

Vídeo-documentário “Como é Feito o TVU Notícias”¹

Sérgio Henrique SANTOS²
Camila Oliveira DANTAS³
MS. Bruno Sérgio F.F. GOMES⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Trata-se de um vídeo-documentário que tem por objetivo mostrar os bastidores e o modo de produção, edição e finalização do telejornal *TVU Notícias*, exibido diariamente para Natal e Região Metropolitana na Televisão Universitária (TVU-RN), ligada à UFRN. O jornalismo público da TVU se notabiliza por servir de laboratório para a maior parte dos jornalistas que atuam no mercado local e em nível nacional. O vídeo-documentário mostra, através de *offs*, de cabeças que abrangem os assuntos e depoimentos de jornalistas e colaboradores da emissora o *modus operandi* do telejornal, desde a reunião de pauta às 8h da manhã até o horário em que vai ao ar, diariamente, às 19h. Os autores utilizaram referencial teórico baseado em autores que discutem cotidiano e linguagem jornalística audiovisual. O vídeo-documentário é intitulado “Como é feito o *TVU Notícias*” e tem 17 minutos de duração.

PALAVRAS-CHAVE: documentário; TVU-RN; TVU Notícias; produção; telejornalismo.

1 INTRODUÇÃO

O principal objetivo do projeto é mostrar a operacionalização de produção de um telejornal, conforme as orientações do professor Bruno Gomes, na disciplina Técnicas de Apresentação nos Meios de Comunicação de Massa (MCM), do curso de Jornalismo da UFRN. Daí a escolha do título “Como é feito o *TVU Notícias*”, que é autoexplicativo. Nosso produto mostra como se pensa o telejornal, através da linha editorial, quais os passos necessários para executá-lo, através das reuniões de pauta e a produção das reportagens na rua, e passa pelas etapas de seleção das entrevistas, edição do programa, maquiagem e apresentação, edição das reportagens e, finalmente, a exibição do telejornal. O objetivo é

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria “Jornalismo”, modalidade “Produção laboratorial em videojornalismo e telejornalismo”.

² Jornalista, aluno líder do grupo e estudante do reingresso, no 1º. Semestre do Curso Comunicação Social – Radialismo (UFRN), email: sergiohenrique.rn@hotmail.com.

³ Jornalista graduada pela UFRN e co-autora do vídeo, email: camiladantas7@hotmail.com.

⁴ Orientador e co-autor do projeto, professor do Departamento de Comunicação Social da UFRN, email: brunoradioetv@gmail.com

levar ao espectador do vídeo-documentário a dimensão e complexidade na metodologia de se produzir um telejornal numa emissora pública de televisão.

A proposta não contempla a discussão sobre o papel da TV pública ou da emissora pertencer ou não a uma universidade, que matérias podem ou não ir ao ar, entre outras abordagens. Neste trabalho, nos limitamos a questionar os entrevistados que características diferenciais tem a TV Universitária para elaborar seu produto jornalístico, ou seja, como é elaborado o jornal a partir de seu perfil ou linha editorial. Reitere-se: não discutimos o “valor”, “mérito” ou “deficiências” do perfil editorial, mas tão somente “qual” o perfil editorial adotado no *TVU Notícias*.

Primeiro fizemos um resumo da rotina de produção da TVU, com os objetivos e a proposta do projeto experimental. Depois abordamos as características do jornalismo que se produz na Televisão Universitária, especialmente no que se refere à linguagem do audiovisual. Para isso nos apoiamos em autores que discutem desde cotidiano, ou os assuntos que constam em reportagens de televisão, até estudiosos que se dedicam a explicar as peculiaridades de um produto jornalístico exibido na televisão. Porque uma notícia na TV é diferente de uma reportagem num jornal impresso ou numa revista. Passamos ao relatório de produção, que contém uma descrição do produto, e as etapas de pré-produção, produção e gravações, pós-produção e orçamento. Por fim, listamos as referências bibliográficas consultadas.

2 OBJETIVO

A ideia surgiu da necessidade em se elaborar material jornalístico que sirva ao propósito de auxiliar os setores de pauta, produção e reportagem em uma emissora local de televisão. Trata-se de uma obra que contempla a experiência pessoal dos próprios autores do vídeo em uma emissora local de televisão, a própria TVU-RN. O recorte será o produto *TVU Notícias*, exibido diariamente na *TV Universitária (TVU)*, às 19h no canal 5 da TV aberta ou 17 da TV a Cabo em Natal-RN e região metropolitana. O objetivo é que, ao final, o produto sirva para que alguém que nunca trabalhou com jornalismo televisivo tenha noção de como se faz um telejornal e como se elabora a linha editorial desse produto.

3 JUSTIFICATIVA

Os autores desse projeto julgam importante o tema proposto porque é necessário que se crie material sobre telejornais locais que sirvam como base para pessoas que queiram

trabalhar com jornalismo em emissoras de televisão no Rio Grande do Norte. A bibliografia existente sobre o assunto é rara, com poucos trabalhos, geralmente em vídeo, falando sobre a história da TVU e de outras emissoras e de seus telejornais. Pouco se produziu, até agora, material que fale do conteúdo das notícias exibidas nesses veículos de comunicação.

A ideia de desenvolver o vídeo-documentário também surgiu da necessidade em se elaborar material jornalístico e acadêmico que sirva ao propósito de auxiliar os setores de pauta, produção e reportagem em uma emissora de televisão. Trata-se de uma obra que contempla as experiências pessoais dos autores do projeto na Televisão Universitária (TVU). Os autores relatam, num texto de fácil compreensão, as nuances da produção de um telejornal local. Ambos tiveram experiência na pauta, produção, reportagem e apresentação em telejornais da TVU-RN, e também no *TVU Notícias*, ao qual dedicaram o vídeo-documentário, por ser o principal programa diário da emissora.

O documentário mostra como se faz o *TVU Notícias*, desde a produção, reportagem, edição e apresentação do jornalístico. O produto final contempla todas as etapas da produção de um telejornal local exibido em emissora de televisão pública e em canal aberto, numa emissora educativa que pertence à UFRN. O formato do texto se propõe a ser uma espécie de “Como se faz”, fórmula já utilizada para desenvolver projetos de outros programas de televisão, mas todos em caráter nacional. O *TVU Notícias*, por sinal, se trata de um produto destinado a fins diversos do que os telejornais vistos em emissoras comerciais, que tem outros objetivos diferentes do entretenimento, ou mais especificamente, da busca pela audiência.

O tema proposto se configura como importante por ser inédito no caso da TV Universitária e Emissoras de Televisão no RN. A emissora completou 40 anos em 2012 e um de seus principais produtos é o telejornal *TVU Notícias*, que no mesmo ano também completou aniversário, de 15 anos no ar, ininterruptamente. Conforme já supra citado, é o único programa inédito exibido diariamente. O vídeo-documentário serve como um material básico para estudo e pesquisa sobre telejornais locais. Poderá ser utilizado, por exemplo, pelos estudantes que busquem material sobre jornalismo em emissoras de televisão no Rio Grande do Norte, e pelos bolsistas que façam estágio na TV Universitária de Natal. A inspiração e a motivação para o trabalho advém desse interesse em dar uma contribuição à formação de futuros jornalistas que fizerem estágio na TVU e no telejornal em estudo.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como qualquer vídeo-documentário, os autores do projeto se utilizaram dos mesmos métodos usados nas técnicas de reportagem tradicionais: trabalho de campo (descrevendo sua experiência e a dos colegas de trabalho), entrevistas, apuração e cruzamento de dados e informações teóricas. A estrutura do vídeo-documentário “Como é feito o *TVU Notícias*” foi dividida em blocos temáticos, utilizando técnicas de edição de vídeo para que o espectador observe o produto como um todo.

A principal meta do trabalho era discutir o produto, o telejornal *TVU Notícias* da TVU. A que ele se propõe? Qual o enfoque de suas matérias? Abordamos os conceitos e aplicações de todos os setores da elaboração de um telejornal: pré-produção, produção e pós-produção. Basicamente nos referimos à explicação do trabalho realizado na pauta, produção, reportagem, edição (de texto, de imagens, de editoração), apresentação e exibição na programação da emissora.

Desde que a televisão foi inventada pelo inglês John Baird (1926), a comunicação através de transmissão simultânea de texto, som e imagem reduziu distâncias locais, regionais, nacionais e internacionais. Ela “massifica e globaliza ao máximo a informação, que alcança hoje no mesmo instante do iletrado ao intelectual, nivela as classes sociais e cria uma cultura mundial homogênea” (PEREIRA, 2009, p. 25). Por isso todos os manuais de telejornalismo, a exemplo de Barbeiro (2005) pedem que a linguagem coloquial seja um norte das notícias veiculadas na TV. É a forma de se fazer entendido por todos, do analfabeto ao jurista mais renomado. Com o advento da televisão, em meados do século XX, as pessoas começaram a mudar o hábito de ler jornais – tidos como um veículo caro. Elas preferiam trocar o jornal pela informação mais barata, a gratuita televisão.

No Brasil, as emissoras públicas de televisão que mais se destacam estão ligadas à Radiobras, criada em 1975 durante a Ditadura Militar, “com o objetivo de assegurar, pela radiodifusão, a presença da ideologia da Doutrina de Segurança Nacional no imaginário brasileiro, ela sobreviveu por mais de trinta anos como uma empresa multimídia capaz de prestar serviços úteis à cidadania (...). A Radiobras controlava, até 2007, três emissoras de televisão, seis emissoras de rádio e duas agências de notícias” (BUCCI, 2009, p. 101-2). As emissoras de TV a que Bucci (2009) se refere são a TV Nacional, Nbr-TV e a TV Brasil-Canal Integración. Em 2008, a Radiobras seria fundida à TVE do Rio de Janeiro (Fundação Roquette Pinto), dando origem à Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

É característica da televisão o trabalho coletivo. Particularmente o formato telejornal demanda investimentos em equipamentos, recursos humanos e tempo. É diferente se fazer a

apuração de uma matéria para um jornal impresso do que para a TV, principalmente porque a TV exige imagens e sons, mesmo que o assunto se resume a uma “Nota Pelada”, requer um apresentador passando a informação. Sobre a busca pela objetividade, o documento “O jornalismo na Radiobras” diz:

Há mais subjetividade, e portanto, mais imprecisão nos relatos trabalhados por uma pessoa só. O trabalho em equipe é uma vacina contra esse tipo de imprecisão. O editor pode e deve questionar o repórter, pedindo mais exatidão. Colegas de redação devem comentar entre si o que lhes parece vago e precisa ser esclarecido. As pautas devem ser discutidas e aprimoradas em grupo. Equipes integradas e solidárias são mais eficientes na busca da objetividade. No tipo de serviço que a Radiobras oferece ao público, a objetividade é um componente central (apud BUCCI, 2009, p. 108).

A ideia de um trabalho em equipe também é conceito adotado pela maior empresa comercial de televisão do país, a Rede Globo: todos os jornalistas “devem se esforçar ao máximo para deixar de lado suas idiossincrasias e gostos pessoais. Gostar ou não de um assunto ou personagem não é critério para que algo seja ou não publicado”, (MARINHO, 2011), conforme consta nos “Princípios Editoriais das Organizações Globo”, documento lançado em agosto de 2011 e que serve como um norteador do trabalho jornalístico da emissora.

A hierarquia, numa redação, é fundamental para que o trabalho jornalístico possa ser feito a tempo e a hora. E a decisão final caberá sempre àquele que estiver no comando. Ocupantes de cargos de chefia e direção devem, contudo, ter ouvidos abertos a críticas e argumentações contrárias. O trabalho jornalístico é essencialmente coletivo, e errarão menos aqueles que ouvirem mais. Porque aquilo que pode parecer certo, acima de dúvidas, confrontado com outros argumentos, pode se revelar apenas fruto de gosto pessoal, idiossincrasia ou preconceito (MARINHO, 2011, p. 7).

No Brasil, para a maior parte da população, a televisão pública - e posteriormente o jornalismo público, se tornaram sinônimos de informação educativa e programação essencialmente infantil ou cultural. Apenas isso, poucas referências a esse tipo de jornalismo objetivo. Existe a tese comum sobre a “passividade dos consumidores e a massificação dos comportamentos” (CERTEAU, 1974, p. 27). A definição de uma linha editorial é importante para delimitar o contexto comunicativo do produto telejornalístico. “O conceito de modo de endereçamento, quando aplicado aos estudos de jornalismo, nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta

não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor (GOMES & GOMES, 2007, p. 75).

Embora tenha uma proposta diferente de uma emissora comercial como a Rede Globo, que segue os “Princípios Editoriais das Organizações Globo”, a TVU-RN carece de um documento semelhante que normatize a orientação editorial. No caso da TVU, não existe um documento oficial com normas estabelecidas a respeito de sua linha ou política editorial. Ao longo dos seus quase 40 anos (as comemorações das quatro décadas ocorreram este ano), a TVU produziu programas educativos, culturais e jornalísticos dos mais diversos formatos, além de campanhas educativas e de difusão cultural.

Como as demais emissoras educativas, a TVU exerce um importante papel na formação complementar e crítica do telespectador, difundindo o conhecimento gerado pela UFRN e contribuindo para o exercício da cidadania. Assim, a TVU se volta para a sociedade, buscando a participação do público, quer através da interação em seus programas, por intermédio do telefone, quer pela pesquisa e desenvolvimento de tecnologia e linguagem de ponta na área audiovisual (UFRN, site oficial da TVU-RN: www.tvu.ufrn.br).

O telejornal adota um jornalismo voltado para o cidadão e busca provocar a reflexão e o aprofundamento das notícias de interesse público. Ciente ou não a equipe que planeja, edita, pauta e realiza o telejornal sempre busca abrir espaço para o homem ordinário. E o conceito de homem ordinário de Certeau se aplica à comunicação de massa. Mais ainda: também se aplica à comunicação jornalística, que informa às pessoas o que acontece conforme o interesse público do fato. A comunicação jornalística pode (e deve) ter como base depoimentos, falas, atos e modos de vida do homem ordinário. Afirmamos isso porque este trabalho se detém na análise da produção editorial do telejornal *TVU Notícias*, exibido diariamente pela TV Universitária de Natal desde 1997, e que tem o homem ordinário como fonte essencial para suas reportagens.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O trabalho se assemelha a uma espécie de relato. A ideia executada foi descrever como é feita a reportagem, através de dicas dos entrevistados e sempre em linguagem impessoal. Primeiro fizemos duas cabeças, que em telejornalismo Paternostro (1987) chama de “abertura de uma notícia. Por se equivaler ao lead, em que estão presentes os principais elementos de um fato (que, quem, quando, como, onde e por quê), funciona como um

'gancho' para introduzir a notícia e estimular a atenção do espectador pelo assunto tratado” (PATERNOSTRO, Vera Íris, 1987, p. 92). As duas cabeças foram gravadas pelos estudantes de jornalismo no semestre 2012.2 Camila Oliveira Dantas e Sérgio Henrique Santos em frente à sede da TVU-RN e na recepção do prédio, numa demonstração de que mostrávamos um produto realizado num ambiente real. O texto comenta o fato de que a TVU existe há 40 anos e que contribuiu para a formação de centenas de jornalistas.

A narrativa segue em off: "texto em off é a parte da notícia gravada pelo repórter ou pelo apresentador, para ser conjugada com as imagens do fato, sem que o rosto de quem faz a leitura apareça no vídeo (...), harmoniosamente conjugada com as imagens que cobrem o texto lido" (idem, ibidem). Na sequência aparece um entrevistado. E depois uma cartela, espécie de cortina com o nome de um tema: perfil editorial. É a forma que encontramos para dividir os assuntos do vídeo-documentário.

A sequência basicamente é a mesma para todo o trabalho: cartela, cabeça, off, depoimentos, os dois últimos sobrepostos por imagens. O vídeo-documentário termina com os dois autores numa cabeça gravada no estúdio da TVU, com o cenário do TVU Notícias ao fundo, seguido de último depoimento sobreposto com imagens e os créditos finais.

Durante as entrevistas, vários questionamentos estão elucidados ou foram problematizados, tais como: o cuidado com o conteúdo jornalístico, as reportagens que vão ao ar, como se dá a escolha, quem são as fontes, os entrevistados, qual o diferencial das reportagens exibidas em um telejornal local de emissora pública para outros telejornais.

No vídeo-documentário também abordamos quais as funções dos recursos pessoais em um jornal feito para a televisão. Qual o papel do pauteiro? A diferença do produtor? Quem faz o que na reportagem? Quem é a equipe (repórter, cinegrafista, iluminador, motorista)? Quem revisa o texto? Qual o papel do editor? Qual o *dead-line* em telejornal? As funções no momento da exibição: maquiagem, câmeras, direção de imagens, iluminador, operador de áudio, operador de videotape, entre outras.

O vídeo-documentário tem 17 minutos de duração. Foram entrevistados: Marccone Maffezzoli, diretor de jornalismo; Iano Flávio Maia, chefe de pauta; Yuri Borges, chefe de pauta; Janyara Lima, repórter; Patrícia Santos, repórter; José Cipriano da Silva, cinegrafista; Edemilson Soares da Silva, editor de imagens; Ednaldo Martins, apresentador; e Rodivan Barros, diretor de imagens.

O trabalho se baseia na experiência pessoal dos dois autores (Camila Oliveira Dantas e Sérgio Henrique Santos) no telejornal, que passaram dois anos atuando na emissora como bolsistas de apoio técnico em dois telejornais: TVU Esporte e TVU

Notícias. Além disso, foram utilizadas pesquisas bibliográficas e documentais sobre linguagem jornalística e audiovisual para servir como referencial teórico-bibliográfico para o trabalho. No produto propriamente dito, basicamente os autores se utilizaram de entrevistas, gravação de 'cabeças' e *off's* e técnicas de edição de imagens para produzir o “Como é feito o *TVU Notícias*”.

O estudo bibliográfico e histórico serviu de subsídio para o planejamento do documentário. Paralelamente, trabalhou-se com pesquisa de campo e conversas com alguns funcionários da TVU a fim de identificar quem eram os personagens mais complexos e que seriam bons narradores. Julgou-se necessário antes de ligar a câmera, realizar pré-entrevistas informais com alguns funcionários da instituição de forma exploratória a fim de ter seus perfis com dados pessoais e noções de abordagem para entrevista em profundidade. Os primeiros diálogos foram realizados no mês de outubro para, então, subsidiarem a criação de um roteiro individual.

Colhidos os depoimentos, com captação de áudio e vídeo, o passo seguinte foi a decupagem, que nada mais é do que a escrita das falas dos entrevistados numa lauda de documento. Um fator determinante para que se poupassem horas na ilha de edição foi a definição de qual seria a sequência dialogal do vídeo-documentário. Após esta etapa, as falas foram encaixadas no roteiro que havia sido planejado. Foi utilizada uma câmera Panasonic modelo HD-DVCPro, tripé Manfrotto modelo 055XDB e microfone de lapela.

Como o trabalho se assemelha a uma espécie de relato, a ideia executada foi descrever como é feita a reportagem, através de dicas dos entrevistados e sempre em linguagem impessoal. O método utilizado faz com que o produto sirva para que alguém que nunca trabalhou com jornalismo televisivo tenha conhecimento de como se faz um telejornal e como se trabalha a linha editorial desse produto.

6 CONSIDERAÇÕES

À guisa de conclusão, temos a impressão de que o nosso trabalho conseguiu alcançar o propósito inicial: mostrar a rotina de produção e elaboração de um telejornal em uma emissora pública de comunicação. O tema proposto se configura como importante por ser inédito no caso da TV Universitária. Nunca houve trabalho algum sobre a rotina de produção de nenhum produto da TVU.

O diferencial desse trabalho é que o fazer jornalístico se difere dos outros veículos de comunicação exatamente por se tratar de uma emissora pública de televisão, ligada a

uma universidade. A ideia inicial seria apenas mostrar um *modus operandi*. Ao final, fica a impressão de que novos bolsistas de apoio técnico, como nós, terão uma importante ferramenta para auxiliar sua rotina de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**. São Paulo: Contexto, 2009.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

GOMES, Itânia Maria Mota & GOMES, Luana S. O contexto comunicativo nos telejornais da Rede Globo: Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo. In DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de (orgs.). **Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007. [Estudos Sobre o Audiovisual].

MARINHO, Roberto Irineu; MARINHO, João Roberto; MARINHO, José Roberto. **Princípios editoriais das Organizações Globo**. Rio de Janeiro, 6 de agosto de 2011. Disponível on line: <http://estatico.redeglobo.globo.com/2011/08/06/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf> Acesso em 08/set/2012

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1987.

PEREIRA, José Haroldo. **Curso básico de teoria da comunicação**. 3 ed. Rio de Janeiro: UniverCidade, 2009. 128p

UFRN. **Site oficial da TVU-RN**. Disponível em <http://www.tvu.ufrn.br>.