrigo Tadeu Pereira Albuquerque e Thomas Retali Melo Freixo dos Santos.

Fonte: *TV Facopp Online*.

As três turmas de estagiários criaram *blogs* para poder interagir com o telespectador e contar os bastidores da experiência vivenciada na emissora virtual. Os estudantes que estiveram na TV durante o segundo semestre de 2008, junto às professoras coordenadoras, postavam diariamente textos no endereço <http://tvfacopp.zip.net>, que durante o período de abastecimento (7 de setembro de 2008 a 18 de março de 2009) teve 103 *posts* e 358 comentários. Os alunos que integraram a equipe da *TV Facopp* no primeiro semestre de 2009 criaram o *blog* <http://tvfacopp.blogspot.com>, que com 51 *posts*, de 16 de março a 25 de junho de 2009, recebeu 273 comentários. A terceira turma de estagiários manteve este endereço do *blog* e como resultado, do dia 21 de setembro de 2009, data da primeira postagem, até 22 de novembro do mesmo ano, registrou 45 postagens e

<sup>30</sup> Estes três docentes atuaram como colaboradores do projeto, durante ausências dos coordenadores oficiais, e contribuíram com a supervisão e acompanhamento da equipe, bem como com sugestões para aprimoramento do trabalho.

obteve 278 comentários. Os estudantes que implantaram a emissora, em 2008, não haviam criado nenhum diário virtual, mas já ressaltavam a importância de tê-lo.

A principal diferença entre as outras mídias é a interatividade. O internauta pode interagir com a notícia, emitindo comentários, questionando, debatendo e escrevendo também, como pode ser constatado em muitos *blogs* de jornalistas. (RUBINI et al., 2008, p.35, grifo do autor)

A *TV Facopp* foi apresentada pela primeira vez no *I Encontro Internacional de Linguística de Assis: Comunicação, Cultura e Educação*, entre 20 e 24 de outubro de 2008, na Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de Assis. (MANCUZO, mensagem eletrônica, 2009).

Atualmente, a *TV Facopp Online* é um projeto de pesquisa docente, cadastrado na Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão da Unoeste, com o número 279/08, que tem como coordenação geral a professora especialista Thaisa Sallum Bacco. Desde o segundo semestre de 2008, os envolvidos no projeto têm como meta desenvolvê-lo enquanto pesquisa, ensino e extensão.

Para trocar experiências, em março de 2009, Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo e Thaisa Sallum Bacco visitaram a *TV Uerj Online*. As professoras passaram dois dias no local para acompanhar o funcionamento dessa televisão. Na ocasião, puderam conversar com o coordenador do projeto, Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, estagiários da *webTV*, e o então funcionário do Laboratório de TV da Faculdade de Comunicação Social (FCS) da Uerj, Manoel Magalhães. Além de ser um período de observação, foi possível haver reciprocidade de conhecimentos, afinal a *TV Facopp Online* pôde ser mostrada à equipe da emissora carioca e, para a televisão de Presidente Prudente, puderam ser acrescentadas ideias novas.

Em abril do mesmo ano, as docentes participaram das *IV Jornadas Internacionais de Jornalismo*, em Porto (Portugal), na Universidade Fernando Pessoa. Elas apresentaram o artigo *TV Facopp: uma experiência de ensino, pesquisa e extensão*, para mostrar internacionalmente a televisão universitária. Segundo Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, a pesquisa fala sobre:

[...] como unir uma TV universitária online com a atividade prática. [...] É **ensino** por ser um estágio orientado, **pesquisa** por estar cadastrado em órgãos de pesquisa e **extensão** porque ajuda a comunidade. Pode abranger toda a comunidade, afinal a internet dá essa possibilidade. (MANCUZO, informação verbal, 2009, grifo nosso)<sup>31</sup>.

Sobre a aceitação do artigo no evento, a editora-chefe da *TV Facopp* diz que é importante porque “[...] é usado como pesquisa de outros acadêmicos e educadores. Pode ser usado como referência [...] mas o principal é divulgar a existência da TV na Europa.” (MANCUZO, informação verbal, 2009)<sup>32</sup>.

Na primeira semana de outubro deste ano, foram apresentados resultados parciais da pesquisa sobre a emissora virtual na edição do *Encontro Nacional de Ensino, Pesquisa e Extensão (Enepe)*, realizado na Unoeste. As informações foram transmitidas pelos professores Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, Renato Pandur Maria e Thaisa Sallum Bacco, em companhia dos alunos Eliane Tayra Gushiken, Carolina Tollstadius Armelin, Heloísa Carvalho Felício Feliciani, Letícia de Oliveira Andrade, Mariana Tavares Zangirolimo e Thales Maia de Araújo, estagiários da emissora.

Outra meta que a *webTV* tinha, era filiar-se à ABTU. O pedido de ingresso à associação foi feito à reitoria da Universidade e no dia 28 de outubro de 2009 a emissora ingressou na lista das afiliadas. Para Mancuzo (informação verbal, 2009, grifo nosso)<sup>33</sup>, “[...] a *TV Facopp* buscou filiar-se, pois tem toda uma regulamentação, apoio jurídico e é possível fazer intercâmbio com as demais TVs universitárias afiliadas.”

### 4.5.3 Conteúdo

O site da *TV Facopp Online* é composto por menu principal, disposto na parte superior e formado pelos itens *Notícias, Programas, TCC/PEPP, Videoteca, Eventos, Meus Vídeos e Links*. O menu secundário, localizado à esquerda da

<sup>31</sup> Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, editora-chefe da TV Facopp Online, concedeu entrevista a Daniela Silveira e Matheus Teixeira. Presidente Prudente, 8 de setembro de 2009.

<sup>32</sup> *Idem*.

<sup>33</sup> *Idem*.

página, no sentido vertical, é dividido em *Apresentação*, *Quem Somos*, *Contato* e *Erramos*. Além deles, a emissora oferece ferramentas interativas. No menu principal do site existe um *banner* que leva o usuário até o *blog* da emissora; também o item *Mande seu Vídeo*, voltado a quem deseja enviar algum produto audiovisual à televisão; há um espaço fixo para enquete, denominado *Dê sua opinião*; um *hiperlink* que leva a um fórum virtual de discussões da Unoeste, cujo debate é voltado a questões inerentes às mídias existentes e a coberturas jornalísticas.

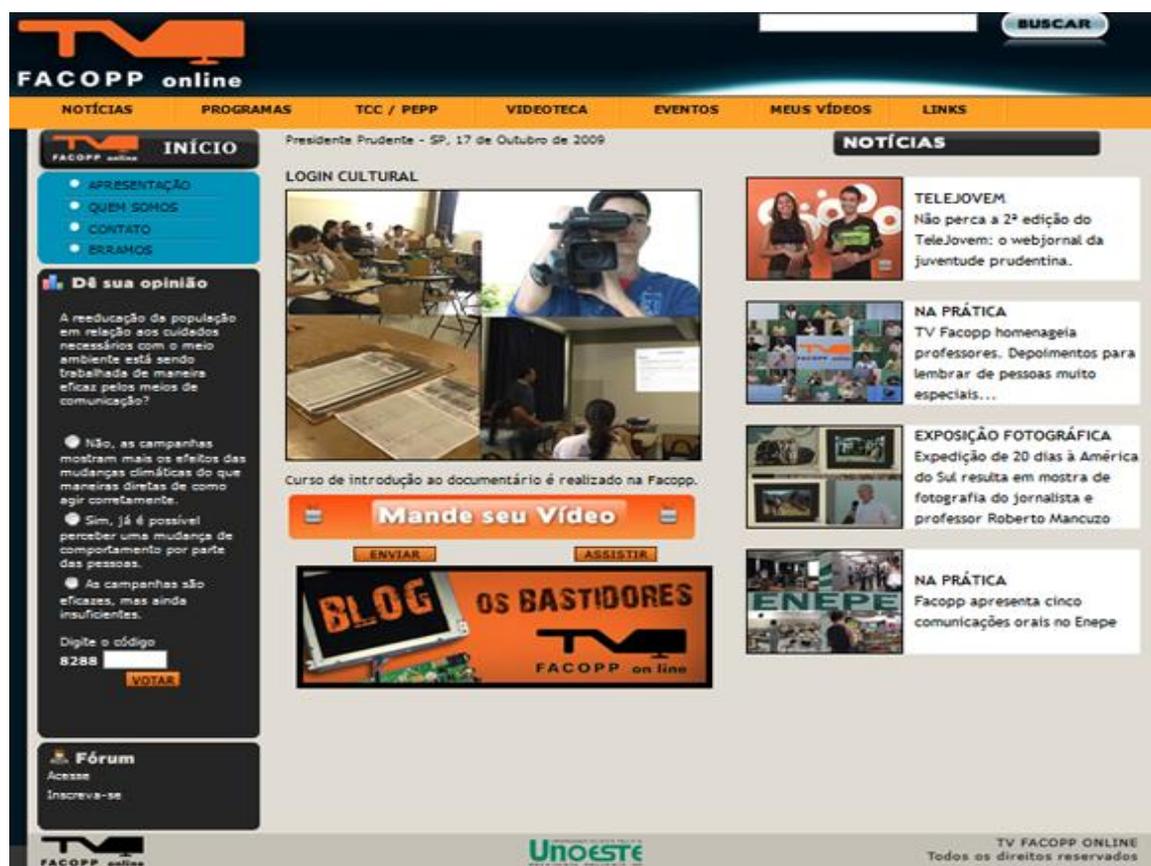


FIGURA 14 – Capa do site da *TV Facopp Online* no dia 17 de outubro de 2009

Os vídeos encaminhados pelos *webespectadores* ficam armazenados na seção *Meus Vídeos*. Outra ferramenta de interatividade é o *Espaço do Egresso*, e também há *links* que indicam diversos sites que tratam de comunicação, jornalismo e publicidade.

Atualmente, a *TV Facopp* possui quatro programas pelos quais transmite informações direcionadas, mais especificamente, aos alunos da Facopp. O programa *Café com Q*, voltado a entrevistas que permeiam o universo acadêmico da Comunicação Social, permite um diálogo do apresentador com pessoas que trazem

temas relacionados aos meios jornalístico e publicitário. O *Login Cultural* apresenta assuntos de comportamento, cultura, exibe mostras de arte e, pelo quadro *Convite na Web*, convida o internauta a participar de eventos que serão realizados ou se inscrever em cursos, de preferência gratuitos. O *Na Prática* mostra ao *webespectador* questões relacionadas ao jornalismo e à publicidade, exemplifica a rotina de trabalho do comunicador por meio de entrevistas feitas com profissionais da área de comunicação. Na grade de programação, instituída na *TV Facopp*, também existe um espaço reservado para a transmissão de notícias factuais. Esses assuntos são tratados em formato de boletins ou de reportagens com curta duração no *Minuto Notícia*, cuja realização fica a cargo dos alunos do sétimo termo de Jornalismo. Os vídeos são atuais no momento da divulgação, mas permanecem arquivados, o que destaca a característica da internet da perenidade. Até 14 de dezembro de 2009, a emissora da Facopp registrou 125 edições de *Minuto Notícia*; 49 de *Café com Q*; 31 de *Login Cultural*; e 31 de *Na Prática*.

Também foram incluídos 65 TCCs realizados e 28 Projetos Experimentais de Publicidade e Propaganda (PEPPs) feitos entre 2004 e 2009. No menu *TCC/PEPP* ficam disponíveis as seguintes informações: resumo de cada trabalho e nome dos alunos que o fizeram, assim como do orientador e dos membros componentes da Banca de Defesa Pública. Tal solenidade é apresentada, de forma sucinta, por meio de um vídeo. As peças práticas também ficam dispostas ao internauta.

Integram, ainda, o conteúdo da *Videoteca* do site: 84 trabalhos acadêmicos, 17 telejornais de 2004 a 2009 (criados pelos alunos dos sextos termos de Jornalismo e Publicidade), sendo que somente o *Papo Jovem* e o *Oeste Interior* não possuem segunda edição, e 113 comerciais de 2004 a 2008 (elaborados por estudantes do sexto período de Publicidade). Há também registro de 22 produções, entre os anos de 2003 e 2009, que englobam categorias não citadas anteriormente e 41 vídeos feitos para o *Festival do Minuto*, realizado anualmente pela Facopp. Os dados foram coletados até 14 de dezembro de 2009.

Por fim, o sistema de busca da emissora permite ao internauta localizar vídeos, de acordo com palavras-chave utilizadas.

Todo conteúdo foi elaborado de uma forma que possibilita que o internauta se localize no site, ou seja, o princípio da usabilidade da internet foi considerado para que o telespectador consiga facilmente achar o que procura. Os

idealizadores da *TV Facopp Online* se atentaram a esse fato e incluíram-no no projeto-piloto da emissora virtual. “Ele (usuário) deve percorrer todo o conteúdo, sabendo que ainda está dentro daquele local onde acessou inicialmente”. (FERNANDES et al., 2005, p.44).

Mesmo sendo uma emissora de televisão em que a prioridade, por excelência, é o vídeo, há inserção de texto na *TV Facopp*. Isso se deve ao fato de que o veículo não é apenas um meio de comunicação televisivo, mas é ao mesmo tempo online. Conforme elucida Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo (mensagem eletrônica, 2008), editora-chefe da TV, para cada vídeo exposto no site há: título/chapéu, com uso de no máximo três palavras em caixa alta para definir o assunto; chamada, com até 120 toques a fim de complementar o título; resumo, com cerca de 400 toques para esclarecer o que é abordado; ficha técnica, para dar crédito às pessoas que participaram da concepção da obra. Os caracteres são padronizados em fonte *Trebuchet MS* tamanho 10. A finalidade desses recursos é estimular o acesso à TV por meio do anúncio de conteúdo e possibilitar uma explicação aprofundada ao internauta sobre determinada peça audiovisual.

Em um ano de atividades da *TV Facopp Online*, comemorado no dia 12 de maio de 2009, a TV já havia contabilizado mais de 12 mil acessos, de acordo com informações passadas pelo Nucom e pela equipe da *webTV*, em divulgação à imprensa. Até 30 de novembro de 2009, recebeu 25.693 visitas. (TV FACOPP ONLINE, 2009).

TABELA 5 – Acessos mensais à *TV Facopp Online*

<b>Mês</b>	<b>Acessos</b>
Maio de 2008	1.458
Junho de 2008	1.004
Julho de 2008	218
Agosto de 2008	790
Setembro de 2008	1.293
Outubro de 2008	1.416
Novembro de 2008	1.010
Dezembro de 2008	787
Janeiro de 2009	173
Fevereiro de 2009	311
Março de 2009	1.280
Abril de 2009	2.015
Maio de 2009	2.622
Junho de 2009	1.717
Julho de 2009	955
Agosto de 2009	1.320
Setembro de 2009	2.002
Outubro de 2009	3.036
Novembro de 2009	2.286
Total de acessos	25.693

Fonte: *TV Facopp Online*.

Para comemorar o primeiro aniversário, a emissora lançou um vídeo institucional produzido pelo setor de Publicidade, que foi veiculado em café-da-manhã oferecido à imprensa de Presidente Prudente, na 14ª Semana de Comunicação da Facopp e no site. Na solenidade dos 12 meses iniciais da *webTV*, realizada às 8h na Sala de Multimídia da Facopp, além de mostrar o trabalho feito na TV, ser traçada uma retrospectiva e balanço das atividades desenvolvidas, o momento foi para apontar as perspectivas ao decorrer de 2009. Os profissionais de mídia presentes no evento também puderam fazer uma visita ao estúdio da emissora virtual.

Neste mesmo ano, o Nucom realizou uma pesquisa com 321 estudantes da Facopp que cursavam entre o primeiro e o sétimo termos, a fim de fazer um prospecto da relação dos acadêmicos com a *TV Facopp* e traçar o perfil do *webespectador* que acessa o site da emissora. Com os questionários aplicados no dia 28 de abril de 2009, o Nucom obteve os seguintes resultados: de 321 alunos da Facopp, 82% (264) conhecem a TV e desses, 83% (219) já acessaram o site. Dos universitários que já assistiram ao conteúdo da emissora, 52% (114) são homens; 47% (102), mulheres; 1% (três), não respondeu. Em relação à idade, 54% (111) dos estudantes têm até 20 anos; 34% (74), entre 21 e 25; 11% (23), entre 26 e 30; 3%

(seis), entre 31 e 35 anos; 1% (três), mais de 36 anos; 1% (duas), não respondeu. Quanto ao acesso à *webTV*, 50% (110) acessam raramente; 31% (68), às vezes; 11% (24), diariamente; 8% (17), uma vez por semana. (NUCOM, 2009).

#### 4.5.4 Infraestrutura

A *TV Facopp* conta, em sua estrutura física, com duas câmeras filmadoras digitais mini-DV modelo *DVC20P* da *Panasonic*, que são utilizadas tanto em gravações externas como em estúdio, fitas mini-DV, baterias, dois tripés, duas sapatas, dois microfones de mão com canopla da emissora, um microfone de lapela e um cenário confeccionado pelos alunos envolvidos nesta pesquisa. Compõem a ilha de edição da emissora: um computador de 370 GB<sup>34</sup> e um monitor de TV. Além disso, quando necessário, a emissora faz uso de recursos disponibilizados pelo Laboratório de TV da *Facopp*, entre eles: dois *teleprompters* (*TPs*), bancada para apresentações jornalísticas, estúdio com iluminação própria para gravações e *switcher*. A gravação dos *offs* é feita no Laboratório de Rádio da Faculdade.

Quanto à edição, as gravações feitas em fitas mini-DV são repassadas para o computador por meio do *videotape* da *Panasonic* modelo *AG-DV 2.500*. As edições de imagens realizam-se no *software Adobe Premiere 6.5* e quando há inserção de fotos ou artes diferenciadas, são feitas no *Photoshop CS*. No site, os vídeos são exibidos em formato *WMV*, mais compacto do que o *AVI*, utilizado para arquivar, em *Digital Video Disc (DVD)*, todo o conteúdo já publicado.

A *TV Facopp Online* realiza transmissões por meio de *streaming on demand*, está inserida no servidor da Unoeste e possui capacidade ilimitada. Até 16 de outubro de 2009 ocupava 8,1 GB. Quanto à manutenção do site da emissora, esta foi realizada pela empresa *Irage*, do *webdeveloper* Ítalo Marcelo Costa, desde a criação da *webTV* até o fim do ano de 2008. A partir do segundo semestre de 2009, a mantenedora da televisão virtual passou a ser a Coordenação de Informática da Universidade. (RIZO, mensagem por gravador, 2009).

---

<sup>34</sup> Até julho de 2009, a *TV Facopp* utilizava uma ilha de edição com 40 GB.

De acordo com o coordenador de *Web* da Unoeste, Eduardo Henrique Rizo (mensagem por gravador, 2009), em meio aos planos que estão sendo elaborados para a *TV Facopp* está “[...] um projeto pra fazer a transmissão dos vídeos também no ao vivo [...]”. Dentre o que é exigido para transmitir ao vivo, está a limitação do número de *webespectadores*, para que o servidor não apresente problemas. Tal quantidade de internautas precisa ser definida, conforme as possibilidades, pelo departamento de *Web*.

O próximo capítulo fala sobre o TeleJovem, peça prática deste TCC. Também traz o Projeto Editorial do *webjornal* interativo, juntamente a Normas e Padrões de Conduta fixados para esse telejornal online.

## 5 TELEJOVEM

Para a criação deste *webjournal* interativo proposto à *TV Facopp Online* foi necessário definir um Projeto Editorial. Nele foram apresentados, respectivamente, os itens: introdução, objetivos, justificativa, público-alvo, linha editorial, estrutura, projetos audiovisuais e recursos utilizados.

O TeleJovem é transmitido via internet, meio de comunicação que oferece interatividade, recurso que a *TV Facopp* proporciona ao telespectador desde o surgimento. Com isso, o noticiário possibilita formas de interação novas e algumas já utilizadas pela *webTV*. “Quando a narrativa se torna mais interativa, com uma participação real do usuário/receptor, o website jornalístico tende a acompanhar essa mudança.” (ANDRIGUETI, 2007, p.91).

Como a rede propõe dinamicidade, é por meio dela que o *webjournal* dialoga com os jovens e permite que eles participem ativamente do produto jornalístico.

[...] a interatividade é um pré-requisito: eles querem diálogo e não imposição. Essa geração quer ocupar uma função ativa e não passiva no processo de comunicação [...] querem produzir conteúdo e não apenas recebê-lo pronto. Ela não quer ser guiada, ela quer sentir que está no comando. (CARNEIRO, 2002, p.26).

Ao considerar a informação citada, o grupo deste TCC se preocupou em dar oportunidade para os internautas fazerem, colaborativamente, o telejornal online. Para isso, foram elaborados quadros que tornam possível ao *webespectador* participar da produção e escolher o conteúdo das reportagens. O usuário tem chance de conduzir a programação do TeleJovem e se afastar de uma grade pronta e previsível de notícias, pois, segundo Dória (2002, p.33) “[...] a base para se trabalhar com a Internet é a eliminação de qualquer dogma, de qualquer fórmula.”

Além disso, o noticiário virtual possui outra diferença em relação aos convencionais: o ciberespaço comporta todas as edições do *webjournal*, o que leva o internauta a compreender melhor o conteúdo que ele não conseguiu entender bem devido aos mais variados fatores.

Algumas ideias para o TeleJovem foram baseadas em dicas estabelecidas por profissionais renomados no telejornalismo. A videoreportagem é uma delas, pois agiliza o processo das gravações externas, utiliza uma linguagem que se assemelha ao jovem e propõe um desafio e um estímulo à criatividade do jornalista. O conteúdo deve ser, acima de tudo, atraente.

Luís Nachbin (2002, p.53), apresentador do *Passagem para...* (*Canal Futura*), salienta a importância dessa forma de fazer reportagem.

[...] o videojornalista pode ser, no entanto, mais ágil, inclusive em situações cotidianas. O jornalismo factual também pode ser exercido pelo videojornalista. [...] Isso faz com que se tenha muita agilidade e com que se consiga fazer várias coberturas no mesmo dia.

## 5.1 Projeto Editorial

### 5.1.1 Introdução

Este Projeto Editorial trata da implantação de um telejornal semanal na *TV Facopp Online*, emissora televisiva virtual da Facopp. Foi desenvolvido mediante pesquisas bibliográficas e análise da situação em que se encontram veículos, de televisão e internet, de Presidente Prudente.

O nome escolhido para o produto jornalístico é TeleJovem, pois é uma junção das palavras telejornal e jovem, afinal se trata de um produto jornalístico voltado à juventude de Presidente Prudente. Mesmo tendo o jovem como público-alvo, a abrangência da *web* permite que qualquer pessoa conectada à rede tenha acesso ao programa, para interagir e produzir conteúdo ao noticiário. Essa realidade é de grande valor para a inserção do TeleJovem, já que o ciberespaço comporta um *webjornal* colaborativo e integrado com o internauta.

Quanto à escolha da juventude como público, explica-se por existir tamanha necessidade de dar a esse *webespectador* em potencial um produto que

valorize o caráter informativo com uso de uma linguagem que o atraia. Por isso, o ambiente virtual é de fundamental importância para que haja a disseminação dessa informação, afinal grande parte dos jovens tem acesso à rede, seja em casa, nas escolas, no ambiente de trabalho, em *lan houses* ou em outros lugares, inclusive gratuitamente<sup>35</sup>.

## 5.1.2 Objetivos

### 5.1.2.1 Objetivo geral

O TeleJovem propõe informar os jovens por meio de um produto jornalístico especificamente produzido para internet.

### 5.1.2.2 Objetivos específicos

A rede não é um meio que tem em vista substituir os impressos, a TV ou o rádio, mas possibilita segmentação: são os internautas que optam pelo conteúdo e horário que desejam assistir aos produtos veiculados. Ademais, a *web* é uma mídia adequada para experimentar um telejornal, pois as novas tecnologias também são feitas para exploração e utilização de possibilidades originais. Segundo

---

<sup>35</sup> Em Presidente Prudente, o Serviço Social do Comércio (Sesc) conta com o projeto *Internet Livre*. Trata-se de uma sala que contém 10 computadores. O horário de funcionamento é de terça a sexta-feira, das 13h15 às 19h30, e aos sábados e domingos das 9h15 às 12h e das 13h às 17h30. O usuário, de qualquer idade, pode navegar por até dois horários de 30 minutos cada, diariamente. O acesso à rede é em banda larga. O Centro Cultural Matarazzo, pertencente à secretaria de Cultura de Presidente Prudente, tem três projetos: um é federal, *Telecentro* (com 10 máquinas, sendo duas exclusivas para portadores de necessidades especiais); o outro é estadual, *Acessa São Paulo* (com oito computadores); o terceiro é municipal (seis máquinas para cursos profissionalizantes). Os três têm acesso em rede banda larga e os usuários podem ficar na *web* por 30 minutos, podendo renovar o prazo se houver disponibilidade. O horário de funcionamento é das 8h30 às 20h, de segunda a sexta-feira, e das 8h30 às 12h, aos sábados.

Brasil (2002a, p.10, grifo do autor), “[...] telejornalismo *online* é jornalismo alternativo. Trata-se de uma linguagem experimental que procura oferecer uma alternativa aos modelos existentes.”

Com a criação do TeleJovem, os alunos envolvidos no trabalho têm a oportunidade de vivenciar a prática do telejornalismo online, ao participarem de todas as etapas condizentes à execução do noticiário. É, ainda, uma possibilidade ímpar para o grupo aplicar a teoria das disciplinas de Telejornalismo e Jornalismo Online em um produto que visa contribuir na formação dos jovens internautas.

Quanto aos benefícios para o público-alvo, são atingidos por meio da produção de conteúdo com abordagem dinâmica e interativa. Além do mais, a juventude tem capacidade de assimilar formas novas de comunicação no ciberespaço, haja vista a profusão de sites como *YouTube* e, os de relacionamento, *Orkut* e *Twitter*.

### 5.1.3 Justificativa

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2007, ano da mais recente pesquisa de contagem da população realizada nos municípios brasileiros, Presidente Prudente possui 202.789 habitantes, é a cidade mais populosa do Oeste Paulista. (IBGE, 2009).

Para o site da Coordenadoria de Programas para a Juventude, órgão vinculado à Secretaria de Relações Institucionais do Estado de São Paulo, pessoas com idade entre 15 e 29 anos são considerados jovens. (PORTAL DA JUVENTUDE, 2009). De sua população total, Presidente Prudente tem 25.571 homens nessa faixa etária; as mulheres são 25.645. Portanto, baseado na pesquisa do IBGE realizada em 2007, a cidade possui 51.216 jovens entre 15 e 29 anos, o que representa 25,25% dos prudentinos. Ou seja, a população juvenil é compreendida por pouco mais de um quarto dos habitantes.

Para alcançar a juventude prudentina, o grupo enviou *release* à imprensa (Anexo A) e estabeleceu estratégias de divulgação. Propõe que visitas

sejam feitas a escolas públicas e particulares de ensino médio, para que os jovens tomem conhecimento do TeleJovem. Os alunos componentes deste produto jornalístico também indicam que os programas sejam colocados no *YouTube* e que *tags*<sup>36</sup> sejam inseridas na página do TeleJovem, para facilitar os acessos por meio de buscadores.

Mediante a quantidade expressiva de jovens, faz-se necessário existir um produto que leve informação a essa camada populacional que é pouquíssimo atendida pelos telejornalísticos regionais.

Só existem dois programas nas TVs abertas de Presidente Prudente direcionados a esse público. São eles: *Utopia na TV*, feito em Marília (SP) com produção independente e exibido pela *TV Bandeirantes Presidente Prudente*, afiliada à *Rede Bandeirantes de Televisão*, aos sábados, às 10h45, cujo enfoque é o entretenimento; e *Com um pé no Futuro*, jornalístico exibido pela *Uno TV*, retransmissora do *Canal Futura*, de segunda a sexta-feira, às 12h30 (com reprise às 18h), que ajuda estudantes a escolher uma profissão. Não existe produto televisivo voltado unicamente à juventude nas seguintes emissoras locais de Presidente Prudente: *TV Fronteira*, afiliada à *Rede Globo*; *TV Interior (TVI)*, afiliada ao *Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)*; *TV Record Rio Preto*, afiliada à *Rede Record*.

Como o TeleJovem é voltado à internet, também se fez levantamento de sites de notícias prudentinos. Ao todo são cinco: *Grupo Notícia*<sup>37</sup>, *Portal do Ruas*<sup>38</sup>, *Prudendia*<sup>39</sup>, *Prudensite*<sup>40</sup> e *Uniol*<sup>41</sup>. Apenas o *Grupo Notícia* apresenta algo direcionado ao público jovem: é a coluna social *Glicose na Veia*, que mostra eventos noturnos, geralmente de entretenimento, realizados em Presidente Prudente e região.

É importante dizer que o jovem vive uma fase de mudanças psíquicas comportamentais e físicas e, por mais que o caráter seja formado durante a infância, é no período jovial da vida que ele se firma. (CAVALCANTE, informação verbal, 2009)<sup>42</sup>. E para essa juventude, que está se preparando para entrar na idade adulta, é de suma importância travar diálogos com pais, amigos, parentes, colegas de trabalho, namorados e representantes de políticas públicas, com a finalidade de que

<sup>36</sup> Palavras-chave que remetem a assuntos.

<sup>37</sup> (<http://www.gruponoticia.com.br>)

<sup>38</sup> (<http://www.portaldoruas.com.br>)

<sup>39</sup> (<http://www.prudendia.com.br>)

<sup>40</sup> (<http://www.prudensite.com.br>)

<sup>41</sup> (<http://www.uniol.com.br>)

<sup>42</sup> Eliane Cavalcante, psicóloga, concedeu entrevista a Elaine Soares Pereira. Presidente Prudente, 27 de novembro de 2009.

essa conversa sirva para promover ajuda no desenvolvimento de um cidadão crítico. E o jornalismo contribui com essa formação, pois fornece informações necessárias para que o jovem entenda o verdadeiro sentido da cidadania, afinal a responsabilidade maior do jornalista é informar e divulgar a todas as camadas sociais um conteúdo que ajude o público a resolver seus conflitos e ter contato com assuntos pouco discutidos. Enfim, esse profissional pode prestar um serviço que amplie o repertório de conhecimento, afim de que o público-alvo se torne mais crítico e não seja um receptor passivo de informações.

De acordo com pesquisa do *Ibope Nielsen Online* (IDG NOW!, 2009) divulgada pelo site jornalístico *IDG Now!*, do *UOL*, quase 10 milhões de brasileiros assistem à televisão via *web*, em casa. Por isso, o TeleJovem quer conversar com a juventude e oferece um espaço amplo para exibir reportagens específicas aos jovens, que são responsáveis, também, por este crescimento significativo.

Além de firmar um compromisso com a juventude, o telejornal online também se destaca na dimensão acadêmica, afinal desenvolve um formato recente e arrisca novas linguagens. É ainda um espaço para os alunos que o executam vivenciarem uma redação jornalística, tanto de televisão quanto de internet, em todas as etapas de trabalho. Isso significa que estudantes de Jornalismo complementam o aprendizado universitário ao passarem por produção, cinegrafia, reportagem, edição de texto e imagens, e apresentação. À *Facopp*, e principalmente à *TV Facopp Online*, é sugerido um projeto pioneiro para permanecer na grade de programação da emissora universitária.

#### **5.1.4 Público-alvo**

A Secretaria Nacional de Juventude (SNJ), órgão pertencente à Secretaria-Geral da Presidência da República, destina-se a atender jovens na faixa etária entre 15 e 29 anos (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2009). E segundo a Coordenadoria de Programas para a Juventude do Estado de São Paulo, fala-se “[...] de um público estrategicamente muito importante em um cenário de

mobilização social, desenvolvimento e mudança – pois quem tem entre 15 e 29 anos está assumindo as rédeas da sua vida, e decidindo quem vai ser para si, para a família e para o mundo.” (PORTAL DA JUVENTUDE, 2009).

Dessa forma, com base nos dados nacionais e estaduais citados, que atestam que a juventude é compreendida por essas idades, o *webjornal* interativo da *TV Facopp Online* vai priorizar os *webespectadores* dessa faixa etária, de todas as classes sociais e que morem em Presidente Prudente. Porém, o público-alvo pode ser mais amplo: como o ambiente virtual é um meio diversificado, qualquer internauta com banda larga pode ser telespectador do TeleJovem.

### 5.1.5 Linha editorial

O TeleJovem não somente informa o jovem, mas permite que ele participe ativamente do noticiário, afinal, na internet, o usuário pode colaborar com o conteúdo. Portanto, além das reportagens realizadas, este telejornal online é um espaço voltado à juventude exibir audiovisuais que ela mesma produziu.

Os gêneros de abordagem deste produto jornalístico são: informativo, interpretativo e opinativo. O gênero informativo é item primordial na construção do conteúdo encontrado no noticiário e principalmente na elaboração de notas para notícias de última hora. O interpretativo serve para que as informações dadas tenham uma análise do conteúdo exposto, afim de não somente informar, mas contextualizar a notícia. Tal análise é feita por especialistas no assunto em questão. Por fim, abre-se um espaço para que os jovens possam opinar, de modo que as análises feitas por eles consigam representar algumas das opiniões tidas igualmente pelo público-alvo do telejornal. A ideia não é formar um conceito pronto para quem receber a opinião, mas instigá-lo a ter uma visão crítica.

No *webjornal*, o usuário possui acesso livre para opinar e dar sugestões sobre o assunto ou matéria que quer assistir. O *webespectador* pode participar das reuniões de pautas, realizadas às 17h30 das quartas-feiras, por meio do programa de computador *Windows Live Messenger*, de conversa instantânea. O

e-mail do telejornal é telejovem@hotmail.com. A divulgação da reunião se dará durante a exibição do telejornal online.

As editorias fixas do telejornal são de atualidades (reportagem e quadro *Troca de Ideias*), cotidiano (quadro *SOS Galera*), cultura (pílula *Pega Essa*) e esporte (quadro *Câmera Esportiva*).

As pautas do TeleJovem serão abordadas a partir dos itens: proposta, roteiro e dados, para o repórter e repórter cinematográfico cumprirem-nos. Porém, as informações não necessitam ser demasiadamente extensas, afinal o conteúdo deve estar simplificado para que a equipe de externa compreenda facilmente o assunto abordado e transmita, da mesma maneira, ao internauta. Quanto às fontes consultadas, precisam estar capacitadas para falar sobre o assunto pautado e preferencialmente não podem ter linguagem prolixa, porque a intenção do noticiário é tratar cada tema de forma direta e concisa.

As reportagens podem ter sequência coerente de informação, mas não precisam seguir necessariamente ordem cronológica. Durante a gravação, os autores deste trabalho devem estar entrosados e não podem induzir os entrevistados a dizer algo, pois o jornalista é testemunha do fato e não influenciador da história. O *webjornal* interativo pretende fazer com que o jovem se interesse pelo assunto abordado por meio do uso de linguagem mais “solta” do que a utilizada pelos noticiários convencionais. Ou seja, ela é coloquial, mas mantém credibilidade com os *webespectadores*. Gírias, sem caráter depreciativo, podem ser empregadas, já que o público-alvo do telejornal online costuma utilizá-las cotidianamente.

Na cinegrafia, o enquadramento de meio *close* pode ser priorizado durante as cabeças (fala do apresentador antes das reportagens a fim de introduzi-las) e notas pé (texto complementar dito, por quem apresenta, ao término da exibição de um vídeo). Em reportagens, além do meio *close*, a preferência seria explorar os planos americano e geral ao mostrar pessoas, para poder identificá-las. Em outras situações, os planos fixos podem ser aproveitados, conforme o repórter cinematográfico achar conveniente para cada tomada. Os movimentos de câmera devem ser usados com moderação, já que o excesso deles poderia prejudicar a visualização dos vídeos na rede.

Para realização da edição de texto, o editor deve iniciar seu trabalho a partir do que está estabelecido no relatório de reportagem. Todavia, isso não o deixa incapacitado para fazer mudanças, pelo contrário. Por se tratar da etapa pós-

reportagem, ao selecionar e/ou cortar sonoras, *offs* e passagens, por exemplo, é conveniente deixar tudo entrelaçado, mesmo se não seguir a estrutura definida pelo repórter. Ao redigir *scripts* e textos para a internet, o editor de texto tem que indicar ao internauta os assuntos tratados e destacá-los, mas não pode expor tudo, senão invadirá uma das funções da reportagem, a de mostrar os detalhes de cada tema.

A edição de imagens é feita de modo não linear, por meio de um *software* (*Adobe Premiere 6.5*). Ou seja, a gravação presente nas fitas mini-DV é descarregada em um computador, usado como ilha de edição. É obrigatório creditar todos os entrevistados e equipe do TeleJovem durante as matérias, exceto se a fala de algum deles for inferior a três segundos de duração. Efeitos visuais, sejam eles de transição entre *frames*<sup>43</sup> ou por meio de outros recursos imagéticos, são permitidos na edição, pois dão mais dinamicidade às reportagens. Outro item que dá ritmo às matérias são as trilhas. Se utilizadas moderadamente e de acordo com a essência do produto audiovisual, torna o material enriquecedor e atrativo.

### 5.1.6 Estrutura

A duração do TeleJovem é de até 15 minutos, pois a luz que permite a formação da imagem sobre a tela do computador torna a visualização cansativa, bem como a posição do internauta diante do aparelho, quando sentado por muito tempo, se torna desconfortável. O telejornal online, que possui bloco único, por estar hospedado na rede e não possuir interesses comerciais, tem atualização semanal. A apresentação é feita em pé por uma dupla, preferencialmente um casal, para que haja identificação, pelos jovens, tanto do lado masculino quanto do feminino.

As roupas que compõem o figurino dos apresentadores são voltadas ao estilo casual, como *jeans* e camiseta, porque são peças que o jovem utiliza cotidianamente. Portanto, o uso desse tipo de roupa traz mais identificação do público-alvo com os apresentadores. Os repórteres também devem usar roupas no estilo esporte, traje também típico da juventude, que permite que eles fiquem à

---

<sup>43</sup> *Frame* (quadro) é a menor divisão de um vídeo. Em um segundo de imagem em movimento, o padrão é existir 29 *frames*.

vontade e tenham mais liberdade para conversar com os entrevistados e desenvolver melhor as matérias de gravações externas.

No TeleJovem não há escalada (resumo, apresentado no início do telejornal, sobre o que é encontrado no noticiário): a intenção é ir direto às matérias, uma vez que o *webjornal* apresenta bloco único. Durante o telejornal, a ideia é exibir uma foto enviada por um internauta. No encerramento do telejornal pode ser exibido um vídeo enviado por um *webespectador*, utilizando o recurso *Mande seu Vídeo*, que já existe na emissora.

Quanto ao conteúdo jornalístico, o TeleJovem tem, em cada edição: uma reportagem, três quadros fixos e uma pílula. Esta é veiculada duas vezes por edição. O *webjornal* pode contar, ainda, com notas informativas.

#### 5.1.6.1 Reportagem

A matéria contempla a editoria de atualidades, ou seja, compreende assuntos que estejam com mais proeminência na ocasião. Ao final de cada matéria, o e-mail do telejornal pode ser divulgado, por meio de tarja videográfica, para que o internauta interaja por meio dele, caso deseje sanar alguma dúvida específica com a pessoa que esteve no local da reportagem ou conseguir mais informações sobre determinado assunto. A proposta da reportagem é ouvir vários jovens, para ampliar o espaço, a fim de que manifestem opiniões e relatem exemplos vividos.

#### 5.1.6.2 Câmera Esportiva

Quadro feito em videoreportagem. Durante a gravação externa, somente um integrante do TeleJovem vai a campo e faz, simultaneamente, reportagem e reportagem cinematográfica. O tema tratado no quadro é sobre

esportes, haja vista que é importante para a juventude ter uma vida mais saudável e é uma das formas mais latentes de obter-se uma melhor qualidade vital para o organismo. A pauta desta editoria é decidida pelo internauta, por meio de enquete inserida nos *Canais TeleJovem* (ver item 5.1.6.6).

#### 5.1.6.3 SOS Galera

Quadro de caráter testemunhal. O produtor vai até determinada comunidade ou bairro e conversa com um jovem, para descobrir algum problema que enfrenta. A partir de então, ele expõe a problemática e é conduzido pelo repórter, sem este aparecer no vídeo. Em seguida, a equipe compromete-se a falar com autoridades que possam sanar o problema ou esclarecer dúvidas. A reportagem visa aproximar-se da realidade do cidadão e auxiliá-lo no esclarecimento de questões que atingem o seu cotidiano, para cumprir a função primordial do Jornalismo Público, que é prestar serviços à sociedade. Assim, espera-se resgatar o exercício da cidadania, compreensão de direitos e deveres, nem sempre refletidos pela juventude. Este espaço oferecido ao jovem é para que ele exponha as complicações enfrentadas no dia a dia e questione as possíveis mudanças no ambiente em que vive. O estilo de reportagem valoriza a história de vida dos jovens, que pode ser similar as dos internautas, causando identificação com o fato.

#### 5.1.6.4 Troca de Ideias

O quadro propõe que dois jovens falem sobre um assunto de ampla discussão. A finalidade é que, com opiniões distintas, os entrevistados incentivem o olhar crítico que a juventude precisa ter. Com isso, dá-se a oportunidade para o internauta refletir antes de adotar uma postura sobre algo, sem receber influência do

senso comum. O produtor do quadro escolhe qual tema é abordado e, caso seja necessário, o editor de imagens mostra vídeos do *YouTube* ao *webespectador*. “A lei dos direitos autorais admite este tipo de exposição quando o vídeo é destinado à pesquisa e à análise. E para que seja legal, apenas pequenos trechos devem ser utilizados.” (CASTILHO, informação verbal, 2009)<sup>44</sup>. Em momento algum produtor ou repórter influenciam o jovem a ter determinada opinião: não é a intenção do *Troca de Ideias* nem do jornalismo ético. Para tanto, a equipe do TeleJovem apenas indica o assunto e deixa que o entrevistado faça as considerações que achar pertinente.

#### 5.1.6.5 Pega Essa

Esta pílula tem duas veiculações em uma mesma edição. Na primeira, o repórter leva ao internauta a possibilidade de conhecer obras literárias, culturais, musicais, audiovisuais, entre outras, para que o jovem possa ter escolhas do que se entreter e somado a isso, fazer com que o lazer também se torne uma forma de adquirir conhecimento. Na segunda, é o telespectador quem dá a dica, por meio de sonora, ou pode enviar o vídeo dele com sugestão de livro, *Compact Disc (CD)* ou *DVD*, por exemplo.

#### 5.1.6.6 Canais TeleJovem

Para que o internauta tenha a oportunidade de participar ativamente das edições do *webjornal*, serão criados na página do programa cinco canais de interatividade. Nestes canais, representados pelos logotipos dos quadros, da pílula mais um ícone intitulado *Mande seu Vídeo*, o *webespectador* terá a oportunidade de

---

<sup>44</sup> José Roberto Castilho, procurador do Estado de São Paulo, concedeu entrevista a Elaine Soares. Presidente Prudente, 2 de dezembro de 2009.

votar no esporte que quer ver no *Câmera Esportiva*, partilhar o seu problema e pedir ajuda para o *SOS Galera*, dar opinião sobre o assunto que o *Troca de Ideias* irá discutir e enviar um vídeo com uma dica para a *Pega Essa*.

Os internautas ainda poderão enviar suas produções para serem exibidas durante a transmissão do telejornal online. Bastará clicar no ícone *Mande seu Vídeo* e preencher os campos com nome, e-mail e sinopse do conteúdo.

Os vídeos enviados para o TeleJovem deverão ter no máximo 70 *megabytes (MB)*.

### 5.1.7 Projetos audiovisuais

O projeto videográfico foi terceirizado, para que um profissional capacitado em fazer videografismo pudesse complementar um formato visual às ideias do Projeto Editorial. Os elementos requisitados foram:

1. Criação de logotipo do telejornal.

2. Vinhetas:

- de abertura e encerramento (a mesma para os dois);
- para a pílula *Pega Essa*;
- para o quadro *Câmera Esportiva*;
- para o quadro *SOS Galera*;
- para o quadro *Troca de Ideias*.

3. Bases:

○ duas neutras – uma para informações e outra para servir de cenário, por meio da utilização de *chromakey*, um “[...] efeito técnico que permite a inserção de imagens ‘atrás’ do apresentador. Para obtê-lo é usado, ao fundo, um cenário azul.” (PATERNOSTRO, 1999, p.139).

#### 4. Tarjas:

- para apresentador;
- para editor de imagem;
- para editor de texto;
- para entrevistado;
- para produtor;
- para repórter;
- para repórter cinematográfico;

#### 5. Papel timbrado:

- arquivo com extensão .doc, personalizado, para servir de base para redigir capas de pauta, pautas, relatórios (imagem e reportagem), *scripts* e espelho.

No projeto fonográfico, as trilhas para vinhetas devem ser feitas, em exclusividade e acrescentadas à parte visual das vinhetas. Foram solicitadas:

##### 1. Trilhas para vinhetas:

- de abertura e encerramento;
- da pílula *Pega Essa*;
- do quadro *Câmera Esportiva*;
- do quadro *SOS Galera*;
- do quadro *Troca de Ideias*.

Já no projeto cenográfico, o cenário é único para apresentação do telejornal. Como as gravações são realizadas no Laboratório de TV, o cenário deve ser móvel, em estrutura de madeira que possa ser deslocada quando a gravação não estiver sendo realizada.

Nos enquadramentos do TeleJovem são utilizados: o meio *close*, no momento em que só um apresentador fala (deve ficar centralizado na tela); e plano americano, quando há interação entre os dois apresentadores. Os planos fixos são valorizados devido à maior atenção que as produções audiovisuais na internet exigem em relação a imagens, afinal um movimento, mesmo que sutil, pode se tornar brusco na visualização de um monitor e diminuir a qualidade do vídeo.

### 5.1.8 Recursos

Os recursos técnicos que serão utilizados para a gravação do TeleJovem pertencem ao Laboratório da *TV Facopp Online*. Eles compreendem: duas câmeras, um *teleprompter (TP)*, microfones de lapela, *switcher* para dirigir a gravação e ilha de edição. No Laboratório de Rádio da Facopp serão gravados *offs*. Para as gravações externas os equipamentos a serem usados são: microfone de mão, câmeras, baterias, fitas mini-DV, sapata, tripé e canopla da emissora, equipamentos disponíveis na Hemeroteca da Faculdade.

Haverá investimento para a elaboração do telejornal online, como: custos com ligações telefônicas, transporte, figurino, maquiagem, alimentação, serviço terceirizado de videografismo, resmas de papel A4 e impressões. Estes recursos financeiros vão ser divididos em partes iguais entre os integrantes do projeto até dezembro de 2009.

Quanto aos recursos humanos, os alunos Carlos Eduardo Colla Maranhão, Daniela Cristina Silveira, Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira, do oitavo termo B de Jornalismo da Facopp, coordenados pela professora especialista Thaisa Sallum Bacco, farão, em sistema de rodízio, todas as funções inerentes à execução do noticiário, como: produção; cinegrafia externa e de estúdio; operação de *TP*; reportagem; edição de texto e imagem; apresentação e chefia.

Os projetos audiovisuais serão terceirizados e a publicitária Vanessa Vilche elaborará o projeto videográfico.

O projeto fonográfico ficará a cargo dos alunos que estão no segundo termo, do segundo semestre de 2009, do curso tecnológico de Produção Fonográfica da Unoeste, na disciplina de *Recursos computacionais aplicados à música: editores de áudio*, sob coordenação do professor Rodrigo Cavalcante Pinheiro.

A confecção do cenário ficará sob responsabilidade dos integrantes deste TCC, que serão orientados pelo professor especialista Josué Pantaleão da Silva, da disciplina de *Arte e Mídia*, do curso de Comunicação Social da Unoeste.

Ainda haverá colaboração de: José Edivaldo Silva, técnico do Laboratório de TV da Facopp (auxílio nas gravações de estúdio e dúvidas de edição

de imagens); Gercimar Francisco Gomes da Silva, técnico do Laboratório de Rádio da Facopp (gravação de *offs* e edição de áudios gravados pelos repórteres); Maria Edivani de Moraes Oliveira e Jorge Aparecido da Silva Souza (entrega e recebimento de equipamento), responsáveis pela Hemeroteca da Facopp.

## 5.2 Normas e Padrões de Conduta

O TeleJovem tem o propósito de contribuir com o desenvolvimento da cidadania, a partir do exercício do Jornalismo Público, afinal é um canal direto de serviço à sociedade e não uma peça jornalística em busca de audiência quantitativa. Essa característica do noticiário permite que a população forme uma visão crítica em relação aos assuntos que a cerca. Conforme afirma Ferreira (2005, p.7), a noção aprofundada de Jornalismo Público surgiu na década de 1990:

Denominada Jornalismo Público, a nova proposta tem como objetivo reintegrar os cidadãos à vida democrática, através do exercício de um jornalismo de interesse público, e não “do público”. São agregados aos valores-notícias tradicionais cuidados em oferecer aos cidadãos elementos de análise da conjuntura apresentada, orientação ao público e possíveis soluções para o problema em questão.

As TVs universitárias são espaços próprios para exercer o Jornalismo Público, haja vista que não devem ter envolvimento político, empresariais e ideológicos, como acontece em TVs de caráter comercial. O que facilita esse aspecto é o fato de ser livre “[...] do poder mercadológico e do governo.” (FERREIRA, 2005, p.9). A finalidade de ter jornalismo inserido na programação das *webTVs* de faculdades é possibilitar ao internauta aquisição de informações norteadas pela busca da imparcialidade, a fim de que o público tire conclusões conforme o que crê e não de acordo com a opinião do jornalista.

Serva (2001, p.80) afirma que, “[...] é necessidade das grandes empresas que exploram de forma altamente concentrada os meios de comunicação em todo o mundo eliminar a capacidade de produção de voz do cidadão e de microorganismos sociais”. Ao TeleJovem cabe fazer exatamente o contrário.

Com a criação do noticiário semanal, abre-se um espaço para o telejornalismo online discutir, em diversas editorias, assuntos da atualidade, segundo o interesse do público-alvo. Diante dessa evidência, os pesquisadores deste TCC realizaram estudos sobre os princípios que norteiam o Jornalismo Público, a fim de incluí-los no *webjornal*.

Sobre a importância da existência de um guia que rege as redações jornalísticas, Chaparro diz (2007, p.109) que “[...] os manuais normativos acabam dando substância a pragmáticas particulares que, além de motivar as intenções jornalísticas, alcançam comportamentos e propósitos de fontes e leitores.”

Estabelecer normas e padrões de conduta faz com que o TeleJovem não fuja das ideias propostas no Projeto Editorial e que o *webespectador* receba um produto jornalístico conduzido pela verdade, afinal esse telejornal online é envolvido com o público, tem comprometimento com a sociedade e visa desenvolver a cidadania. As orientações propõem que o internauta receba um *webjornal* audiovisual sustentado pela ética e responsabilidade.

Com a sociedade institucionalizada, o jornalismo e o jornalista interagem num cenário de obrigações e direitos, regulado pelas leis e pelos costumes. Daí derivam os balizamentos éticos e morais, os *quês* e os *porquês* que devem servir de motivo à ação jornalística, caldeados pela consciência profissional, a faculdade moral de decidir pelo que é correto – o que supõe o conhecimento e a compreensão dos valores em jogo e a liberdade de ação. (CHAPARRO, 2007, p.145, grifo do autor).

Diante da realidade apresentada por Chaparro (2007, p.145), é imprescindível trabalhar com questões relacionadas à comunidade, pois é obrigação do jornalista ouvir a população sobre desejos de esclarecimentos que ela tenha e autá-los. Não é isso que se vê na atualidade. Nem tudo o que acontece no mundo cabe nos noticiários, mas a equipe de determinado veículo que elabora critérios que definem a divulgação ou não de determinada notícia ou reportagem, assim como o espaço que terá na mídia, nem sempre se preocupa em consultar o telespectador para saber sobre o quê e como ele gostaria de ser informado.

Em contrapartida, esse fato não é unanimidade nas redações jornalísticas. Mas, o que corrobora à realidade apresentada anteriormente é a restrição que existe na interação emissor-receptor, devido à televisão convencional

ainda não ter difundido amplamente a TV digital<sup>45</sup>. E enquanto isso não acontece, as emissoras virtuais são uma solução admissível para atender aos anseios das pessoas. Por ser um telejornal online, o TeleJovem usa a interatividade, afinal é obrigação do jornalista de internet dialogar com o público de forma mais constante. Brasil (2002b, p.335) evidencia essa importância: “Telejornalismo na web ou telejornalismo online se caracteriza hoje por uma agilidade do rádio com o potencial imagético da TV. Mas creio que o mais importante é a interatividade.”

As normas e padrões de conduta foram fixados para que haja interação do TeleJovem com os internautas e que sejam identificados problemas e situações que aflijam o público-alvo. Segundo Kovach e Rosenstiel (2004, p.46), “[...] os cidadãos viraram uma abstração, alguma coisa sobre a qual a imprensa fala, mas com a qual não se comunica.” Por meio do cumprimento do guia, o noticiário possibilita contato direto com o telespectador, quando este usar as ferramentas interativas oferecidas, para não cair nas mazelas ressaltadas pelos autores. Dessa forma, os integrantes deste trabalho poderão exercer as tarefas confiadas à profissão optada por eles, como na decisão de informações que podem ou não ser colocadas na rede.

Os itens abordados abaixo discorrem sobre questões concernentes ao *webespectador*, relacionamento com fontes e gravações externas, além da postura do TeleJovem no tratamento da notícia.

O internauta merece respeito acima de tudo, pois o jornalista trabalha para servir unicamente à sociedade. Logo, o objetivo do TeleJovem é não fazer distinção entre os internautas que fazem parte do seu público, independentemente de qual crença, etnia ou sexualidade tenham.

O TeleJovem deve passar informações ao telespectador com intuito de que ele tenha capacidade de entender o contexto em que vive, deixe de ser receptor passivo e passe a entender e analisar o conteúdo que chega até ele. “Jornalismo é contar uma história com uma finalidade. A finalidade é fornecer às pessoas informação que precisam para entender o mundo.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.226).

---

<sup>45</sup> A TV Digital Brasileira (DTV), que iniciou as transmissões em 2 de dezembro de 2007, até 20 de setembro de 2009 estava presente em 24 cidades e três regiões administrativas, sendo que segundo o IBGE existem 5.566 municípios no Brasil. (IBGE, 2009). Ou seja, pouco mais de 0,43% do território nacional tem sinal digital. Quanto ao encerramento dos serviços analógicos de tevê no país, será em 29 de junho de 2016, de acordo com calendário proposta pelo governo federal. (DTV, 2009).

Informações que atendam ao interesse público, ressalta Chaparro (2007, p.46, grifo do autor):

Aliás, nunca é demais lembrar que a atividade jornalística deve ser avaliada e avalizada pelas razões do *interesse público*, parâmetro gerador dos critérios jornalísticos de valoração da informação. E, quanto mais vigorosos forem os atributos de relevância social da informação, maior será a dimensão do interesse público atendido.

O internauta necessita ser informado sobre tudo o que é exibido: quem produziu determinada peça audiovisual, e se houve alguma interferência do jornalista nos vídeos e que possa causar dubiedade de informações. Enfim, o usuário tem direito a ser onisciente e o TeleJovem tem dever de ser franco com o público. “A ausência de conhecimento de uma informação pelo receptor, por omissão, submissão, sonegação, saturação ou ainda por redução pode fazer com que uma história complexa se torne um caso de maniqueísmo.” (SERVA, 2001, p.98). Ao ocorrer problemas técnicos que impeçam que algo seja noticiado, a razão será exposta ao *webespectador*.

As fontes têm que estar dispostas a conversar com a equipe do TeleJovem, que precisa ter respeito com elas. Como são peças fundamentais para o jornalismo, devem ser tratadas com dignidade e ter falas ou informações transmitidas sem distorção. Caso a identidade de uma pessoa que colabore com o *webjornal* não possa ser revelada por motivos específicos, o TeleJovem se comprometerá a preservá-la.

Ao utilizar as fontes, o indicado é confrontar os argumentos recebidos com outras vias de informação, para aproximar-se o máximo possível dos acontecimentos e não das versões de fatos.

Sempre que possível, obtenha informações de primeira mão. Se não puder, converse com pessoas que estiveram no local do acontecimento ou que conheçam a fundo o assunto abordado. Evite depender de apenas uma fonte de informação e faça distinção entre as fontes de primeira e de segunda mão. Leve em conta que as informações podem estar erradas ou desatualizadas. (BBC, 2009, p.5).

Kovach e Rosenstiel complementam (2004, p.113) ao dizer que “[...] a disciplina da verificação é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte”. Portanto, checar é obrigatório em qualquer caso, é a “coluna de sustentação” que dirige o jornalismo compromissado com uma

conduta correta. Anteriormente a essa etapa, as informações precisam ser minuciosamente apuradas.

Além disso, textos, fotos e/ou vídeos que possam chocar a população ou denegrir a imagem de uma pessoa perante a sociedade devem ser abolidos. Quanto a cuidados específicos, o sensacionalismo, intolerável, requer atenção. “Jornalistas que dão mais tempo e espaço para um julgamento sensacional ou um escândalo de alguma celebridade, sabendo que esses assuntos não merecem tanta atenção – no fundo, só querem vender.” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.249). Às vezes, o sensacionalismo pode ser usado por profissionais que julgam o caso relatado como sendo de interesse público. Então, antes de transmitir algo nos programas, o jornalista precisa avaliar o que de fato é relevante à sociedade. O furo jornalístico<sup>46</sup> não deve motivar a divulgação de informações incompletas, mal apuradas e parciais. O mais válido é informar sem falhas e com pormenores.

O TeleJovem precisa ter uma equipe que siga conceitos que regem o bom jornalismo, como o compromisso com a veracidade das informações e a procura incessante da imparcialidade, para que “[...] nas ações do jornalismo nada se sobreponha ao dever de investigar, valorar, relatar e difundir a informação verdadeira”. (CHAPARRO, 2007, p.36). Kovach e Rosenstiel falam (2004, p.125, grifo dos autores) enfaticamente: “**Não acrescente. [...] Não engane.**” A orientação dos *Princípios editoriais da British Broadcasting Corporation* (2009, p.9) é de que “Quando ocorrer um erro factual grave, é importante admiti-lo com clareza, honestidade e rapidez.”

No mais, o TeleJovem necessita produzir conteúdos específicos, afinal está inserido em uma televisão universitária, que existe para diferenciar-se das comerciais, ter personalidade própria e proporcionar essa conscientização de mudança aos profissionais inseridos em tevês de IES. “Estamos diante de instrumento poderoso para o ensino de Jornalismo e para a democratização dos meios de comunicação no Brasil, principalmente em relação a seu segmento mais monopolizado, o telejornalismo.” (BRASIL, 2002b, p.57). Logo, a experimentação deve ser premissa da atividade jornalística, com base nos princípios éticos acima apontados.

---

<sup>46</sup> Divulgar notícias ou reportagens em exclusividade, ou antes, que outros veículos.

No capítulo 6, os integrantes deste TCC relatam as experiências vivenciadas, desde o início da parte teórica até a conclusão da peça prática. É o Memorial Descritivo.

## 6 MEMORIAL DESCRITIVO

### 6.1 O Início

O grupo de pesquisadores foi formado em novembro de 2008. Como os quatro integrantes já haviam manifestado o interesse pela área televisiva, não foi difícil chegar a uma conclusão sobre qual seria o objeto de estudo: um telejornal para a *TV Facopp Online*.

Decidido o tema, os acadêmicos o apresentaram à professora especialista Thaisa Sallum Bacco, em dezembro de 2008, com a finalidade de receber um rumo a ser tomado e convidá-la para ser orientadora.

Em conversa com Bacco, ela achou que seria muito importante realizar uma visita à Uerj, para que se conhecesse o funcionamento da primeira TV universitária online do país. Então, Elaine Soares e Matheus Teixeira viajaram para fazer a pesquisa de campo, enquanto Eduardo Maranhão e Daniela Silveira empenharam-se nas leituras e fichamentos referentes ao TCC.

### 6.2 Viagem “Cheia de encantos mil”

Em viagem ao Rio de Janeiro, os pesquisadores conheceram, durante cinco dias (6 a 10 de julho de 2009), as locações da *TV Uerj Online*. Também encontram Antonio Brasil, pós-doutor em Ciências Humanas, e participaram da primeira Oficina de Telejornalismo que ele ministrou aos estagiários da *webTV* (Apêndice C).

Aliás, um fato curioso, por se tratar de um momento que marcou negativamente a vida dos pesquisadores, foi que os alunos foram assaltados no dia seguinte da chegada. Aconteceu em frente ao Estádio Jornalista Mário Filho,

Maracanã, lugar próximo à Uerj e, portanto, onde teriam que passar perto todos os dias. A princípio, ficaram abalados, mas logo conseguiram se recuperar e realizar a pesquisa de campo.

Estar com os estagiários da *TV Uerj Online* proporcionou aos estudantes da Unoeste aprendizado sobre questões relacionadas à transmissão ao vivo: fez-se a observação de programas e procedimentos realizados, bem como a viabilidade de fazer o mesmo na *TV Facopp Online*. Além disso, os pesquisadores participaram da reunião de pauta dos estagiários, para entender como se dá a escolha de assuntos para a *webTV*. Estiveram presentes, ainda, para acompanhar desde a produção até a veiculação das notícias no site da emissora.

Visitar a *TV Uerj Online* tornou-se fundamental pelo fato de que os integrantes da equipe lidam com um veículo que há oito anos exerce, na prática, o telejornalismo online. Dessa forma, o grupo adquiriu conhecimento mais aprofundado sobre como se dá o processo de funcionamento dessa televisão.

### **6.3 Nasceu o visual!**

Após retorno da visita à Uerj e com o Projeto Editorial do *webjornal* proposto à *TV Facopp* estar pronto, o grupo foi em busca de pessoas que pudessem contribuir para que tudo se transformasse em realidade. Parcerias foram feitas com a publicitária Vanessa Vilche, estudantes do curso tecnológico de Produção Fonográfica da Unoeste, o professor artista plástico Josué Pantaleão e o coordenador de *Web* da Universidade, Eduardo Rizo. Todo o trabalho, fruto dessa colaboração, está relatado em entrevistas em profundidade com os profissionais, no Apêndice D.

No dia 8 de setembro de 2009, a publicitária Vanessa Vilche apresentou o resultado final do projeto videográfico. Estava de acordo com o que toda a equipe queria e havia sido “[...] elaborado na concepção de tecnologia e juventude”. (VILCHE, mensagem pessoal, 2009).

Assim, o *webjornal* formou sua identidade, com os seguintes quadros: *Câmera Esportiva*, *SOS Galera* e *Troca de Ideias*, e a pílula *Pega Essa*. Para cada um, Vilche fez um logotipo e uma vinheta. Também produziu vinheta de abertura e encerramento. Segundo ela, os trabalhos “[...] foram feitos de acordo com o nome e estilo de cada quadro”. (VILCHE, mensagem pessoal, 2009).

A vinheta do *Câmera Esportiva* tem elementos que remetem a jogos, torcidas e termina com uma câmera. “A cor verde foi usada por ser uma cor estimulante, que remete à esperança, sendo muito utilizada em matérias esportivas.” (VILCHE, mensagem pessoal, 2009).



FIGURA 15 – Logotipo do quadro *Câmera Esportiva*

Quanto ao quadro *SOS Galera*, “No logotipo [...] foi usado um estilo militar, exército, para simbolizar ajuda [...] com uma fonte mais tribal, artística, na qual os jovens se identificam.” As cores marrom e verde usadas na vinheta, também foram pensadas “[...] para ter uma identidade visual com as cores da logo”. E ainda “Na vinheta foi usado um vídeo de cidade, para remeter que o objetivo do programa é resolver problemas de bairro, cidade.” (VILCHE, mensagem pessoal, 2009).



FIGURA 16 – Logotipo do quadro *SOS Galera*

No logotipo do *Troca de Ideias*, “[...] foi usado um microfone pelo fato de disponibilizar para os telespectadores a oportunidade de se expressarem.” (VILCHE, mensagem pessoal, 2009). Nas três primeiras edições do *TeleJovem* foi discutido, respectivamente, como a mídia fez a cobertura da morte do cantor *pop* Michael Jackson, a crise financeira mundial e a escolha do Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos de 2016. Após banca de correção deste TCC, o quadro foi reformulado: não há mais foco na imprensa, mas em temas atuais e que o jovem tem interesse.

A vinheta do *Troca de Ideias* contém “[...] uma base tecnológica futurista, com as escritas dos tópicos que o programa expressa.”, que são: imprensa, crítica e opinião. A cor escolhida para este quadro foi azul porque “[...] possui grande poder de atração e representa tecnologia.” (VILCHE, mensagem pessoal, 2009). Após banca de correção do presente trabalho, a palavra “imprensa” foi retirada da vinheta.



FIGURA 17 – Logotipo do quadro *Troca de Ideias*

Para dar ritmo ao programa, os estudantes optaram por colocar uma pílula com dicas de cultura e lazer, a *Pega Essa*. Na formulação do logotipo e da vinheta, Vilche (mensagem pessoal, 2009) utilizou “[...] elementos que simbolizem o conteúdo do programa” e a cor vermelha “[...] por chamar mais a atenção, estimular e motivar.”



FIGURA 18 – Logotipo da pílula *Pega Essa*

O trabalho videográfico contou, no logotipo e nas vinhetas de abertura e encerramento, com “[...] elementos que representassem tecnologia, internet, e que tenha uma identidade visual jovem. A cor laranja foi usada por também chamar a atenção, estimulando os jovens a interagir com o programa.” (VILCHE, mensagem pessoal, 2009).



FIGURA 19 – Logotipo do TeleJovem

O trabalho desenvolvido por Vanessa Vilche ainda envolveu a criação de tarjas para a identificação dos entrevistados, da equipe do telejornal online e para acrescentar informações. Todas as tarjas foram animadas pelo *software Combustion* e “[...] remetem uma forma mais dinâmica de apresentar os dados.” (VILCHE, mensagem pessoal, 2009).

Estes foram os demais videografismos desenvolvidos pela publicitária:



FIGURA 20 – Tarja para o apresentador à esquerda

Esta tarja identifica o apresentador. Ela é mais curta e, portanto, não invade o espaço de quem está ao lado, que é devidamente creditado com tarja no lado oposto.



FIGURA 21 – Tarja para o repórter

A tarja para repórter, assim como as demais, são mais largas do que as convencionais com a finalidade que os dados fiquem mais visíveis, pois na internet o vídeo perde a qualidade e dificulta a leitura. Esta, em especial, carrega o logotipo do TeleJovem, para identificar que quem fala é membro da equipe do noticioso. Ela sempre vem acompanhada pelo local onde o repórter transmite a notícia.



FIGURA 22 – Tarja para o repórter cinematográfico

O repórter cinematográfico é creditado com uma tarja diferente. A ideia de Vilche foi colocar o desenho de uma câmera, para remeter ao termo “imagens” e dar uma aparência mais jovem e moderna. A mesma tarja é utilizada para creditar o videorrepórter em suas matérias, afinal, executa a função de repórter cinematográfico. O que a distingue é que nesta versão há um misto da tarja de

repórter cinematográfico com a de repórter, pois nela constam nome do videorepórter e local onde se encontra.



FIGURA 23 – Tarja para o videorepórter

Para creditar os entrevistados, a princípio, os pesquisadores colocavam o nome da pessoa seguido de sua idade e profissão. Porém, entenderam que deveriam inovar mais. A partir da terceira edição, novos formatos foram testados, até que se encontrasse uma linguagem mais adequada ao estilo do produto jornalístico.



FIGURA 24 – Tarja para o entrevistado

A fim de identificar a equipe responsável pelo desenvolvimento das etapas necessárias para a confecção das reportagens, foram utilizadas tarjas com base semelhante a do repórter, mas com a função descrita acima do nome de quem a executou. Usou-se a mesma tarja para creditar produção, edição de texto e edição de imagem, sem o logotipo do TeleJovem na lateral.



FIGURA 25 – Tarja para produção, edição de texto e imagem

As informações adicionais eram feitas por meio de dois tipos de tarjas: uma de linha única e outra, dupla. A de linha única era utilizada, com mais frequência, nas cabeças ou notas pé. Usava-se a tarja com duas linhas, preferencialmente, nas reportagens.



FIGURA 26 – Tarja, com linha única, para informações



FIGURA 27 – Tarja para informações

O e-mail do TeleJovem era divulgado várias vezes ao longo do *webjornal*. Na tarja era permitido “brincar” com a frase que vinha abaixo do endereço eletrônico, sempre com a intenção de convidar o internauta a interagir.



FIGURA 28 – Tarja para e-mail

A base neutra, desenvolvida para o TeleJovem, seguiu as mesmas simetria e cor usadas nos demais videografismos produzidos por Vilche.

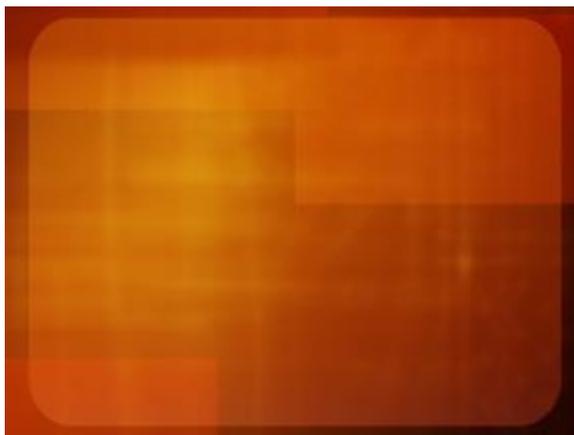


FIGURA 29 – Base neutra para informações

#### 6.4 A música que deu ritmo

Em 26 de agosto de 2009, os acadêmicos firmaram parceria com o professor Rodrigo Cavalcante Pinheiro e com alunos do segundo termo do curso de Produção Fonográfica da Unoeste, afim de que produzissem trilhas para as vinhetas do TeleJovem.

No total, os acadêmicos fizeram 25 trilhas para o telejornal “Através dos estudos de harmonia e associação de notas”. (PINHEIRO, mensagem pessoal, 2009).

Dentre os trabalhos elaborados, os pesquisadores escolheram os que mais se identificavam com os quadros, a pílula, abertura e encerramento, levando em consideração o dinamismo e a modernidade de cada uma. As trilhas escolhidas foram produzidas pelos seguintes alunos: David de Oliveira dos Santos, Giovanni George Giordano, Pedro Henrique Oliveira Tarifa e Renato Batista (abertura, encerramento, atualidades e *Pega Essa* – dica do TeleJovem); Caio Gharib, Élon Lopes Cordeiro Junior, Felipe Fernandes de Barros e Kleber de Oliveira Machado (*Câmera Esportiva*, *SOS Galera*, *Troca de Ideias* e *Pega Essa* – dica do jovem).

De acordo com declaração do professor responsável (PINHEIRO, mensagem pessoal, 2009), os alunos do curso de Produção Fonográfica não tiveram nenhuma dificuldade em confeccionar os sons, pois cada um adotou o *software* que

mais se familiarizava. As trilhas não escolhidas foram utilizadas nas reportagens quando necessário e, por isso, ficaram arquivadas.

## 6.5 O Cenário

O professor e artista plástico Josué Pantaleão da Silva idealizou o cenário do TeleJovem. Ao utilizar toda a criatividade que tem, sugeriu várias formas de se obter um bom resultado utilizando pouco dinheiro.

Dentre todas as opções apresentadas por Silva, os alunos escolheram fazer o modelo com círculos. Segundo o artista plástico, “[...] a geometria pode fazer o papel de movimento em 3D, pois a colocação dos círculos (dois de bases retas e uma meia bola cortada ao meio) tem o papel de movimento contínuo.” (SILVA, informação verbal, 2009)<sup>47</sup>.

A base com placa de compensado, com medidas de 1,6m por 2,2m, foi cedida pelo setor de Marcenaria da Unoeste, por meio dos funcionários Irio Miola e Marivaldo José Pereira. Até a entrega na Facopp foi providenciada pelo setor de transporte da Universidade. No dia em que o tapume de madeira chegou, o grupo pintou o que viria a ser o cenário do TeleJovem.



FIGURA 30 – Cenário do TeleJovem

---

<sup>47</sup> Josué Pantaleão da Silva, professor da Facopp, concedeu entrevista a Carlos Eduardo Colla Maranhão, Daniela Cristina Silveira, Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira. Presidente Prudente, 28 de setembro de 2009.

## 6.6 Espaço no site da TV Facopp

Paralelamente à realização do piloto do telejornal online, os pesquisadores fizeram contato com Eduardo Henrique Rizo, coordenador de *Web* da Unoeste, para falar sobre a página destinada ao TeleJovem no site da *TV Facopp*.

Quando os pesquisadores tiveram a ideia de colocar o *webjornal* no site, desenharam as páginas internas que este poderia ter e elaboraram *rafs* com sugestões de arquitetura da informação, assim como o modo que as ferramentas de interatividade ficariam dispostas. O material foi apresentado a Rizo.

Como, na ocasião, a manutenção do site da *TV Facopp* estava em fase de transição, deixando de ser terceirizada e passando para a Unoeste, como ele mesmo explicou em entrevista aos estudantes (Apêndice D), Rizo não hesitou em ajudar, mas alertou que, como acabara de assumir o sistema, precisaria de mais tempo para realizar o trabalho. A opção dada por ele, a fim de agilizar o processo, e que a equipe acatou, foi ajustar as ideias que os alunos tinham ao sistema que já era utilizado pela emissora virtual.

O material solicitado ficou pronto em menos de dez dias e o TeleJovem ganhou uma identidade na internet: uma página com a edição atual em destaque e os *Canais TeleJovem*.



FIGURA 31 – Página inicial da *TV Facopp* com o *TeleJovem* em destaque



FIGURA 32 – Página do *TeleJovem* dentro do site da *TV Facopp*

## 6.7 Está no ar o TeleJovem!

Os assuntos que foram abordados durante as edições do *webjornal* TeleJovem eram decididos com a participação de todos, mas para organizar as ideias e otimizar o trabalho da equipe, foi elaborado um planejamento com divisões de funções: era a capa de pauta (Apêndice E). O grupo, porém, não ficava preso à ela. Às vezes, alguns dos cargos previstos eram alterados para que as pautas fossem cumpridas.

Foram produzidas quatro edições do telejornal online, totalizando: quatro capas de pauta; 23 pautas (Apêndice F); 24 relatórios de imagens (Apêndice G); 18 relatórios de reportagem (Apêndice H), pois esse tipo de relatório era feito apenas dos quadros e da matéria de atualidade, para a pílula *Pega Essa* só era produzido quando havia *off*; e quatro espelhos, que somaram 52 *scripts* (Apêndice I).

Uma das pautas mais interessantes de serem executadas para a primeira edição do TeleJovem, que entrou no ar em 7 de outubro de 2009, foi a da editoria de atualidades: *Gripe Balada*. Então, para lá foram Daniela Silveira, repórter, e Matheus Teixeira, repórter cinematográfico.

Na balada, os dois tentavam achar alguém para entrevistar. Como o lugar tem pouca iluminação, os estudantes tiveram dificuldade em localizar um espaço para gravar a passagem e realizar as entrevistas.

Dia de gravação do quadro *SOS Galera*. Pauta: *Falta Escola*, na Vila Nova Prudente. Fazer esse quadro preocupava o grupo deste TCC, pois o jovem que iria falar não tinha experiência em reportagens. Por também não saber lidar com a câmera, a timidez do entrevistado trouxe problema.

Quando os acadêmicos chegaram à casa do entrevistado, ele nem sequer saiu à porta. A mãe dele explicou que o jovem desistira. A equipe (Eduardo Maranhão, repórter, e Elaine Soares, repórter cinematográfica) saiu pelo bairro em busca de alguém que pudesse ser a nova personagem. E a encontraram: Lidiane Mello dos Santos.

A reportagem com Lidiane foi muito importante para os idealizadores do TeleJovem. Primeiramente, porque sentiram o que era fazer jornalismo de verdade, souberam lidar com o imprevisto e mais: lutaram por um problema que não

era deles, conheceram uma realidade diferente. Prestaram serviço a quem, talvez, nunca pudesse ser ouvido.

Após tudo estar gravado, chegara a hora de editar. Como Elaine Soares e Matheus Teixeira tinham experiência em edição de imagens, de quando estagiaram na *TV Facopp Online*, ficaram incumbidos de se revezarem na função, enquanto Daniela Silveira e Eduardo Maranhão faziam edição de texto.

A criatividade sempre tinha que estar na ilha de edição. A preocupação era passar as informações de forma fidedigna e inovar ao mesmo tempo, experimentar conceitos que até ali nenhum dos estudantes havia vivenciado.

A maior dificuldade era correr contra o tempo para conseguir entregar o TeleJovem montado no dia em que o programa é atualizado. Editar um programa por semana tem obstáculos, mas nada comparado a montar um telejornal inteiro, ainda mais considerando que a experiência dos editores não era tão vasta. E nem sempre todo o tempo da edição era aproveitado. Às vezes, devido ao desenvolvimento da teoria, não era possível chegar ao Laboratório no horário. Em outras ocasiões, o computador travava e demorava para voltar a funcionar ou a equipe da *TV Facopp* precisava adiantar a edição de algum programa.

O dia da gravação das cabeças, notas e notas pé do piloto do TeleJovem (29 de setembro de 2009) foi cheio de ansiedade, agitado. Na noite anterior, todos do grupo haviam revisado espelho e *scripts*, para que no dia seguinte todas as informações estivessem corretas e o processo de gravação fosse agilizado.

A equipe estava dividida em editor-chefe, que também operaria o *TP*, apresentadores e cinegrafista de estúdio. Aliás, como foram utilizadas duas câmeras, a orientadora Thaisa Bacco ajudou, como operadora de uma das filmadoras. Quando a gravação do piloto do TeleJovem começou, tudo correu bem, foi tranquilo. Os apresentadores escalados, Eduardo Maranhão e Daniela Silveira, estavam um pouco nervosos. Porém, um fato atrasou o andamento do trabalho: demorou para os pesquisadores acharem um local em que o cenário ficasse bem iluminado. Mudaram-no de lugar várias vezes, colocaram as luzes em diferentes ângulos que pudesse dar um efeito mais claro, até que chegaram a um modo que satisfizesse a todos.

Trabalho completo, fim do piloto? Ainda não. Mesmo colocado no ar em 30 de setembro de 2009 (a fim de testar o sistema), foi necessário que as

cabeças e notas fossem regravadas, conforme solicitação da orientadora. E mais: as tarjas estavam com a fonte pequena, quase ilegível.

As cabeças foram regravadas em 6 de outubro de 2009. As tarjas refeitas, o enquadramento ajustado e até a iluminação ficou melhor. No mesmo dia foram gravadas as cabeças do TeleJovem segunda edição. No dia posterior, as edições começaram a ser montadas. Priorizou-se a correção do piloto (agora, primeira edição), para que fosse alterada a versão que estava no ar.

Ainda sobre retoques, houve uma última curiosidade sobre a reportagem *Gripe Balada*. Luis Fernando Pires, o jovem encontrado na boate, que havia contraído o vírus da gripe suína, teve o sobrenome divulgado um mês após a primeira edição do *webjornal* ser levado ao ar. Antes, a equipe havia o identificado apenas como Luis Fernando. No momento da entrevista, na madrugada do dia 6 de setembro de 2009, Daniela Silveira e Matheus Teixeira se esqueceram de perguntar o nome completo dele. Os pesquisadores ficaram incomodados e em 25 de outubro, o estudante Matheus Teixeira o encontrou no *Orkut*. A informação nova era o sobrenome. Depois da descoberta, alteração cumprida e o TeleJovem ficou com todos os entrevistados devidamente creditados. O que também ficou claro é que o jornalismo online possibilita que erros sejam corrigidos, mesmo aqueles cometidos há bastante tempo.

Agora, hora de mudar de editoria. O *Câmera Esportiva* sempre foi um desafio. Quando os acadêmicos pensaram em fazer um quadro de videorreportagem, esperavam que pudessem contar com a *handcam* (câmera de mão) da faculdade, mas souberam que estava em manutenção. Na primeira edição, uma das integrantes do grupo (Elaine Soares) conseguiu uma emprestada e facilitou, ainda que não totalmente, a elaboração da reportagem *Boliche Anima*. Fizeram imagens com duas câmeras, o que deu mais dinamicidade à reportagem, porém o áudio do repórter (Eduardo Maranhão) ficou prejudicado, pois na *handcam* não havia entrada para conectar microfone.

Para a realização da reportagem *Bicicleta Pedala* (TeleJovem segunda edição, que foi ao ar em 15 de outubro de 2009), a equipe não conseguiu *handcam*. Por isso, a repórter teve que ir com a câmera maior, que a faculdade disponibilizou. Para dificultar, ela estava de motocicleta e andou aproximadamente 27 km atrás dos ciclistas. E para piorar, no dia da gravação, nenhum dos integrantes da pesquisa

pôde acompanhá-la. Sobrou para o noivo dela, Darlon Cila Garbetti, que foi motorista da “equipe”.

Pautar, filmar, reportar, fazer relatórios, editar texto e imagem, gravar cabeças, notas e notas pé, e montar o *webjornal*. O TeleJovem ganhava a terceira edição (no ar em 22 de outubro de 2009) e os pesquisadores ganhavam ainda mais conhecimento, experiência e, com certeza, mais uma oportunidade para colocar em prática tudo o que haviam aprendido com o desenvolvimento do trabalho somado ao conhecimento adquirido na faculdade.

Uma dessas chances veio com a matéria feita para o quadro *SOS Galera*, na Vila Líder. Para quem acha que em dia de chuva a televisão para, eis a novidade: na execução da pauta *Fundo Vale*, os integrantes do telejornal online enfrentaram a dificuldade de fazer uma gravação em dia de chuva forte! Matheus Teixeira, repórter cinematográfico, até tirou a camiseta do corpo para proteger o equipamento. Toda a gravação foi feita embaixo de um guarda-chuva ou dentro de um carro.

A pauta *Encontro Juventude (Pega Essa)* caiu. O evento falaria à comunicadores da internet, mas havia apenas três vagas para Presidente Prudente. Eduardo Maranhão (repórter cinematográfico) e Elaine Soares (repórter) descobriram, então, que a Semana Nacional do Livro e da Biblioteca seria comemorada na semana seguinte, no Centro Cultural Matarazzo. Não tiveram dúvidas: gravaram a pílula convidando os jovens a participar das atividades comemorativas.

Para a terceira edição, os pesquisadores fizeram fala-povo sobre primeiro emprego, no calçadão. Para cumprir esta pauta de atualidades, acharam por bem colocarem dois repórteres em campo para dar mais dinamismo à matéria. Daniela Silveira fez uma passagem de ligação: colocou o microfone na lente da câmera para que Matheus Teixeira respondesse de outro lugar.

Na gravação das cabeças da quarta edição do TeleJovem, em 1º de dezembro de 2009, houve imprevisto. Como os microfones de lapela apresentavam chiado, foram trocados por mais de três vezes. Até cogitou-se que um dos apresentadores (na ocasião Eduardo Maranhão e Elaine Soares) ficasse sem microfone e somente o áudio do outro captaria a voz de ambos. Por fim, após quase uma hora de ajustes, eles dividiram a mesma lapela, que possuía dois microfones. O TeleJovem de número 4 entrou no ar em 3 de dezembro de 2009.

## 6.8 E aí, Curtiu?

Para a terceira edição do TeleJovem, a estudante Iara Valiente, estagiária da *TV Facopp*, foi a primeira internauta a mandar uma foto para veiculação no telejornal online, o que foi ótimo, afinal, apesar de ser estudante da Facopp, é uma jovem prudentina.

A equipe do TeleJovem também foi convidada a participar da 45ª edição do programa *Café com Q*, da *TV Facopp Online*. A entrevista foi marcada para o dia 26 de outubro de 2009 e foi a primeira versão do programa a ser gravada em estúdio diferente do habitual. O grupo chegou ao consenso de que as integrantes Daniela Silveira e Elaine Soares representariam o programa na entrevista, realizada no estúdio de TV da Facopp, em frente ao cenário do TeleJovem. Mesmo assim, Eduardo Maranhão e Matheus Teixeira acompanharam a gravação. A apresentadora foi Mariana Tavares. As repórteres cinematográficas: Eliane Gushiken, Letícia Oliveira (também produtora) e Lorayne de Freitas.



FIGURA 33 – *Café com Q* sobre o TeleJovem na capa do site da *TV Facopp*

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o desenvolvimento deste trabalho conseguiu-se provar que o TeleJovem é um produto jornalístico pelo qual a *TV Facopp* pode colocar em prática o Jornalismo Público, e proporcionar aos jovens o exercício da cidadania. Também se sabe, agora, que é totalmente viável a produção e veiculação de um noticiário na emissora da Facopp.

No primeiro dia em que o TeleJovem foi ao ar, obteve 220 acessos, o que comprova que os internautas acostumados a navegar pela *TV Facopp* esperavam por uma novidade na grade de programação da emissora. Além dos estudantes do Curso de Comunicação Social, o telejornal online foi assistido por outros jovens que não pertenciam ao público-alvo da TV universitária, mas devido à divulgação dos realizadores do projeto, foram atingidos. Por isso, as expectativas foram superadas e mais pessoas puderam ser informadas por meio do TeleJovem. O número de acessos (220), em um único dia, nunca aconteceu em outro programa da *webTV* e até 14 de dezembro de 2009, as quatro edições do telejornal receberam 1.034 acessos. Quanto a outubro, período em que houve inclusão dos três primeiros TeleJovem, o mês foi o mais visitado (3.036 entradas ao site) da *TV Facopp Online*, desde a criação, em maio de 2008.

Constatou-se que o jovem de Presidente Prudente, público trabalhado, tem o que dizer e quer expor suas ideias, porém, não quer apenas assistir a um programa feito por jovens: quer dar opinião, por isso se fez tão necessário o uso das ferramentas interativas, com as quais o telespectador pôde interferir, criticando ou elogiando, afinal o telejornal foi feito para ele. Esses recursos, aliados à instantaneidade do meio, permitiram que a aceitação do público fosse mensurada. Até 14 de dezembro de 2009, o telejornal online recebeu 35 e-mails com opiniões, ideias e comentários vindos de Presidente Prudente, de estados brasileiros e até do Japão, surpreendendo os idealizadores do projeto quanto a quem estaria assistindo às transmissões, o que reafirma o conceito de universalidade da rede. Com essa interatividade, a quarta edição do TeleJovem pôde ser feita com dois quadros e uma pílula sugeridos por usuários da rede.

Sobre trabalhar com internet, foi instigante. O desafio foi grande em conseguir utilizar todas as opções que a *web* deixa à disposição, e ao mesmo tempo, foi arriscado, pois essa nova mídia é um meio familiar ao público-alvo, o que o torna mais crítico quanto ao conteúdo veiculado.

Outra dificuldade foi conciliar a rapidez da rede com o complexo processo de produção das notícias televisivas, ou seja, atualizar o site com a agilidade em que o meio pedia nem sempre era possível, até porque, se era “refém” de programas de computador e equipamentos que, às vezes, precisavam de manutenção. Por essas razões, lidar com as notícias diárias e cumprir os prazos estipulados era um desafio constante na vida dos pesquisadores.

Não se pode deixar de citar, que, desenvolver esta pesquisa, além de permitir aos estudantes que adquirissem conhecimento acadêmico, também os ensinou algo que eles já imaginavam: trabalhar em equipe não é fácil, mas necessário. Todos os membros do grupo tiveram que ter paciência para aceitar o ritmo diferente de cada um, as ideias que nem sempre eram iguais, a disponibilidade de horários e personalidades distintas. No entanto, isso não foi suficiente para impedi-los de trabalharem unidos, afinal todos tinham o mesmo objetivo e entenderam que concessões deveriam ser feitas para que a meta fosse atingida.

Toda a teoria aprendida na confecção desta pesquisa, assim como o conhecimento adquirido nos quatro anos de faculdade, foram de suma importância para a execução da prática jornalística. Quando aplicados, esses conhecimentos permitiram aos pesquisadores vivenciar o dia a dia de uma redação jornalística em todos os seus aspectos. Eles foram capacitados desde a produção das matérias, na apuração das notícias, até a edição das reportagens. No trabalho de campo, colocaram em prática as técnicas de cinegrafia, de relacionamento com as fontes e aprenderam a lidar com o imprevisto. Com a realização desta pesquisa, os estudantes sentem-se muito mais preparados para adentrar no mercado de trabalho, já que exerceram todas as funções inerentes ao meio estudado e chegaram ao presente resultado.

A responsabilidade social foi sempre uma questão levada em conta durante as matérias produzidas para o noticioso. Houve extrema preocupação do grupo em tratar as notícias como fator que influenciariam a vida do telespectador. Mais do que fazer um telejornal, o grupo tinha como meta prestar um serviço ao

jovem, ao ouvir suas dificuldades e opiniões, além de ser sua voz diante das autoridades responsáveis.

O TeleJovem não é só uma ideia, é uma realidade. As quatro edições realizadas durante o curso desta pesquisa são apenas o começo. Neste projeto sempre caberá mais pesquisas e pesquisadores que se interessem em estudar o comportamento dos jovens e saber o que realmente pensam, além de se surpreender com a internet, que a cada dia traz uma novidade. Este produto jornalístico feito para a *TV Facopp Online* instigou e continuará a incomodar os integrantes do grupo a se preocuparem com questões que envolvam a comunicação, novas mídias e experimentação.

Às equipes que darão continuidade a este projeto, pede-se muita disposição e reflexão para que as ideias contidas aqui evoluam. Fazer televisão é um ato que demanda muito esforço por parte de todos os envolvidos, entretanto, fazer televisão online, é um desafio maior ainda, pois o telespectador de *webTV* não quer simplesmente conteúdo. Como foi estudado, quer conteúdo direcionado, atualizado e espaço para divulgar o que pensa e produz.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABTU. **Afiladas | Associação Brasileira de Televisão Universitária – ABTU**. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br/afiladas>>. Acesso em: 20 ago. 2009

ADV INFORMÁTICA. **Webdeveloper**. Disponível em: <<http://www.cursoadv.com.br/dev.aspx>>. Acesso em: 21 nov. 2009.

ALLTV. **allTV**. Programas. Disponível em: <<http://www.alltv.com.br/programas.php>>. Acesso em: 12 set. 2009.

ANDRIGUETI, Analu. O jornalista no mundo dos games. In: FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto Hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

AVILA, Renato Nogueira Perez. **Streaming**: Aprenda a Criar e Instalar sua Rádio ou TV na Internet. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

BACCO, Thaisa Sallum. **Linguagem Televisual**. Presidente Prudente: Unoeste, 2008.

BARBOSA, Mitian. **Entrevista com o estagiário da TV Uerj Online**. Entrevista concedida ao Matheus Teixeira (Rio de Janeiro – RJ). Mensagem por gravador, em: 8 jul. 2009.

BBC. **Princípios editoriais da BBC**. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/portuguese/institucional/bbcbrasil\\_editorialguidelines.pdf](http://www.bbc.co.uk/portuguese/institucional/bbcbrasil_editorialguidelines.pdf)>. Acesso em: 24 ago. 2009.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. **O potencial do webjornalismo audiovisual**: a experiência do TJUFRJ. 2008. 20 f. In: Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, 2008, São Paulo. 11º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=278&cf=12>>. Acesso em: 18 out. 2009.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005.

BORGES, André. Blog: uma ferramenta para o jornalismo. FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto Hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

BRAGA, Denise Bértoli. A comunicação interativa em ambiente hipermídia: as vantagens da hipermodalidade para o aprendizado no meio digital. In: XAVIER, Antônio Carlos; MARCUSCHI, Luiz Antônio (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção do sentido. 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

BRASIL, Antonio. Introdução. In: BRASIL, Antonio; ARNT, Hérís (Org.). **Telejornalismo on-line em debate**. Rio de Janeiro: E-papers, 2002a.

BRASIL, Antonio Cláudio. **Antimanual de jornalismo e comunicação**: ensaios críticos sobre jornalismo, televisão e novas tecnologias. São Paulo: Senac, 2007.

BRASIL, Antonio Cláudio. **A Revolução das Imagens**: Uma nova proposta para o Telejornalismo na Era Digital. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2005.

BRASIL, Antonio Cláudio. **Primeira Oficina de Telejornalismo na TV Uerj**. Gravação em vídeo, Rio de Janeiro, 10 jul. 2009.

BRASIL, Antonio Cláudio. **Telejornalismo, internet e guerrilha tecnológica**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002b.

CARNEIRO, Pedro Paulo. Geração digital. In: BRASIL, Antonio; ARNT, Hérís (Org.). **Telejornalismo on-line em debate**. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3.ed. São Paulo: Summus, 2007.

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

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

DÓRIA, Pedro. Dogmas digitais. In: BRASIL, Antonio; ARNT, Hérís (Org.). **Telejornalismo on-line em debate**. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

DTV. **Entenda a TV Digital**. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/materias.asp?menuid=3&id=11>>. Acesso em: 19 set. 2009.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

EVARISTO, Ricardo. **LISTA DE AFILIADAS ATUALIZADA PELA ABTU**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <thaisa@unoeste.br> em 8 nov. 2009.

FERNANDES, Ana Elise Zogheib. et al. **TV FACOPP online**. 2005. 127 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Universidade do Oeste Paulista – Unoeste, Presidente Prudente.

FERREIRA, Michelle Fabiene Pires. **TVs universitárias e a prática do jornalismo público**: a TVU da Universidade Federal de Lavras. 2005. 96 f. Monografia de Projeto Experimental II (Disciplina de Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora.

Disponível em: <[http://www.facom.ufjf.br/projetos/2sem\\_2005/pdf/MFerreira.pdf](http://www.facom.ufjf.br/projetos/2sem_2005/pdf/MFerreira.pdf)>. Acesso em: 08 ago. 2009.

FREITAS, Amanda da Silva. **Entrevista com o estagiário da TV Uerj Online**. Entrevista concedida a Elaine Soares Pereira (Rio de Janeiro – RJ). Mensagem por gravador, em: 8 jul. 2009.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. Linguagem da Internet: um meio de comunicação global. In: XAVIER, Antônio Carlos; MARCUSCHI, Luiz Antônio (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção do sentido. 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

GIOLO, Suzan de Fátima. **O!!!**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <[matheusteixeira.com@gmail.com](mailto:matheusteixeira.com@gmail.com)> em 26 ago. 2009.

IBGE. **IBGE :: Cidades@ :: Presidente Prudente - SP**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=354140#>>. Acesso em: 02 ago. 2009.

IDG NOW!. **Assista à televisão pela internet em seis portais brasileiros – Internet – IDG Now!**. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2009/04/29/assista-televisao-pela-internet-em-seis-portais-brasileiros/>>. Acesso em: 27 ago. 2009.

JORNAL BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Jornal de abril de 2005, ano 7, nº 269**. Disponível em: <[http://www2.metodista.br/unesco/jbcc/jbcc\\_mensal/jbcc269/comunidadeacademica\\_crise.htm](http://www2.metodista.br/unesco/jbcc/jbcc_mensal/jbcc269/comunidadeacademica_crise.htm)>. Acesso em: 21 nov. 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. 2.ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MAGALHÃES, Cláudio. **Manual para uma TV universitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

MANCUZO, Carolina Zoccolaro Costa. **Artigo Assis**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <[matheusteixeira.com@gmail.com](mailto:matheusteixeira.com@gmail.com)> em 9 set. 2009.

MANCUZO, Carolina Zoccolaro Costa. **Regras para textos no site**:. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <[matheusteixeira.com@gmail.com](mailto:matheusteixeira.com@gmail.com)> em 8 set. 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: XAVIER, Antônio Carlos; MARCUSCHI, Luiz Antônio (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção do sentido. 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web**: produção e edição de notícias on-line. 2.ed. São Paulo: Senac, 2002.

MOURA, Leonardo. **Como escrever na rede**: manual de conteúdo e redação para Internet. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2002.

NACHBIN, Luís. A escrita da videorreportagem. In: BRASIL, Antonio; ARNT, Hérís (Org.). **Telejornalismo on-line em debate**. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

NASCIMENTO, Rafael. **Entrevista com o estagiário da TV Uerj Online**. Entrevista concedida ao Matheus Teixeira (Rio de Janeiro – RJ). Mensagem por gravador, em: 8 jul. 2009.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual**: uma análise de notícias no *UOL News* e na *TV UERJ Online*. 2005. 209 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador. Disponível em: <[http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscom-Producao\\_Cientifica-Leila\\_Maria\\_Nogueira\\_de\\_Almeid.pdf](http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscom-Producao_Cientifica-Leila_Maria_Nogueira_de_Almeid.pdf)>. Acesso em: 27 set. 2009.

NUCOM. **Pesquisa TV Facopp Online**. Unoeste: Presidente Prudente, 2009.

PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e. E-mail: um novo gênero textual. In: XAVIER, Antônio Carlos; MARCUSCHI, Luiz Antônio (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção do sentido. 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV**: Manual de Telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PEREIRA, Marcos. **Entrevista com o diretor da Hallazgo, empresa paulistana de tecnologia e comércio**. Entrevista concedida ao Matheus Teixeira (Presidente Prudente – SP). Mensagem por gravador, em: 6 out. 2009.

PINHEIRO, Rodrigo Cavalcante. **Relatório Acadêmico das Trilhas**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <grupocdem@gmail.com> em 6 out. 2009.

PINHO, José Benedito. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **TV Universitária**: Limites e Possibilidades. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

PORTAL DA JUVENTUDE. **Apresentação | Institucional | Portal da Juventude**. Apresentação. Disponível em: <<http://www.juventude.sp.gov.br/portal.php/institucional/apresentacao>>. Acesso em: 31 jul. 2009.

POYNTER ONLINE. **Eyetrack III: What News Websites Look Like Through Readers' Eyes**. Disponível em:

<[http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=70472](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=70472)>. Acesso em: 19 out. 2009.

PRADO, Flávio; REBELLO, Fernando. **Ponto eletrônico**: dicas para fazer telejornalismo com qualidade. 2.ed. São Paulo: Publisher Brasil, 1998.

PRADO, Gilbertto. Ambientes virtuais multiusuário. In: DOMINGUES, Diana. **Arte e vida no século XXI**: tecnologia, ciência e criatividade. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Presidência da República – Secretaria-Geral**. Disponível em: <[http://www.presidencia.gov.br/estrutura\\_presidencia/sec\\_geral/Juventude/](http://www.presidencia.gov.br/estrutura_presidencia/sec_geral/Juventude/)>. Acesso em: 02 ago. 2009.

RIZO, Eduardo Henrique. **Entrevista com o coordenador de Web da Unoeste**. Entrevista concedida ao Matheus Teixeira (Presidente Prudente – SP). Mensagem por gravador, em: 16 out. 2009.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting**: redação & informação na Web. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

RUBINI, Carolina. et al. **TV Facopp Online**: implantação da primeira emissora televisiva universitária virtual do Oeste do Estado de São Paulo. 2008. 232 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Universidade do Oeste Paulista – Unoeste, Presidente Prudente.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação**. São Paulo: Senac, 2001.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do Jardim Botânico**: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. 3.ed. São Paulo: Summus, 1985.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de Moraes; AZEVEDO, Ricardo. **Aprender telejornalismo**: produção e técnica. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TEODORO, Gontijo. **Jornalismo na TV**: Uma obra completa escrita pelo famoso locutor da TV brasileira. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1980.

TERRA TV. **Ajuda**. Vídeos. Disponível em: <<http://terratv.terra.com.br/ajuda.htm#>>. Acesso em: 12 set. 2009.

TERRA TV. **Terra TV**. Disponível em: <<http://terratv.terra.com.br/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 6.ed. São Paulo: Cortez, 1994.

TV FACOPP ONLINE. \*\*\* **TV Facopp Online** \*\*\*. Disponível em: <<http://www.unoeste.br/tvfacopp>>. Acesso em: 25 out. 2009.

TV PITÁGORAS. **TV Pitágoras**. Disponível em: <<http://www.tvpitagoras.com.br/>>. Acesso em: 10 out. 2009.

TV PUC SÃO PAULO. **TVPUC-SP**. Disponível em: <<http://tv.pucsp.br/blog/>>. Acesso em: 10 out. 2009.

TV UERJ ONLINE. **TV UERJ ONLINE – A PRIMEIRA TV UNIVERSITÁRIA ONLINE DO BRASIL**. Disponível em: <<http://www.tvuerj.uerj.br/>>. Acesso em: 19 mai. 2009.

TV UNIVERSITÁRIA DA UEFS. **TVU**. Disponível em: <<http://www.uefs.br/tvuefs/>>. Acesso em: 10 out. 2009.

TV UOL. **TV UOL**. Disponível em: <<http://tvuol.uol.com.br/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

UOL. **Linha do tempo - UOL História**. UOL História 13 anos. Disponível em: <<http://sobreuol.noticias.uol.com.br/historia/linhadotempo.jhtm>>. Acesso em: 12 set. 2009a.

UOL. **Sobre UOL – Retrospectiva 2007**. Retrospectiva 2008 – UOL Entretenimento. Disponível em: <<http://sobreuol.noticias.uol.com.br/ultnot/noticias/retrospectiva/2008/gge.jhtm>>. Acesso em: 12 set. 2009b.

VALDESTILHAS, André; ALMEIDA, Felipe Afonso de. **A usabilidade no desenvolvimento de aplicações para TV Interativa**. 2005. 6 f. In: XVIII Simpósio Brasileiro de Computação Gráfica e Processamento de Imagens, workshop de TV digital e Interativa, 2005, Natal. Divisão de Ciência da Computação, Instituto Tecnológico de Aeronáutica - ITA, São José dos Campos. Disponível em: <[http://www.comp.ita.br/lincom/andre/artigos/SIBIGRAPI\\_final3.pdf](http://www.comp.ita.br/lincom/andre/artigos/SIBIGRAPI_final3.pdf)>. Acesso em: 14 set. 2009.

VILCHE, Vanessa. **Relatório Videografismo**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <grupocdem@gmail.com> em 3 out. 2009.

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

WATTS, Harris. **Direção de câmera**: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.

**BIBLIOGRAFIA**

ALLTV. **allTV**. Disponível em: <<http://www.alltv.com.br/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

ALMEIDA, Candido José Mendes de; ARAÚJO, Maria Elisa de. **As perspectivas da televisão brasileira ao vivo**. Rio de Janeiro: Imago, 1995.

BARBOSA, Mitian. **Primeira Oficina de Telejornalismo na TV Uerj**. Presença de Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira (Rio de Janeiro – RJ). Mensagem por vídeo, em: 10 jul. 2009.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL, Antonio; ARNT, Héris (Org.). **Telejornalismo on-line em debate**. Rio de Janeiro: E-papers, 2002a.

DOCTUM TV. **YouTube – Canal de doctumtv**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/doctumtv>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como planejar um projeto de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FURB TV. **FURB TV – Um canal para o saber**. Disponível em: <<http://www.furbtv.furb.br/hp/index.php>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 1986.

KAPLAN, Sheila; REZENDE, Sidney (Org.). **Jornalismo eletrônico ao vivo**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

MACIEL, Pedro. **Guia para falar (e aparecer) bem na televisão**. 2.ed. Porto Alegre: Sagra – D.C. Luzzatto, 1994.

NASCIMENTO, Rafael. **Primeira Oficina de Telejornalismo na TV Uerj**. Presença de Elaine Soares Pereira e Matheus Teixeira (Rio de Janeiro – RJ). Mensagem por vídeo, em: 10 jul. 2009.

ORTEGA, Jakeline Queiroz; MAGALHÃES, Mara Lúcia. **Normas e Padrões para Apresentação de Trabalhos Acadêmicos e Científicos da Unoeste**. Presidente Prudente: Unoeste, 2006.

PEREIRA, Luciano Iuri; MARANGONI, Reinaldo; SILVA, Rafael Rodrigues.  
**Webjornalismo**: uma reportagem sobre a prática do jornalismo online. São Paulo: Webjornalismo, 2002.

RTV UNICAMP. **RTV Unicamp**. Disponível em: <<http://www.rtv.unicamp.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

TV ALFENAS. **TV Alfenas**. Disponível em: <<http://www.tvalfenas.com.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV FAG. **TV Universitária FAG**. Disponível em: <<http://www.tvfag.com.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV FEEVALE. **YouTube – Canal de feevale**. Disponível em: <<http://www.youtube.com/tvfeevale>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV FEMA. **Destaques**. Disponível em: <<http://www.femanet.com.br/femaedu/index.php/menutvfema.html>>. Acesso em: 11 nov. 2009.

TV MACKENZIE. **<http://tv.mackenzie.br/>**. Disponível em: <<http://tv.mackenzie.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV UNAERP. **TV UNAERP**. Disponível em: <<http://tv.unaerp.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV UNIFEV. **TV Universitária do Centro Educacional de Votuporanga**. Disponível em: <<http://www.tvuniversitaria.com.br/>>. Acesso em: 11 nov. 2009.

TV UNIFOR. **Portal Multimídia – Unifor**. Disponível em: <<http://www.unifor.br/multimidia/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV UNISINOS. **Unisinos**. Disponível em: <[www.unisinos.br/tv/](http://www.unisinos.br/tv/)>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV UNIVAP. **TV Univap**. Disponível em: <<http://www.univap.br/tvunivap/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

TV UNIVATES. **TV UNIVATES :... PARA VOCÊ. PARA O NOSSO VALE..** Disponível em: <<http://www.univates.br/tv/>>. Acesso em: 11 nov. 2009.

TV USP. **TV USP**. Disponível em: <<http://www.usp.br/tv/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

UCG TV. **UCG TV**. Disponível em: <<http://www.ucg.br/ucg/ucgtv/home/>>. Acesso em: 11 nov. 2009.

UCS TV. **Capa**. Disponível em: <<http://www.ucs.br/ucs/cetel/ucstv/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

UNB TV. **UNBTV – Canal Universitário**. Disponível em: <<http://www.cpce.unb.br/unbtv/>>. Acesso em: 11 nov. 2009.

UNI TV. **UNITV Canal 15 NET PORTO ALEGRE – PUCRS**. Disponível em: <<http://www.unitv.tv.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

UNIMEP TV. **UNIMEP TV**. Disponível em: <<http://www.unimeptv.com.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

UNISUL TV. **Unisul TV**.. Disponível em: <<http://www.unisultv.com.br/>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

UOL. **UOL – O melhor conteúdo da Internet**. Sobre UOL. Disponível em: <<http://sobreuol.noticias.uol.com.br/>>. Acesso em: 12 set. 2009.

VIVARTA, Veet (Coord.). **Remoto Controle**: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes. São Paulo: Cortez, 2004.

XAVIER, Antônio Carlos; MARCUSCHI, Luiz Antônio (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**: novas formas de construção do sentido. 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

# ANEXOS

ANEXO A  
*CLIPPING DO TELEJOVEM*



Primeira Página Notícias Artigos Colunas Especiais Podcasting Fale Conosco

## educação

10/11/2009 - 07h57

# Webjornal é criado por alunos da Facopp

do GN Online

Através do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de quatro alunos do 8º termo de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social (Facopp) da Unoeste, foi criado o TeleJovem, primeiro webjornal interativo destinado aos jovens de Presidente Prudente. Os acadêmicos Daniela Silveira, Eduardo Maranhão, Elaine Soares e Matheus Teixeira já produziram três edições do programa, que está sendo veiculado na TV Facopp, emissora virtual.

O TeleJovem é composto por uma reportagem sobre atualidades, a pílula Pega Essa, com dicas culturais e mais três quadros: Câmera Esportiva, que é feito como vídeo-reportagem (a pessoa é ao mesmo tempo repórter e cinegrafista); SOS Galera, que tem o objetivo de cobrar respostas das autoridades sobre problemas sociais da cidade e Troca de Idéias, no qual os jovens analisam como foi a cobertura da imprensa sobre determinado assunto.

De acordo com o acadêmico Eduardo Maranhão, a proposta do webjornal é que os jovens produzam conteúdo, pois a internet oferece a possibilidade de interatividade com a programação. "O TeleJovem tem ferramentas nas quais o internauta pode dar opinião, contar suas dificuldades, sugerir assuntos, enviar dicas, fotos ou vídeos e decidir qual esporte quer ver na próxima edição".

Para o aluno Matheus Teixeira, a idéia do projeto surgiu da verificação por parte dos integrantes do grupo, da falta de programas jornalísticos prudentinos destinados aos jovens. "Gostamos de telejornalismo e tínhamos a intenção de fazer um material específico para o público jovem. Dessa maneira, surgiu a idéia de utilizar a web, para dar ao telespectador a possibilidade de interagir conosco".

Teixeira conta ainda que o apoio da TV Facopp foi muito importante para a produção do trabalho. "A intenção é que o telejornal vire mais uma oportunidade de estágio dentro da emissora da Facopp". Para a orientadora do TCC e coordenadora geral da TV, Thaís Bacco, "o TeleJovem é produzido a partir do conceito de Jornalismo Público, que prioriza a informação a serviço da sociedade, dando ênfase ao debate de temas atuais a partir de diferentes opiniões. Além disso, é meta da equipe de jornalismo a prestação de serviço, no caso específico, voltada aos jovens prudentinos".

O TCC foi entregue para correção na semana passada e de acordo com Teixeira, as três edições do webjornal têm bons resultados. "Até outubro, já estava registrado 657 acessos. O pessoal tem participado bastante, mandando sugestões, fotos e nos adicionando no MSN. O resultado tem sido gratificante por conta desse retorno", completa.

A banca de defesa pública está marcada para o dia 15 de dezembro, às 21h, no Auditório Primavera. As três edições do TeleJovem podem ser acessadas no site da TV Facopp Online, no link "Programas". O e-mail e msn da equipe é: telejovem@hotmail.com

(Com Assessoria de Imprensa)

09/11/2009

Enviar  
por e-mailVersão para  
impressão

## Unoeste: Webjornal é criado por alunos da Facopp

*Telejovem está em sua terceira edição e é resultado de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)*

[Leia outras matérias de Dentro do Campus de hoje](#)

Através do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de quatro alunos do 8º termo de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social (Facopp) da Unoeste, foi criado o TeleJovem, primeiro webjornal interativo destinado aos jovens de Presidente Prudente. Os acadêmicos Daniela Silveira, Eduardo Maranhão, Elaine Soares e Matheus Teixeira já produziram três edições do programa, que está sendo veiculado na TV Facopp, emissora virtual.

O TeleJovem é composto por uma reportagem sobre atualidades, a pílula Pega Essa, com dicas culturais e mais três quadros: Câmera Esportiva, que é feito como vídeo-reportagem (a pessoa é ao mesmo tempo repórter e cinegrafista); SOS Galera, que tem o objetivo de cobrar respostas das autoridades sobre problemas sociais da cidade e Troca de Idéias, no qual os jovens analisam como foi a cobertura da imprensa sobre determinado assunto.

De acordo com o acadêmico Eduardo Maranhão, a proposta do webjornal é que os jovens produzam conteúdo, pois a internet oferece a possibilidade de interatividade com a programação. "O TeleJovem tem ferramentas nas quais o internauta pode dar opinião, contar suas dificuldades, sugerir assuntos, enviar dicas, fotos ou vídeos e decidir qual esporte quer ver na próxima edição".

Para o aluno Matheus Teixeira, a idéia do projeto surgiu da verificação por parte dos integrantes do grupo, da falta de programas jornalísticos prudentinos destinados aos jovens. "Gostamos de telejornalismo e tínhamos a intenção de fazer um material específico para o público jovem. Dessa maneira, surgiu a idéia de utilizar a web, para dar ao telespectador a possibilidade de interagir conosco".

Teixeira conta ainda que o apoio da TV Facopp foi muito importante para a produção do trabalho. "A intenção é que o telejornal vire mais uma oportunidade de estágio dentro da emissora da Facopp". Para a orientadora do TCC e coordenadora geral da TV, Thaísa Bacco, "o TeleJovem é produzido a partir do conceito de Jornalismo Público, que prioriza a informação a serviço da sociedade, dando ênfase ao debate de temas atuais a partir de diferentes opiniões. Além disso, é meta da equipe de jornalismo a prestação de serviço, no caso específico, voltada aos jovens prudentinos".

O TCC foi entregue para correção na semana passada e de acordo com Teixeira, as três edições do webjornal têm bons resultados. "Até outubro, já estava registrado 657 acessos. O pessoal tem participado bastante, mandando sugestões, fotos e nos adicionando no MSN. O resultado tem sido gratificante por conta desse retorno", completa.

Serviço ? A banca de defesa pública está marcada para o dia 15 de dezembro, às 21h, no Auditório Primavera. As três edições do TeleJovem podem ser acessadas no site da TV Facopp Online, no link "Programas". O e-mail e msn da equipe é: [telejovem@hotmail.com](mailto:telejovem@hotmail.com),

**Fonte: Assessoria de Imprensa Unoeste**

09/11/2009

## Webjornal é criado por alunos da Facopp

Telejovem está em sua terceira edição e é resultado de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)

Foto: Cecília



*Acadêmicos Elaine Soares, Eduardo Maranhão, Daniela Silveira e Matheus Teixeira em frente ao cenário do programa*

Através do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de quatro alunos do 8º termo de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social (Facopp) da Unoeste, foi criado o TeleJovem, primeiro webjornal interativo destinado aos jovens de Presidente Prudente. Os acadêmicos Daniela Silveira, Eduardo Maranhão, Elaine Soares e Matheus Teixeira já produziram três edições do programa, que está sendo veiculado na TV Facopp, emissora virtual.

O TeleJovem é composto por uma reportagem sobre atualidades, a pilula Pega Essa, com dicas culturais e mais três quadros: Câmera Esportiva, que é feito como vídeo-reportagem (a pessoa é ao mesmo tempo repórter e cinegrafista); SOS Galera, que tem o objetivo de cobrar respostas das autoridades sobre problemas sociais da cidade e Troca de Idéias, no qual os jovens analisam como foi a cobertura da imprensa sobre determinado assunto.

De acordo com o acadêmico Eduardo Maranhão, a proposta do webjornal é que os jovens produzam conteúdo, pois a internet oferece a possibilidade de interatividade com a programação. "O TeleJovem tem ferramentas nas quais o internauta pode dar opinião, contar suas dificuldades, sugerir assuntos, enviar dicas, fotos ou vídeos e decidir qual esporte quer ver na próxima edição".

Para o aluno Matheus Teixeira, a idéia do projeto surgiu da verificação por parte dos integrantes do grupo, da falta de programas jornalísticos prudentinos destinados aos jovens. "Gostamos de telejornalismo e tínhamos a intenção de fazer um material específico para o público jovem. Dessa maneira, surgiu a idéia de utilizar a web, para dar ao telespectador a possibilidade de interagir conosco".

Teixeira conta ainda que o apoio da TV Facopp foi muito importante para a produção do trabalho. "A intenção é que o telejornal vire mais uma oportunidade de estágio dentro da emissora da Facopp". Para a orientadora do TCC e coordenadora geral da TV, Thaísa Bacco, "o TeleJovem é produzido a partir do conceito de Jornalismo Público, que prioriza a informação a serviço da sociedade, dando ênfase ao debate de temas atuais a partir de diferentes opiniões. Além disso, é meta da equipe de jornalismo a prestação de serviço, no caso específico, voltada aos jovens prudentinos".

O TCC foi entregue para correção na semana passada e de acordo com Teixeira, as três edições do webjornal têm bons resultados. "Até outubro, já estava registrado 657 acessos. O pessoal tem participado bastante, mandando sugestões, fotos e nos adicionando no MSN. O resultado tem sido gratificante por conta desse retorno", completa.

**Serviço** - A banca de defesa pública está marcada para o dia 15 de dezembro, às 21h, no Auditório Primavera. As três edições do TeleJovem podem ser acessadas no site da [TV Facopp Online](#), no link "Programas". O e-mail/msn da equipe é: [telejovem@hotmail.com](mailto:telejovem@hotmail.com)

*Notícia disponibilizada pela Assessoria de Imprensa da Unoeste*

## INTERATIVO

Telejovem, com três edições, é resultado de Trabalho de Conclusão de Curso

## Alunos da Facopp criam webjornal para jovens



Elaine Soares, Eduardo Maranhão, Daniela Silveira e Matheus Teixeira em frente ao cenário

## DA REDAÇÃO

Através do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de quatro alunos do 8º termo de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social (Facopp) da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), de Presidente Prudente, foi criado o Telejovem, primeiro webjornal interativo destinado aos jovens da cidade. Os acadêmicos Daniela Silveira, Eduardo Maranhão, Elaine Soares e Matheus Teixeira já produziram três edições do programa, que está sendo veiculado na TV Facopp, emissora virtual.

O Telejovem é composto por uma reportagem sobre atualidades, a pilula Pega Essa, com dicas culturais e mais três quadros: Câmera Esportiva, que é feito como vídeo-reportagem (a pessoa é ao mesmo tempo repórter e cinegrafista); SOS Galeria, que tem o objetivo de cobrar respostas das autoridades

sobre problemas sociais da cidade; e Troca de Ideias, no qual os jovens analisam como foi a cobertura da imprensa sobre determinado assunto.

De acordo com o acadêmico Eduardo Maranhão, a proposta do webjornal é que os jovens produzam conteúdo, pois a internet oferece a possibilidade de interatividade com a programação. "O Telejovem tem ferramentas nas quais o internauta pode dar opinião, contar suas dificuldades, sugerir assuntos, enviar dicas, fotos ou vídeos e decidir qual esporte quer ver na próxima edição". Para o aluno Matheus Teixeira, a iniciativa do projeto surgiu da verificação por parte dos integrantes do grupo, da falta de programas jornalísticos prudentinos destinados aos jovens. "Gostamos de telejornalismo e tínhamos a intenção de fazer um material específico para o público jovem. Dessa maneira, surgiu a ideia de utilizar a web, para dar ao telespectador a possibilidade de interagir conosco".

Ele conta ainda que o apoio da TV Facopp foi muito importante para a produção do trabalho. "A intenção é que o telejornal viresse mais uma oportunidade de estágio dentro da emissora da Facopp". Para a orientadora do TCC e coordenadora geral da TV, Thaís

Bacco, "o Telejovem é produzido a partir do conceito de Jornalismo Público, que prioriza a informação a serviço da sociedade, dando ênfase ao debate de temas atuais a partir de diferentes opiniões. Além disso, é meta da equipe de jornalismo a prestação de serviço, no caso específico, voltada aos jovens prudentinos".

O TCC foi entregue para correção na semana passada e de acordo com Teixeira, as três edições do webjornal têm bons resultados. "Até outubro, já estava registrado 657 acessos. O pessoal tem participado bastante, mandando sugestões, fotos e nos adicionando no MSN. O resultado tem sido gratificante por conta desse retorno", completa. (Com Assessoria de Imprensa)

### serviço

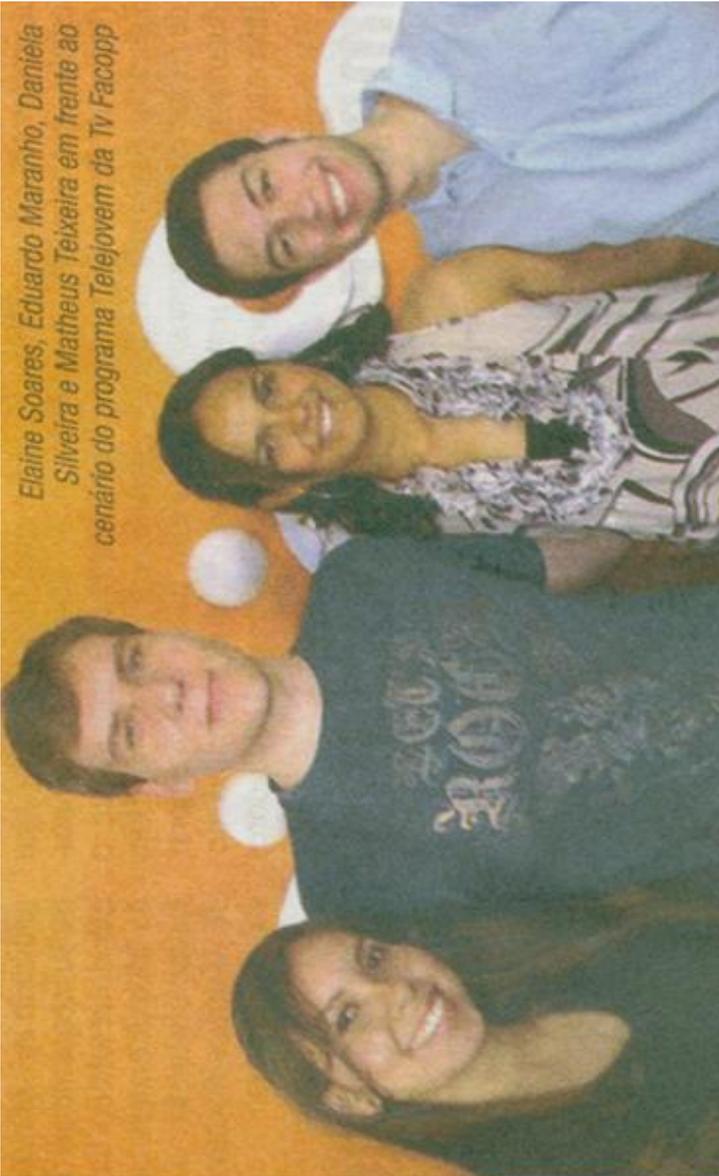
#### AOS INTERESSADOS

A banca de defesa pública está marcada para o dia 15 de dezembro, às 21h, no Auditório Primavera. As três edições do Telejovem podem ser acessadas no site da TV Facopp Online, no link "Programas". O e-mail e msn da equipe é: telejovem@hotmail.com.

**Nova TV**

Através do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de quatro alunos do 8º termo de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social (Facopp) da Unoeste, foi criado o Telejovem, primeiro webjornal interativo destinado aos jovens de Presidente Prudente. Os acadêmicos Daniela Silveira, Eduardo Maranhão, Elaine Soares e Matheus Teixeira já produziram três edições do programa, que está sendo veiculado na TV Facopp, emissora virtual que pode ser acessada no endereço eletrônico [www.unoeste.br/tvfacopp](http://www.unoeste.br/tvfacopp).

*Elaine Soares, Eduardo Maranhão, Daniela Silveira e Matheus Teixeira em frente ao cenário do programa Telejovem da Tv Facopp*



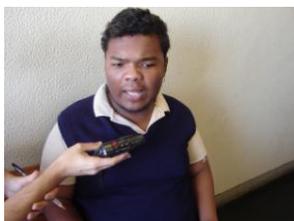
# APÊNDICES

APÊNDICE A  
ENTREVISTAS COM ESTAGIÁRIOS  
DA *TV UERJ ONLINE*

## Entrevista com os estagiários da *TV Uerj Online* – Laboratório de Televisão e Vídeo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj)

*Elaine Soares e Matheus Teixeira – 08/07/2009*

Foto: Elaine Soares



Nome: Rafael Nascimento.

Idade: 20 anos.

Está na TV há cerca de 7, 8 meses.

Atualmente está no 2º período de Jornalismo na Uerj.

Cargos fixos que exerce: editor-chefe da *TV Uerj Online* e editor do *TJ Uerj Online*.

**Matheus Teixeira – Não há divisão em equipes na *TV Uerj*. No caso, é feita uma escala e todos participam de várias funções. Mas há algumas funções pré-determinadas, como a sua, por exemplo [de editor-chefe]? Tem algum editor de programa, um produtor fixo?**

*Rafael Nascimento* – Isso que você falou é uma verdade. Todo mundo entra [na *TV Uerj Online*] e em um primeiro momento faz tudo, desde escolha de pauta até viver com as adversidades e filmar, ficar atrás das câmeras ou ficar na mesa [bancada – apresentar os programas], fazer a edição dos programas. Todo mundo faz tudo. Na escala é onde a gente, mais ou menos, delimita o que cada um vai fazer a cada semana. Então, a cada semana um [estagiário] faz alguma coisa, independentemente se é aluno de Jornalismo ou de Relações Públicas. Essa coisa de produtor, a gente não tem. O que tem são as editorias – o que não chega nem a ser uma hierarquia, mas é para ter uma estrutura, para ficar mais ou menos certo. Quem está há um ano tem condições de guiar quem chegou agora. Então, a gente tem o editor-chefe, que é quem faz a escala geral [de trabalho] e é quem coordena e ajuda a todo mundo, de fato. Assim como os “mais velhos” fazem. E tem os editores dos programas. O editor do *TV Uerj Esportes* é o Thiago Pontes, a editora do *Etc!* é a Renata Grota e a editora do *Penúltimas* é a Carmen Lúcia. Eles fazem a escala dos programas e funcionam como ponderadores – veem o que é legal entrar, o que não é – enfim, cuidam dos programas. No meu caso, eu cuido do *TJ Uerj Online*, que tem todo dia. Qualquer eventual dúvida, de quem tem menos experiência, recorre à gente, porque como você viu, no dia a dia do Laboratório é a gente mesmo que tem que “jogar a bola pra frente”.

**TEIXEIRA – Dentre as funções exercidas, qual a que você mais gosta, acha que tem mais afinidade para trabalhar ou um programa em que você se sente mais à vontade – que consegue trabalhar melhor do que em outro?**

*NASCIMENTO* – É mais fácil você ser uma pessoa que não é editor. Não que você tenha menos responsabilidade, mas o peso fica um pouquinho menor. Então, acho que as preocupações não são tão grandes assim. Mas todo mundo acaba passando por isso porque dificilmente alguém sai do LV [Laboratório de

Televisão e Vídeo da Uerj] sem pegar uma editoria. O editor-chefe, como é só um por vez, são menos pessoas que conseguem pegar. O que eu gosto mesmo é de ficar na frente da câmera, a parte do telejornalismo em si. Tem gente que curte mais a edição, tem gente que gosta mais do *backstage* [bastidores], do que acontece por trás [das câmeras] para colocar o programa no ar. Eu gosto mesmo é de estar ali presente.

**TEIXEIRA – Qual é o objetivo principal, a meta, que vocês querem alcançar com aos programas e com a TV Uerj Online?**

*NASCIMENTO* – O que a gente procura... tá certo que o nome *TV Uerj Online* já tem uma tradição, mas a gente vê que tradição não é tudo. E, nesse caso, eu acho que não pesa nem tanto. O que a gente procura, mesmo, é ser reconhecido dentro da própria universidade, como uma TV online da faculdade de comunicação social como um todo, fazer com que todo mundo participe. A gente faz programas que envolvem outros alunos, porque é um laboratório da faculdade, então todo mundo deveria participar pelo menos de alguma coisa. Em primeiro momento é isso, além de obviamente auxiliar na nossa formação, porque é uma grande escola. Pra você que tá no início da faculdade, fica com uma certa bagagem.

**TEIXEIRA – Quanto ao TJ Uerj Online, vocês têm um público-alvo? Pra quem vocês falam?**

*NASCIMENTO* – O foco principal é a Uerj, mas a gente também aborda certas coisas que são de interesse geral aqui do Rio de Janeiro. Por exemplo: aconteceu o show da Madonna, no Maracanã, que é aqui em frente [à Uerj]. Então, a gente fez umas matérias na fila do Maracanã, entrevistou as pessoas e tudo mais. Além de haver interesse das pessoas que curtem o som dela. Os alunos da faculdade de comunicação, quando procuravam a Madonna na internet, acabavam encontrando a gente e conhecendo [a emissora]. É meio que uma voz jovem na internet, não só na faculdade de comunicação social, mas do jovem como um todo.

**TEIXEIRA – Qual a principal dificuldade que vocês enfrentam para fazer o telejornal, tanto na parte técnica quanto na jornalística, no funcionamento da redação, na execução das matérias?**

*NASCIMENTO* – Os grandes desafios são dois: por ser um jornal diário e a nossa parte técnica, que é um pouco deficiente, com certeza. A gente tem que trabalhar com as adversidades e as pautas, que eu acho que essa é uma das maiores dificuldades. Também com os aparatos técnicos mais a produção constante de assuntos para todos os dias, o que é complicado.

**TEIXEIRA – E já que vocês têm exibição do TJ ao vivo, como lidar com o imprevisto? Porque vocês deixam tudo pronto pro jornal, mas como é ao vivo, pode acontecer algum imprevisto. E aí, como lidar, o que fazer?**

*NASCIMENTO* – Já aconteceram algumas coisas, inclusive suas professoras [Carolina Costa e Thaisa Bacco] estavam presentes em um desses momentos engraçadíssimos. É engraçado se a gente lembrar. A gente ri pra caramba, mas são coisas que não podem acontecer, porque é um programa que, no momento em que está passando, não te dá liberdade de dar uma gargalhada. Mas é um laboratório, é experimentação. E são pessoas inexperientes, então, acontece. O que a gente costuma dizer é que você tem que tentar segurar [a risada], mas se não

conseguir, pede perdão, mas o negócio é “botar a bola pra frente” no ao vivo. Para colocar [os programas] no site, a gente regrava para colocar tudo certinho. Mas a seriedade do momento é o que é crucial para você não rir. Eu, por exemplo, já ri ao vivo. Não só ri, mas como falei uma coisa muito errada – uma sigla – e só me “liguei” depois. Já aconteceu isso e no outro dia as pessoas corrigiram, mas é uma postura que a gente vai construindo, ninguém chega sabendo.

**TEIXEIRA – Como é a interação do público com vocês? Qual o diálogo que vocês mantêm com o internauta?**

*NASCIMENTO* – Tem programas que a gente abre o MSN. Por exemplo, o Esportes [TV Uerj Esportes] às vezes vai ao ar com o MSN aberto. Quem está no MSN participa ao vivo. O que mais acontece é que o pessoal da nossa faculdade, que é quem mais conhece, às vezes comenta. É a principal forma de a gente poder enxergar [a interação], não existe um meio formal, do tipo “fale conosco”. Mas tem o e-mail.

**TEIXEIRA – Você falou que a TV Uerj é um laboratório, então qual a principal vantagem de uma TV universitária, e uma TV online, sobre uma TV convencional? Vocês colocam elementos que não seriam possíveis ser colocados em uma TV dita “normal”?**

*NASCIMENTO* – Não no TJ, porque ele tem uma postura mais formal. Ah, tem uma postura mais formal, isso tradicionalmente foi assim, mas a gente tá querendo mudar isso. Ele não precisa ser assim. Mas nos outros programas a gente procura experimentar. Por exemplo, no *Etc!* a gente procura colocar *takes* alternativos, mudar com relação a cortes, mostrar a gente fazendo e gravando o programa, mas de um ângulo que mostre o que tem atrás da câmera. Ou seja, mudamos na linguagem, na própria postura. Não que a gente queira ser a *MTV* da internet, da Uerj carioca. Não é isso. Mas, às vezes, a gente tem que ter a consciência de que estamos em um laboratório de uma universidade de telejornalismo. Aqui a gente tem uma certa liberdade, que no mercado [de trabalho], provavelmente não vai ter, até você se tornar um “cara” consagrado e o sistema te consumir. Então, a parte de experimentação é agora. É a nossa vez. É a gente aqui na Uerj, vocês na Unoeste.

**TEIXEIRA – Você comentou um ponto importante: a linguagem. A internet ainda não está com uma linguagem formada, principalmente no telejornalismo. Como vocês constituem a linguagem de vocês? Procuram partir de uma referência? Ou é experimentar, tentativa e erro?**

*NASCIMENTO* – Respondendo diretamente ao que você respondeu, é na tentativa e no erro. Agora um parêntesis: como a internet é um espaço em que vários nichos estão presentes, ou seja, várias pessoas diferentes conseguem acessar, dificilmente você vai conseguir ter uma linguagem comum para poder falar para todos os públicos. Isso [TV universitária online] não é uma televisão, não é um meio de propagação de informação em massa. Você vai produzir para umas certas pessoas. Você não vai procurar diretamente as pessoas, elas que vão te procurar para ter um leque enorme de opções, na internet, coisa que é menor na televisão. Você fala do jeito que acha que deve falar na internet e procura uma identidade com quem se identifica com o que você está falando, com a forma que você está falando. Dificilmente você vai agradar a todo mundo, principalmente na internet.

**TEIXEIRA – Qual a contribuição social de haver um telejornal na web, seja universitário ou não? As pessoas já recebem informação por meio de um telejornal convencional, o que um telejornal diferenciado, na rede, pode acrescentar para o internauta?**

*NASCIMENTO* – Apesar de ser mais uma opção, a gente tem que se lembrar de duas características que são muito importantes na internet: a portabilidade e a acessibilidade. Você não carrega uma televisão na rua. E cada vez mais os meios de comunicação te dão a opção de, em menos tempo, acessar mais informações em outros dispositivos que não sejam uma televisão. Não sei se é isso que está “na moda” da massa, ainda, mas já existe. A portabilidade e a acessibilidade são duas características, duas vantagens inclusive, que a internet tem sobre a televisão. Não que uma ganhe da outra, mas as duas podem viver lado a lado. O rádio surgiu e não ganhou do jornal, a televisão surgiu e não ganhou do rádio. Todos esses meio podem viver de forma simultânea.

**Elaine Soares – Trace um perfil do profissional Rafael, como estagiário do Laboratório de Vídeo da Uerj.**

*NASCIMENTO* – Eu acho que tenho muito que aprender. Mas acho que sou uma pessoa discursada, procuro bastante aprender de um tudo, ter um leque maior de informações. Porque a gente, acima de tudo, é um profissional generalista. A gente tem que saber falar de tudo, tem que ter ferramentas para poder falar de todas as coisas. Óbvio que isso nunca vai ser possível, ninguém consegue fazer de tudo. Mas, na medida do possível, a gente tem que tentar. Eu sou um pouco inseguro. Em relação à postura profissional, ainda estou construindo, porque apesar de a gente ter a experiência do LV, ainda não tem um ano que estou na faculdade. Mas já dá pra saber que eu sou um “cara” apaixonado pelo jornalismo e nem essa questão do diploma [a queda da obrigatoriedade do diploma de jornalista para trabalhar na área] abalou isso.

Foto: Elaine Soares



Nome: Rafaella Gil.

Idade: 18 anos.

Está na TV há cerca de 1 mês.

Atualmente está no 1º período de Jornalismo na Uerj.

**TEIXEIRA – Dentre as funções que você exerce na TV Uerj qual a que você mais se identifica ou que você se sente mais à vontade fazendo? E você tem uma função específica?**

*Rafaella Gil* – Aqui na TV Uerj todo mundo faz tudo, que é justamente pra isso, *pra* gente poder aprender a fazer todas as coisas que tem aqui. Eu gosto muito de apresentar os programas, principalmente o *Etc!*, que tem uma linguagem que eu me identifico, e o TJ, que é um dos programas mais fáceis de fazer em matéria de apresentação, pelo menos pra mim. Eu também gosto muito da parte de edição, embora demore um pouco mais.

**TEIXEIRA – Por qual fator, para você, é mais fácil apresentar o TJ?**

*GIL* – Porque você tem contato com o texto que você vai fazer. Você faz o seu próprio texto, você está com o texto nas mãos.

**TEIXEIRA – Qual a importância de haver um telejornal feito por universitários?**

*GIL* – A gente pode falar as coisas que a gente pensa. A gente é estudante de comunicação, futuros jornalistas e está se preparando pra fazer do nosso jeito. Aqui, pelo menos, a gente *tá* fazendo pra quem *tá* no mesmo nível que a gente, que são estudantes da Uerj também, não só de comunicação. Então, é uma coisa de aluno *pra* aluno.

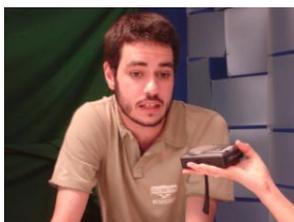
**TEIXEIRA – Sobre a inovação, vocês procurar “dar a cara” de vocês para os programas, dar uma identidade? Procuram diferenciar do que é visto costumeiramente na TV convencional?**

*GIL* – O TJ tem uma forma pronta, não tem como fugir muito disso. Então é nele que a gente interfere menos. O que a gente inovou foi na questão do computador [participação de um terceiro apresentador, dando notícias com auxílio de um computador], que é como se fosse uma adaptação dos telejornais. Os *stand-ups* que a gente tenta dar uma inovada com o *chroma* [chroma-key]. Mas a gente tenta inovar mesmo no restante da programação. A gente fez o *Etc!* um pouco mais despojado e o *Penúltimas*, que não tem script. O *TV Uerj Esportes* também é um programa mais com a nossa “cara”, mais “leve”.

**TEIXEIRA – Como você traça o seu perfil como estudante de jornalismo, como profissional de TV?**

*GIL* – Eu *tô* aqui na TV Uerj faz um mês, então acho que é mais pra você tentar “se achar”, mesmo. Pelo menos pra mim. Ver se quero trabalhar mesmo com televisão. Embora seja um mundinho paralelo, aqui dentro a gente pode fazer tudo. Eu *tô* gostando de tudo aqui e conseguindo “me achar” pelo caminho que eu mais quero: ou ficar por trás das câmeras ou apresentar. Então *tô* tentando “me achar”. Aqui é o lugar certo *pra* fazer isso.

Foto: Matheus Teixeira



Nome: Thiago Costa Pontes da Silva.

Idade: 20 anos.

Está na TV desde outubro de 2008.

Atualmente está no 4º período de Jornalismo na Uerj.

Cargos fixos que exerce: editor do *TV Uerj Esportes*.

**ELAINE SOARES – Quais as funções que você executa na TV Uerj?**

*Thiago Pontes* – Bom, aqui na TV, todo mundo faz tudo. A gente faz desde a produção, as matérias, a elaboração das pautas, até a edição e atualização do site. Eu desempenho todas as funções, mas sou mais ligado ao programa *TV Uerj Esportes*, que é o programa que eu sou editor. Sou eu que faço a escala desse programa. Normalmente, eu edito e faço a produção de quase todos os programas.

**SOARES – Você gosta de esportes?**

*PONTES* – Gosto, gosto. O Guilherme, que foi editor de esportes antes de mim, que me escolheu para ser editor depois dele. Justamente por isso, pela minha identificação com o programa, com essa parte de jornalismo esportivo.

**SOARES – Mas se você tivesse que ser editor de algum outro programa, teria algum problema? Ou você acha que se daria bem?**

*PONTES* – Eu acho que me daria super bem com o *Penúltimas* e com o *Etc!*. Adoro os dois programas. Eu não gosto muito do telejornal, porque eu acho um trabalho meio cansativo.

**SOARES – Em sua opinião, qual a importância de existir um telejornal universitário, aqui na Uerj?**

*PONTES* – Além da importância *pro* estudante, de praticar o jornalismo de uma maneira mais livre, que ele não vai ter oportunidade de fazer em estágios externos, também proporciona aos estudantes de outros cursos estarem integrados com a faculdade, com tudo aquilo que a gente pode mostrar pra eles, que eles não sabem que *tá* acontecendo.

**SOARES – Você falou que acha o telejornal cansativo. Se você fosse editor do TJ, o que você mudaria de imediato, para mudar esse formato?**

*PONTES* – Eu acho difícil mudar o formato de um telejornal. Um telejornal factual precisa ser desse jeito. Eu sei que se a gente tivesse mais equipamento, se tivesse mais meio de conseguir matérias, eu colocaria mais matérias externas. Só que não é fácil. Não sou eu que vou mudar isso, é preciso vir um apoio externo pra gente, se não a gente não consegue fazer outro tipo de telejornal.

Foto: Matheus Teixeira



Nome: Carmen Lúcia da Silva.

Idade: 19 anos.

Está na TV há 1 ano e 3 meses.

Atualmente está no 3º período de Jornalismo na Uerj.

Cargos fixos que exerce: editora do Penúltimas.

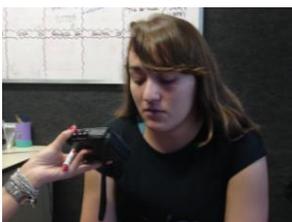
*Carmen começa falando, antes de iniciarmos as perguntas.*

*Carmen Silva* – Aqui no LV a gente faz meio que de tudo. Faz edição, apresentação, atualização do site, ajeita as câmeras, resolve os problemas. Eu acredito que ter um telejornalismo em TV universitária é extremamente importante porque aqui, principalmente no LV. A gente tem oportunidade de aprender muito. Quando eu vim pra cá, eu estava completamente “crua”, não tinha noção do que era o jornalismo, não tinha noção do que é a vida de jornalista. E quando eu vim pra cá, aprendi a editar, a mexer em programas que eu não conhecia, aprendi a fazer vídeo – e é muito importante, eu sempre quis trabalhar com vídeo, ganhei muita experiência.

**SOARES – Dentre as funções que você executa, qual a que você mais gosta?**

*SILVA* – Eu gosto muito de fazer vídeo, sempre quis fazer, mas eu também gosto de ficar na produção, pensar em convidados, pensar em como a gente pode fazer um programa, montar mesmo um programa. No caso, eu sou editora do *Penúltimas*, que é um programa de debates e entrevistas. Eu gosto de pensar no que a gente vai colocar no *Penúltimas* essa semana, quem a gente vai trazer como convidado. Eu gosto bastante da parte da produção, mas também gosto de fazer vídeo, gosto de apresentar, gosto de fazer um *stand-up*, uma reportagem ou uma matéria pro TJ, essas duas áreas: produção e vídeo.

Foto: Matheus Teixeira



Nome: Bárbara Freimann Vieira.

Idade: 20 anos.

Está na TV há 6 meses.

Atualmente está no 3º período de Relações Públicas (RP) na Uerj.

Cargos fixos que exerce: responsável pela Assessoria de Imprensa.

*Bárbara começa falando, antes de iniciarmos as perguntas.*

*Bárbara Freimann* – Aqui dentro todo mundo faz tudo, os contatos com os convidados, a assessoria de imprensa. A gente também tem que cuidar do site e acaba fazendo as matérias e montando os programas também.

**SOARES** – Das funções que você executa aqui na TV, com qual você mais se identifica? Pelo fato de você ser estudante de RP, você se identifica mais com a parte de assessoria ou tem alguma função de Jornalismo que você gosta mais?

*FREIMANN* – Mesmo sendo de RP, eu acho que o trabalho de RP aqui acaba sendo um pouco mais fácil. E eu acabo me identificando mais com a parte de fazer matérias, de criar nota, de criar os textos e a produção.

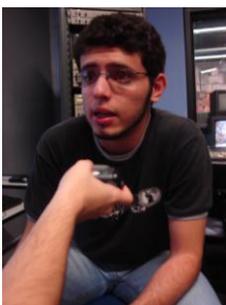
**SOARES** – Para você, qual a importância de se ter um telejornal universitário feito por vocês aqui na Uerj?

*FREIMANN* – É uma coisa muito boa porque você vê na internet o seu trabalho mesmo. Você fica responsável por toda a criação, a produção... E você vê que tem resultado. Então, você vê que, pelo menos na prática, o que você aprende no teórico está funcionando.

**SOARES** – Você já pensou em cursar Jornalismo depois de terminar RP?

*FREIMANN* – Já. Eu pretendo fazer reaproveitamento de estudos. É só um ano a mais, acho que vou fazer, mesmo não precisando de diploma (*risos*).

Foto: Elaine Soares



Nome: Rômulo da Silva Medina.

Idade: 19 anos.

Está na TV há cerca de 1 mês.

Atualmente está no 1º período de RP na Uerj.

Cargos fixos que exerce: responsável pela Assessoria de Imprensa.

**TEIXEIRA – Dentre as funções que você exerce aqui, com qual você mais se identifica ou qual você mais gosta de fazer?**

*Rômulo Medina* – Eu gosto de fazer de tudo aqui. Sempre que tenho que fazer alguma coisa, eu faço com gosto. Mas, o que eu mais gosto de fazer, até porque é da área que eu estou querendo trabalhar, é a parte de assessoria de imprensa: é eu estar lendo os e-mails, estar ligando, arrumando pauta, marcando entrevista, arrumando cabine... até por ser a parte de um RP aqui dentro, eu também acho mais divertido.

**TEIXEIRA – E quanto à parte mais voltada para o Jornalismo, que você acaba fazendo: você acha que contribui também para sua carreira futura de Relações Públicas? Você acha que é importante? E também gosta de executar?**

*MEDINA* – Com certeza. A área das Relações Públicas é uma área muito ampla e o profissional de RP não trabalha só nessa parte interna de assessoria, muitas vezes ele tem que fazer a parte jornalística também pra uma empresa que ele tem que organizar essas coisas, fazer vídeos... Por ser a área de RP tão ampla assim, é bom ter experiência tanto nessa parte de assessoria quanto na parte jornalística.

**TEIXEIRA – Sobre o telejornal, qual a contribuição que você vê para o Jornalismo em ter a produção de um programa feito por universitários?**

*MEDINA* – O TJ é o programa mais sério que a gente tem aqui, é o padrão mesmo do Laboratório de Vídeo. O projeto inicial era o TJ, e eu acho ele importante porque a gente exercita essa parte mais séria do jornalismo. Os outros são mais descontraídos, o TJ não, é aquela coisa mais formal. Você exercita a postura, a leitura de texto mais seriamente. Eu acho que ele é o programa mais profissionalizante daqui.

**TEIXEIRA – Você pretende cursar Jornalismo depois?**

*MEDINA* – Não, eu quero fazer alguma área ligada ao marketing pra trabalhar mais na área empresarial, mesmo.

Foto: Elaine Soares



Nome: Renata Gomes Grotta.

Idade: 21 anos.

Está na TV há cerca de 8 meses.

Atualmente está no 2º período de Jornalismo na Uerj.

Cargos fixos que exerce: Editora do programa *Etc!*

**TEIXEIRA – Dentro da TV Uerj, qual é a função, dentre as que você exerce, que você gosta mais, se identifica ou acha que tem mais capacidade para fazer?**

*Renata Grotta* – Eu gosto muito de sair pra fazer matéria, eu acho muito interessante. Acho que é a hora em que a gente mais pratica o jornalismo, é a hora que a gente sai, que a gente vai pra fora, corre atrás de matéria, faz a matéria, eu acho isso muito interessante, é uma das partes que eu mais gosto.

**TEIXEIRA – Gosta de ser cinegrafista também?**

*GROTA* – Eu também gosto muito de mexer com câmeras. Antigamente, eu nem mexia em câmera quando eu entrei aqui. Eu tenho feito mais isso agora. Eu também gosto bastante. Eu gosto de apresentar também. No início, eu era muito tímida, conforme eu fui perdendo a timidez eu fui ficando um pouco mais eloquente, me soltando mais, aprendendo mais.

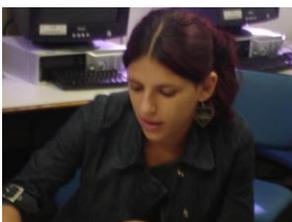
**TEIXEIRA – E falando em timidez e improviso, quando o telejornal é ao vivo, que é a maioria das vezes, como é a sensação? Você tem alguma técnica para manter a calma?**

*GROTA* – A gente aprende a sempre tentar ficar o mais calmo possível e se possível, não errar. Mas se errar, não parar, pedir desculpa e continuar. Não parar, não rir, não achar que não vai dar certo. Você tem que continuar dali onde você errou. Com isso você aprende até a improvisar um pouco mais, se você erra você às vezes faz de um jeito pra não mostrar que errou, pra não deixar o erro tão evidente assim.

**TEIXEIRA – Para finalizar, qual a importância que você vê de existir um telejornal feito por universitários dentro de uma emissora online?**

*GROTA* – Pra começar, eu acho que é importante *pra* gente pegar a prática porque, nos primeiros períodos de Jornalismo, a gente não tem muito a prática, é muita teoria. E a aplicação na prática, a gente tem muito quando a gente entra aqui. E eu acho muito legal o projeto em si – é inovador, super diferente, ele difunde o jornalismo na internet, ele é diferente, você pode criar mais, usar melhor a sua imaginação. Se você quer fazer uma pauta diferente, fazer alguma coisa diferente, você pode. É muito interessante.

Foto: Matheus Teixeira



Nome: Amanda da Silva Freitas.

Idade: 21 anos.

Está na TV há cerca de 6 meses.

Atualmente está no 2º período de Jornalismo na Uerj.

**SOARES – Dentre as funções que você exerce no LV, qual a que você mais se identifica, a que você gosta mais ou acha que tem mais importância para o desenvolvimento de vocês?**

*Amanda Freitas* – Ah, é muito difícil escolher uma que eu gosto mais, eu gosto de tudo. Eu gosto muito de fazer matéria externa, talvez a que eu goste mais.

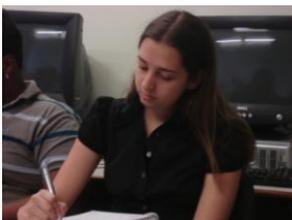
**SOARES – Quanto ao TJ, qual a importância que você acha de ter um telejornal ao vivo, ou não, feito por universitários, aqui na Uerj?**

*FREITAS* – É importante. Mostra nossos pontos de vista e é bom *pro* nosso aprendizado, também. Pra gente que é de jornalismo, é muito importante isso daqui.

**SOARES – De todos os programas que vocês fazem, por qual você mais se identifica? Porque eles têm estilos diferentes: o TJ é mais sério, têm os outros que são mais descontraídos... Qual você gosta mais?**

*FREITAS* – “Esporte” – tô brincando (*risos*)! O *Etc!* – adoro música, principalmente... – é o programa que eu mais gosto, é o mais diferente. É o que dá mais para criar... É o *Etc!*

Foto: Matheus Teixeira



Nome: Vanessa Baptista Faria.

Idade: 18 anos.

Está na TV há cerca de 6 meses.

Atualmente está no 2º período de Jornalismo na Uerj.

**SOARES – Dentre as funções que você exerce no LV, qual a que você mais se identifica, a que você gosta mais?**

*Vanessa Baptista* – Eu gosto mais de editar porque a gente pode caprichar mesmo no programa, dar um outro “ar”. Às vezes o programa foi muito simples, mas a edição faz o programa ficar muito bom.

**SOARES – Então você acha que um programa que teve alguns erros dá, na edição, para consertar tudo isso e fazer o programa ter outra roupagem?**

*BAPTISTA* – Com certeza. Muitas vezes a gente faz isso: erra pra *caramba*, aí chega na edição e bota foto, bota vídeo... Fica muito “maneiro”.

Foto: Elaine Soares



Nome: Mitian Barbosa.

Idade: 21 anos.

Está na TV há cerca de 6 meses (ainda não decidiu se sairá ou não da TV Uerj Online, como foi comunicado na reunião de pauta do dia 07/07/2009 pelo editor-chefe, Rafael Nascimento).

Atualmente está no 2º período de Jornalismo na Uerj.

**TEIXEIRA – Dentre as funções que você exerce, qual a que você mais gosta ou se identifica?**

*Mitian Barbosa* – Eu gosto muito da edição e da produção de matérias. Mais a edição, porque é onde eu posso *botar* minha identidade no programa, eu posso brincar com as coisas, fazer uns efeitos... Dar uma identidade, mesmo, àquela matéria, àquele programa, que eu me dispus a editar.

**TEIXEIRA – Você tem alguma função específica, ou realmente passa por todas as funções – como acontece com cada estagiário?**

*BARBOSA* – Eu passo por todas as funções. Claro que a que pessoal gosta mais, acaba fazendo mais. Tipo: o pessoal que entende mais de esportes é o que apresenta mais o “Esportes”, e eu sou um deles. O pessoal que às vezes *tá* com pressa, deixa pra galera que gosta de editar. A galera que gosta de apresentar, apresenta. É mais ou menos isso, mas no final todo mundo faz tudo.

**TEIXEIRA – E essa questão da criatividade para usar nos cenários ou até mesmo no uso do chroma-key: como que você pensa para executar isso, de onde que surgem as ideias? E o custo?**

*BARBOSA* – As ideias vêm, tipo, cópias. Eu vejo na televisão e quero reproduzir. Ou vejo na televisão e achei *maneira* a ideia e quero deixar original pra realidade daqui. Eu, pelo menos, procuro sempre trazer uma parada original *pro* laboratório. Teve a questão do programa *Etc!*, que dá uma temática de história em quadrinhos, por causa da vinheta que remete a isso; dos CGs (tarjas), com balõezinhos e boxes com informações. A gente sempre tenta, no bom senso, criar as coisas, pegando modelo de outras coisas pré-estabelecidas ou não – às vezes, da nossa cabeça.

**TEIXEIRA – Qual a importância de haver um telejornal feito por universitários, dentro de uma emissora online?**

*BARBOSA* – A identificação. Uma coisa é ver o Willian Bonner falando uma notícia sobre o Brasil, mas o Willian Bonner você tem aquela visão “de cima”. A visão de um universitário para o outro é horizontal, você se vê do outro lado da câmera. E eu acho que essa identificação é muito importante.

APÊNDICE B  
PESQUISA DE CAMPO  
NA *TV UERJ ONLINE*

## Relatório do 1º dia de visita à TV Uerj Online – Laboratório de Televisão e Vídeo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj)

*Elaine Soares e Matheus Teixeira – 06/07/2009*

A TV Uerj Online fica localizada na sala 10.026, no 10ª andar do Bloco A do Campus Maracanã, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), situada na Rua São Francisco Xavier, número 524, no Bairro Maracanã do Rio de Janeiro (RJ).

Ao chegar à TV Uerj fomos recepcionados pelo estagiário, da emissora online, Rômulo Medina, aluno do 1º semestre de Relações Públicas da Uerj. Ele nos deu informações preliminares a respeito da rotina de trabalho na televisão, como: nome dos programas da TV, escalas de serviço, softwares utilizados. Tais assuntos foram aprofundados posteriormente com o editor-chefe da emissora, o também estagiário, Rafael Nascimento, aluno do 2º semestre de Jornalismo. Os cursos de Comunicação da Uerj abrangem essas duas áreas citadas e tanto alunos de uma ou de outra vertente, que fazem estágio na emissora, exercem funções competentes a profissionais de Jornalismo.

Rafael disse que as reuniões de pauta são realizadas às terças-feiras: a desta semana, ele nos convidou a participar. O editor-chefe disse que nas seleções para estágio, realizadas semestralmente, o candidato que participa das etapas seletivas pode passar por testes de vídeo, redação televisiva, entre outras – tais avaliações são feitas conforme a geração vigente determina. Rafael explicou que, para fazer as transmissões ao vivo da TV, o programa de computador utilizado é o *Encoder* (Codificador do Windows Media 9 Series, da Microsoft). Para ele, a utilização do software não é complexa, porém é preciso configurá-lo para que esteja compatível com o servidor da TV Online, por meio de identificação do IP. Quem poderia dar mais explicações sobre o programa é Manoel Magalhães, técnico da TV, que está de saída da emissora, e segundo o editor-chefe quase não frequenta mais o laboratório. Nesta segunda-feira, inclusive, ele não estava presente. Um novo funcionário deverá assumir a função de Magalhães daqui a duas semanas.

As funções exercidas na *TV Uerj Online* não são fixas a um aluno. Cada estagiário tem a possibilidade de passar por todos os cargos, mediante a definição prévia da escala de trabalho, feita semanalmente pelo editor-chefe. Durante o período de recesso universitário, a *TV Uerj* não para de funcionar. Nessa época, os estagiários obedecem a uma escala especial, sendo que parte da equipe trabalha por metade das férias, enquanto o outro grupo tem folga. Na segunda parte do mês de recesso, a equipe que não trabalhou cumpre a escala de forma a permitir descanso para os outros. As férias da Uerj serão em agosto, devido a ter acontecido greve no começo deste ano na universidade.

Quanto à estrutura, observamos que a *TV Uerj* não dispõe de tantos recursos como os que a **TV Facopp Online** possui. Por exemplo, a *TV Uerj* não tem *teleprompter* (TP): os alunos usam dalias e anotações em papéis colocados em cima da “bancada” (na realidade, uma mesa), para consulta. As reportagens externas e gravações no estúdio estão sendo feitas com *handcams* (eles possuem duas) de boa resolução, apesar de não serem ideais para captação de planos e enquadramentos bem definidos. A câmera é uma Panasonic HDD 3.1. Além disso, os estagiários estão fazendo reportagens de externa sem uso do microfone. Uma câmera mais propícia para gravações está queimada – ao comentar sobre esse

assunto, os alunos ressaltam a dificuldade que há em conseguir melhorias à emissora devido a dificuldades peculiares que uma universidade pública enfrenta. A *TV Uerj* possui três microcomputadores exclusivos para uso da emissora, o que é um fator louvável: a máquina com mais memória tem 160 GB.

Com relação à organização física do local, percebemos que existem falhas: as prateleiras possuem câmeras em desuso e outros objetos que não pertencem a um cenário que se espera de uma redação televisiva.

Quanto à programação, são quatro os programas da grade da emissora virtual: o *TJ Uerj Online*, exibido de segunda à sexta-feira, às 17h30; o *TV Uerj Esportes*, que vai ao ar segundas e quintas às 16h30; o programa *Penúltimas*, que debate assuntos diversos - todas as quartas-feiras às 16h30; e o *Etc!*, programa de cultura e variedades exibido todas as sextas-feiras. Para a realização desses programas, notamos improvisação e criatividade com relação aos cenários construídos. Alguns são feitos com tapadeiras de madeira em que há recortes de revistas e jornais colados de forma aleatória – o mais interessante é o cenário do TJ, que foi confeccionado com pastas plásticas unidas com cliques.

Durante o dia de hoje foram feitas três gravações em estúdio:

**TV Uerj Esportes** – Início de gravação proposto: 16h30; início real: 16h45. Término de gravação: 17h. Apresentadores: Guilherme Lacerda e Thiago Pontes. Nessa gravação a bateria da câmera descarregou, o que mostrou desatenção por parte dos estagiários, que não checaram o equipamento anteriormente.

**Pílula** – Ainda sem nome definido. O quadro propõe fazer críticas de filmes que ainda vão sair no cinema (isso é possível devido a TV ter contatado duas distribuidoras de filmes, que o editor-chefe não soube mencionar quais são, para receber releases sobre as películas).

**TJ Uerj Online** – Início de gravação proposto: 17h30; início real: 18h10. Término de gravação: 18h20. Apresentadores: Guilherme Lacerda e Rômulo Medina, com participação de Rafael Nascimento.

Vale ressaltar que nenhuma dessas gravações contou com a presença de um cinegrafista. A câmera era colocada no tripé e, às vezes, posicionada pelos próprios apresentadores. Em nenhum momento eles fizeram aquecimento vocal antes das gravações.

Enquanto o TJ era gravado, na ilha de edição alguns estagiários editavam o programa *Etc!*, utilizando o *software Adobe Premiere Pro 2.0*. O interessante é que eles convertem o material bruto em *WMV* antes de editá-lo, o que segundo Rafael deixa o projeto de edição mais leve do que se usado em *AVI*. Para fazer tal conversão, eles usam o programa *WinAvi*.

Todos os programas foram gravados no *software ENLTV*, que possibilita aperfeiçoar as cores do vídeo e, ao mesmo tempo em que grava, já captura – em formato *mpeg*. Os alunos têm retorno de vídeo, dentro e fora do estúdio, para acompanhar as gravações.

Quanto à estética, pudemos observar que não há preocupação alguma com a imagem que o internauta irá ver dos apresentadores, já que estes não passaram por nenhuma etapa de maquiagem, vestiram-se de modo excessivamente descontraído – inclusive um deles vestia *shorts* durante a apresentação do TJ e uma estagiária até apresentou uma pílula sem retirar seu *piercing* da boca. Para nós, este tipo de comportamento atrapalha na transmissão da notícia, pois leva o telespectador-internauta a desviar sua atenção do que está sendo dito e diminui a credibilidade. Essas colocações são feitas de acordo com a nossa concepção do que é “certo”, porém, cada veículo estabelece suas normas e condutas.

Ainda quanto à estrutura, notamos precariedade no modo como o áudio é captado. A *TV Uerj* não possui microfone de lapela, portanto, para realizar as gravações, um microfone de mão é colocado em cima de uma banquetinha localizada de frente à “bancada”, de modo a não ser mostrado pela câmera.

A produção do TJ estava sendo feita poucas horas antes do noticiário ir ao ar. Ao ser questionado sobre as notícias e as matérias feitas para o TJ, o estagiário Rômulo Medina disse que os textos são sempre definidos nessas circunstâncias para preservar a atualidade dos fatos. Ele ainda afirmou que nem sempre o jornalístico traz matérias externas e que na maioria das edições eles se utilizam de notícias publicadas em sites, principalmente na *Globo.com*, *G1*, site da Uerj e jornal *O Dia*, periódico carioca. Tais informações são dadas como nota-seca, alternando as notícias com algum quadro, como o “Agenda Uerj”, para dar dinamicidade ao jornalístico. O material coletado na produção não foi checado, pelo menos na edição que presenciamos.

O TJ de hoje contou com três notas secas em sua estrutura, durou cerca de cinco minutos e não foi ao vivo como costumeiramente é feito, devido a problemas técnicos.

Para concluir, fomos recebidos muito bem. Os estudantes nos deixaram à vontade para pesquisar, observar e questionar. Nossa primeira impressão da *TV Uerj Online* foi de que, mesmo os estagiários sendo alunos dos dois primeiros anos da faculdade e não estarem tão amadurecidos em relação à comunicação social, e segundo os mesmos, não haver uma coordenação efetiva do jornalista Antonio Brasil, somado com a deficiência na estrutura, eles conseguem superar tais dificuldades.

## Relatório do 2º dia de visita à TV Uerj Online – Laboratório de Televisão e Vídeo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj)

*Elaine Soares e Matheus Teixeira – 07/07/2009*

Chegamos exatamente às 14h03 no laboratório da *TV Uerj Online*. Os estagiários Rafael Nascimento e Lina Miguel já estavam no local.

Antes de começar a reunião de pauta, que é realizada todas as terças-feiras, Rafael ainda conversou conosco e esclareceu aspectos antes não abordados. Um deles foi sobre a forma com que eles arquivam os programas da TV. Todo esse processo é feito no próprio computador, ou seja, todo o trabalho de um ano atrás não está salvo em nenhum outro lugar que não seja na rede e na máquina. O editor-chefe disse que eles estão estudando um meio de guardar esses trabalhos que não seja o DVD, pois ele considera essa mídia não confiável, de fácil deterioração. A forma com que eles fazem o arquivo atualmente só é possível devido ao espaço interno das máquinas utilizadas.

O *software Encoder*, utilizado para transmitir programas ao vivo e que estava com problemas ontem foi restabelecido e nós até fizemos uma aparição rápida no site para testar o ao vivo, nada formal.

Sobre o técnico Manoel que havia passado pelo laboratório na noite do dia anterior, Rafael não soube afirmar com precisão, mas que falou que ele tem planos com a *TV MEC* e que há tempos ele queria se desligar.

A reunião que estava marcada para começar às 14h20, só teve início às 14h45 e estavam presentes Carmen Lúcia da Silva, Lina Miguel, Rafael Nascimento, Rafaella Gil, Renata Grotta e Vanessa Baptista, estudantes de jornalismo que formam a equipe. Também participaram os alunos de Relações Públicas, Rômulo Medina e Bárbara Freimann. A estagiária Amanda Freitas chegou às 14h52.

A reunião se deu de uma forma bem descontraída. Rafael justificou o afastamento de três estagiários (Camila Walter, Guilherme Lacerda e Mitian Barbosa), que serão repostos no começo do próximo semestre, tratou de assuntos técnicos como o conserto da única câmera que eles possuem com entrada para microfone, falou sobre uma possível mudança no modo como os programas *TV Uerj Esportes* e *TJ Uerj Online* são conduzidos, cobrou alguns resultados e decidiu algumas pautas. Tudo bem livre, para permitir que os estagiários dessem opiniões, ideias e sugestões. Só ele fazia anotações, nenhum outro estagiário possuía agenda, papel ou caneta no momento da reunião.

Para o conserto de uma câmera (apelidada de “Rebeca”) foi cogitada a ideia de se fazer uma rifa a fim de angariar recursos, de comprar uma nova pela internet, ou ainda tentar de certa forma uma parceria e/ou desconto com a *Sony*, ao falar sobre os prêmios que a emissora online já recebeu. Outro ponto é que os alunos cogitaram mandar um e-mail para o jornalista Antonio Brasil, coordenador da *TV Uerj*, para deixá-lo mais a par da situação. Mas, novamente a ausência dele foi comentada, o que ocasionou certo desânimo dos alunos, que duvidaram se o coordenador da *TV Uerj* responderia à mensagem eletrônica.

Quanto à mudança no andamento dos programas, nós pudemos observar grande insatisfação por parte de uma das estudantes: Bárbara Freimann. Ao dar a opinião dela, alegou que o informativo de esportes é sem graça, muito cheio de “filosofias” e que contém muitas opiniões dadas pelos apresentadores.

Freimann ainda disse que eles têm perdido muitas pautas importantes da própria universidade, como aconteceu com os “Jogos Interperíodos”, em que não foi dada nem sequer uma nota. Sobre outro campeonato, dessa vez envolvendo também outras instituições de ensino, a *Uerj* foi campeã e a *TV Uerj Online* não noticiou. Amanda Freitas também reclamou e disse que no *TV Uerj Esportes* só é falado de futebol e que as notícias dadas são sempre repetições do que se vê na TV. Ainda sobre o esportivo, Rafael exigiu que todos busquem conhecimento sobre esportes para que as funções de apresentador e comentarista não sejam direcionadas sempre às mesmas pessoas, além de terem saído dois estagiários que geralmente eram aqueles que apresentavam o programa. Outro apresentador quase fixo é Thiago Pontes, que não estava na reunião.

Sobre o *TJ Uerj Online*, Rafael quer inovar. Chegou a dizer que no formato em que se encontra o noticiário eles estão apenas brincando de ser William Bonner e Fátima Bernardes. Discutiram, ainda, algumas possibilidades, mas a única novidade definida para o momento foi gravar uma escalada (elemento de telejornalismo ainda não presente nesse TJ) e depois continuar ao vivo; e produzir algumas vinhetas para as mais diferentes editorias, sejam elas divididas em quadros específicos ou não. Aliás, um fator que nos chamou a atenção foi o modo como eles produzem as vinhetas. Fomos informados de que eles não têm parceria alguma com o laboratório de rádio e também não existe um curso de publicidade na universidade, portanto, toda produção de áudio, seja para *offs* ou para vinhetas é feita no *software Adobe Premiere Pro 2.0*, que são manipuladas no próprio laboratório de TV e vídeo. Percebemos que esse “acúmulo” de funções, exige muita criatividade.

Um fator ressaltado foi que a atual equipe inovou ao criar quadros semanais pro TJ. Na segunda-feira é exibido o *Agenda Uerj*, que não foi ao ar ontem porque a fonte de informação deles é a secretaria da Uerj, sendo que ela própria não tinha a programação da universidade – porém os alunos haviam consultado isso poucas horas antes do TJ ir ao ar; na terça, *Cultura e Arte*; na quarta, *Passando a Bola* (sobre esportes); na quinta, *Estilo de Quinta* (sobre moda); na sexta, *Pensando Alto*, quadro de opinião sobre algum assunto que esteja em evidência na semana.

A marca d’água, com o logotipo da *TV Uerj Online*, está sendo usada por eles há cerca de três meses e a cor dela também foi questionada na reunião, já que na internet surge uma borda verde ao redor do logo. O editor-chefe também orientou os demais para tomarem cuidado para não salvar as fotos de capa do site (chamadas por eles de “fotograma”) em pastas erradas e cobrou para que as escalas de trabalho dos programas sejam divulgadas a todos em tempo hábil.

O *Etc!* também foi comentado na reunião. Para Rafael, o programa está “jogado”, esquecido e com falta de organização na produção. Tal situação foi justificada porque eles não têm produtor fixo. O modo como foi colocado o problema e as possíveis soluções, nos levou a entender que só agora eles descobriram que um programa ao vivo também precisa de produção prévia. E isso aconteceu porque a estagiária e editora do programa (porque na *TV Uerj* cada programa tem seu próprio editor que encaminha o programa como bem entender), Renata Grota, queria fazer uma edição especial para o Dia Mundial do Rock (13 de julho, próxima segunda-feira) e eles perceberam que precisavam ter se programado, só que mesmo assim ficaram esperando um voluntário para fazer a pauta. Quer dizer, para marcar as gravações, porque eles não fazem uma pauta propriamente dita. Não há nada impresso ou formalizado documentalmente, apenas marcam as gravações e vão ao local executar a matéria.

Uma outra questão resolvida sobre o *Etc!* foi a escolha de um nome para o quadro de críticas cinematográficas. O nome *Etcritica* foi decidido, pelo estagiário Rômulo, sem critério algum. Apesar de ainda não haver vinheta e base feitas, já vão colocá-lo no ar e completá-las posteriormente. A nomenclatura *Etcritica*, como disseram os estagiários, é impronunciável, mas decidiram manter tal denominação e quando os apresentadores forem chamar o quadro, não devem falar o nome dele. É algo um tanto quanto incoerente.

Alguns dos problemas citados anteriormente também se repetiram com o *Penúltimas*. A editora Carmen Lúcia até chegou a dizer que estava com “medo de levar algum convidado” ao estúdio e os equipamentos falharem, como já aconteceu. Ela disse que só após a chegada de um novo técnico se sentirá à vontade para marcar entrevista com alguém.

Foi decidido que haverá uma reunião específica para o *Etc!* e o *Penúltimas*, mas ainda não decidiram dia e hora em que essa reunião será realizada.

Para encerrar a reunião, foram decididas algumas pautas: *Animamundi*, exposição de fotos da Uerj e uma nota coberta do *The Cult*. Observamos que as pautas são marcadas para o horário que alguns deles têm aula, mas eles próprios decidem se vão ou não. Caso queiram fazer a matéria, também é permitido. Outro ponto que notamos é que as matérias a serem produzidas não são retrancadas nem há uma capa de pauta para melhor organizar o que está em produção.

A reunião terminou às 15h54. Resolvidos os assuntos, Rafael ficou conosco no estúdio e conversamos sobre estrutura, programas e mostramos a ele alguns dos programas da **TV Facopp Online**. Ele elogiou muito e disse que a emissora prudentina tem tudo para ser a melhor do Brasil.

Rafael comentou que espera-se que o jornalista Antonio Claudio Brasil ministre uma Oficina de Telejornalismo na *TV Uerj* amanhã. Ele pediu para que os estagiários lessem dois livros (Jornalismo de TV e Texto para Televisão). Muitos dele não fizeram as leituras, mas também não acreditam que Brasil realmente aparecerá no laboratório.

A TV universitária também possui um blog ([www.blogdatvuerj.blogspot.com](http://www.blogdatvuerj.blogspot.com)), onde os estagiários postam textos referentes à produção de alguma matéria, curiosidades de bastidores. A postagem é livre e não segue nenhuma escala. Quem quiser, e na hora que quiser, pode escrever um texto. A TV também possui comunidade na rede de relacionamentos *Orkut* e uma página no *microblog Twitter* ([www.twitter.com/tvuerjonline](http://www.twitter.com/tvuerjonline)).

Apesar de os problemas técnicos no programa *Encoder* terem sido resolvidos, o *TJ Uerj Online* não foi ao ar ao vivo hoje. Os alunos escalados para a apresentação tinham prova perto do horário do TJ e por falta de organização, acabaram se atrasando e tiveram que gravar rapidamente a edição.

Quanto a planos e enquadramentos não há muita diversidade com a forma em que eles posicionam as câmeras. Em geral, usa-se plano americano para gravações na “bancada”, e meio-close para gravação de *stand-ups*. Em gravações externas, pode ser que haja diversidade em planos e enquadramentos, mas não acompanhamos tais gravações nem matérias finalizadas, durante esta semana. Durante a gravação de um *stand-up*, o estagiário Mitian, que mesmo estando para sair da emissora, foi à tarde gravar, percebemos que no lado direito do vídeo houve “sobra”, pois o apresentador não estava proporcionalmente ajustado no meio do vídeo. Mesmo com retorno dentro do estúdio e na ilha de edição, ninguém percebeu

esse detalhe. Mitian também editou o quadro, colocando uma foto da Uerj no fundo do vídeo, já que a gravação foi feita com tapadeira azul, para permitir uso do *chroma-key*.

Em outro stand-up gravado, para o quadro *Cultura e Arte*, percebemos novamente a falta de cuidado com a checagem das informações. A apresentadora Amanda falou sobre o funeral do cantor Michael Jackson e disse quais artistas estariam presentes, como se fosse algo ainda a acontecer. Porém, ao navegar pela internet, momentos antes da gravação, vimos em portais de notícias que os artistas mencionados por ela já haviam comparecido à cerimônia e o funeral já havia terminado.

Também percebemos que as câmeras do estúdio ficam ligadas o tempo todo e com isso, a iluminação que elas captam é modificada a todo momento. Portanto, antes das gravações é necessário bater o branco, o que eles não sabem do que se trata, tampouco sabem que é importante fazer. Eles chegaram a achar que o problema era de mau contato de um cabo. A solução para a imagem não ficar amarelada, foi de desligar e religar a câmera; porém sem consciência de que apenas esse ato resolveria o problema.

Quanto à atualização do site da emissora, é feito pelo *software Dreamweaver*, o que demanda tempo e requer extremo cuidado, já que se trata de linguagem HTML. Não há um sistema que permite atualização mais rápida e facilitada. Por não haver esse sistema, a medição de audiência é feita por visitas de vídeos da emissora no site *YouTube*, em que são hospedados os programas, para depois linká-los ao site da TV.

Para terminar, notamos nesse segundo dia que eles têm muita força de vontade, mas que precisam amadurecer muito em vários aspectos, inclusive teóricos, que é claro, com o decorrer da faculdade, possivelmente serão supridos. A falta de um coordenador mais presente também deve ser ressaltada, pois em alguns momentos eles ficam realmente “perdidos” e o controle de qualidade não é feito. Não há ninguém para dizer algo como: “você está errando aqui”, ou “refaça esta imagem” ou “isso não é ético”. Vimos isso claramente isso, em uma discussão sobre pôr ou não imagem de uma pessoa fumando, capturada pelos estagiários, em uma matéria feita em evento da cidade. Ninguém dá um norte para eles. É complicado!

## Relatório do 3º dia de visita à TV Uerj Online – Laboratório de Televisão e Vídeo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj)

*Elaine Soares e Matheus Teixeira – 08/07/2009*

Chegamos às 13h50 no laboratório da *TV Uerj Online*.

Ficamos sabendo que Lina Miguel, que é estudante de Audiovisual, está voluntariamente contribuindo com a emissora, para aprendizado próprio e não é estagiária, como pensávamos. As únicas alunas ausentes no dia de hoje foram Amanda Freitas e Vanessa Baptista, que estavam na folga semanal delas.

Sobre o expediente da emissora, seu funcionamento é das 14h às 18h, de segunda a sexta-feira. Todos abastecem o site, cumprindo, assim, uma escala. Então, um estagiário é responsável por atualizá-lo; outro, que é o editor de imagens escalado, também é editor de texto e coloca um resumo do programa no site da TV. Sobre edição de imagens, os estagiários aprenderam a editar e trabalhar com os *softwares* ao entrarem na emissora, sendo ensinados pelos veteranos. Quanto à atualização de vídeos, a página da emissora conta com os cinco vídeos mais recentes de cada programa, os demais programas já gravados ficam arquivados no *YouTube*.

Hoje foi gravado o quadro/stand-up *Passando a Bola*, para ser inserido no *TJ Uerj Online*. A apresentadora do quadro foi Renata Grota. Foi utilizado o plano americano durante a gravação. Um detalhe: o cenário é o mesmo do *TV Uerj Esportes*. Os apresentadores do telejornal, que foi exibido ao vivo, foram Bárbara Freimann e Thiago Pontes. Mesmo tendo sido ao vivo, eles não se utilizaram da mesa de cortes, porque só se utilizaram de uma câmera. Para que o programa seja transmitido dessa forma, é necessário auxílio, além do *Encoder*, do programa *WINSCP*.

Para o segundo semestre de 2009, o editor-chefe Rafael Nascimento disse que a seleção para novos estagiários será feita no dia 9 de setembro. Ainda não foram definidas formas de avaliação. Porém, segundo ele, provavelmente haverá prova de redação e teste de vídeo. Rafael ainda adiantou que a atual equipe fará um vídeo para apresentação aos calouros. Provavelmente, serão três vagas de estágio, já que três estagiários saíram da emissora no primeiro semestre deste ano. As oportunidades serão abertas para todos os períodos de relações públicas e jornalismo, porém frequentemente há mais aderência de estudantes que cursam até o 3º semestre dessas faculdades. Outro aspecto revelado por Rafael é que sempre há uma vaga de estágio garantida na *TV Brasil* para quem é estagiário da *TV Uerj*. Geralmente, o escolhido é o editor-chefe, como aconteceu com Mariana Moreira, que foi a antecessora no cargo de Rafael e atualmente estagia na emissora pública. Os alunos da *TV Uerj* comentaram que a emissora universitária também proporcionou oportunidades em TVs como *Bandeirantes* e *Futura*, por exemplo, para quem já estagiou na televisão da universidade. Thiago Pontes, que é editor do *TV Uerj Esportes*, falou que o Laboratório de Vídeo também ajuda para que os estudantes criem e mantenham uma rede de relacionamentos profissionais.

Os estagiários recebem bolsa-auxílio no valor de R\$ 250,00. Rafaella Gil é a única estagiária que ainda não ganha o benefício. Isso acontecerá se um estagiário mais experiente abandonar o projeto.

Às quartas-feiras é dia de exibição do programa *Penúltimas*. Hoje foi ao vivo e apresentado por Rafael Nascimento, no *set* do computador, e na bancada

nós participamos (Elaine Soares e Matheus Teixeira). Abordamos o tema “TVs universitárias *online*”, falando de aspectos dessa nova mídia. Aproveitamos o ensejo e também convidamos os *webespectadores* da *TV Uerj Online* a visitarem a **TV Facopp Online**.

Quando fomos convidados a participar do programa, nos sugeriram dois temas: “TVs universitárias online” e a “não obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista”. Escolhemos abordar o primeiro porque acreditamos ser de mais relevância, tanto para nós, que poderíamos também falar do nosso projeto, quanto para eles, que nem sempre têm convidados específicos para esse assunto. O outro assunto poderia ser debatido até mesmo entre eles e os profissionais aos quais eles têm acesso.

Para a nossa entrada ao vivo, as únicas instruções que nos passaram foi de que era um programa totalmente descontraído, que não deveríamos nos prender a nenhum *script*. Rafael ainda chegou a dizer que se quiséssemos falar algum palavrão “leve” e fazer uso de gírias, não haveria problema.

O tempo total do programa foi de 11 minutos e por isso ele teve que ser editado antes de ser armazenado no site.

A oficina que seria ministrada hoje pelo pós-doutor Antonio Brasil foi transferida para sexta-feira, dia 10 de julho. Em conversa com Rafaella, Brasil pediu que fossem confirmados por e-mail os nomes dos estagiários que participarão, pois ele quer saber para quantas pessoas ele falará. Já aproveitamos essa informação e confirmamos com Rafael a nossa presença e pedimos para ele comunicar ao coordenador do projeto da emissora online a nossa participação. Além da oficina, Brasil fará uma reunião, pois, segundo Rafaella, o jornalista disse que mudanças muito sérias terão de acontecer na emissora. Saímos da *TV Uerj Online* às 19h30.

## **Relatório do 4º dia de visita à TV Uerj Online – Laboratório de Televisão e Vídeo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj)**

*Elaine Soares e Matheus Teixeira – 11/07/2009*

Na sexta-feira chegamos pontualmente às 14h. Estávamos todos ansiosos para a chegada de Antonio Cláudio Brasil Gonçalves e conseqüentemente, para a Oficina de Telejornalismo que ele iria ministrar. Um dos ex-estagiários, Guilherme Lacerda, chegou a dizer para nós que tínhamos muita sorte, pois ele ficara ali por seis meses e não tinha visto o Brasil nem sequer uma vez, e nós em uma semana já iríamos conhecê-lo!

Com exceção de Thiago Pontes e Rômulo Medina, que estavam de folga no dia e não se interessaram em participar do evento, todos os estagiários estavam reunidos. Aproveitamos para finalizar as entrevistas com Amanda Freitas, Vanessa Baptista e Mitian Barbosa. Nos minutos que seguiram, Rafael Nascimento nos passou algumas dicas sobre o Encoder na sala de gravação, mas logo fomos interrompidos pela chegada do professor, que sugeriu que fôssemos para outra sala.

Pedimos ao editor-chefe que nos emprestasse uma câmera para que gravássemos a oficina e ele prontamente nos atendeu. Ao nos dirigirmos para a sala equipada com *datashow*, fomos apresentados para o Brasil, que nos recebeu muito bem, nos deixando à vontade para gravar a palestra e até chegou a comentar que “era por pessoas como nós que a *TV Uerj Online* sobrevivia”.

A palestra se desenvolveu de uma forma bem interessante, por ser o palestrante uma pessoa muito culta e desenvolta. Brasil falou sobre a história da *TV Uerj Online*, desde sua criação e implantação até sua consolidação, o que adiantou muito a nossa pesquisa, pois até então não tínhamos nenhum dado histórico sobre a emissora.

Ele abordou assuntos como escolha de pauta, conteúdo trabalhado na emissora e instigou os estagiários a sempre tentarem uma nova forma ou linguagem de apresentarem os programas, sempre lembrando que o objetivo da TV é ser um laboratório, um ambiente de experimentações que pode dar certo ou não, mas a tentativa deve ser feita.

Brasil nos alertou que aquela era só uma introdução e que mais para frente voltaria a passar mais técnicas aos alunos. Após a oficina, convidamos ele a estar conosco na Facopp para participar do “I Fórum de Telejornalismo”, como a professora Thaisa Bacco nos havia orientado. Para nossa satisfação, ele aceitou prontamente e pediu que entrássemos em contato posteriormente para falarmos mais sobre o assunto.

Filmamos toda a oficina e após nos despedirmos de Brasil, fomos passar a gravação para o computador a fim de trazermos o material conosco. Entretanto, o horário já estava avançado (17h30) e nós precisávamos ir embora para pegarmos o ônibus de volta a Presidente Prudente. Combinamos, então, que Rafael iria nos enviar o vídeo por sedex o mais rápido possível.

Nos despedimos de todos os estagiários, agradecemos a oportunidade e a paciência com que todos nos receberam. Eles também agradeceram por lembrarmos deles e nos convidaram a retornar sempre que necessário.

### TABELA COM RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

COORDENADOR DA TV:	Antonio Brasil.
FUNCIONÁRIO RESPONSÁVEL:	No momento, não havia.
QUANTIDADE DE ESTAGIÁRIOS:	10.
IDADE MÉDIA DOS ESTAGIÁRIOS:	19,7.
ESTAGIÁRIOS DE JORNALISMO:	08: Amanda Freitas; Carmen Lúcia; Mitian Barbosa; Rafael Nascimento; Rafaella Gil; Renata Grotta; Thiago Pontes; Vanessa Baptista.
ESTAGIÁRIOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS:	02: Bárbara Freimann; Rômulo Medina.
PROGRAMAS DA EMISSORA:	<i>Etc!</i> (exibido às sextas-feiras); <i>Penúltimas</i> (exibido ao vivo às quartas-feiras, às 16h30); <i>TJ Uerj Online</i> (exibido ao vivo às 17h30, de segunda a sexta-feira); <i>TV Uerj Esportes</i> (exibido ao vivo às 16h30, às segundas e quintas-feiras).
EDITOR-CHEFE E EDITOR DO <i>TJ UERJ ONLINE</i> :	Rafael Nascimento.
EDITORA DO <i>PENÚLTIMAS</i> :	Carmen Lúcia.
EDITORA DO <i>ETC!</i> :	Renata Grotta.
EDITOR DO <i>TV UERJ ESPORTES</i> :	Thiago Pontes.
FUNÇÕES GERAIS:	Todos executam, mediante a escala semanal: produção; reportagem; cinegrafia; gravação de <i>stand-ups</i> ; edição de texto e imagens; atualização do site.
PROJETO VIDEOGRÁFICO E CENÁRIOS:	Feitos pelos estagiários. Alguns foram feitos por turmas anteriores.
SOFTWARES UTILIZADOS:	<i>Adobe Premiere pro 2.0</i> ; <i>Dreamweaver</i> ; <i>Encoder</i> (Codificador do <i>Windows Media 9 Series</i> , da Microsoft); <i>ENLTV</i> ; <i>WinAVI</i> .
RECURSOS DISPONÍVEIS:	Três computadores (a máquina com mais memória tem 160 GB); duas <i>handcams</i> (Panasonic HDD 3.1); dois microfones de mão (sem canopla).
ARQUIVAMENTO:	Os vídeos são arquivados no próprio computador e no <i>YouTube</i> .
MEIOS DE INTERATIVIDADE:	Comunidade no <i>Orkut</i> ; blog ( <a href="http://www.blogdatvuerj.blogspot.com">www.blogdatvuerj.blogspot.com</a> ); e-mail; <i>MSN</i> ; <i>Twitter</i> ( <a href="http://www.twitter.com/tvuerjonline">www.twitter.com/tvuerjonline</a> ); além do canal de vídeos no <i>YouTube</i> ( <a href="http://www.youtube.com/tvuerjonline">www.youtube.com/tvuerjonline</a> ).

Fonte: *TV Uerj Online*.

APÊNDICE C  
TRANSCRIÇÃO DA OFICINA DE  
TELEJORNALISMO MINISTRADA  
POR ANTONIO BRASIL

**Transcrição da 1ª Oficina de Telejornalismo na TV Uerj Online, ministrada por Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, coordenador da emissora**

*Local: FCS da Uerj. Data: 10/07/2009. Pessoas presentes: Amanda da Silva Freitas, Antonio Cláudio Brasil Gonçalves, Bárbara Freimann Vieira, Elaine Soares Pereira, Matheus Teixeira, Mitian Barbosa, Rafael Nascimento, Rafaella Gil, Renata Gomes Grota e Vanessa Baptista Faria.*

*Antonio Cláudio Brasil Gonçalves:* Primeiro de tudo, porque que existe a TV Uerj? Pra quem?

*Mitian Barbosa:* Veicular notícias ligadas à universidade?

**BRASIL:** Veicular notícias ligadas à universidade. O que mais?

*Rafael Nascimento:* Não só isso. Além de veicular notícias pela *internet*, trabalhar também com o experimentalismo de coisas novas... Eu acho que é mais por aí... A TV universitária, a gente, os jovens fazendo...

**BRASIL:** Parece fácil, não parece?

**NASCIMENTO:** Parece, mas é difícil mesmo...

**BRASIL:** Você já imaginou? Eu vou experimentar uma nova forma de roda, uma roda triangular. Conseguiu imaginar uma roda triangular? Não é experimental? Acabei de lançar uma ideia. Você acha que vai dar certo uma roda triangular? Não, né? Experimentar é uma das coisas mais difíceis do mundo. O mais fácil é você repetir modelo. É dar as notícias da Uerj, que é um negócio muito legal, dar notícias da hora, ser experimental... O que mais, gente? Por que uma TV na *internet*? Por que uma TV Uerj?

**BARBOSA:** Por causa do poder de difusão que a *internet* tem. Qualquer um pode ver.

**BRASIL:** Uma das coisas mais emocionantes é você estar aqui no telejornal da gente, fazendo uma transmissão ao vivo e receber um *e-mail* de Israel, dizendo que está assistindo a gente. A gente nunca se recuperou disso, pra vocês terem uma ideia. Assim... [Brasil simula que estava perdendo o fôlego].

Era uma menina que o marido dela vinha morar no Rio de Janeiro... A gente ficou em estado de choque, ficamos assim, meio catatônicos, durante um tempão. Porque nós estávamos fazendo um programa, essa menina é israelense, o marido dela veio trabalhar aqui [no Rio de Janeiro, capital] e ela estava procurando um lugar pra estudar. Assim, como se você fosse se mudar, seus pais fossem mudar pra Sydney, na Austrália, e você estaria buscando um lugar. E ela estava buscando um lugar no Rio de Janeiro, não falava uma palavra em português... Mas ela viu esse negócio assim, dessa coisa de TV Uerj, ela olhou aquilo ali e ficou maravilhada. Não entendeu uma palavra que a gente dizia, ela não sabia do que se tratava, mas ela ficou emocionada, porque foi o primeiro contato que ela teve com o Rio de Janeiro. O primeiro contato! Ela nunca nem sabia que o Rio de Janeiro ficava na América Latina. Sabe aquelas coisas meio "tô pouco me lixando, tô indo porque meu marido quer"? E ela estava procurando, na verdade, uma faculdade pra estudar, pra vir pra cá, pra ter um lugar. E ela ficou maravilhada porque ela estava vendo esse tal de português, ouvindo o português pela primeira vez... Pra gente foi sintomático do nosso poder, do nosso potencial. Nós estávamos utilizando aquilo? Não! Não, a menor ideia... O poder da *internet* que nós não utilizamos. Então nós já temos aqui a ideia de um potencial, nós temos uma ideia de uma experimentação, nós temos uma ideia de difusão de notícias na *internet*... Que mais, gente?

**NASCIMENTO:** Portabilidade, acessibilidade...

*Amanda da Silva Freitas:* Todo mundo participar...

**BRASIL:** Possibilidade de trocar ideias com o público... A tal da interatividade: o nome técnico é isso. Interagir...

Nós tínhamos aqui o *Penúltimas* [o programa ainda existe], que era uma espécie de *Etc!*, que era feito todas as tardes aqui [no Laboratório de Vídeo e estúdio “Alberto Dines” da Uerj], ao vivo. Nós tínhamos um grupo de Londrina [PR] que assistia ao nosso programa regularmente. Era uma turminha lá de Londrina, era o nosso fã-clube ao contrário. Eles achavam o programa ridículo, mas nunca deixaram de assistir. O quê que acontecia: a gente ficava lá horas e horas fazendo o nosso programa e eles ficavam assistindo só pra “pegar” os nossos erros, pra “pegar” as coisas erradas que a gente falava, mas nunca deixaram de assistir! Nós tínhamos o nosso grupo específico de telespectadores em Londrina, que acabaram virando grandes amigos, uns deles vieram nos visitar... Mas, e no fundo, no fundo, mais uma vez a mesma questão de você ter uma interatividade: eles mandavam *e-mail* e a gente respondia. Isso que eles achavam legal. Eles realmente... [faziam] uma crítica cruel. Mas era o Rio de Janeiro, gente! Eles estavam em contato com alguém do Rio de Janeiro que conversava com eles. A *TV Globo* nunca respondeu a um *e-mail* deles. Claro!

Você imaginou você mandando um *e-mail* pra Fátima Bernardes? “Fátima Bernardes, eu gostei muito do seu cabelo”. Você acha que ela vai [responder?].... Aqui não, eles ficavam falando qualquer coisa e a gente respondia tudo! Qualquer coisa que eles mandavam... a gente... mandava também. Significa a tal da interatividade, uma capacidade enorme de interagir com o público que nós temos.

É o tal do “por que uma televisão na *internet*?” Pra se comunicar com outros jovens que nem vocês! A mesma coisa que você faz no *Orkut*, no *Facebook*, ela serve pra isso também, interagir com as pessoas que gostam... Imagina se, provavelmente, não tivesse o projeto [a *TV Uerj Online*], os nossos amigos de Presidente Prudente não estariam aqui. Serve pra gente abrir a janela pro mundo. Quê mais? Até agora eu não ouvi uma das coisas que eu mais queria ouvir.

**BARBOSA:** Aprendizado, será?

**BRASIL:** Treinamento. Sempre que você praticar esse tal de jornalismo que você escolheu e que você, de repente, não teve a chance de praticar. “Ah, mas eu trabalhei no jornalzinho da escola.” Quantas pessoas leram seu jornal? Só gente da escola? Aqui, potencialmente, o William Bonner pode vir ao nosso telejornal se ele quiser. Ele não vai querer vir, obviamente, ele tem coisa mais importante pra fazer na vida. Mas ele pode assistir! Agora, será que ele poderia ler o jornalzinho da sua escola? Ele teria acesso? “Não, eu quero ler! Escola Pública João VI.” Será que ele tem como achar aquele jornalzinho que você fazia lá? Difícil, né?

Então, a gente está voltando sempre na mesma questão. Sempre a questão do potencial, a gente está trabalhando com uma possibilidade. Porém, a realidade é: treinamento chorando. Você está fazendo ali na *TV Uerj*, potencialmente: escolhendo pautas, entrevistando pessoas... Você pode tranquilamente fazer uma pauta assim: “Quero entrevistar o reitor pra *TV Uerj*”, não pode? Você não pode entrevistar? Você não tem uma boa desculpa de chegar assim: “Reitor, aqui é da *TV Uerj*, nós queremos fazer uma pergunta sobre: que precauções vão ter que ser tomadas pra que a sala do professor Antonio Brasil não seja próxima... Ah, lá [Brasil aponta para o ar condicionado]! Está pedindo pra pegar fogo, né? Ela [a sala] está pedindo, esse ar-condicionado já avisou várias vezes.”

Você não pode ir lá e fazer uma entrevista com ele [o reitor]? Pode. Não pode ser exibida? Isso, amanhã, não pode aparecer no *RJTV*, de repente? Não pode, não tem o potencial? Provavelmente não vai aparecer, mas pode.

Significa que você pode praticar, você pode treinar, aprender telejornalismo ou jornalismo desde o seu primeiro período. Então você pode aprender, é uma das coisas que servem [uma *webTV*]. Mais alguma coisa que sirva? Pra eu ficar rico e famoso, pode ser? É ou não é? Ninguém pensou nisso, não? Ninguém quer ser rico e famoso?

**NASCIMENTO:** E pode ficar mais pobre, né?

**BRASIL:** E pode ficar mais pobre. Eu tenho ficado mais pobre, rotineiramente! Impressionante! Toda vez é: “Ah, quebrou! Antonio Brasil, dá pra me emprestar R\$ 100?” Eu vou lá e dou [estagiários riem], sem problema nenhum!

Agora, por outro lado, você não pode ficar rico e famoso aqui [na *TV Uerj*]? Imagina se você entrevista um marciano. Aquele... o marciano, gente! O “cara” fala português ainda por cima. Um marciano que fala português, na secretaria, que está lá sentadinho. Você não vai ficar rico e famoso? Gente, o garoto que fez *Numa Numa* [vídeo de sucesso no *YouTube*] é diferente de vocês? Você sabe o que é *Numa Numa*? Aquele... o “no apê da cidade”, aquele... a música do Latino...

**BARBOSA:** Aquele garoto cantando em frente ao computador...

**BRASIL:** É... Ele fez uma dublagem de uma música húngara [a música é romena e tem o título *Dragostea Din Tei*. É tocada pelo grupo *O-Zone*, também romeno]... Vocês já devem ter visto na *internet*, vocês não lembram... O Latino fez uma versão aqui [no Brasil]: a “Festa no apê”. Agora vocês devem estar lembrados. É o segundo vídeo mais visto na *internet* [o *Numa Numa*]. Esse garoto [Gary Brotsma, do vídeo *Numa Numa*] não faz outra coisa na vida a não ser andar pelo mundo dando palestras, entrevistas, primeira página no *The New York Times*... Um garoto de Nova Jersey [EUA]. Você jura que se encontrar com ele, ele parece um débil mental [estagiários riem]. Você jura. Você quer dizer assim: “Ah, lá vai um débil mental”. Não é, é um gênio, um gênio! Ele teve uma ideia que funcionou. A ideia dele foi genial. É muito simples, mas impactou.

“Ah, mas, gente, eu não quero fazer uma porcaria dessa, eu quero fazer jornalismo sério”. Ah, então faça jornalismo sério. Agora, o potencial, na verdade que a gente quer pensar, de quantas pessoas vão ver, pra quê serve a tal da televisão. E uma das coisas é que você possa, de repente, ficar rico e famoso. De repente o Bonner, sei lá, ou o diretor [da Central Globo de Jornalismo] da *TV Globo*, Ali Kamel, vê você apresentando o telejornal [o *TJ Uerj Online*] e diz: “Você é a menina que eu tô precisando pra apresentar as Olimpíadas na China”. Lembra, vocês conheceram a Andréa Cozzolino? Onde é que ela foi trabalhar a última vez? Onde?

**ESTAGIÁRIOS:** China!

**BRASIL:** Então, por onde é que ela foi pra China? Qual foi o começo dela pra ir pra China? O nosso Laboratório! E ela fez o que, antes de tudo? Ela foi convidada, foi selecionada, quando ela trabalhava aqui no Laboratório pra trabalhar onde? Nos Jogos Panamericanos. Dos Jogos Panamericanos ela foi selecionada [para fazer a cobertura das Olimpíadas], a empresa internacional gostou tanto do trabalho dela... Não é motivo de orgulho? E ela foi pra China, você não imagina a inveja que eu senti! Eu louco pra ir pra China... “Me seleciona! Eu sou muito melhor [risos]! E eu faço a metade do preço dela [risos]. O que ela está cobrando eu faço a metade [risos].”

Não é motivo de orgulho pensar que o Laboratório serviu pra que a Andréa Cozzolino, uma das nossas editoras, que tá ainda estudando, ela nem é formada ainda... Gente, ela já fez os Jogos Panamericanos e ela fez as Olimpíadas da China! Eu nunca fiz uma olimpíada, fiz Copa do Mundo [de futebol] três vezes, nunca fiz uma olimpíada, quanto mais na China.

O Laboratório serviu pra isso, pra isso serviu. Pode ser pra você ganhar uma bolsa, que não é nada agradável... Duzentos reais que está agora, né?

**NASCIMENTO:** R\$ 250.

**BRASIL:** Ah... Tudo isso?! Que absurdo, gente [risos]! Sério? Duzentos e cinquenta reais... [estagiários riem]! Não é à toa que o Estado não tem dinheiro pra saúde, pra educação [todos riem], pra corrupção! Não sobra dinheiro, né?! Está todo o dinheiro vindo pra cá, pro Laboratório, não é?!

Gente, na verdade é um grande privilégio você ter uma bolsa em uma universidade pública. Você estaria pagando R\$ 1.400 pra estudar na PUC do Rio de Janeiro e fazer Comunicação... Mil e quatrocentos. É mais ou menos quanto está o curso em média, por mês, lá. Pra você ter um número de crédito. Além disso, se você não está pagando, você está ganhando, então, na verdade, não é R\$ 1.400, é R\$ 1.600... Então, soma... Você não está pagando e você está ganhando. Na verdade, então, ela [a *TV Uerj Online*] serve pra você ganhar uma bolsa. Duzentos e cinquenta reais hoje em dia, gente, é muito legal. Nem todo mundo recebe, não tenho dúvida nenhuma. Mas você está “em vias de”, se você tiver per... [parece que Brasil iria dizer “persistência”].

Eu estou mostrando pra vocês uma série de coisas que servem pra televisão. Uma delas é pra fazer um telejornal diário. Essa coisa da rotina... Você fazer um programa, você pode inventar um programa. Você pode chegar assim: “Eu tenho uma ideia de um programa: vai ser o programa de cabeça pra baixo.” Ele é um programa todinho feito de cabeça pra baixo. Tudo vai ser de cabeça pra baixo, tudo vai ser ao contrário. Você não pode “botar” esse programa lá [na *web*]? Olha a tal da experimentação. Ninguém vai te impedir de você tentar fazer um programa como esse. Provavelmente vai ser um fracasso absoluto... O “cara” entorta tentando ver teu programa... Agora, direito você tem, por que você não faz? Porque não faz, é ou não é? De repente... Essa é que é a questão.

Por que uma TV na *internet*? Eu gostaria de pensar, antes de tudo, que é a possibilidade de você fazer televisão, só isso. Aquilo que eu venho dizendo: não interessa se é a *TV Globo* ou se é a TV da Uerj, o princípio é literalmente o mesmo. Você está fazendo um conteúdo audiovisual, você está transmitindo pra alguém e ela [essa pessoa] está te vendo. “Ah, mas não são 70 milhões de pessoas”... De repente é uma pessoa, a pessoa certa. O “cara” das Olimpíadas. O “cara” que decide quem é a produtora que vai pra China pra fazer a transmissão. Pra Andréa Cozzolino não interessa uma audiência de 200 milhões de pessoas vendo o trabalho dela. O que ela quer ver, na verdade, é um produtor que decidiu.

Amanhã você está apresentando o telejornal aqui [na *TV Uerj Online*] e um produtor de programa, o único “cara” que ligou a *internet* naquela hora, viu você: “Gente, você é a pessoa que eu tô precisando pro novo programa do *Esporte Espetacular*, que vai ser sobre trilhas e sei lá... trilhas e trilhas.”

Quanto à “por que uma televisão ao vivo na *internet*?” ...

**Rafael:** A gente está no momento, na hora...

**BRASIL:** E essa é a televisão de verdade! Essa é a nossa briga. A única coisa que me incomoda realmente no projeto é quando eu sei que a gente não está transmitindo ao vivo. Porque é o nosso grande diferencial! “Ah, mas é porque

um cabinho não está funcionando, o provedor não sei o quê...” Na verdade, na verdade, esse é o nosso grande “barato”, esse é o nosso grande diferencial. Nem sempre a gente consegue, “volta e meia” acontecem problemas, a gente tem dificuldades, mas se não for por nada, gente... [faça]. Porque esse [o telejornalismo ao vivo] te ensina a fazer televisão de verdade, esse te ensina a fazer televisão de verdade! A televisão de verdade é aquela: “3, 2, 1! Foi...” Foi. Não tem “Brasil, posso fazer outra vez?” Não pode, acabou, já fez.

Lembra gente, a gente fazia o telejornal aqui regularmente. A gente tinha uma versão ao vivo, às seis da tarde fazia uma transmissão ao vivo. Depois, a gente fazia uma versão “acabadinha”, melhorada, tudo assim: era a segunda edição que a gente deixava no *site* como sendo o telejornal “pro inglês ver”, pros nossos convidados assistirem. Eu juro pra vocês, o ao vivo nunca teve erro, o que tinha erro era o pré-gravado. Quando você falava pra o mesmo aluno, na mesma situação: “Agora você vai pro pré-gravado”, ele errava o texto, recomeçava... No ao vivo existia uma cultura de que “eu não posso errar, não posso errar”. Quando você pode errar, “eu posso errar, eu vou errar”. Era impressionante, uma das questões que mais me incomodava, no bom sentido. “Quê será que essa pessoa que fez um telejornal ao vivo...? A versão ao vivo foi inteirinha legal. Teve erros, teve, mas ela foi do começo até o fim. Agora que nós estamos gravando, estamos aqui há uma hora e esse diabo dessa pessoa não consegue fazer um telejornal de cinco minutos!” Não conseguia.

Existe uma cultura da televisão ao vivo e uma cultura da televisão pré-gravada. O que a gente gostaria de estabelecer como prioridade? A televisão ao vivo. É o rádio. No rádio o “cara” fica ali falando, conversando. Se ele errar, errou. Não tem nada de... é horrível dizer isso, mas não tem nada de errado em errar. Aí que vem o tal do experimental: é errando que você realmente vai aprender. Agora, se você achar que não pode errar, você nunca vai tentar absolutamente nada de diferente. Você não vai, talvez, fazer uma piscada de olho pra câmera, porque você acha que de repente, aquilo não vai funcionar. Aquela piscada de olho que você deu na câmera, de repente foi o seu [Brasil estala os dedos] grande estilo. Foi ali que você, de repente, mostrou uma certa ironia, descontração, que você, de repente, se comunicou com as pessoas. E foi uma coisa que surgiu na hora que você estava ao vivo. Então é pra tentar valorizar uma tal de oficina da televisão ao vivo.

Pra que serve uma televisão ao vivo na *internet*? Na verdade, a gente gostaria de pensar aqui: não só pra treinar as pessoas, mas pra que a gente tenha um diferencial em relação ao resto do telejornal que é ao vivo, mas também pra gente tentar pensar em formas de interatividade com as pessoas. No ao vivo eu estou quase num telefone, é a tal da *webcam*, é o seu *MSN*. Você está interagindo, eu estou fazendo um telejornal e estou recebendo a resposta na hora. Nem que seja a minha mãe dizendo: “Que linda minha filha!”. Poxa, gente, é a sua mãe. Ela te viu. Só tinha uma pessoa [assistindo]! Pensa sempre, gente, que essa é uma forma diferente de fazer televisão: eu sei quem está assistindo. O William Bonner não sabe que você ligou a televisão. Ele não tem a menor ideia. Ele tem índices de audiência, milhões de pessoas, pra cima ou pra baixo, mas ele não tem uma personalização da audiência. Televisão ao vivo na *internet*, ou *internet* em geral, tem esse diferencial que é: “Eu sei que o reitor acabou de ligar na *TV Uerj*, eu tenho como identificá-lo”. A gente usa necessariamente isso? Não. Depende da sua ideia e o que você quer.

Pra que serve uma TV ao vivo? Eu acho que, antes de tudo, na *internet*, é a ideia de você ter uma televisão ao vivo, em geral. É pra que você aprenda a fazer televisão ao vivo. Pra que você ache natural fazer televisão ao vivo.

Se você passar hoje na prova da *TV Globo*, aquela prova enorme, que leva “não sei quantas” fases, entrevistas, dinâmica de grupo, você provavelmente vai trabalhar como estagiária na *Globo News* durante um tempão. A ideia é de que você, de repente, vai trabalhar durante meses, anos na *TV Globo*, de repente, e você nunca vai ter a chance uma vez na vida de fazer uma televisão ao vivo, nunca. “Ah, mas eu quero trabalhar em produção, quero trabalhar em edição, eu odeio aparecer na frente de uma câmera”. Gente, é um direito seu, mas experimenta um dia! Só experimenta. Você pode até não gostar.

**[Gravação interrompida por alguns segundos. Retorna em outro assunto.]**

É o jornalismo que você “bota” no ar. Não interessa se você está falando de uma exposição de fotografia no nono andar ou se você está “dando” um incêndio na Uerj. O potencial está lá, é um jornalismo de verdade. Jornalismo de verdade significa que você escolhe a pauta. Agora, se você só quer “dar abobrinha”, se você só quer falar bobagem, isso é um problema seu, não é um problema do projeto [da *TV Uerj Online*]. Ninguém nunca te impediu de dar notícia de incêndio, esse é que é o problema. Se você trabalhasse na *Globo News*, talvez. Talvez não fosse institucional você falar dos problemas políticos... Não há nenhum impedimento, o problema é que você que não acha bom.

Pesquisar, experimentar e desenvolver novas linguagens [jornalísticas] é o que mais a gente deveria fazer e o que menos a gente faz. É a minha grande decepção e, ao mesmo tempo, meu *mea culpa* [minha falha]. O Laboratório deveria ser um lugar de experimentação. O nosso telejornal [*TJ Uerj Online*] é a coisa que mais me cobram. Lembra-se gente, que eu já viajei boa parte de países do mundo apresentando esse projeto [*TV Uerj Online*], inclusive nos Estados Unidos. Minha razão de fazer pós-doutorado foi tentar mostrar porque que vocês [os norte-americanos] não pensaram nisso antes: ensinar telejornalismo numa TV na *internet*. Isso, o americano diz: “a gente não pensou nisso antes, a gente não pensou nesse potencial”. Essa é uma coisa inovadora do projeto. Em compensação, na hora de ver o projeto: “mas vocês não fazem um telejornal de cabeça pra baixo!” Não conseguimos ainda.

Nós lutamos tanto com a câmera de *VHS* quebrada, a única câmera *S-VHS* que ainda está funcionando da *JVC* no mundo, nós temos. O pessoal do setor de arqueologia da *JVC* [estagiários riem] está vindo fazer uma expedição na Uerj. Eles estão vindo de Tóquio, no Japão, para o Rio de Janeiro. Setor de arqueologia. Eu descobri que tinha o setor de arqueologia da *JVC* pra ver as únicas câmeras *S-VHS* da *JVC* que ainda existem aqui no Laboratório. Verdade ou não é? Está lá [no Laboratório]. *S-VHS*. Ainda funciona? Não né? Já parou de vez...

**[Estagiários dizem que a câmera S-VHS funciona mais ou menos (um pouco), mas ainda funciona.]**

**BRASIL:** Que orgulho hein?! Você já imaginou? Nem a *JVC* acredita nessa história, a gente tenta convencê-los a vir aqui: “Troca, troca a nossa câmera! Leva essa e deixa uma novinha.” Isso é só pra mostrar, gente, que não é o problema de equipamento, na verdade, o conteúdo é que é o mesmo, tem “cara” de jornal universitário, tem “cara” de *TV Globo* pobre. A gente nunca conseguiu desenvolver o setor maior de experimentação e pesquisa. Essa é uma deficiência nossa.

Já tivemos programas diferentes, já tivemos vídeo que foi premiado porque ele era realmente diferente. O famoso vídeo feito por um aluno nosso, que na verdade ele nem era estagiário. Não sei se ele era escravo ou era voluntário, ele estava na transição de escravo pra voluntário. Aí o que aconteceu: ele fez um vídeo

que nenhuma imagem casava com texto. Era um jogo de futebol. E nós ficamos com tanta vergonha, porque era época do festival que esse vídeo foi colocado no ar. E foi o único que recebeu menção honrosa aqui dos nossos professores. Porque ele [o vídeo] era realmente diferente, ele mostrava a importância de casar texto com imagem. Você só nota quando você está errado, você toma isso como sendo uma normalidade dos textos das matérias de televisão: texto casado com imagem. Agora, esse era um texto de jogo de futebol em que falava “e a torcida comemorou” e aí entrava um pessoal de candomblé, dançando candomblé... Nada casava com o texto. Ele [o aluno que fez o vídeo] achava isso extremamente inovador. Eu achei uma vergonha: “Você não sabe fazer telejornalismo”, ainda dei uma bronca no garoto e o garoto ganhou menção honrosa. Essa é uma das poucas experimentações que nós fizemos. Uma rebeldia de um aluno, de uma certa forma.

**BARBOSA:** Como é que a *TV Uerj* não se tornou institucional? Foi desde a origem? Como a Uerj não quis “abraçar” e falar: “Não, agora só vai ter a pauta que eu quiser e tal...” Foi uma proposta de origem ou acabou ficando assim e dissociou?

**BRASIL:** Essa é uma pergunta que cabe pesquisa. Eu vivenciei isso tudo. Primeiro de tudo é que nunca deram importância [para a *TV Uerj Online*]. Ninguém nunca achou que a *internet* era sério. Lembra o Bill Gates? Não sei se você acompanhou, Bill Gates foi aquele “cara” que não apostou na *internet*. Ele acreditava no *Windows*, o investimento dele era o *Windows*, está levando uma “surra” da *Google*. Hoje em dia ele está brigando com a *Google* e a *Google* está dando uma “surra” nele, cada vez maior. O mundo caminha pra *internet* e ele [Gates] achava que não iria dar certo. Um dos maiores ídolos, um dos homens mais visionários, o homem mais rico do mundo, o cara que inventou todos os sistemas operacionais. Ele não conseguiu perceber, na época, dez anos atrás, a importância da *internet*. Ele apostou no “cavalo errado”, na minha opinião. Ele vai pagar um preço altíssimo por isso.

Aqui dentro [da Uerj], as pessoas achavam importante a TV universitária, então o que ficou: o CTE [Centro de Tecnologia Educacional] fazendo a TV universitária, com todos os recursos do mundo, e aqueles meninos irresponsáveis lá do Laboratório fazendo o que ninguém vê mesmo... Agora, no dia em que nós ganhamos o prêmio [o Prêmio Luiz Beltrão foi conquistado em 2002] e o CTE nunca ganhou... Gente, vocês não fazem ideia da importância que tem. Eu estava agora com o professor [José] Marques de Melo, que é o presidente de honra da Intercom [Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação], nesse seminário temático da *Globo* na Intercom. Eu mais uma vez vou lá e o cumprimento, porque ele era um dos presidentes do júri, foi ele quem ligou e falou assim: “Inscreva o seu projeto”, pra você ter uma ideia, pedindo “Inscreva”. Sabe quando a gente não dá valor às nossas coisas? Você está no Rio de Janeiro, gente. Querendo ou não foi aqui que surgiu o jornalismo no Brasil. O primeiro jornal do Brasil foi prensado no Rio de Janeiro, não foi em São Paulo, com todo o respeito, mas a gente não dá valor a isso, a gente não tem esse sentido. A gente não tem o sentido que têm, que eles no critério de avaliação [da Intercom], no caso, [têm]...

E aqui dentro as pessoas não levavam muito a sério... Foram deixando, foram deixando e agora quiseram mudar o nosso nome. Teve uma época que queriam tirar, não poderia ser mais *TV Uerj*, deveria ser *TV FCS*, já imaginou? Imagina *TV FDP*, *TV FDS*, *TV FCS*... Se não pode ser Uerj [*TV Uerj*], a gente não vai ser nada. A gente vai ser *TV Uerj*, se quiser entra na justiça e tira a gente! Tira o nome, mas não vai deixar de colocar [no ar]. Mas, na verdade, o que eu quero dizer

é que ninguém nunca nos levou muito a sério. Até o dia que a gente ganhou um prêmio, aí houve um reconhecimento, sem dúvida nenhuma. E o projeto hoje em dia, mal ou bem, as pessoas [Brasil simula ato de engolir]...

Essa é uma Oficina, antes de tudo, pra gente entender onde é que nós estamos, é aquela história: “Quem sou eu?”, “quem nós somos?”, “de onde você veio?”, “eu estou no terceiro período, não estou no segundo nem no quarto”. Eu estou aqui tentando convencer vocês de onde nós estamos, o que é que nós tínhamos antes e quais são os nossos objetivos. Nas próximas Oficinas, a ideia [é] de colocar a mão na massa, pensar assim: “como é que faz uma apresentação?”. O que eu estou tentando, antes de tudo, é te convencer a continuar nesse projeto, a estar aqui, e por que é que você está aqui e o que é que vem antes da TV. Um dos principais objetivos do projeto é praticar jornalismo de verdade, treinamento de alunos, pesquisar, experimentar e desenvolver novas linguagens, produção de matérias, divulgação de eventos na Uerj e transmissões ao vivo. Parece pouca coisa. Não é. É muita. A gente consegue fazer tudo isso? Não. A gente gostaria de fazer, pelo menos, o que está aí [os itens citados por Brasil, anteriormente, estavam disponíveis para visualização em *datashow*]. Isso aqui é o mínimo que a gente devia fazer? É, mas a gente não consegue, por vários motivos que a gente tem dificuldade. Outro objetivo é preparar um treinamento pra você trabalhar em televisão ou rádio, ou seja, você ter uma noção de utilização de voz, presencial, e não simplesmente a questão da escrita. Então, tem esse lado. Achar que você merece trabalhar na televisão. Você gosta de televisão? Nesse Laboratório, a ideia seria a possibilidade de você vir a trabalhar em televisão. A Andréa Cozzolino trabalha em produção de televisão, ela está sendo especialista internacional, hoje em dia, quer dizer: ela já tem mais experiência internacional do que muito correspondente internacional, graças a esse espaço [Laboratório], então, é uma ideia. Porque que amanhã, de repente, você vai fazer um mestrado lá na Austrália, porque que você não é correspondente de lá, mandando uma matéria de lá da Austrália pra gente? Por que a gente não tenta localizar pessoas, conhecidos nossos, ex-alunos ou alunos que vão pra fora e mandam matérias como correspondentes internacionais da TV? Por quê? Por que a gente não pede, por *internet*, pra eles mandarem? “Manda aí um FV”, de repente, em voz. A Daniela [não sabemos o sobrenome] passou um tempo lá nos Estados Unidos, você já imaginou? Se a gente tivesse se organizado, ela teria mandado, de repente, uma materiazinha nossa como FV dos Estados Unidos. “Estudante da Uerj interrompe seu curso, vai passar uma época lá”, não poderia? Ela não seria uma correspondente internacional da nossa televisão? O tema, mais ou menos, da Oficina é, então: o que a gente não faz. É por causa do equipamento? É por que a TV, a Uerj, não deixa? “É porque eu sou do primeiro período? É porque o professor Brasil não deixa?”. Ou a gente não faz alguma coisa diferente, talvez, porque a gente não queira fazer? “A gente não está muito preocupado em fazer. Ninguém nunca me estimulou a fazer, ou porque está bom do jeito que está!”.

O garoto do *Numa Numa* não ficou satisfeito em ficar em casa assistindo televisão, é ou não é? Ele pegou a *webcam* dele, utilizou a *internet*, no *YouTube*, no seu começo, e lançou o videozinho dele. E estou eu aqui, novamente, falando do segundo vídeo mais visto da *internet*. Ele se rebelou contra uma atitude, na verdade, que todo mundo esperava dele: “eu sou um débil mental que assiste televisão dez horas por dia”. Mora em Nova Jersey ainda por cima! Nova Jersey, se vocês não sabem, eu morava lá, é a Niterói (RJ) dos Estados Unidos! Alguém é de Niterói? [estagiários riem e Brasil simula respirar aliviado]. Porque eu sou de Niterói,

eu posso falar. Por que é que a gente não faz isso? Lembram que eu falei: a maior emoção no meu projeto foi assistir a um encontro da Intercom em que estava Fátima Bernardes, William Bonner, ou seja, telejornalismo aberto pra essa turma toda aqui. Foi o primeiro encontro da Intercom. Acontece todos os anos, há não sei quantos anos... Foi transmitido, ao vivo, pela *TV Uerj*... Foi uma coisa! Quantas pessoas assistiram? Três! Talvez quatro, talvez cinco, quem sabe dez... Não interessa gente, foi feito! Acabou! “Quantos quilômetros circulando em volta da Torre Eiffel? Ele fez! Não interessa. Ele nunca cruzou o oceano, não foi daqui à Lua. Foi o primeiro a fazer”. Nós fizemos... Ninguém pode negar que foi a *TV Uerj* que fez a primeira transmissão, ao vivo, do encontro da Intercom. Por que é que a gente não transmite os eventos da Uerj? Então, amanhã, vem aqui o Edgar Morin... Amanhã vem, sei lá, o presidente [dos EUA] Barack Obama vem aqui. Por que é que os eventos da Uerj não são transmitidos? Por que é que nós não transmitimos, de repente, as pessoas entrando pra ver *Hamlet* ou o ensaio de *Hamlet* que teve aqui? Por que a gente não sai ao vivo, ali, na hora em que está acontecendo? Eu sei que, de repente, tem uma certa dificuldade, mas eu estou dizendo o seguinte: uma das utilidades maiores da *TV Uerj* seria transmitir os eventos da Uerj. Assim: tem uma “parada”, está tendo hoje, toda vez tem, está tendo um congresso lá embaixo. Não seria uma boa forma de ganhar dinheiro, por exemplo? De ganhar equipamento? De mostrar uma utilidade, maior do que essa utilidade? [divulgar eventos da Uerj]. Ninguém falou isso anteriormente aqui. Lembra: treinamento, experimental, ficar rico e famoso... Ficar rico e famoso fui eu que falei, né? Arranjar um emprego, sei lá. Mas uma das coisas que a gente não pensa é que é um potencial de prestar serviços pra Uerj: transmitir os eventos. Pode ser uma reunião, poderia ser “Café da manhã com o reitor”... É verdade. Nós nunca tivemos uma preocupação maior de institucionalizar a televisão, com medo de perder a tal liberdade, mas ao mesmo tempo a gente vive à míngua. Vive ali [Brasil simula estar estrangulado], sem nenhum projeto comercial pra ela. Pra quê que serve [a *TV Uerj Online*]? Eu estou dizendo: transmitir evento da Uerj seria uma boa coisa pra se fazer. “Ah, mas isso não é telejornalismo”, “isso não é o programa *Etc!*”... Mas é uma coisa que, de repente, mantém a estrutura do projeto. E ser de interesse do nosso público-alvo.

Quem é o nosso público-alvo? Nosso público-alvo, essencialmente é a comunidade da Uerj. Quando uma menina de Tel Aviv [Israel], ou os estudantes de Presidente Prudente assistem à nossa televisão, isso é, na verdade, um adicional extremamente rico pra gente, mas não é o público-alvo. O nosso público, o que nós realmente deveríamos buscar, são os alunos da Uerj. Deveria ser um hábito. Em vez de ficar no *Orkut*, ele [estudante da Uerj] deveria, pelo menos, dar uma olhada na *TV Uerj*. Nem que durante dois minutos, pra saber o que está acontecendo na Uerj. Da mesma forma que você ouve, de repente, uma rádio antes de você pegar o carro pra vir pra cá, pra saber se está tendo greve, ou se pegou fogo, se é que existe a Uerj... De repente acabou e você está vindo aqui à toa. [todos riem]. “Pegou fogo”. “A Uerj não está mais pegando fogo, já pegou! Não tem mais preocupação com isso”. [Estagiários riem].

Ver TV na *internet*, crítica... Por que é que os alunos da Uerj não veem a *TV Uerj*? Primeira razão: a gente sabe, porque a gente não gosta de falar, é porque a gente não tem conteúdo original. A gente não diz alguma coisa que eles não saibam. A gente não dá pra eles alguma coisa que eles não tenham. Se eu dissesse pra eles: “olha, assista a *TV Uerj* que você vai ganhar um carro do ano, vamos sortear um carro do ano.” Você não acha que iria aumentar a nossa audiência? Terrivelmente, não iria? “Assista a *TV Uerj*, mande uma senha. Assista,

veja três vezes durante o dia e você vai ganhar um Gol zero quilômetro, rosa choque!” Na verdade, isso a gente não pode fazer porque não tem dinheiro, mas o grande problema nosso, que é a razão que eu gostaria que você não dormisse hoje à noite, e a razão dessa Introdução à Oficina, porque não é exatamente a Oficina, é que: na verdade, o grande problema não é deles [telespectadores], é nosso [TV Uerj]. Nós não dizemos absolutamente nada de novo, essencial, diferencial... Por que você entra no *Orkut*? Tem a chance de você achar o amor da sua vida no *Orkut*! Ou a amiga que você não fala há muito tempo. Então, você tem que trocar umas ideias. É o que te leva a ir *pro Facebook*, *pro Orkut*, ou consultar o seu *e-mail*. Pode ser que lá no *e-mail* tenha lá dizendo: “festa sexta-feira” e vem outro: “ainda está em tempo de pegar a festa na Lapa”. O que nós não fazemos, necessariamente, é dizer alguma coisa que as pessoas querem ouvir.

A gente aprende a fazer televisão, a gente transmite ao vivo, a gente tem um potencial de ser visto no mundo inteiro, a gente tem uma história, nós ganhamos prêmios nacionais, reconhecimento internacional, mas a gente não necessariamente: primeiro – conhece o nosso público-alvo, a gente não conhece. Segundo lugar: a gente não sabe quem vê, se é que veem. Segundo lugar [sic]: a gente não tem, rigorosamente, nada de novo, criativo, diferencial, mesmo que seja o *Numa Numa*, no *YouTube*, pra colocar no ar. Então, o problema, gente, por mais que a gente vai falar aqui sobre apresentação, texto na televisão, o maior problema que nós temos não é de vocês [estagiários], não é da instituição, ou seja, não é da Uerj, nem é do Laboratório. Na verdade, é um problema da própria formação do projeto. Nunca houve uma concentração maior na criação de pautas. Mas esse é um problema do *Jornal Nacional* também, gente! Por que você não assiste ao *Jornal Nacional*? Você assiste ao *Jornal Nacional* quando o Michael Jackson morre! Quando o *boeing*, sei lá, o *airbus* do Brasil cai... Agora, o rotineiro, aquele que já caiu na mesmice, você não tem o menor interesse! Você pode viver tranquilamente... Você não assiste telejornal, não faz a menor falta... Agora, o seu *e-mail* você consulta regularmente. No seu *e-mail* deve ter algum conteúdo original [inaudível] são assuntos do seu interesse. Nós não colocamos no ar coisas que sejam de interesse do nosso público-alvo.

Como é que a gente muda isso? Primeiro de tudo você tem que saber quem é o seu público-alvo, tem que conhecer. Pesquisa. Tem que ver quem são as pessoas que assistem. Tem três pessoas que veem regularmente. Quem são? Alunos de cursinho? Gente que não faz nada? Desempregado? Drogados do Rio de Janeiro que estão presos no hospital e a tortura é assistir à nossa televisão durante uma hora? [estagiários riem]. O sujeito está na delegacia, ele é preso: “se você não confessar, você vai ter que ver a *TV Uerj* durante mais duas horas!” [estagiários riem] Será que é esse o tipo de pessoa? A gente não conhece, isso que eu quero dizer. A gente não conhece. Segundo lugar: nós não temos um conteúdo específico pra esse público, a gente faz o que a gente quer. Pra gente. E mesmo assim vocês não assistem. Volta e meia eu fico perguntando “você assistiu a sua matéria?”. “Não professor, eu estava com muita pressa, não sei o que e tal, ‘botei’ lá [na *internet*] correndo, mas eu não assisti”. Ah?! Nem você assiste a você mesmo! Já imaginou descobrir que o William Bonner nunca assistiu ao *Jornal Nacional*? Que ele nunca chegou em casa e quis ver o *Jornal Nacional* que ele apresentou, pra ver como é que ele poderia modificar, e tal?

Então, uma das coisas que tem é: pesquisa de opinião pública, ou seja, pesquisa de público, ver o que as pessoas acham. Descobrir o que elas querem ver na *TV Uerj*, não o que vocês querem colocar no ar. “Ah, Brasil, eu faço uma seleção

das notícias que eu acho mais importantes pra mim mesmo. Porque eu acho importante, para o mundo deveria ser.” E a gente tem muito pouco retorno, *feedback*, ou seja, uma avaliação do público dizendo: “gente, eu tentei ver a *TV Uerj* um dia, mas não consegui ver porque a imagem é muito ruim”, “porque é muito chato. É muito chato”. O tal do *Numa Numa* muita gente acha muito chato. A minha mãe acharia aquilo muito chato. Minha mãe adora igreja, eu acho igreja insuportavelmente chato! Missa, então, ela assiste a duas por dia! Ela não acha missa chato. É a comunicação dela direto com Deus, é como se fosse um telefone. A nossa missa é o nosso telejornal, nossa programação, e a gente não necessariamente consegue ter esse grau de empatia, esse grau de interesse. O que as pessoas normalmente dizem da gente [*TV Uerj*] é que é chato, não acrescenta nada, não tem um diferencial.

**NASCIMENTO:** Só uma coisa, Brasil, isso a gente estava, inclusive na última reunião... A gente começou a “bater papo” pra gente mudar, pra deixar isso [*TV Uerj Online*] com a nossa “cara”. É porque, até um tempo atrás, tinha uma certa postura de, não tanto o *Etc!* e o *Penúltimas*, mas o *TJ*, que é o que tem todo dia, tem uma certa cultura de ser mais formal... Existia esse fantasma, que foi passado pra gente, desde quando eu entrei até hoje, e meio que a gente agregou. Vou perguntar direto pra você, mesmo: existe essa obrigação do *TJ* ser mais formal ou a gente pode, de certa forma, manter o formato, mas variar e deixar...

**BRASIL:** O que você acha? Qual a sua opinião?

**Rafael:** A minha opinião é que, poxa, a gente... Claro, tudo tem que ter um pouco de bom senso, né? Mas, não precisava, necessariamente, a gente, sei lá, estar sentado ali e dizer daquela forma... Por que não um *TJ* com a linguagem de *Etc!?*

**BRASIL:** Alguém já viu o *RJTV* recentemente, assim, nos últimos meses? Vocês notaram as mudanças que tem acontecido no *RJTV*? A Renata Capucci, agora, levanta da mesa.

**BARBOSA:** No dia primeiro de abril, eu e ele [*Nascimento*], a gente iria apresentar o *TJ* só com mentiras, que falam até que já é uma ideia antiga. Aí o Manoel [*Magalhães*], que é o ex-funcionário do Laboratório, que não está mais com a gente, ele falou que, tipo, não seria legal, porque o projeto da *TV Uerj Online* era o *TJ* e que esse tipo de coisa, sei lá... macular o *TJ*, seria ruim pro projeto da *TV Uerj Online*...

**BRASIL:** Ele está certo também...

**BARBOSA:** Aí acabou que a gente ‘botou’ isso no *Etc!*, ficou até engraçado, a gente fez uma improvisação, só que o *TJ* continua naquela mesma caretece...

**BRASIL:** Por que eles mudaram? O *RJTV* mudou muito, gente. Olha que eu sou extremamente crítico, escrevo críticas contra a *TV Globo* pela mesmice, pela falta de inovação, pela falta de ousadia, mas onde é que eles foram mexer? Eles foram mexer no jornal local. Acabei de participar do Seminário Temático lá dentro, o lugar de experimentação, hoje em dia, dos telejornais da *TV Globo*, são os locais. É no *RJTV* que eles estão tentando: “Você e o *RJTV*”, a unidade móvel, mudanças de linguagem. Eles querem abolir o *script!* Imagina o que é que é isso, não tem mais *script!* O apresentador fala o que ele está pensando, na hora, como era o rádio! Como eu estou fazendo aqui, cadê o meu *script?* Eu não estou falando, conversando, com vocês? Teoricamente eu tenho que saber do que eu estou falando, e aí eu converso com vocês. Abolir *script*, acabar com *teleprompter*, levantar, fazer com que o apresentador circule, que ele vá, inclusive, nos locais,

talvez até, ou quem sabe um dia, abolir o estúdio... Uma série de ideias. Onde é que ela [TV Globo] está experimentando? Está experimentando no local. Por que é que ela não faz isso no *Jornal Nacional*? Porque tem todo um peso institucional, é mais difícil... O que eu estou tentando dizer é o seguinte: vocês dois estão certos. Tem um lado institucional, é difícil mudar o *TJ* porque ele tem toda uma trajetória. Não quer dizer que você não possa mudar, mas existe um respaldo, existe uma resistência, é muito mais difícil. Agora, você pode, de repente, desenvolver uma linguagem num programa, ficou bom, eu vou querer usar no *TJ*. Ao mesmo tempo, gente, isso aí é uma questão de persistência, sei lá... A gente faz uma versão experimental e vê como é que fica: “Brasil, o Manoel [Magalhães, ex-técnico do Laboratório] não gostou, dá pra você olhar e ver como é que ficou? Nós gravamos, nós não ‘botamos’ no ar, mas nós podemos ‘botar’ no ar algum dia.

A questão, gente, a inovação é extremamente perigosa, essa é que é a verdade. Se você fizer um jornal como esse, cheio de mentiras, brincadeiras, de repente, pinta do reitor assistir a isso e dizer que a gente está fazendo um telejornal mentiroso.

**BARBOSA:** Ah, mas a gente iria deixar claro que era mentira.

**BRASIL:** Não, eu [sei], os ingleses fazem isso, gente, há centena de anos, mas assim, primeira página do *The Times*, no dia primeiro de abril é, tradicionalmente, um dia que eles colocam tremendas mentiras, mas mentiras que você não percebe, isso é que é o pior!

**BARBOSA:** Eu lembro uma vez, não sei se foi primeiro de abril [inaudível] um jornal que não era tão sério assim, ele ‘botou’ na capa assim, pequenininho: “O jornal que queremos ver daqui a uns anos”, daí era na capa: “Zico tomando posse da presidência”, “Ronaldo jogando no Flamengo”, isso foi ano passado ou retrasado, várias coisas assim: “Flamengo tri-campeão brasileiro em mundial”, e primeira capa, assim, se você não lesse lá pequenininho, você não saberia que era [mentira]...

**BRASIL:** O que ele está falando é o risco de uma inovação. Agora, não é muito mais cômodo você chegar lá, receber sua bolsa [auxílio] e fazer o mesmo telejornal todo dia? Aquele que ninguém vê? É ou não é? Aquele que não faz a menor diferença... Nós somos um centro de referência por existir, mas não por inovação e criatividade. Não é porque a gente inventou uma nova forma. Hoje em dia, eu estou te falando, a TV, que é a *TV Globo*, tem dificuldades enormes de mudar o *RJTV*.

Eu acho que a gente tinha que ter, eu estou tentando estimular vocês, é que essa fase da sobrevivência já devia ter acabado e a gente ainda está preso nessas questões. “Ah, mas a reputação do telejornal ou do projeto, senão acaba”, acho que isso aí, essa é que deveria ser a nossa nova etapa, na verdade. É esquecer esse passado glorioso, no sentido de que nós estamos aqui até hoje, mas a gente só vai ter futuro se a gente começar a ter mais audiência, mais público, ela ter uma razão de ser. A *TV Uerj*, ela existe, mas ela não é experimental, ela não é inovadora e ela não tem uma empatia com o seu público. Ela é auto-suficiente para os alunos. É um bom lugar pra se ganhar uma bolsa, um bom lugar pra aprender telejornalismo e é um bom lugar pra ser referência nacional e, quem sabe, internacional.

Muitos projetos, dissertação de mestrado, tese de doutorado sobre o nosso projeto. Agora, ela é inovadora? Tem linguagem? Não! Deveria ser. É um certo comodismo. As nossas pautas são totalmente defasadas do interesse do nosso público-alvo? Sim, são. Essa é que é a verdade. Nós fazemos um programa

especial pra pré-vestibulandos que querem entrar na Uerj, dando dicas dos alunos que foram aprovados aqui na Uerj, como entrar aqui na Uerj? Nós já fizemos esse programa alguma vez? Assim, um programa, toda a semana: “Dica para quem quer entrar no departamento de Jornalismo da Uerj. Vinte e tantos candidatos pra uma vaga... Mas o que eu estou tentando mostrar pra vocês é o seguinte: a ideia é a gente criar um programa que tenha um público-alvo específico. Alunos e pré-vestibulandos que queiram entrar na Uerj, não é um público-alvo bem específico pra assistir a programas nossos? Para pra pensar. O aluno que está estudando, se preparando pra entrar na Uerj, se ele sabe que aqui tem “Dica de quem passou”, literalmente isso: “Dica de quem passou”... Eu passei no vestibular da Uerj, eu vou dizer pra vocês como é que eu estudei, qual era o meu método, quais são os livros... Você não acha que, eu estou dando uma ideia ridícula, não é pra fazer não, aqui entre nós uma ideia bastante bobinha até, mas você não acha que tem um certo sentido? Na hora, você não te estalou alguma coisa: “é... pensando bem...” Não tem nada mais fácil de fisgar do que pré-vestibulando, um aluno que esteja querendo entrar pra Uerj. Por que eu não tenho um programa sexta-feira dizendo: “o que é bom você fazer no fim de semana sem gastar muito dinheiro”, você não acha que essa é uma boa ideia? Não é meio óbvio? “Qual é o melhor filme pra você ver nesse final de semana sem pagar nada?” “Sessão de graça que vai ter aí da Petrobrás”, de repente, também de graça você não pode querer muita coisa, é ou não é? Será que tem esse tipo [de programa]? O que você está querendo aí, você reverter uma situação de fazer telejornalismo pra mim mesmo, então olha o que eu coloco: “eu vou colocar a morte do Michael Jackson”. Gente, morte do Michael Jackson é pauta pro *Jornal Nacional*! “Ah, significa que eu vou ignorar a pauta?” Não... Eu vou ter que achar aqui na Uerj, tem alguém que imite o Michael Jackson aqui dentro da Uerj? Tem alguém aqui que seja fã do Michael Jackson e que seja capaz de dançar o *Moonwalk* aqui, na rampa de descida [risos]... “Desafio, hoje, na morte do Michael Jackson! Vai ter alguém fazendo *Moonwalk*... Eu vou fazer um campeonato de *skate* nas rampas da Uerj”, setor de esporte, é ou não é? Vou arranjar três skatistas e eles vão descer os dez andares, doze né? Os doze andares da rampa, de *skate*... Se ele morrer a gente diz que não tinha nada a ver com isso, eles que pediram pra fazer. Mas você não acha que são coisas como essas que fariam as pessoas, de repente, assistir a um programa de esporte? Agora, um programa de esportes que dá o resultado do Corinthians e Fluminense, aquela lavada de gols do gordão, isso aí [Brasil faz cara de reprovação]... Agora, tem que fazer, isso te dá um certo prazer em fazer? Não sei, talvez. É cômodo? É, “facinho”, vai lá e pega na *internet*, coloca... Agora, fazer, de repente, promover um jogo “Professores e Alunos”, promoção da *TV Uerj*. É a chance de você bater num professor, já imaginou? [risos]. Uma boa dividida aí você racha com ele ali, hein? “Opa, desculpa professor, desculpa”. Isso não é uma coisa interessante? De repente, promover um evento que é coberto pela *TV Uerj*. Dá trabalho isso? Dá um trabalho do cão, gente! É muito mais fácil chegar às três da tarde, pegar da *internet*, ‘botar’ duas ou três matérias, ler umas notinhas, colocar no ar e ir embora. E ter essa história da reputação: “*TV Uerj*, tem 5.000 anos, 300 não sei o quê...” Na verdade, a responsabilidade sempre é de quem está no Laboratório. Algumas coisas foram feitas em épocas como a nossa, que a gente chama de “época de crise”, nós estamos num momento de crise, vocês sabem disso, é difícil lembrar quando a gente não estava em crise! Crise, lembra? Quer dizer: perigo, significa que o Laboratório vai fechar, pode acabar, pode ser que as bolsas desapareçam, pode ser que a gente não participe do [inaudível] e perca duas bolsas de repente. O [inaudível] significa bolsas, por mais chatinho que seja

fazer. Crise é isso aí, perigo, mas também é uma oportunidade de mudança. Mudar seria, de repente, poder fazer um telejornal mais moderno, mas criativo, menos acomodado, um jornal melhor. Alguma coisa que dê um pouquinho mais de prazer de fazer... Por exemplo, por que é que esse projeto existe? Por isso é que eu estou sempre tentando pensar em outras coisas. É porque se eu não tiver um bom motivo pra acordar de manhã, ou seja, inventar a roda todo dia de manhã, eu não tenho nenhuma [vontade] de acordar, eu acho muito chato! Só pra ficar fazendo a mesma coisa, sobrevivendo?

Isso foi o tema daquilo que a gente tem a pensar. Eu iria abordar mais uma série de coisas críticas: ver TV na *internet* é muito chato, ninguém fica mais de um minuto nos *sites*, TV na *internet* parece rádio, efeito *Tostines*: pouca audiência pela falta de conteúdo ou falta de conteúdo porque temos pouca audiência? Qual é o nosso problema? O que você pode é o seguinte, é ficar insatisfeito com a situação que está, que é o que acontece comigo. Eu fico numa posição meio... Eu sou a pior pessoa... Na minha produtora, quando eu chegava e falava: “eu tive uma boa ideia”, eles entravam em pânico: “Brasil, você não quer viajar um pouco? Volta daqui a seis meses...”, porque, na verdade, se eu tive uma boa ideia [inaudível] é porque eu fico incomodado quando as coisas estão acomodadas. Nós estamos numa fase, acho que, não é só de crise, virou uma repetição das mesmas coisas. É hora de realmente pensar, ‘botar’ de cabeça pra baixo, talvez, fazer um jornal CQC [programa *Custe o Que Custar*, da *TV Bandeirantes*], um jornal de humor, uma coisa mais engraçada. O que está [acontecendo] é que realmente está com problema. A gente está vivendo no passado. Está vivendo o que já fez, acomodação de conteúdo. Então é pouca audiência pela falta de conteúdo, eu acho que o grande problema nosso é falta de conteúdo, não é falta de equipamento. O que você vai fazer pra convencer o Ricardo Freitas, a direção, a comprar dez novas câmeras pra gente... “Não vou convencer, não vou perder meu tempo, não vão comprar mesmo!” Não é por aí! A gente pode até conseguir uma câmera, talvez duas, mas o que é que a gente vai fazer com elas? Vai fazer a mesma coisa, vai fazer exposição de fotografia do pessoal da Unati? Vai cobrir a hemoglobina da “hemobulina” do não sei o quê do [inaudível]... Será que a gente não vai criar alguma coisa que seja realmente interessante para as pessoas? Cobertura de incêndio não é um sucesso, gente? A gente justifica a nossa existência quando a gente vai lá e cobre incêndio, as nossas imagens são transmitidas na *TV Bandeirantes*. A gente está numa invasão, quando tem, nós estamos lá. Nós não tomamos partido, nós não fizemos a invasão, mas nós cobrimos a invasão, nós estávamos lá, é uma coisa que aconteceu na Uerj! Tem um forró “não sei das quantas”, será que a gente não vai lá dançar com eles? O repórter vai lá mostrar como é que se aprende a fazer uma festa junina e participar dela.

Como modificar esse cenário? Pouca visibilidade, audiência pequena, muita competição, muito *site* melhor do que o nosso, inclusive o *Orkut* e o *Facebook*. Falta de conteúdo original. Dicas pra justificar e melhorar as transmissões ao vivo. Planejar a transmissão, texto de apoio, matérias pré-produzidas, convidar pessoas... Quem? Artistas, professores, alunos realizadores também, convidar pessoas pra participar do nosso telejornal, inclusive. Por que não pode ter uma pessoa sentada na bancada? Por que no dia é Michael Jackson e, de repente, vai falar sobre cultura *pop*... Por que é que o telejornal só tem que ser notinha? Quem disse que o telejornal não pode ter alguma coisa de *Etc!*, quem disse? “Ah, mas não é jornalismo...” Mentira!

Agora, o que impede de um telejornal, num dia especial, na sexta-feira, ser um telejornal da *night*, da balada, com as melhores dicas “que eu sei que são boas porque eu vou estar lá, se você quiser encontrar comigo, eu vou estar na Lapa no dia tal, hoje à noite, porque eu vou estar no *Circo Voador* assistindo a banda *Salve-se quem puder*”. Bom nome pra uma banda, né? *Salve-se quem puder...* Bandas de música, quantas bandas vocês trouxeram nos últimos meses pra se apresentar? Gente, uma das melhores coisas do mundo é banda *Salve-se quem puder*, ou seja, ela toca em qualquer lugar! Eu tive banda, se você me chamasse pra fazer uma festa de aniversário eu tocava de graça, só pra ter alguém ouvindo! Aqui na Uerj tem um monte de banda, a gente conhece um monte de banda. Quantas bandas a gente trouxe aqui pra fazer um acústico? Quantas vezes a gente fez isso? Não é só no telejornal que tem problema não, gente, é que a gente não tem uma programação também. Programação dá trabalho, agora, “vou trazer um cantor, vou trazer um ator, vou trazer uma peça infantil, um trequinho, dez minutos, três minutos pra fazer um trequinho de uma peça de teatro”. A gente convida as pessoas pra vir aqui, ou a gente fica só dando essas notícias: “morreu Michael Jackson!”, será que é isso?

Divulgar as transmissões para os principais interessados. A gente tem um *mailing list*? A gente tem um *e-mail* de todas as pessoas que são potencialmente telespectadores nossos? Calouro é o maior potencial que nós temos. Nós temos como obrigar um calouro nosso a assistir à nossa programação? Deveríamos, né? Senão a gente dá cascudos neles. A ideia de, o que eu quero dizer com isso é: calouro não é um bom público pra gente? Da universidade, não é só da FCS. Calouro topa qualquer negócio, ele tá naquela fase de entusiasmo, então, porque não ter um programa de calouros? “Você na Uerj!”, poderia ser melhor, né, poderia ser uma coisa mais criativa do que isso, é meio ridículo, né? Mas, não é? Um programa especialmente pra você calouro. Programa de utilidade para o calouro. Onde fica o banheiro mais limpo da Uerj? Ou o menos sujo? Escolhe... Onde tem o melhor cachorro-quente da Uerj? Ou o mais barato? Será que tem um programa, não é? Com uma coisa específica. “Ah, mas, eu quero o mundo, quero ser visto lá em Tel Aviv”, talvez a menina assista você, não sei...

Criar programas específicos para os alunos. Por que não um programa de engenharia? Por que é que a gente nunca pensou em chamar o pessoal de Engenharia, que tem dinheiro, pessoal do Direito. Você sabia que a melhor faculdade de Direito do Brasil é a Uerj? Nós já fizemos um especial sobre Direito? Assim, um especial, uma semana inteira dedicada... Eles têm dinheiro! Eles têm poder. Eles viriam se a gente chamasse? Vocês acham que eles viriam? Claro, né, gente! É ou não é? Esse ainda é o magnetismo dessa palavra televisão. Você fala que vai dar uma entrevista, que tem uma câmera, a pessoa se transforma, mesmo que seja pra *TV Uerj* que, de repente, não é a mesma coisa que a *TV Globo*, mas ao mesmo tempo o potencial é muito grande. Se você tem um programa específico para determinadas áreas, ou pode ter, não precisa ser sempre, não, mas essa semana nós estamos dedicados a saber: por que é que o Direito é tão bom? Porque é que o Direito vive, né, com uma certa... São pessoas que têm, assim, um respeito mais do que nacional, internacional, é uma referência o curso de Direito. Vamos investigar por que, vamos chamá-los aqui, vamos falar, tal... Ou seja, aluno da Uerj só é [telespectador] em potencial se você tiver alguma coisa pra ele. Você acha que o pessoal do Direito vai vir nessa semana especial do Direito? Vocês acham que os alunos do Direito iriam assistir? Tem uma grande chance! Não necessariamente o pessoal da Engenharia, o pessoal da Engenharia a gente vai deixar pra próxima

semana. Quantas vezes nós fomos, de repente, mostrar um projeto da *Ilha Grande* da Uerj? Quantas vezes vocês foram lá na *Ilha Grande*? Você sabe o que é *Ilha Grande*? Você foi, né [Brasil aponta para um estagiário]? Gente, não é um barato aquilo? Não é legal? Não é uma boa justificativa a gente, regularmente, de seis em seis meses, ir lá e ver como é que está aquele projeto? Não é uma boa desculpa? Você vai num carro da Uerj, de repente, com lancha da Uerj, sei lá o que, o pessoal, tal... Você tem despesas pra ir conhecer um dos melhores projetos da Uerj, eu acho uma das coisas mais interessantes que tem na Uerj, é o projeto *Ilha Grande*. Não é um bom tema, assim, de seis em seis meses fazer: *Uerj Ecologia*... Não é um bom tema [para] falar? Não é regularmente fazer novos programinhas não, mas são temas de interesse que você faz durante uma semana, durante dois dias, que você cria uma empatia com quem gosta de ecologia aqui da Uerj. Agora, como é que eu vou acessar? Através de *e-mail*? Eu vou distribuir folhetos? Gente, só pra lembrar, o MIT [*Massachusetts Institute of Technology*], um dos centros de maior tecnologia do mundo, eles fizeram um concurso interno, eles têm acesso a todas as estratégias, *cybernets*, "*galactnets*", "*satelitenets*", eles têm dinheiro pra ter toda forma de comunicação. Eles fizeram uma pesquisa pra saber qual era a melhor forma de comunicação, entre os alunos, de notícias, de coisas assim: "Vai ter uma choppada, no final da semana". A melhor forma de comunicação, eles descobriram: é o mural, preso na parede, aquele era o mais seguro, mais eficiente, é você colocar "Não perca, nessa semana na *TV Uerj*, o especial *Ilha Grande*. *E-mail* funciona, colocar comunidade no *Orkut*, *blog*, essas coisas todas funcionam e são realmente muito boas, mas você tem que ter alguma coisa pra oferecer! Estamos oferecendo o quê? Essa semana vai ser, vai ter um grande encontro da Comunicação, vai ter uma festa da Comunicação e coberto pela TV, pela primeira vez vão ter câmeras da *TV Uerj* cobrindo a festa da Comunicação, até uma certa hora, depois de uma certa hora as câmeras serão desligadas pra que não sejam revelados os segredos dos alunos da Comunicação. Mas eu estou dizendo o seguinte: não é um bom tema saber que a festa da Comunicação vai ser um evento da *TV Uerj*? Com promoção da *TV Uerj*?

Grande questão: atualização da página, quem é responsável pelo mais importante? E o *blog*? *Blog* é fundamental hoje em dia pra você fazer contato, principalmente quando você tem dificuldade de manter a programação por algum motivo técnico, por exemplo. O *blog* não é motivo. O *blog* da *TV Uerj* deveria ser uma forma de conversa com as pessoas [inaudível]. Atualização da página tem que ter uma... não é só atualização, é atualização como uma avaliação...

Programa sobre Assessoria e Relações Públicas. Por que não um programa específico sobre RP? Nós nunca tivemos um programa sobre RP. Temos convidados de RP, nós temos participantes do projeto de RP, nunca tivemos um programa sobre "o que é Assessoria de Imprensa?". Nunca, nunca tivemos.

Dicas de eventos, programas para o final de semana, programas de graça, o que é que tem de graça pra fazer, que eu acabei de falar, falar de *internet*, de televisão, de cinema, falar sobre livros, eu sei que nem todo mundo gosta, são bom temas para o programa, curiosidades do Rio de Janeiro, coisas que acontecem, que a gente fica sabendo, no Rio de Janeiro, programas sobre tecnologia, dicas sobre *internet*, que é o que a gente faz muito pouco: "eu descobri esse *site* que é fantástico! Nesse *site* tem, de repente, os melhores vídeos, sobre, sei lá, como consertar o seu automóvel. Produzir comerciais institucionais e promocionais. A gente faz comerciais para os nossos intervalos comerciais? "Mas nós não temos intervalo, Brasil!", mas deviam ter! Um comercialzinho dizendo "qual é a melhor técnica de vídeo, como é..."

**BARBOSA:** Mas falam que comercial, comercial mesmo, tem problema...

**BRASIL:** Tem problema... Eu estou falando de promocionais... Promovendo o *Etc!*. Nós temos comerciais promovendo o *Etc!?* No meio do telejornal entra o quê? Um comercial: “não perca essa semana o *Etc!*”. Comercial dentro da programação da nossa própria programação, ou então, de um evento da Uerj. Vai ter, de repente, a banda *Não sei quem vai vir tocar*, ou o *Hamlet*. Dá pra você fazer um institucionalzinho disso.

Uma das coisas que a gente falta fazer um dia, eu ainda vou obrigar um bolsista nosso a fazer isso, até hoje eu não tive coragem de fazer isso, é aquilo que eu tentei falar no início, é a gente pesquisar e conhecer um pouquinho nossa história. Se chegarem pra você agora e perguntarem: “quantos vídeos nós produzimos até hoje?” Pergunta muito básica, não é? Quantos estagiários passaram pelo nosso projeto? Fala rápido, rápido, rápido, três segundos... Quantos? Não sabem. Sentiu? Quantas dissertações de mestrado foram feitas pelo nosso projeto? Quantos visitantes já estiveram aqui? Quantos professores, alunos, vieram? Nunca nos preocupamos com a nossa própria história, em pesquisar nossa história. A gente pesquisa os outros, né? A gente tem dificuldade em pesquisar a nossa própria história, mas um dia a gente ainda vai fazer.

Divulgar que somos uma TV universitária diferente quando nós não somos, fica difícil, né? Que a programação é feita por alunos e transmitida ao vivo. Essa aqui seria a independência que vocês têm. Nenhuma televisão universitária que eu conheço aqui no Brasil tem, só pra vocês terem uma ideia. Nenhuma, nenhuma. É sempre institucional, é feita pela Comuns, é o CTE, pensa no CTE. Total dependência da reitoria, da direção, pra conteúdo, tudo... Vocês têm uma independência enorme. Se utilizam, é outra história. A ideia de reinventar a televisão seria uma ideia então, mas não é o caso ainda. Realizar um grande evento, seminários de televisões na *internet*, nós já fizemos, quem sabe poderíamos fazer isso outra vez. Fazer seminário é uma coisa que dá dinheiro, a Uerj gosta de fazer. Chamar professores, fazer um evento dois dias ou um dia pra discutir isso, abrir a discussão, chamar o pessoal da [inaudível], chamar o pessoal de Presidente Prudente, fazer um evento pra discutir os nossos caminhos. Nós já fizemos um internacional e outro nacional aqui, com Marcelo Taz, com um monte de gente importante.

Discutir o telejornalismo na *internet* ou jornalismo em TVs na *internet*, que são duas coisas diferentes pra gente pensar. Participar do concurso de vídeo da *CNN*, eu acho que devia ser uma obrigação nossa todo ano, com um ano de antecedência preparar um vídeo pro concurso da *CNN*, porque, imagina se a gente ganha... Foi a história da Intercom, nós fomos quase que obrigados a entrar, fomos convocados a entrar. Salvou o nosso projeto. Imagina se a gente ganha o concurso da *CNN* um dia, quem sabe. Ou pelo menos se nós formos classificados entre os dez melhores, já daria uma repercussão no seu projeto.

Ensinar coisas também através da *TV Uerj*. Porque que eu não chamo um professor e ele vai dar aula na *TV Uerj*, ele vai falar sobre... jornalismo *online*. Não é uma boa utilidade pra uma televisão? Não é divertido, não é tão emocionante, mas não é uma boa utilidade? Um professor está aqui, um visitante, ele vem aqui e dá uma aula dele com alguma coisa: “Como escrever texto para um jornal”.

Nós somos a TV da Uerj, é o que a gente gostaria de pensar e é o que a gente não consegue fazer. A TV da Uerj e não “a televisão dos alunos da

Faculdade de Comunicação da Uerj”. É que fosse o veículo verdadeiro de comunicação. Aquele que os alunos têm uma fala. Lembra o nosso projeto do *YouTube*, que a gente nunca conseguiu levar a diante, teve uma repercussão enorme, pessoal do *Observatório [da Imprensa]*, saímos no jornal sobre isso. Nós nunca conseguimos levantar o quê: nós somos o repositório natural dos vídeos produzidos na Uerj. Qualquer pessoa que vá fazer uma viagem, o sujeito vai para os Estados Unidos, ele produziu um vídeo, ele não poderia ‘botar’ no nosso *site*, isso? Gente: o que é que isso facilitaria na nossa produção, é o tal do jornalismo participativo. Nós temos uma capacidade limitada de produzir, não temos? Poucos câmeras, poucos bolsistas, poucos alunos, que seja, agora, você já imaginou se todo mundo ligasse *i gente* e dissesse: “olha, eu produzi este vídeo fantástico do *Hamlet*, da fila do *Hamlet*, eu tenho um vídeo, vocês querem?”. Não seria um bom material pra gente colocar no ar, dentro do *YouTube*? O que é que é o *YouTube*? É aquele que nunca produziu uma vinheta! Como é que ele sobrevive? Com a participação de um público específico: aqueles que assistem ao *YouTube*, que gostam de vídeo. Você já imaginou quantos curtas, quantos vídeos são produzidos por alunos, professores, pesquisadores, o “cara” está pesquisando, de repente, sei lá, “a formiga de quatro patas, é um vídeo que ele está fazendo sobre isso há dez anos, nunca veiculou aquilo, nunca divulgou”, de repente ele saber que pode colocar isso no nosso *YouTube*, no *YouTube* da Uerj, que é a *TV Uerj*... Então assim, choppada da Engenharia, tem um vídeo, nós temos um vídeo da choppada da Engenharia, feito por quem? Por nós? Não! Feito pelo pessoal da Engenharia. Por que é que ele tem que ‘botar’ no *YouTube*, não pode ‘botar’ no nosso *site*? E vai ser veiculado pelo *YouTube*. Perguntas e respostas? Está todo mundo incomodado? Eu estou. Não? A ideia é incomodar.

APÊNDICE D  
ENTREVISTAS COM  
COLABORADORES DO TELEJOVEM

## **Entrevista com Josué Pantaleão da Silva, idealizador do cenário**

*Local: Laboratório de TV da Facopp. Data: 28/09/2009.*

**Equipe TeleJovem** – Quais elementos foram utilizados para criar o cenário do *webjornal*? E qual o significado deles?

**Josué Pantaleão da Silva** - O desenvolvimento do cenário tem por sua vez proporcionar uma leitura visual e dinâmica. Partindo da idéia dos círculos, a geometria pode fazer o papel de movimento em 3D, pois a colocação dos círculos que por sua vez, sendo dois círculos de base reta e uma meia bola (cortada ao meio). Tem o papel de movimento contínuo.

**TELEJOVEM** – Por que foram utilizadas as cores laranja e branco?

**SILVA** - A cor laranja do fundo proporciona uma energia contínua e o contraste dos círculos branco, dando a leveza necessária para uma harmonia contextual, criando um clima jovem e dinâmico.

## Entrevista com Vanessa Vilche, videografa

Via e-mail. Data: 03/10/2009.

### Equipe TeleJovem – Como foram desenvolvidas as logos e vinhetas para o Telejovem?

*Vanessa Vilche* – Cada logo e vinheta foram feitas de acordo com o nome e estilo de cada quadro.

### TELEJOVEM – Quais foram as cores e as imagens utilizadas para compor as logos e as vinhetas dos quadros do TeleJovem? Qual o significado dos elementos utilizados na composição de cada vinheta?

**VILCHE** – *Câmera Esportiva*: Na logo do *Câmera Esportiva* usei uma câmara para remeter ao nome do quadro. E por ser um quadro esportivo todos os elementos da vinhetas foram para remeter esporte. A cor usada foi verde por ser uma cor estimulante, que remete à esperança, sendo muito utilizada em matérias esportivos. *Pega Essa*: Por ser um quadro para jovens e falar de dicas de livros e filmes, no logotipo foi usado uma fonte mais tribal, artística na qual os jovens se identificam. Na vinheta foram usados elementos que simbolizem o conteúdo do programa, filmes, livros, musica, etc. A cor vermelha foi usada por chamar mais a atenção, estimular e motivar. No logotipo do *SOS Galera* foi usado um estilo militar, exército para simbolizar ajuda. Novamente com uma fonte mais tribal, artística na qual os jovens se identificam. Na vinheta foi usado um vídeo de cidade, para remeter que o objetivo do programa é resolver problemas de bairro, cidade. As cores verde e marrom foram usadas para ter uma identidade visual com as cores da logo. Na logo do *Troca de Ideias* foi usado um microfone pelo fato do programa disponibilizar para os telespectadores a oportunidade de se expressarem. Os elementos da vinheta foram uma base tecnológica, futurista com as escritas dos tópicos que o programa expressa. A cor azul, possui grande poder de atração e representa tecnologia.

### TELEJOVEM – Como foi feita a vinheta e logo do TeleJovem e por que o laranja foi escolhido como a cor predominante para o webjornal?

**VILCHE** – No logotipo e na vinhetas foram usados elementos que representassem tecnologia, *internet*, e que tenha uma identidade visual jovem. A cor laranja foi usada por também chamar a atenção, estimulando os jovens a interagir com o programa.

### TELEJOVEM – Qual o programa utilizado para criar as vinhetas, tarjas e a logo?

**Vilche** – Eu usei o *Photoshop* para criar as logos e os elementos gráficos das vinhetas, assim como as tarjas. E o *Combustion* para animar os elementos de cada vinheta e animar as tarjas.

### TELEJOVEM – Em que acrescenta o uso de tarjas em movimento?

**VILCHE** – Tarjas em movimento remetem uma forma mais dinâmica de apresentar os dados dos entrevistados, apresentador, etc.

**TELEJOVEM** – Como você pode definir o videografismo elaborado para o **Telejovem**?

**VILCHE** – Todo o videografismo foi elaborado na concepção de tecnologia e juventude.

## Entrevista com Rodrigo Cavalcante Pinheiro, coordenador das trilhas das Vinhetas

Via e-mail. Data: 06/10/2009.

**Equipe TeleJovem** – Como foram desenvolvidas as trilhas sonoras para o **TeleJovem**?

*Rodrigo Cavalcante Pinheiro* – Através dos estudos de harmonia e associação de notas.

**TELEJOVEM** – Quais foram os sons ou instrumentos utilizados por eles para compor as trilhas?

**PINHEIRO** – *Samples* (bancos de áudio gratuito), VST, VSTI, Vozes, Efeitos, processamentos (*distorção, delay, echo, reverb, flanger, fade, loop, corte, colagem, masterização, normalize, time stretch*).

**TELEJOVEM** – Qual o programa utilizado desde a produção a finalização das trilhas?

**PINHEIRO** – Diversos, cada aluno adotou um critério, o *software* é "pessoal".

**TELEJOVEM** – O trabalho foi realizado pelos alunos dentro da sala de aula ou em encontros fora do horário de aula?

**PINHEIRO** – Atividade proposta como trabalho extra-classe, desenvolvido fora da sala de aula, entrega e apresentação efetuada dentro da sala de aula.

**TELEJOVEM** – Além do projeto editorial apresentado pelos alunos de jornalismo no que os alunos se basearam para desenvolver as trilhas?

**PINHEIRO** – Nos conceitos básico em estudos de harmonia e psicoacústica.

**TELEJOVEM** – Existiu alguma dificuldade por parte dos alunos em executar esse trabalho? Qual?

**PINHEIRO** – Não.

**TELEJOVEM** – Como foi realizar um trabalho em conjunto com outro curso? No que acrescentou para os alunos do curso produção fonográfica?

**PINHEIRO** – A oportunidade de realizar uma atividade prática onde seu material final é veiculado.

## Entrevista com alunos do segundo termo de Produção Fonográfica

Via e-mail. Data: 06/10/2009.

**Equipe TeleJovem:** Como desenvolveram as trilhas para as vinhetas?

**Cláudia Jacqueline Sawada, Rafael Andrade Torres e Tanandra Rodrigues Oliveira Dias Pereira:** Para criar as vinhetas, foram usados os programas: *Sony Sound Forge* e *Sony Vegas 8.0*. Os recursos utilizados foram os de: corte, colagem, fade e gravação de voz. As vinhetas foram criadas a partir de algumas músicas, recortando trechos e colando-os dentro dos programas já citados, exceto a vinheta de abertura onde foram colocadas algumas faixas de percussão e alguns ruídos obtidos por síntese musical. As músicas utilizadas são: *Misery Business* e *Never Let This Go (Paramore)*; *Voice In The Wilderness* e *Can't Get Past The Evidence (4 Him)*; *Derrama Teu Amor Aqui (Celina Borges)*.

**Carlos Augusto de Oliveira Rocha, Maiara Gelamo Sakurai e Rodrigo Pedro Gomes:** Foi criado um “banco de áudio” a partir de sites que disponibilizam o conteúdo gratuitamente. A busca foi baseada na qualidade do arquivo, na relação com que o mesmo teria com o tema do trabalho (seja no critério “timbre”, “estilo” ou “ritmo”). Com base nisso, houve a “mixagem” dos áudios considerados apropriados para a finalidade do trabalho.

Foram usadas amostras de instrumentos acústicos e elétricos, além de sons sintetizados. Para a edição, foram usados softwares de edição (*Sony Vegas 8.0* e *Sony Sound Forge 9.0*).

**Diego Marlon Teixeira Gasparoto, Gregório Luís Dalle Vedove Nosaki, Kelly Maques e Michelle Cuba:** As vinhetas foram desenvolvidas pensando no objetivo de cada tema, relacionando os elementos musicais com cada um deles, como, por exemplo, o ritmo, a tonalidade das músicas, o andamento... As músicas foram compostas direto no teclado, gravadas e editadas logo em seguida. O único instrumento utilizado para compor as músicas foi o teclado sintetizador (Yamaha PSR-550). As músicas foram editadas programa *Vegas 8.0*.

**David de Oliveira dos Santos, Giovanny George Giordano, Pedro Henrique Oliveira Tarifa e Renato Batista:** As vinhetas foram desenvolvidas através dos softwares *Sound Forge* e *Nuendo*. A nossa idéia foi relacionar as vinhetas ao título pedido, também pesquisamos em vinhetas existentes o melhor conceito para se criar a nossa. Escutamos diversas músicas para tentarmos obter a melhor noção possível, mais foi em pesquisas pela Internet que encontramos alguns modelos de vinhetas. Fizemos toda transformação necessária para se alcançar o resultado obtido. Foram usados os princípios básicos de edição (corte, colagem, volume, *fade in*, *fade out*, *reverse*, *limiter*, etc...), controlador *MIDI*, efeitos sonoros, *vst* e *sampler* (tais como bateria, *strings* e *sintetizadores*).

**Caio Gharib, Élon Lopes Cordeiro Junior, Felipe Fernandes de Barros e Kleber de Oliveira Machado:** Foram desenvolvidas através de um teclado ligado em um computador, e utilizadas alguns sons de style do teclado, efeitos que foram editados em um *software* profissional e específico relacionado à editoração de sons.

Foram utilizados diversos sons, como bateria, baixo, guitarra, alguns efeitos como gritos de torcida, carros de F1, *swimmer*, dentre outros.

**Transcrição da entrevista com Marcos Pereira, engenheiro eletrônico que possibilitou que o *I Encontro de Tecnologia Educacional do Oeste Paulista* fosse transmitido ao vivo no dia 7 de outubro de 2009**

*Local: campus I da Unoeste. Data: 06/10/2009.*

**Matheus Teixeira:** Você é engenheiro eletrônico e empresário. Qual formação mais você tem?

*Marcos Pereira:* Eu sou engenheiro eletrônico, pós-graduado em *Marketing* e Comércio Exterior e com *MBA* em *Marketing* e Negociações Internacionais. Trabalhei na IDS por dois anos, na IBM por dois anos e meio e desde 1992 eu atendo a Telefônica, como Telesp e depois que privatizou, também, como Telefônica.

**TEIXEIRA:** Em relação às transmissões ao vivo pela *internet*, há quanto tempo você já trabalha com isso?

**PEREIRA:** A transmissão começou com um projeto em 1999/2000 pra Telesp e a ideia era transmitir apresentações e eventos promovidos pelo diretor-geral. Então, começou pequeno, foi crescendo e não só mais o diretor-geral, mas também outros gerentes pediam serviços internos. Era um serviço interno da empresa, não era oferecido pra cliente externo, mas que facilitava muito a comunicação gerencial e diminuía custo, de repente, de locação, de espaço, deslocamento de pessoal pra participar de um evento. Então, o diretor fazia um evento na empresa, às vezes, até um plano de divulgação, um plano de *marketing*, porque o nosso diretor-geral, Manoel Amorim, também era formado em *marketing*, tinha toda uma vivência de divulgação da empresa também. Então ele fazia campanhas promocionais, incentivando novas ideias, motivando os funcionários. Ele queria que, não só os gerentes, mas que os funcionários acompanhassem todo o processo. E aí ele usou essa transmissão ao vivo na *intranet* da empresa pra divulgar *pra* todo mundo, tanto a nível de São Paulo, como na Espanha. Então, os executivos na Espanha, o pessoal da Espanha, acompanhava tudo que *tava* acontecendo no evento, aqui no Brasil, pela *internet*, como se fosse uma TV normal, só que usando um meio que é a *internet*, um meio diferente.

**TEIXEIRA:** Você teve experiências nos anos posteriores?

**PEREIRA:** Sim, continuei com esse trabalho com a Telefônica e assim, eles [os funcionários] não viviam mais sem esse trabalho. Eu tive na IBM, na IDS, prestando também esse serviço [de transmissão ao vivo pela *internet*] pra Telefônica pela IDS e pela IBM.

**TEIXEIRA:** E para o público, não só interno de uma empresa, organização, para o telespectador ter acesso a algum programa transmitido ao vivo pela *internet*, você já teve alguma experiência?

**PEREIRA:** Eu já tive, assim, clientes eventuais, clientes pontuais, como é o caso desse evento que a gente está transmitindo aqui *pro* Celso [Tatizana, empresário criador do *site Visual Class*, em que o *I Encontro de Tecnologia Educacional do Oeste Paulista* foi transmitido ao vivo.]. Já transmiti também pra Faculdade Torricelli, em Guarulhos... Então, a gente monta toda a infraestrutura, transmite e a própria instituição faz a divulgação que, quem não puder está indo no evento pode está acompanhando pela *internet*. A transmissão acontece ao vivo e, depois que ela é transmitida, o arquivo gravado dela pode ser disponibilizado no servidor, ou na central, como um provedor. Como alguém coloca um *site* no ar, ele

pode também colocar um vídeo que foi transmitido ao vivo, gravado no ar. O exemplo disso é o *YouTube*. A gente pode colocar isso [o evento] no provedor e as pessoas assistem e tomam conhecimento do que já aconteceu.

**TEIXEIRA:** E isso é feito simultaneamente? Ao mesmo tempo em que ocorre ao vivo ele vai gravando para depois disponibilizar?

**PEREIRA:** Isso. Eu vou gravando não em fita, eu já gravo isso no formato *pra* publicação. O que acontece: depois que finaliza, esse vídeo pode ou não ser editado. Se for um evento que é interessante colocar na íntegra, simplesmente ele é copiado e disponibilizado no servidor.

**TEIXEIRA:** Quanto a esse evento, o *I Encontro de Tecnologia Educacional do Oeste Paulista*, o servidor vai ficar disponível para quantas pessoas assistirem? Porque tem aquele limite para não cair o servidor... Tem essa quantidade definida?

**PEREIRA:** Toda a quantidade de pessoas vai depender da banda [de rede] que a Faculdade tem disponível. Eu procurei fazer esse projeto de uma forma que as pessoas que, tanto tivessem acesso por linha discada conseguissem ver numa qualidade razoável, e quem tivesse banda larga também conseguisse ver. Agora, a quantidade de pessoas vai depender se a Faculdade vai disponibilizar, *pra* isso, um mega, dois megas, três megas... Aí vai ficar, a critério, realmente, da banda larga que a escola tem disponível [Apesar de ter sido realizado no Teatro César Cava, no *campus I* da Unoeste, o *I Encontro de Tecnologia Educacional do Oeste Paulista* foi transmitido ao vivo pelo *site Visual Class*].

**TEIXEIRA:** Agora a questão da transmissão. Como fazer a transmissão? Quais recursos são necessários? Recursos físicos e também de *software*.

**PEREIRA:** Hoje, com várias tecnologias no mercado *pra* fazer a transmissão, a gente procura sempre usar uma tecnologia da *Microsoft*. Por quê? Um aluno que usa *Windows* em casa, ele não vai ter que ter trabalho de instalar *plugin*, ele não vai ter trabalho *pra* que aquilo funcione na máquina dele. A gente tem até possibilidade de usar *software* livre, mas isso pode trazer um transtorno para aquele usuário que tem *Windows*, que quer só assistir, sem ter trabalho. Então, as ferramentas que a gente procura está usando é da *Microsoft*. A estrutura *pra* você transmitir: no local do evento você tem que ter uma máquina, onde é ligada uma câmera. E o áudio de tudo que vai *pra* transmissão, ele vem da mesa [de controle]. Você pode pegar o som ambiente? Você até pode pegar o som de tudo que está acontecendo ali, colocando um microfone e captando isso nessa máquina. Mas não fica claro quando um palestrante está falando uma coisa mais detalhada, quando, de repente, tem aquele ruído de fundo. Isso pode prejudicar bastante a qualidade do áudio. Então, a gente sempre procura puxar o áudio da mesa, equalizar isso, sincronizado com a imagem e esse vídeo, junto com esse áudio sincronizado, é mandado *pra* um servidor. E esse servidor que distribui o vídeo *pra* todos os clientes, todos os telespectadores virtuais, que vão está assistindo àquele evento ao vivo. É assim que funciona.

**TEIXEIRA:** E até chegar ao servidor tem um *delay* [atraso]? Provavelmente tenha... E é pequeno, você tem a noção do tempo que demora para o telespectador ver o vídeo, de fato?

**PEREIRA:** Sim. *Existem* duas tecnologias que estão sendo bastante usadas. Todo mundo conhece o *YouTube*. O *YouTube*, ele trabalha assim: são vídeos gravados, não é uma transmissão ao vivo. Não se faz transmissão ao vivo com a tecnologia do *YouTube*. Quando você coloca um vídeo *pra* tocar, você pode

ver que tem duas barrinhas na parte inferior dele, uma vermelha escura e uma vermelha clara, que vai indo um pouco mais à frente. Se você pausar o vídeo, você percebe que a barrinha *vermelho claro*, ela vai até o final. O que acontece: o vídeo, ele está descendo, ele está baixando *pra* máquina e quando você dá *play* ele vai executar, sem parada nenhuma, independente da sua banda. Por quê? O vídeo, ele está todo na sua máquina. Quando você fecha a seção, ele [YouTube] deleta aquele vídeo temporário da sua máquina, que isso não te ocupa espaço. É só um recurso que o YouTube usou, numa tecnologia que é *Flash*, *pra* possibilitar que você veja o vídeo sem atraso nenhum. Agora, o vídeo ao vivo, ele é um pouco diferente. Porque eu não tenho como baixar um evento ao vivo todo *pra* máquina *pra* depois ele *tocar*. Então, quem está vendo o evento vê com um atraso de dez a 15 segundos, *pra* não dar aquelas travadinhas por causa da banda larga, por causa do *link*, do seu provedor, de quem está fornecendo a banda larga que você tem disponível na sua região. Porque, às vezes, você até tem um *link* grande, dois megas, mas na sua região está saturado e acaba acontecendo de um *download* ficar lento, você ver um vídeo meio travando. Então, ele [o servidor] procura contornar isso dando o que a gente chama de buferização. Ele dá um atraso de dez a quinze segundos *pra* resolver esse problema.

**TEIXEIRA:** E a tecnologia para transmitir ao vivo também é o *streaming*?

**PEREIRA:** Pra transmitir o ao vivo é o *streaming* também. Essa tecnologia é usada, porque essa palavra [*streaming*], ela é usada tanto *pra* ao vivo como em demanda, que seria o vídeo gravado lá, que vai ficar disponível determinado tempo.

**TEIXEIRA:** E o *I Encontro de Tecnologia Educacional do Oeste Paulista* vai ser realizado das 9h às 22h. Durante todo esse período, essas 13 horas, vai haver transmissão?

**PEREIRA:** Nós vamos iniciar a transmissão às 9h até a hora do almoço. O período todo da manhã vai ser transmitido e à tarde nós vamos transmitir até por volta das 19h, 20h, que seria a premiação do Concurso de *Visual Class*. Até porque eu tenho que voltar pra São Paulo e o ônibus sai às 22h. Não vou conseguir transmitir até o último momento. Mas a gente fechou de transmitir o máximo possível. Então, a parte da manhã toda garantida e a parte da tarde o máximo possível.

**TEIXEIRA:** E a questão de transmitir por mais de uma, duas, três horas... Isso interfere se fosse transmitir somente dez minutos? O servidor fica mais pesado? Ou não, tendo a estrutura você transmite por quanto tempo for necessário?

**PEREIRA:** Quanto tempo for necessário. A diferença de uma transmissão contínua por dez horas ou por dez minutos é que a máquina que está transmitindo, ela vai está gravando. Se você tiver HD disponível, o suficiente pra gravar dez horas, você pode gravar dez horas e transmitir dez horas. Se você quiser deixar transmitindo sem gravar, você pode deixar transmitindo indefinidamente.

**TEIXEIRA:** E para você, que tem experiência em transmissão de eventos via *web*, ao vivo, qual é a vantagem de ter essa transmissão? Seja em comparação à TV convencional ou mesmo para o internauta, o benefício que ele tem?

**PEREIRA:** Bom, aí é até bastante abrangente porque você tem vários benefícios. Você pode justificar custo de deslocamento de pessoal, pessoas que, de repente, estão impossibilitadas de estar naquele lugar pra assistir. Até foi citado um exemplo do pessoal da Fundec [Fundação de Desenvolvimento Cultural], de

pessoas que estavam doentes e queriam assistir aula e queriam uma forma de poder está assistindo uma aula naquele dia. Esse recurso, ele pode ser usado pra transmitir uma aula ou de repente, pra até ter uma videoteca na *web*, de aulas que já foram dadas no passado, pra consulta. Hoje, como a gente tem uma biblioteca, a gente pode ter uma *videotecaweb*, com acesso, onde o aluno teria um usuário e senha e teria acesso a matérias que já foram dadas naquele ano, rever algum ponto da matéria que ele está com dúvida. Isso *pro* lado acadêmico, mas as aplicações são muitas. O custo de se ter uma rádio ou uma *TVweb* é muito mais baixo do que se ter uma rádio ou TV convencional. A rádio e TV convencional você precisa de licença, concessão pra poder ter uma frequência, pra poder ter um canal de uma emissora de televisão. A *radioweb*, ela não tem esse lado burocrático, tanto é que a gente vê crescendo no mundo todo rádios e TVs *web*. Tanto aquelas que são convencionais retransmitem também a programação *web*.

**TEIXEIRA:** Apesar de estar em expansão, rádios e TVs universitárias e TVs *online*, comerciais também, ainda é um número pequeno no Brasil. Você acha que isso se deve a quê? Poucas empresas ou instituições que têm condição de transmitir ao vivo?

**PEREIRA:** Bom, número pequeno é relativo. Isso tem crescido cada vez mais. Eu sou evangélico e vejo que até igrejas evangélicas transmitem. O que eu vejo é que tem empresas que oferecem serviço de transmissão por *streaming* no mercado e que, de repente, prometem que você pode transmitir pra quantas pessoas você quiser e isso a gente sabe que não é verdade. Então, o trabalho de *streaming*, ele tem que ser bem pensado, precisa ser bem projetado, precisa ser bem estudado pra, de repente, você não prometer que 100 pessoas podem assistir o evento e, na verdade, só dez vão conseguir ver. E isso acontece muito no mercado. Mas, assim, tem crescido bastante no Brasil, no mundo. Eu até posso deixar como referência o *site* [radios.com.br](http://radios.com.br), que se você entrar lá, você vai ver a quantidade de rádios no Brasil e no mundo são transmitidas, retransmitidas [via *web*]... Rádios físicas, mesmo, reais, que são retransmitidas. E TVs, também, do mundo todo, hoje se pode assistir pela *internet*, que são também retransmitidas.

**Transcrição de entrevista com Eduardo Henrique Rizo, coordenador de web da Unoeste**

*Local: Laboratório de TV da Facopp. Data: 16/10/2009*

**Matheus Teixeira: A Coordenadoria de Web da Unoeste vai assumir a manutenção do site da TV Facopp? Como se dará esse serviço?**

*Eduardo Rizo:* Isso aí vai funcionar assim: antes era o serviço que era prestado lá pelo pessoal do Ítalo [Ítalo Marcelo Costa, *webdeveloper*], pela empresa deles lá que, eu acho que chama *lrage*, se eu não me engano, mas isso foi no começo quando o pessoal começou com o projeto, enfim, contrataram a empresa deles lá pra desenvolver essas coisas. Só que agora a **TV Facopp**, ao nosso ver, é institucional, ela não é mais de um conjunto de alunos, ela é da Facopp e o que é da Facopp acaba sendo da Unoeste. E aí na ocasião, a Carol [Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo, coordenadora do curso de Jornalismo da Unoeste], se eu não me engano, ela entrou em contato, porque acho que venceu o contrato com o Ítalo, alguma coisa assim, e ele não teria mais como ficar continuando o trabalho [...] achou por bem questionar se a gente deveria continuar [...] com o trabalho de manutenção, ou se eles deveriam procurar um outro terceiro, enfim. Ai, na ocasião, eu até falei pra ela que ao meu ver isso daí é um negócio que é da instituição, então, na época a gente conversou pra que ela entrasse em contato com o pessoal da reitoria, na figura do Creste [José Eduardo Creste, pró-reitor acadêmico da Unoeste], e questionasse a ele se ele deveria gastar dinheiro com uma empresa de fora, ou que a Unoeste deveria “abraçar” este projeto e continuar. Na época eu até falei pra ela que, ao meu ver, isso deveria ficar interno aqui com a gente mesmo, porque era um negócio da instituição e deveria ser mantido por nós, e foi só o fato mesmo de pegar o aval da reitoria. Isso aconteceu, então, agora, **A TV Facopp** ela está sob a responsabilidade de desenvolvimento, vamos dizer assim, da coordenação de informática da universidade, assim como todos os outros projetos que a gente tem por aqui. E, ainda uma coisa que eu falei pra Carol na época é assim, não sei como que ela, ou como vocês estão acostumados a lidar com o Ítalo, ou com o pessoal da equipe dele, mas o fato é que aqui a gente segue cronogramas, então além do projeto da **TV Facopp**, a gente ‘toca’ vários outros que são de interesse da instituição também, então, de repente alguns pedidos que vocês fizerem, algumas coisas assim, vocês vão ter que entrar na fila de prioridade de acordo com o que tiver em andamento dentro do nosso departamento. Mas é isso, a princípio, sim, a gente vai aqui ‘tocar’ o projeto da **TV Facopp**, se eu não me engano, até a Carol falou que pro ano que vem 2010, ela pensa em mudar o layout do site, desenvolver novas ferramentas, a gente está indo nessa, inclusive já foi até desenvolvido um que é a parte lá do **Telejovem**.

**TEIXEIRA: Agora sobre o servidor, o espaço que a TV Facopp utiliza, que você ainda vai me passar, e quanto possivelmente que o TeleJovem utilizaria, mas assim, sobre o funcionamento do servidor, como que é o funcionamento, pra colocar a TV Facopp disponível no site da Unoeste?**

*RIZO:* Bom, aí a gente tem duas situações. A gente tem a situação hoje, atual, que hoje vocês trabalham com arquivos, então faz-se a programação, vocês gravam o programa, edita, e aí coloca o arquivo à disposição pra quem queira ouvir, que é o que se chama “em demanda”, a pessoa assiste na hora que ela achar que deve ser. Isso daí funciona assim, então, há todo trabalho de gravação que

vocês fazem em seus próprios equipamentos, de edição que também é feito em seus próprios equipamentos, e depois esse arquivo ele é transferido do equipamento que vocês utilizaram, para o servidor de internet da instituição. A partir do momento em que ele está lá e utilizando o sistema da TV, então as pessoas que estão acessando o site, elas podem ver uma lista de arquivos que tem ali, ou de acordo com programas e ver qual é o arquivo que ele quer assistir. No momento que ele clica nesse link desse arquivo ou desse programa, enfim, que ele quer assistir, então o servidor faz a busca pelo conjunto de arquivos que ele tem ali na sua estrutura de diretórios, e disponibiliza aquilo pra que a pessoa possa assistir. O interessante que isso é simultaneamente com várias pessoas, arquivos diferentes, então, o servidor de internet ele acaba se virando com essa parte sem problemas. E, agora, a gente está com um projeto pra fazer a transmissão dos vídeos também no ao vivo, daí já é uma outra sistemática, onde, a principio, você não tem arquivos, porque o arquivo ele está sendo gerado na hora e a pessoa está vendo aquilo ali ao vivo, como o próprio nome diz, é até uma questão que eu te faço também: se vocês vão querer armazenar esses arquivos do ao vivo pra que a pessoa possa assistir isso mais pra frente, aí entra no mesmo esquema eu vocês já têm hoje, que é o esquema da transmissão por demanda.

**TEIXEIRA: E é possível fazer, simultaneamente, transmissão ao vivo e armazenamento do arquivo?**

**RIZO:** É possível sim. Na verdade, é uma tarefa que vocês mesmos que vão ter. Na hora em que tiverem mandando a programação ao vivo, já tem um outro software fazendo a captura do arquivo que está sendo gerado. Ai, talvez, vocês vão querer fazer algum tipo de edição, alguma coisa, pra não colocar aquilo que foi no ao vivo, diretamente, mas, sim, sem problema.

*As páginas de 203 a 348 foram removidas, deste arquivo, por terem conteúdo sigiloso:*

*APÊNDICE E – Capas de pauta do TeleJovem (203-207)*

*APÊNDICE F – Pautas do TeleJovem (208-236)*

*APÊNDICE G – Relatórios de imagens do TeleJovem (237-265)*

*APÊNDICE H – Relatórios de reportagem do TeleJovem (266-288)*

*APÊNDICE I – Espelhos e scripts do TeleJovem (289-348)*