

## ***Foca Talk: um relato de experiência da produção e transmidialização de um programa de entrevistas em formato remoto***<sup>1</sup>

Ana Júlia Soares COELHO<sup>2</sup>

Franco Dani Araújo e PINTO<sup>3</sup>

João Paulo de Oliveira XAVIER<sup>4</sup>

Universidade Vale do Rio Doce, Governador Valadares, MG

### **RESUMO**

Diante da pandemia provocada pela Covid-19, os cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda da Univale migraram para a modalidade de aulas remotas. Mesmo com o acesso limitado a recursos tecnológicos, os alunos, com a orientação de dois professores, criaram o *Foca Talk*, um programa do gênero *talk show* transmitido ao vivo no *YouTube*. A atividade foi desenvolvida durante o Estágio Curricular Supervisionado, dentro de uma proposta interdisciplinar com o componente curricular Projeto Integrador de Curso IV (PIC IV) e as disciplinas Produção de Conteúdo e *Storytelling*, e Telejornalismo, o que resultou na produção de pautas, transmissão das *lives*, apresentação e reportagens, criação de *thumbnails* dos episódios, além da transmidialização dos programas em diversas mídias eletrônicas. A metodologia empregada neste artigo foi o de relato de experiência.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídias eletrônicas; *lives*; *Talk Show*; Transmidialização; Telejornalismo.

### **INTRODUÇÃO**

A necessidade do isolamento social por causa da pandemia da Covid-19, desde março de 2020, mudou hábitos em vários campos. No âmbito da comunicação também foram necessárias adaptações. Em programas televisivos, por exemplo, entrevistadores e entrevistados deixaram de ocupar o mesmo lugar fisicamente para interagir de forma remota com o uso de plataformas para conferências digitais como *Skype*, *Zoom*, *Google Hangout* e vários outros, como afirma Saccol (2020a). Na Universidade Vale do Rio Doce (Univale), as aulas foram transmitidas remotamente ao longo de 2020 e foi nesse

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ05 - Comunicação Multimídia da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação, 6º período do curso de Jornalismo da Univale. E-mail: [ajsoarescoelho@gmail.com](mailto:ajsoarescoelho@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda da Univale. E-mail: [joao.oliveira@univale.br](mailto:joao.oliveira@univale.br)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda da Univale. E-mail: [francodrd@hotmail.com](mailto:francodrd@hotmail.com)

contexto que criamos o projeto *Foca Talk*, enquanto atividade do Estágio Curricular Supervisionado. Sem a possibilidade de frequentar os laboratórios e o estúdio da TV universitária, os alunos iniciaram uma produção em *home office* com o auxílio de aplicativos como *Google Hangouts* e *StreamYard*.

O objetivo era proporcionar as práticas do jornalismo e da publicidade aos alunos, fazendo com que eles aproveitassem da situação pandêmica e dos desafios *home office* para aprenderem a se adaptar às crises e dificuldades da profissão. Tendo a televisão como um veículo central de informações de confiança e credibilidade para as pessoas, os alunos do curso de Jornalismo executaram um programa ao vivo no gênero *talk show*, no *YouTube*, para aplicar tais teorias. No entanto, o foco da veiculação do programa foi além da proposta de levar conhecimento aos alunos, laçando, também, como ressalta Almeida (2018a), a passagem do conhecimento, de condições de vida melhores e do bem-estar aos telespectadores a partir da função social do Jornalismo.

Sobretudo no contexto de pandemia, a dificuldade de acesso aos dispositivos de tecnologias de informação tornou-se uma das grandes problemáticas do momento. Inserido nesse contexto que “o telejornalismo tem uma relevância expressiva, porque o telejornal passa a ser uma espécie de rito de passagem para o consumo de entretenimento” (SACCOL, 2020c, p. 40). O entretenimento pensado no programa foi voltado para o gênero *talk show* que, segundo o autor, é um gênero um pouco mais livre, que aceita o uso de humor, sem a obrigatoriedade de arrancar uma opinião particular dos convidados.

Nos programas, os alunos de Jornalismo tinham como proposta tratar as informações de tal maneira a transformá-las em histórias que prendessem a atenção do público do início ao fim. E uma das vantagens, como afirma Forechi (2018), por terem o formato ao vivo, é a interação com o público no mesmo instante. Essa interação acontecia via *chat* ao vivo da plataforma *YouTube*. No entanto, não ficava limitada ao *chat*. Durante o programa, eram inseridos depoimentos em vídeo dos telespectadores sobre o assunto abordado, como fotos e comentários, que eram coletados anteriormente pelas próprias mídias digitais do programa. Essa participação é classificada por Rossi (2020) como jornalismo cidadão.

Além da elaboração do programa, foram também criadas outras cinco mídias próprias, sendo elas um perfil no *Instagram*, um site e blog de notícias, um canal no

*YouTube* e um canal de *podcast*. A transmidialização do canal de informação principal, o *Foca Talk*, se deu a partir do objetivo de compartilhar uma narrativa que “passa de uma mídia para outra, construindo-se de forma independente. A transmidialidade, portanto, estaria conectada com histórias em um mesmo enredo, embora narradas em meios independentes” Jenkins (2009, *apud* Saccol, 2020a, p. 17). A narrativa construída para narrar o acontecido no programa teve como base o *storytelling* que, para Santos (2020), é um recurso essencial ao jornalista.

Assim como é possível gerar uma corrente de um único conteúdo para diversos canais, mudando apenas suas maneiras de captação (JENKINS, 2015), é que foram baseadas as atuações dos alunos dentro das mídias transmidializadas do programa, preservando, assim, as informações transmitidas nos episódios e trazendo uma nova roupagem para os conteúdos produzidos de acordo com a necessidade de cada um deles.

## CONTRIBUIÇÕES DAS DISCIPLINAS

Para produzir o programa, desde a concepção da pauta até a transmissão da *live*; para escolher os temas dos episódios; para pensar e gerir o processo de transmidialidade de todo o conteúdo foi fundamental o aporte teórico de disciplinas específicas ministradas ao longo do segundo semestre de 2020. Em telejornalismo, os alunos do 4º período de Jornalismo aprenderam sobre o novo papel da televisão em tempos de mídias digitais, a importância do papel social do telejornalismo, a dinâmica da produção de conteúdo noticioso em formato audiovisual, entre outros.

Os alunos viram, por exemplo, que para produzir um telejornal é necessário compreender questões básicas da prática do pauteiro, produtor, editor de texto e imagem, repórter, repórter-cinematográfico e da postura do apresentador ou âncora. Por exemplo, eles aprenderam com Barbeiro (2002) que o pauteiro deve estar sempre antenado às notícias do momento. É aquele que cria as pautas com informações dos entrevistados, perguntas sobre o assunto da então entrevista e ainda cria um cenário imagético ao repórter-cinematográfico sobre como, posicionalmente, deve ser realizada a entrevista. O pauteiro ainda recebe o auxílio do produtor com a apuração e marcação de entrevista para as pautas. O editor de texto e de imagem trabalham em parceria com o repórter, ajudando-o a revisar e escrever os textos da reportagem; e organizando as

imagens e os áudios das reportagens que irão ao ar, respectivamente. O repórter e o repórter-cinematográfico, que nos tempos atuais são, geralmente, trabalhos feitos por um único jornalista, produzem a notícia, colhem imagens e gravam a passagem da notícia. Já o âncora ou apresentador é aquele que representa o telejornal durante os “vivos”, apresentando-o e interagindo com as reportagens transmitidas.

Devido às restrições institucionais impostas pela pandemia, os alunos não puderam aplicar tais teorias presencialmente, por isso tiveram que adaptá-las para o formato remoto, alterando, assim, a maneira de apurar informações para as pautas, fazer as reportagens e apresentar o programa. Desse modo, os pauteiros tiveram que marcar entrevistas e fazer a apuração dos assuntos que seriam tratados nos episódios de forma remota com o auxílio de aplicativos de comunicação digital. Para os repórteres, não houve a prática direta da produção do *off*<sup>5</sup>, passagem<sup>6</sup> e outros elementos característicos do telejornalismo. No entanto, os alunos, a partir das informações das pautas e das entrevistas marcadas pelos pauteiros, criavam uma conferência digital em aplicativos próprios para conversas em vídeo e, faziam por ali, as entrevistas. Em seguida, eles editavam as entrevistas para serem transmitidas nos episódios ao vivo. Por fim, os apresentadores do *talk show* apresentavam o programa assim como deveria ser apresentado presencial, interagindo com os convidados e fazendo as chamadas para as reportagens, porém, tudo era feito remotamente com o auxílio de plataformas de *streaming*.

Os temas abordados nos episódios foram escolhidos a partir da ideia de função social do telejornalismo, tendo como pano de fundo a Covid-19. Assim, os alunos elaboraram pautas para os episódios que tivessem relação com a pandemia. Eles reuniram especialistas de diferentes áreas do conhecimento e do mercado com o intuito de não mostrar somente os problemas causados pela pandemia no dia a dia das pessoas, mas também dos que eram vítimas do vírus, no intuito de levar ao telespectador o olhar mais crítico sobre a situação e o poder de se posicionar sobre o caso.

Na disciplina Produção de Conteúdo e *Storytelling*, os alunos do 4º período de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda aprenderam que, como afirma Flores (2019),

---

<sup>5</sup> Na reportagem de TV, o texto narrado por um repórter é conhecido como “*off*”, que significa locução coberta por imagens.

<sup>6</sup> Jargão do jornalismo de TV que identifica quando o repórter está “*on*” na matéria, ou seja, quando ele aparece falando diretamente com os telespectadores durante a reportagem gravada.

os aparelhos de comunicação digital, como *smartphones* e *tablets*, mudaram a maneira de produzir, publicar, compartilhar e consumir conteúdos jornalísticos devido à produção exclusiva para tais formatos digitais. Os alunos conheceram novos modelos de conteúdos jornalísticos e vislumbraram a necessidade das práticas em *home office* para a realização do programa *Foca Talk*, uma vez que a disciplina concentrou seus conceitos nas plataformas midiáticas digitais. Durante as aulas, foram apresentadas teorias voltadas para o conceito do *storytelling* como sendo uma narrativa para entregar informação, transmitir experiências, inspirar e entreter. Por isso, ao introduzir esse breve conceito às práticas de transmídia, foi possível perceber, como afirma o autor, que as linguagens se alteram da simples maneira de transmitir uma informação para tratá-la como história que atrai a atenção do público, mas sem deixar de lado os cuidados sobre a apuração e a responsabilidade para com a informação e a população.

Os encontros do Projeto Integrador de Curso IV foram direcionadas para que os alunos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda aplicassem o *storytelling* nas mídias digitais conforme a necessidade de cada uma delas, sendo que, a narrativa foi usada para criar novos contextos relacionados aos temas, proporcionando um “prazo de vida” maior aos episódios e dando continuidade aos assuntos nas mídias.

### **PROGRAMA FOCA TALK**

Com o objetivo de colocar em prática o conteúdo das disciplinas Produção de Conteúdo e *Storytelling*, Telejornalismo, e do Projeto Integrador de Curso IV, além de transmidializar o projeto em mídias próprias e plataformas de mídias sociais, foi criado o programa *Foca Talk*, um projeto no gênero *talk show*.

O programa foi produzido de setembro a dezembro de 2020, com proposta de veiculação quinzenal e duração de até uma hora e meia, porém, transmitido ao vivo pelos próprios alunos no canal da Univale no *YouTube*. Os episódios foram produzidos inteiramente no modelo *home office*, devido à pandemia da COVID-19. No entanto, a proposta de produção do formato ao vivo e digital pela plataforma não comprometeu o aprendizado da disciplina de Telejornalismo. Pelo contrário, apresentou aos alunos uma nova narrativa jornalística, já que “passou a ser mais comum a participação de jornalistas pela internet em plataformas de videochamada, por exemplo” (SACCOL,

2020b, p. 30). Com isso, as aplicações da disciplina foram voltadas inteiramente para essa nova realidade digital.

O projeto foi concebido para que os alunos desenvolvessem as habilidades necessárias de pesquisa, planejamento, produção, veiculação, narrativa, divulgação, execução e transmidialização de um programa de TV vinculado a outras mídias próprias, digitais e plataformas de mídias sociais. Por isso, o nome *Foca Talk* foi sugerido pelos alunos do curso. “Foca” é uma “gíria jornalística para repórter novato, inexperiente, que ainda não domina os recursos da profissão. Aquele que faz estágio da redação, ou que ainda não se considera um profissional” (BAHIA, 2010, p. 158). “Talk” trata de uma relação direta com o formato do programa, o *talk show*.

Durante toda a primeira temporada do programa, os alunos de Jornalismo produziram cinco episódios de entrevistas, contemplando pautas sobre temas relacionados à pandemia e ao isolamento social, gerando conteúdo, convidando entrevistados e realizando matérias jornalísticas que eram veiculadas durante as *lives*.

Os episódios abordaram os seguintes temas: “Saúde mental: isolamento social e suicídio”; “Arte em tempos de pandemia”; “Pandemia e comércio: novas formas de vender e de comprar”; “Eleições 2020: a comunicação entre candidatos e eleitores”; e “Resumo de 2020: Proatividade versus Procrastinação”. Esses temas tinham como foco desenvolver debates e opiniões públicas a partir da participação de especialistas de diversas áreas do conhecimento e do mercado; o que gera pluralidade à informação, segundo Almeida (2018a), e que foram indispensáveis para abordar práticas para uma vivência melhor em um cotidiano tomado pelo isolamento social.

## **METODOLOGIA E ANÁLISE**

A metodologia aplicada neste artigo é a de relato de experiência da produção *home office* dos episódios do *talk show Foca Talk* pelos alunos do 4º período de Jornalismo, desde a concepção das pautas, agendamento e realização das entrevistas, apresentação dos programas e transmissão dos episódios, que foram ao ar entre os meses de setembro e dezembro de 2021, no canal da Univale no *YouTube*; e as práticas dos alunos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda na transmidialização do programa

nas mídias *Instagram, site, blog, canal e podcast*, com perfis oficiais criados para cada plataforma e eram trabalhados de acordo com suas demandas, formatos e narrativas.

Como afirma Almeida (2018b), o público que acompanha os atuais telejornais está se tornando cada vez mais fluido e nômade, deslocando-se de uma plataforma para a outra de forma rápida e simples. Assim, os professores do componente curricular Projeto Integrador de Curso IV e das disciplinas Produção de Conteúdo e *Storytelling*, e Telejornalismo decidiram trabalhar de maneira interdisciplinar para levar o projeto a dialogar com outras mídias próprias e plataformas de mídias sociais através da transmídia.

As pautas trabalhadas em cada episódio, mesmo que já estivessem segmentadas em seus devidos recortes temáticos, tiveram que ser reorganizadas para serem distribuídas nas mídias selecionadas pelos alunos de maneiras diferentes. Dentre as reorganizações, foi necessário definir novos formatos, contextos e conteúdos para serem compartilhados nas mídias. No entanto, antes de estabelecer as mídias, foi necessário criar em primeiro plano a identidade visual do programa que, logo, iria representá-las nelas.

A criação da identidade visual do projeto foi realizada por oito grupos, os quais apresentaram suas ideias contendo: pesquisa, objetivo, conceito, defesa e exemplos de aplicações (mínimo de 3 peças distintas). Ao final, os próprios alunos elegeram, via votação realizada na plataforma do Google Formulários, a marca que melhor condizia com a ideia do produto.

Acompanhando o sentido do nome, a identidade visual (Figura 1) ganhadora foi pensada no intuito de transmitir a ideia de diálogo em perspectiva do uso da figura de um “balão”, dando a impressão de duas pessoas conversando, duas opiniões distintas, por meio de um efeito tridimensional para a marca. A tipografia sem serifa e em caixa alta foca no visual descontraído e, ao mesmo tempo, sério. As cores escolhidas buscam a sensação de descontração e o “balão”, a seriedade do tema abordado.

**Figura 1:** Identidade visual do programa *Foca Talk*



**Fonte:** Criada pelos alunos do curso de Jornalismo e Publicidade e Propaganda

Para transmitir os programas foi necessário que os alunos do Jornalismo se dividissem em grupos com funções distintas, como: produção de pautas; parte técnica da transmissão com uso da ferramenta de *live streaming StreamYard*; equipe de apresentadores/entrevistadores; e equipe de reportagem. Já os alunos de Publicidade e Propaganda criaram as *thumbnails* utilizadas nas “capas” dos vídeos de cada episódio para o *YouTube*.

De quinze em quinze dias, os alunos de Jornalismo se reuniam para decidir o tema que seria abordado no próximo episódio da temporada de acordo com os assuntos mais pertinentes do momento e, a partir da coordenação do professor responsável, os alunos se dividiam em grupos de três a quatro integrantes, que realizavam as seguintes tarefas:

- **Pauta:** o grupo estudava o tema do episódio, entrava em contato com o(s) profissional(is), considerados como fontes oficiais (profissionais e representantes da área) e secundárias (público comum que possuía contato direto com o tema em seu dia a dia), convidando-os para participarem do programa ao vivo e elaboravam um roteiro de perguntas para orientar a angulação do programa ao(aos) apresentador(es). Essa era uma das tarefas mais importantes de todo o trabalho, já que, como afirma Saccol (2020d), nela é preciso adequar conceitos, novas concepções e trabalhar de forma mais assertiva o recorte da temática do programa para com o interesse do público a partir de informações mais importantes entregues aos jornalistas sobre o entrevistado e o assunto.
- **Entrevista:** atuando como repórteres, um ou dois alunos gravavam e editavam uma entrevista de até cinco minutos com um terceiro convidado para ser transmitida durante os episódios como um complemento à entrevista ao vivo. A entrevista era baseada em um bate-papo entre o jornalista e o entrevistado a



partir de perguntas preparadas pelos pauteiros. Em alguns casos, era transmitido um vídeo com o relato de um convidado que estivesse relacionado com tema do episódio ao invés da entrevista.

- Apresentação do programa: Segundo Silveira (2020), o apresentador é o referencial do público, pois ele é aquele que faz com que o mesmo compreenda a notícia passada não só pela informação, mas por suas emoções. Por isso, um ou dois estudantes se preparavam com as informações e perguntas produzidas pelos pauteiros para o episódio ao vivo. Durante o programa, eles interagiam com os convidados de forma extrovertida e espontânea, mas sem deixar de lado a seriedade do jornalismo; também interagiam com o público presente no “chat ao vivo” da plataforma, criando um elemento fundamental para o telejornalismo contemporâneo apontado por Almeida (2018b): a interatividade.
- Transmissão: dois ou três alunos, supervisionados por pelo menos um dos professores responsáveis, administravam a transmissão do programa pela ferramenta *StreamYard*. Essa administração foi essencial para que o programa pudesse ir ao ar de maneira coerente e em sincronia com o *web* telespectador. Eles aplicavam a vinheta do episódio, configuravam o *layout* da tela conforme as informações eram transmitidas e administravam o *chat* ao vivo, subindo nos *highlites* os comentários de relevância e perguntas aos entrevistados.

Nesse projeto, para que todos pudessem participar de todas as etapas de produção dos programas, a cada semana era feito um rodízio entre os alunos, no qual todos se distribuíam e redistribuíam para grupos que ainda não tiveram participação para adquirirem os conhecimentos práticos necessários, como constava o objetivo do projeto e das disciplinas.

A partir da produção da marca do programa e da transmissão dos episódios ao vivo, os alunos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda tinham como uma nova tarefa fazer com que o tema do episódio fosse trabalhado intensamente nas plataformas transmidializadas a ele, como explicado anteriormente, durante as semanas que

antecediam o próximo episódio, no propósito de mantê-lo ativo entre seus seguidores nos canais de comunicação.

Além disso, Correia (2009) destaca que como as linguagens comunicacionais estão em constante mudança devido ao uso da tecnologia, certas habilidades e rotinas do jornalista, ressaltado que também para publicitários, devem ser inseridas no repertório desse profissional. Por isso, os mesmos devem estar aptos, por exemplo, a apurar uma notícia e se relacionar com sua fonte, a narrar o mesmo assunto da melhor maneira possível para diferentes plataformas e saber produzir conteúdo para diferentes canais conforme suas necessidades.

Assim, os alunos se envolveram com a produção dos conteúdos nos canais transmidializados, nos quais foram utilizados os espaços das aulas do PIC IV, sendo divididos cinco grupos de aproximadamente oito integrantes que produziram as demandas específicas conforme a audiência de cada mídia/plataforma, como o *Instagram*, *YouTube*, *Site*, *Blog* e *Podcast*. Nas mídias escolhidas, os alunos não somente transmidializavam o programa, mas aplicavam também seus conhecimentos sobre o *storytelling*. Por isso, os conteúdos das mídias traziam leveza e informação em um formato que agradasse o público-alvo de cada mídia, convencendo-o a consumir o trabalho por nós produzido. A partir disso, realizamos as seguintes ações em cada mídia:

- *Instagram @focatakunivale*<sup>7</sup>: A mídia social criada para ser um canal de comunicação semanal do programa, era usada para divulgar os novos episódios da temporada e criar enquetes interagindo e cativando os seguidores a respeito dos temas abordados. Nele, os alunos se dividiam para criar *posts* para o *feed* da plataforma; recortar os principais momentos do episódio, editá-los e publicá-los como IGTV's; criavam também as legendas para as postagens, *stories* interativos com os seguidores; e administravam os comentários no *feed* e *direct*;
- Canal do Youtube *Foca Talk*<sup>8</sup>: Utilizado como repositório direto dos episódios transmitidos no Canal do *YouTube* da Univale, os conteúdos eram editados e

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/focatakunivale/>

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC6ZPFCG-aKYYSTWp0593pA>

---

transformados em vídeos curtos e dinâmicos, com trechos que continham as falas mais marcantes do episódio transmitido ao vivo que eram editados em um novo vídeo, combinando com o formato da plataforma, e criando legendas para acompanhar seus respectivos conteúdos;

- *Site Foca Talk*<sup>9</sup>: Além de um endereço eletrônico fixo, o site se tornou o repositório completo de todos os conteúdos criados pelos alunos. Utilizado como um endereço eletrônico fixo, este canal de comunicação era atualizado semanalmente com a adição de links e legendas dos programas ao vivo, dos novos conteúdos criados e publicados pelos alunos nos demais canais e mídias sociais e atualizações de conteúdos que gerassem seu ranqueamento; além de ser um portal de informações gerais e retransmissão cativo de todas as mídias utilizadas.
- *Blog Foca Talk*<sup>10</sup>: Cada aluno produzia, semanalmente, um texto criativo sobre o tema da semana. Eles continham a formatação de texto para *blog*, no qual, era utilizado o modelo da Pirâmide Deitada, onde a informação era conectada por *hiperlinks*, segundo Canavilhas (2006). No então *blog*, eram utilizados *hiperlinks* dos conteúdos produzidos dentro da plataforma e das demais mídias do projeto, palavras-chave, seleção de imagens e citações relacionadas ao assunto. Nele, ainda eram aplicadas as práticas de SEO, que servem para aprimorar o posicionamento orgânico do conteúdo nos buscadores de internet, transmidialização dos conteúdos discutidos em programas no formato de escrita publicada e aumento da discussão dos temas abordados no formato audiovisual. Mais do que a prática da escrita editorial, esta mídia proporcionou aos alunos a compreensão do funcionamento da leitura de conteúdo por parte dos algoritmos de busca.

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://sites.google.com/univale.br/foca-talk/>

<sup>10</sup> Disponível em: <https://sites.google.com/univale.br/foca-talk/blog>

- *Podcast Foca no Review*<sup>11</sup>: O formato de divulgação de informação da contemporaneidade foi utilizado para destacar os trechos mais pertinentes dos episódios do programa de maneira rápida e prática, além de criar uma transferência natural de audiência entre as mídias. Sem o recurso visual e com a criação de um programa apenas de áudio, o *Foca no Review* serviu para criar um formato novo para falar sobre os temas abordados no *talk show* e divulgar o conteúdo mais denso e completo encontrado no site e nos canais do *Foca Talk* e *Univale* no *YouTube*. Nele, os alunos se dividiram para produzir o roteiro de cada episódio em áudio, recortavam e uniam as principais falas desse episódio, as comentavam e criavam a *thumbnail* dele.

Considerando a produção de todo esse conteúdo, conclui-se que o projeto proporcionou aos alunos a experiência prática de diversas atividades produzidas em período de isolamento social como a produção, veiculação e divulgação de conteúdos pertinentes aos cuidados pessoais e com a sociedade em tempos de pandemia, tendo relacionado os temas abordados não somente as práticas das disciplinas, mas também as ações para uma vivência melhor em um cotidiano marcado pelo isolamento social.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do projeto foi pensado para ser não só um programa de bate-papo, mas um espaço onde universitários e profissionais do mercado e do meio acadêmico pudessem conversar e compartilhar conhecimentos sobre os temas dos episódios de forma breve e de fácil entendimento ao telespectador de uma forma geral. Assim, também foi possível a prática dos conceitos trabalhados em período de isolamento social.

Em Telejornalismo, disciplina ministrada aos alunos de Jornalismo, as práticas em produção de pautas, transmissão do programa, apresentação e reportagem surtiram em efeitos positivos, já que desde o primeiro episódio os alunos empregaram as teorias praticadas em aula, entre as quais, a prática de narrativas criativas e a atuação em

---

<sup>11</sup> Disponível em:  
<https://open.spotify.com/show/4NHFHUOU5YfeFeXuvWmJxC?si=Hmud27MoS96aVZ4NMSoArA>

diferentes equipes em prol da vinculação do ao vivo. Além desses, os alunos puderam desempenhar seu papel voltado para causas sociais ao voltar as temáticas do programa para esse meio.

No Projeto Integrador de Curso IV e em Produção de Conteúdo e *Storytelling*, os alunos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda tiveram sucesso em transmidializar o programa nas mídias selecionadas a partir da quantidade e qualidade de conteúdo produzido devido ao bom uso das teorias aplicadas em aula e das narrativas criadas conforme as demandas de cada mídia.

Conclui-se que o projeto foi muito importante para a formação dos alunos, tanto de Jornalismo quanto de Publicidade, uma vez que eles puderam desempenhar novas práticas adquiridas pelas disciplinas no então contexto de pandemia, relacionadas ao meio digital que serão de extrema importância em situações futuras, em virtude das atualizações digitais resultantes do avanço tecnológico na contemporaneidade.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Clarisse de Mendonça e. A função social do telejornalismo. In: ALMEIDA, Clarisse de Mendonça e. et al. **Telejornalismo I**. Porto Alegre: SAGAH, 2018a. p. 61-70.
- ALMEIDA, Clarisse de Mendonça e. O telejornalismo no Brasil hoje. In: ALMEIDA, Clarisse de Mendonça e. et al. **Telejornalismo I**. Porto Alegre: SAGAH, 2018b. p. 71-80.
- BAHIA, Benedito Juarez. **Dicionário de Jornalismo: século XX**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. **Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- CORREIA, J. C. O ethos jornalístico: da técnica à reflexão crítica. **Verso e Reverso**, v. 23, n. 54, 2009. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/5768/2987>. Acesso em: 11 ago. 2021.
- FLORES, Natália Martins. Os gêneros jornalísticos no ambiente digital. In: FORECHI, Marcilene. et al. **Jornalismo Digital e Cibercultura**. Porto Alegre: SAGAH, 2019. p. 87-102.
- FORECHI, Marcilene. Imagem e som no telejornalismo II: técnicas para uma imagem padrão. In ALMEIDA, Clarisse de Mendonça e. et al. **Telejornalismo I**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. p. 163-174.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2015.

ROSSI, Jessica de Cássia. Captação por dispositivos móveis e seu impacto na linguagem. In: SANTOS, Luiza Carolina dos. et al. **Estudos Avançados em Telejornalismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. p. 219-230.

SACCOL, Tércio. A evolução do Telejornalismo. In: SANTOS, Luiza Carolina dos. et al. **Estudos Avançados em Telejornalismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2020a. p. 13-24.

SACCOL, Tércio. Gêneros televisivos e formatos de telejornalismo. In: SANTOS, Luiza Carolina dos. et al. **Estudos Avançados em Telejornalismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2020b. p. 25-38.

SACCOL, Tércio. O discurso do telejornalismo e seus modos de endereçamento. In: SANTOS, Luiza Carolina dos. et al. **Estudos Avançados em Telejornalismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2020c. p 39-52.

SACCOL, Tércio. A pauta no telejornalismo. In: SANTOS, Luiza Carolina dos. et al. **Estudos Avançados em Telejornalismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2020d. p. 53-62.

SANTOS, Luiza Carolina dos. Captação de imagens na narrativa telejornalística. In: SANTOS, Luiza Carolina dos. et al. **Estudos Avançados em Telejornalismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. p. 189-204.

SILVEIRA, Guaracy Carlos da. O apresentador no telejornalismo. In: SANTOS, Luiza Carolina dos. et al. **Estudos Avançados em Telejornalismo**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. p. 95-112.