

Estágio em Comunicação: Processos em grandes veículos¹

Guilherme MILETTA²
Isabella SARAFYAN³
Thais GIANNA⁴
Rafaela RIBEIRO⁵
Beatriz CONSOLIN⁶
Ana Carolina ALVES⁷
Daniel Ladeira de ARAÚJO⁸
ESPM, São Paulo, SP

RESUMO

Este trabalho é uma produção jornalística com características inovadoras. Com base na aposta na inovação e na experimentação de narrativas, elaboramos um videoclipe jornalístico que faz parte de uma série de três reportagens sobre os processos seletivos para vagas de estágio em grandes empresas brasileiras de comunicação. Em formato de animação, o videoclipe une informações sobre as etapas dos processos das principais empresas do país. Foram coletadas entrevistas de estudantes que vivenciaram esses processos e contam sobre suas experiências, além de dar dicas aos que desejam estagiar. O principal objetivo do trabalho é conceder informações relevantes e de interesse dos estudantes de comunicação de maneira simplificada. Além disso, buscamos produzir uma matéria jornalística em um formato inovador, adequado ao universo do público-alvo.

PALAVRAS-CHAVE: processo seletivo; estágio; estudante; comunicação; mídia

1. Introdução

A ideia de produzir um videoclipe jornalístico surgiu a partir de uma pauta sobre o interesse de alunos por vagas de estágio em grandes empresas de comunicação. Buscamos estimular o senso criativo do público receptor, a partir da experimentação de novas narrativas para a produção jornalística tradicional. Em função do público-alvo da matéria jornalística, jovens

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT13

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo email: guilhermemileta@live.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de jornalismo, email: bellasarafyan@hotmail.com

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso de jornalismo, email: thaisgianna@hotmail.com

⁵ Estudante do 2º. Semestre do Curso de jornalismo, email: ra-fa-ribeiro@outlook.com

⁶ Estudante do 2º. Semestre do Curso de jornalismo, email beatrizconsolin@gmail.com

⁷ Estudante do 2º. Semestre do Curso de jornalismo, email: fashionsandwich@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do curso de jornalismo, email: Daniel.ladeira@espm.br

universitário, optamos por uma produção com base na narrativa de videoclipe. Acreditamos que, com essa linguagem, conseguiremos uma melhor adequação com o receptor da mensagem.

A falta de informação sobre as etapas desses processos seletivos levou à criação deste pequeno guia no formato audiovisual. Na área de mídia impressa, foram mostrados os processos da Folha de S. Paulo; Editora Globo e Estado de S. Paulo. Em televisão, as emissoras Record, Globo e ESPN.

Assim, foram utilizados depoimentos de alunos da ESPM-SP que passaram por estes processos em grandes empresas e hoje realizam trabalhos como estagiários. As entrevistas desses alunos são relatos pessoais, que trazem observações, detalhes interessantes e algumas curiosidades sobre as seleções pelas quais passaram.

O vídeo está publicado no site De Olho na Carreira (www.deolhonacarreira.com), que é um produto laboratorial da Agência de Jornalismo da ESPM-SP. O De Olho Na Carreira trata-se de uma atividade prática e complementar que visa atrelar os conhecimentos adquiridos em sala de aula com a vivência de uma redação.

A inserção do profissional de comunicação no mercado de trabalho é o seu ponto principal e dessa forma, suas matérias são voltadas para o tema carreiras, sanando dúvidas sobre a profissão e auxiliando o estudante a entrar no mercado de trabalho.

Além disso, caracteriza-se pelo trabalho em equipe e revezamento de funções, uma vez que todos os repórteres realizam todas as etapas de elaboração da matéria e também incentiva o senso criativo do estudante, que publica matérias em diversos formatos multimídia.

2. Objetivo

O objetivo das reportagens é atender à necessidade de informação sobre os detalhes do passo a passo dos processos seletivos em questão, esclarecendo como se dá cada etapa, como o candidato deve se preparar e concedendo algumas dicas. O uso do vídeo em animação ainda tem o papel de simplificar as informações, tornando-as mais compreensíveis por meio das imagens e acessíveis ao leitor.

3. Justificativa

Para a produção do videoclipe, foi importante reunir informações sobre as principais empresas brasileiras que atraem mais atenção dos estudantes. Além disso, buscamos atribuir depoimentos de alunos que passaram por esses processos seletivos.

Entendemos que o exercício da atividade jornalística nos dias atuais tem sido uma verdadeira questão de teste de criatividade. Para manter-se ativo nesse cenário da crise do jornalismo, o profissional dessa área precisa estar em constante atualização e busca por novas formas que possam segurar o consumidor de informação. Cada vez mais a tecnologia está avançando e construindo uma linha tênue entre acessibilidade e agilidade.

Textos e mais textos já foram marca de quem trabalha nesse meio. Voltado para mídias impressas, essa forma de fazer jornalismo acabou cansando um pouco os leitores, especialmente os jovens. Por isso, há uma busca por meios que oferecessem mais interatividade. Tal fato permite aos jornalistas incluírem imagens e vídeos como forma de interagir mais com o leitor. Para Prado (2011), incluir imagens nas notícias é uma das formas de chamar a atenção do público alvo.

O jornalismo precisa estar se reinventando cada dia que passa, se fazendo presente em todas as plataformas possíveis. Todos os veículos de comunicação precisam passar por uma forma de adaptação para agradar ao maior número de leitores, espectadores possíveis. Não basta da internet para divulgar matérias escritas, sem imagens, áudios, vídeos ou atrativos que chame a atenção. Como afirma Prado:

Se existe a possibilidade de juntar, em uma reportagem, o áudio, o vídeo, a entrevista na íntegra, o infográfico animado etc., mais e mais jornalistas incluirão esses recursos e teremos o jornalismo multimídia. (2011 pag.16)

Outro autor coaduna à perspectiva de Prado. Para Brasil (2005) essa reinvenção do jornalismo trás a possibilidade de criar uma revolução na linguagem. No começo do jornalismo apenas texto era permitido enquanto exercício da profissão, e aos poucos outras saídas foram sendo necessárias e aceitas. Hoje, de acordo com Prado, “A animação, que começou tímida em algumas poucas investidas, ainda na virada de 99 para 2000, hoje frequenta as webpáginas de maneira amiúde” (PRADO, 2011, p.112).

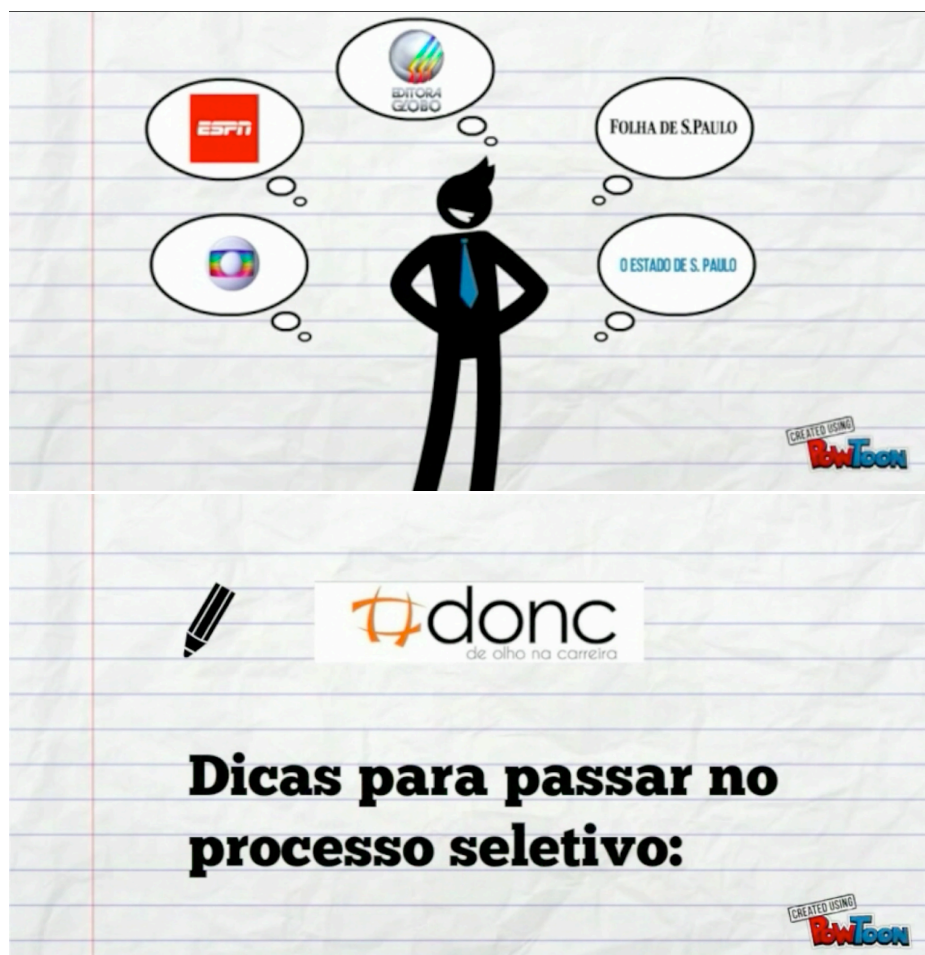
4. Métodos e técnicas utilizados

Para produzir o vídeo, foram coletadas todas as informações sobre os processos seletivos nos sites oficiais da Rede Globo de Televisão, ESPN, Folha de S. Paulo, Editora Globo e Estado de S. Paulo. Com essas informações foi preparado o texto para a locução do vídeo. Assim, foi utilizada a plataforma de animação online do site PowToon, onde foi criado o

vídeo com imagens, ícones e algumas informações em texto. Para a edição final e adição dos créditos, foi utilizado o programa Movie Maker.

Saber utilizar bem essas ferramentas é fundamental aos jornalistas do século XXI. Com os novos recursos tecnológicos, o jornalismo teve e continua tendo que se reinventar para continuar atraindo o público.

O jornalismo digital vem dominando o mercado e o gosto do público, dessa forma, é necessário que os jornalistas saibam como utilizar os recursos multimídia a seu favor e como conseguir vantagens, através deles, ao transmitir a informação. Parece simples, mas é necessário ter muita criatividade e inteligência. Desse modo, o ideal é que o profissional já tenha contato com diferentes plataformas desde cedo, como ocorre no De Olho Na Carreira onde o vídeo foi produzido, assim, ele entra no mercado mais capacitado e conectado com as novas tendências.



Foi feita uma pesquisa prévia nos sites das principais empresas de comunicação para definir quais seriam retratadas nos textos. Para o primeiro texto sobre mídias impressas, foi

realizada a entrevista com a jornalista e ex-aluna da ESPM-SP, Paula Saviolli que trabalha na Folha de S. Paulo. Paula falou sobre sua experiência e impressões do processo seletivo da Folha. Também foi utilizado o depoimento pessoal da estudante e estagiária da Editora Globo, Mariana Benvenuto.



The screenshot shows the 'donc' website header with the logo 'donc de olho na carreira' and navigation links 'HOME', 'SOBRE', and 'EQUIPE'. The main article title is 'Estágios em grandes empresas de comunicação: Na Mídia Impressa', dated 09/04/2015. Below the title is an image showing logos for 'FOLHA DE S. PAULO' and 'EDITORA GLOBO'. A caption below the image reads 'Arte: Beatriz Consolin (2º semestre de Jornalismo)'. The article text begins with 'Vagas de estágio em grandes empresas de comunicação são o que os estudantes mais procuram. No caso das mídias impressas, essas instituições oferecem um vasto campo de atuação, ambiente para experiências profissionais e abertura de portas para o início'. On the right side, there is a 'POSTS RECENTES' section with a list of recent articles.

No segundo texto, sobre estágio em emissoras de televisão, foram usadas três entrevistas. Ezio Consonni, aluno de jornalismo da ESPM-SP e estagiário da Rede Globo deu dicas aos leitores e explicou a importância de trabalhar como estagiário. Anita Efraim, estagiária da ESPN, falou em sua entrevista sobre como se preparar para o processo seletivo. A estudante e estagiária da Rede Record, Giovana Vieira, também contou como se preparou para as entrevistas durante o processo.



The screenshot shows the 'donc' website header with the logo 'donc de olho na carreira' and navigation links 'HOME', 'SOBRE', and 'EQUIPE'. The main article title is 'Estágios em grandes empresas de comunicação: Na Televisão', dated 09/04/2015. Below the title is an image showing logos for 'RECORD' and 'ESPN'. The article text begins with 'Vagas de estágio em grandes empresas de comunicação são o que os estudantes mais procuram. No caso das mídias impressas, essas instituições oferecem um vasto campo de atuação, ambiente para experiências profissionais e abertura de portas para o início'. On the right side, there is a 'POSTS RECENTES' section with a list of recent articles.

5. Descrição do produto

O primeiro texto do trabalho é direcionado aos alunos da área da comunicação interessados em trabalhar nas mídias impressas, com entrevistas de estagiários que atuam nessas empresas. A segunda parte também contém entrevistas, mas de estudantes que passaram pelos processos seletivos de algumas das grandes emissoras de televisão. A reportagem final é um vídeo animado que mostra o passo a passo mais detalhado dos processos seletivos das principais empresas de comunicação em geral, além de conferir dicas aos estudantes que desejam essas vagas de estágio.

6. Considerações finais

As pesquisas deixam clara a semelhança entre os processos seletivos das empresas de comunicação, independente da área em que atuam. Muitas vezes aparecem etapas com testes online, que abordam português, inglês e conhecimentos gerais. Também são feitas dinâmicas de grupo e entrevistas individuais.

Para se destacar entre os outros candidatos, primeiramente, é necessário construir e elaborar um bom currículo. Já a melhor forma para se preparar para o processo seletivo é pesquisar sobre a empresa para qual se candidatou, entendendo como ela funciona e os funcionários mais influentes. Em dinâmicas de grupo também é importante usar da criatividade e originalidade. Nas entrevistas, que geralmente são as etapas finais, o candidato deve conseguir mostrar seus conhecimentos sobre a empresa e comunicar-se bem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2010.

TEIXEIRA, Marco Antônio Pereira; GOMES, William. *Decisão de Carreira entre Estudantes em Fim de Curso Universitário*. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*. Brasília: set-dez 2005. Vol 21 n. 3, pp. 327-334.

PRADO, Magaly. *Webjornalismo*. Rio de Janeiro: LTC, 2011

BUITONI, Dulcilia Schroeder; PRADO, Magaly (org). *Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem*. São Paulo: Saraiva, 2011.

BRASIL, Antonio Claudio. *A revolução das imagens. Uma nova perspectiva para o telejornalismo na era digital*. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2005.