



Formato de um programa de TV: Sem Investimento¹

Guilherme CARVALHO²

Douglas FURTADO³

Maria Clara OLIVEIRA⁴

Orlando FIORILO⁵

Patrick SAINT MARTIN⁶

Orientador⁷

Universidade Católica de Brasília, DF

RESUMO

O Sem Investimento é um programa de televisão que mescla uma variedade de modalidades de jornalismo, sendo o carro-chefe a economia. As pautas são baseadas no investimento que o indivíduo faz em seus projetos pessoais, seja uma formação acadêmica, a construção de sua casa, a conquista da mulher amada, a carreira esportiva e etc. O lazer tem um espaço dedicado, onde o programa busca diversão e entretenimento com preços acessíveis ao público adulto – jovem.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; economia; jornalismo; formato; experimentação.

1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho, iniciaremos com uma breve história da televisão no Brasil, a partir dos anos 50, quando a inovação tecnológica conquistou os brasileiros. Nesse período, o rádio estava em voga com seus programas de auditório, músicas, noticiários, educativos, esportivos, entre outros. A televisão revolucionou a sociedade imagética que, logo, trouxe para casa o tubo de elétrons.

Com o crescimento da televisão no Brasil, a produção de programas e noticiários aumentou consideravelmente. A chegada do vídeo tape, nos anos 60, contribuiu para a instalação de canais de TV em outros estados, que não Rio de Janeiro e São Paulo. A grade de programação foi construída até entrar na rotina do povo.

O termo “novela das nove” e o horário do jornal eram religiosamente seguidos. As pessoas não podiam perder as atrações, as notícias. Rapidamente, a televisão causou a crise do papel nos jornais e o rádio precisou de adaptações. A essas alturas, ninguém vencia a televisão.

A publicidade embarcou na onda da “fórmula mágica” – como Vera Íris Paternostro

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014

² Graduado em Jornalismo, email: guilherme091190@gmail.com

³ Aluno líder do grupo e recém graduado em Jornalismo, email: douglasrbf@gmail.com

⁴ Graduada em Jornalismo, email: mariaclara.clair@gmail.com

⁵ Recém graduado em Jornalismo, email: orlandobial@gmail.com

⁶ Graduado em Jornalismo, email: patricksmartin@uol.com.br

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social, email: askieling@gmail.com



chama em *O Texto Na TV* – que rendeu muito dinheiro com propagandas.

Com essa forma que a televisão toma, a criatividade dos produtores de conteúdo compunha a grade de programação. O pensamento mudou, as técnicas se aprimoraram e os formatos surgiram, fossem eles cópias, ou não, do exterior.

A revista eletrônica, programas de debate, *Talk Shows*, programas de entretenimento, show de humor, musicais, telejornalismo – não se esquecendo do *Jornal de Vanguarda* (1963), da TV Excelsior, modelo de jornalismo televisivo no mundo, por sua criatividade e tratamento da notícia.

Tendo em vista que fazer um programa de televisão custa caro, por exemplo: uma câmera Z5 Sony está orçada em aproximadamente 10 mil reais. Ou seja, que estudante tem 10 mil reais para tirar do bolso? Dessa nossa inquietação surgiu a dúvida: é possível fazer um programa de qualidade usando as técnicas do telejornalismo? E compramos a ideia após termos uma experiência audiovisual no Uruguai, em que os alunos de comunicação montavam um cenário de baixíssimo custo e o programa saiu divertido e com qualidade nas imagens de estúdio. Os apresentadores subiam as escadas para amarrar linhas e cartolinas, os câmeras martelavam pregos nas estruturas de madeira. Todos faziam tudo.

De acordo com Ivor Yorke (2007), o conceito de uma equipe inteiramente multidisciplinar e multimídia é muito atrativo para os empregadores que buscam uma força de trabalho flexível. Yorke também observa que o profissional multimídia pode ser um fator negativo para a qualidade do programa.

Outros críticos acreditam que a multimídia e a multidisciplinaridade são artifícios que visam principalmente cortar custos e que, a longo prazo, os efeitos são prejudiciais aos padrões de qualidade duramente conquistados. (YORKE, 2007; p.36)

A inquietação tomou proporção maiores a ponto de realizarmos um programa em que calcula não apenas o custo de um programa televisivo, mas os demais investimentos: no amor, na formação acadêmica, na construção de uma casa. O programa é um paradoxo, do mesmo modo que queremos realizar um programa de qualidade audiovisual, queremos orça-lo em produção independente.



Desenvolveremos o programa *Sem Investimento*, que é nosso produto. Um programa que mistura as ciências filosóficas, sociológicas, econômicas, tudo isso com narrativas cruzadas entre si, explicando os fenômenos que estão por trás do que aconteceu, de como aconteceu, do porquê de ter acontecido, de quem estava envolvido, de onde tudo aconteceu e quando; ou seja, do lead.

2 OBJETIVO

- Criar e experimentar um novo formato para a TV
- Calcular a quantia financeira que o ser humano investe em cada área de sua vida.
- Experimentar narrativas cruzadas com as editorias de economia e com as ciências sociológicas, filosóficas e psicológicas por meio de pautas jornalísticas.
- Produzir um programa sem investimento

3 JUSTIFICATIVA

Cada reportagem do *Sem Investimento* apresenta a narrativa jornalística, do lide, mostrando o que aconteceu, onde aconteceu, quando aconteceu, quem estava envolvido, como foi e por que o fato ocorreu daquele modo. A visão jornalística do *Hard News* se retém aí, sem um aprofundamento (a do *Sem Investimento* não). Em se tratando de televisão, é claro. Mas a televisão, ainda assim, consegue alcançar as pessoas, porque mexe com o interesse do consumidor. É como observa Yorke (2007), “a televisão é feita por pessoas interessadas no que as outras pessoas querem e precisam”.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Nesse trabalho desenvolveremos um formato híbrido a partir de uma experiência audiovisual televisiva em que trabalharemos várias narrativas numa mesma reportagem, onde misturaremos economia com outras editorias do jornalismo.

Na narrativa do telejornalismo, a análise precisa levar em conta que o plano de expressão é constituído de duas formas de representação: a imagética e a verbal. São representações que envolvem signos diferentes: o icônico no material filmado e o simbólico, que é a palavra [...] Na estrutura visual as imagens seguem uma sintaxe própria, marcada por planos gerais, médios e por closes, que têm a função de contextualizar as ações narradas. (VIZEU, ano; p. 132)

Com o roteiro pronto, o “*Sem Investimento*” será realizado, em uma garagem, para ser apresentado um programa de 24 minutos. A equipe será formada por Patrick Saint



Martin– apresentador/produtor/repórter -, Douglas Furtado, Guilherme Carvalho – repórteres/produtores/editores - , Maria Clara Oliveira, Orlando Fiorilo,– comentaristas/cinegrafistas/produtores.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Sem Investimento é um programa de televisão que mescla uma variedade de modalidades de jornalismo, sendo o carro-chefe a economia. As pautas são baseadas no investimento que o indivíduo faz em seus projetos pessoais, seja uma formação acadêmica, a construção de sua casa, a conquista da mulher amada, a carreira esportiva e etc.

Na contemporaneidade, multiplicam-se e misturam-se os grandes e pequenos acontecimentos, sempre em busca de algum esclarecimento ou de uma unidade social explicativa no cotidiano da cidadania, daí o prestígio dessa pretensa unidade dos microaspectos singularizados do fato, denominada “notícia” (SODRÉ, 2009, p.61)

A economia é utilizada para fazer o cálculo dos bens e serviços utilizados por esse indivíduo que, no final da apuração dos jornalistas, saberá o valor de seu investimento na área almejada. O Sem Investimento visa cruzar a pegada econômica com a filosófica, por exemplo. Os valores estudados pela filosofia, que são eles: a ética, a moral, a estética, a lógica e afins. O prazer é um dos sentimentos estudados pela filosofia e, também, pela psicologia. Assim, existe um cruzamento natural de editorias nas pautas do Sem Investimento.

Prazer é aquilo que move o homem a sair da sua inércia natural, uma vez que o prazer gera o interesse no ser. Segundo J. Stoetzel, “no campo da afetividade é que a doutrina da ‘natureza humana’ tem talvez maior força de persuasão. Se absorvida a consciência em impressões de gozo ou dor, na emoção ou na paixão, requer-se muito espírito crítico para resistir a ideia de que se está a presença do homem universal”. O programa parte do pressuposto de que tudo tem a ver com o querer, com o prazer e o poder. Esses três conceitos estão diretamente ligados ao ramo da Filosofia no estudo da Ontologia.

Notícia é a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo de atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirigem (SODRÉ, 2009, p.23)



Trabalho em equipe é uma premissa dos jornalistas que cobrem política. No *Sem Investimento*, tanto o repórter, quanto o cinematográfico têm autonomia em sua linguagem: texto e imagem. Seguindo essa linha de que a coletividade contribui para o fazer jornalístico, Franklin Martins, em seu livro *Jornalismo Político*, compara o trabalho do jornalista com uma matilha de lobos. Ivor Yorke (2007) reforça a ideia da coletividade, no seu livro *Telejornalismo*, que influencia diretamente na qualidade do trabalho.

Dessa forma, se o profissional não for capaz de reconhecer a importância do trabalho em equipe qualquer outra qualidade admirável que ele possua não será suficiente para transformá-lo num profissional do meio (YORKE, 2007; p. 13).

Franklin Martins também traz a essência do trabalho coletivo, em seu livro *Jornalismo Político* (2011), que desconstrói o imaginário da classe, que pensa que o jornalista é um lobo solitário. Compara os profissionais a uma matilha, pois cada um desenvolve uma função e todos podem estar numa convergência.

Um repórter será destacado para acompanhar a reunião executiva do partido. Outro receberá a tarefa de apurar como o Palácio do Planalto está mexendo os pauzinhos nos bastidores para evitar o desembarque [...] Onde estará o lobo solitário? (MARTINS, 2011; p.74)

A equipe do *Sem Investimento* é composta por dois repórteres multimídias, eles produzem, gravam, apuram, só não editam as matérias, pois conta com a presença do editor para fazê-las. Os cinegrafistas do estúdio têm multifunções: opinar e desenvolver o serviço principal. A ideia é cíclica, pois no começo da TV, nos primeiros telejornais, o repórter era uma espécie de multimídia, sem contar com várias mídias, no caso, a câmera de vídeo era tecnologia de ponta.

A escolha do nome *Sem Investimento* está fortemente ligada à ideia de que como a equipe é reduzida, todos tem que acumular funções. Os cinegrafistas além de gravar serão comentaristas, tal como o segurador de boom. Já o repórter além de escrever, tem de produzir sua matéria.

Assim, o programa tem como base a versatilidade e multidisciplinaridade, colocando-o na categoria de programa híbrido, que é atribuído, normalmente, a programas de humor. A mistura de vários gêneros nós colocamos como multidisciplinaridade - termo utilizado por Ivor Yorke, em *Telejornalismo* - uma dos segmentos do *Sem Investimento*.



O Sem Investimento é dividido em 3 blocos: O primeiro de 3 minutos – Abertura e apresentação dos participantes - O segundo de 15 minutos – Reportagem do tema principal do programa. E o terceiro de 7 minutos – Agenda cultural e encerramento do programa.

O programa vai se iniciar com uma vinheta. Em seguida o Âncora irá fazer uma abertura, apresentando o programa e todos os comentaristas que estão no estúdio. Cada comentarista terá uma breve apresentação. Assim, o âncora vai explicar qual tema será abordado, para assim, chamar o VT da reportagem.

A reportagem terá 15 minutos e contará com narrativas paralelas sendo contada por dois repórteres que dialogam entre si. A reportagem sofrerá um corte em algum momento, para voltar para o estúdio e os comentaristas tecerem suas opiniões e, então voltar para a matéria em si e seguir até seu final.

O outro quadro do programa é uma espécie de agenda cultural para quem quer sair e gastar pouco. É mais uma parte de serviço dos programas, onde o foco é mostrar lugares, eventos em que não é preciso gastar muito. Por exemplo: shows com entradas francas ou que seja necessário levar apenas 1Kg de alimento não perecível. Entre os lugares citados um repórter irá até o evento e fará uma pequena matéria sobre.

6 CONSIDERAÇÕES

Para Mikhail Bakhtin (2003), o gênero “é uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo, a garantir a comunicabilidade dos produtos e continuidade dessa forma junto às comunidades futuras”.

O Sem Investimento tem tanto características de categoria informativa e categoria de entretenimento. Ao mesmo tempo em que ele informa, ele diverte. Há a mistura de telejornal e de revista em seu formato, transformando em uma obra híbrida. A Folha de São Paulo define o formato híbrido como “uma mescla entre entrevistas de estúdios com reportagens externas”. Já para Arlindo Machado o caminho natural da televisão é o hibridismo: “Quanto mais avançamos na direção do futuro, mais o hibridismo se mostra como a próprias condição estrutural dos produtos culturais”.

Ainda segundo Bakhtin, o gênero está em constante transformação e está relacionado diretamente com a literatura. O híbrido tem como característica a mistura, a aglutinação



e se encaixa dentro do pensamento de Bakhtin. O programa junta as várias editorias, duas narrativas correm lado a lado na mesma história.

Para não dizer que o Sem Investimento não possui um conceito fixo de narrativa, Arlindo Machado chama o conjunto de narrativas de narrativa seriada, que consiste em histórias entrelaçadas e paralelas que se sucede ao longo de capítulos. “Chamamos de *serialidade* essa apresentação *descontínua e fragmentada* do sintagma televisual”.

Cada programa, cada capítulo de programa, cada bloco de um capítulo de programa, cada entrada de reportagem ao vivo, cada vinheta, cada spot publicitário, constituem aquilo que os semioticistas chamam de um enunciado. Os enunciados televisuais são apresentados aos espectadores numa variabilidade praticamente infinita. A rigor, poder-ser-ia dizer que cada enunciado concreto é uma singularidade que se apresenta de forma única, mas foi produzido dentro de uma certa esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia com custas a abarcar com um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante (MACHADO, 2003, p.70)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Associação Nacional dos Jornais. **História do Jornalismo**. Disponível em <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historianomundo/historiadojornal.pdf> acesso 14 de agosto de 2013, às 10h33.

Centro de Cultura e História do Jornalismo. **História do Jornalismo nos anos 50**. Disponível em <http://www.ccmj.org.br/historia-do-jornalismo/linha-do-tempo/anos-50>. Acesso em 14 de agosto de 2013, às 10h33.

CYSNE, Rubens Penha. **A Economia Brasileira no Período Militar**. Disponível em <http://www.fgv.br/professor/rubens/HOMEPAGE/publica%C3%A7%C3%B5es/Artigos%20Publicados/A%20Economia%20Brasileira%20no%20Regime%20Militar.pdf>. Acesso em 13 de agosto de 2013, às 11h39

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. 3ª edição. São Paulo, SP: Editora Senac, 2003.

MACHADO, Elias. **Dos Estudos Sobre Jornalismo às Teorias do Jornalismo**. Disponível em <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/2/4>. acesso em 14 de agosto de 2013, às 10h44.



MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. Edição única. São Paulo, SP: Contexto, 2005.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **Manual de Telejornalismo**. 2ª edição. Rio de Janeiro, RJ: Editora Campus, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A Narração do Fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.

Tudo sobre TV. **História da TV**. Disponível em <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/historbr.htm#> Acessado em 07 de abril de 2013, às 11h50.

TV Brasil. **Debate: Televisão, Gêneros e Linguagens**. Disponível em <http://www.tvbrasil.org.br/fotos/salto/series/161649Televisao.pdf>. Acesso em 15 de agosto de 2013, às 10h37.

YORKE, Ivor. **Television News**, ed. Original em inglês revisada por Ray Alexander; tradução Luiza Lusvarghi, 4th edition, Português, São Paulo, SP: Roca, 2007.

Associação Nacional dos Jornais. **História do Jornalismo**. Disponível em <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/historianomundo/historiadojornal.pdf> acesso 14 de agosto de 2013, às 10h33.