

30 Minutos Especial: Sobreviventes¹

Samuel Ferreira LEITE²
Igor José Siquieri Savenhago³
Eduardo Vicente Soares⁴

Centro Universitário Barão de Mauá, Ribeirão Preto, SP

RESUMO

O Programa “30 Minutos” é um projeto experimental que acontece no 5º. e 6º. semestres do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá. O objetivo é usar as técnicas de apuração, pauta, entrevistas, edição e as novas tecnologias no ensino das práticas de televisão. A proposta de uma ramificação do programa, o “Sobreviventes”, vem com o intuito de dar voz aos anônimos que toda cidade possui. Pessoas que se destacam por suas participações na sociedade, e cujas histórias normalmente não interessem à grande mídia: a vida de um imigrante japonês que se tornou artista plástico no Brasil; um casal de carpinteiros que superou a deficiência física; a devota de Santos Reis que costura roupas para crianças carentes. Constatou-se que o projeto auxilia na percepção da importância social do jornalista e motiva o aluno a desenvolver atividades práticas de ensino.

PALAVRAS-CHAVE: atividade prática, jornalismo, novas mídias, televisão.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Gilder (1996), foi em Nova York, em uma exposição universal no ano de 1939, a primeira vez que o público norte-americano viu um dispositivo que revolucionaria a cultura popular. Uma pequena tela, acoplada em uma caixa com a maior parte da composição feita por válvulas, foi destacada no centro de uma exposição. Para quem vislumbrava o objeto, a engenhoca não passava apenas de um rádio enorme com uma janela grande e cinza na frente. Para a maioria das pessoas, era impensável o desenvolvimento que o veículo poderia alcançar, ou que uma nova era aconteceria, que foi denominada a era da televisão.

No início dessa nova era, foi difícil perceber a repercussão da televisão, já que o rádio era o único meio de transmissão que dominava os lares com notícias, entretenimento e música, mesmo depois da Segunda Guerra Mundial. Em preto-e-branco, imagens de má

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade: Programa laboratorial de TV.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: samuelseixas@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: tatigor.sav@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: eduvin@hotmail.com

qualidade, e oferecendo pouquíssimos programas e até rara publicidade, a TV ainda parecia algo muito distante de se concretizar na concepção das pessoas.

Em um período de cinquenta anos, a televisão assumiu o controle das salas de estar das residências, com desenhos animados, ídolos da música e imagens da política e da sociedade nos telejornais. Para Gilder, além de tudo isso, a televisão levou o mundo, literalmente, até a lua, apresentando e promovendo revoluções pelo mundo todo, fazendo com que o impacto social causado fosse imenso.

No Brasil, a televisão brasileira começou por intermédio de Assis Chateaubriand, no início da década de 50. “Chatô” era proprietário de jornais, revistas e emissoras de rádio, entre elas a Rádio Tupi e a Rádio Difusora em São Paulo. Usando recursos financeiros de suas empresas, comprou equipamentos nos Estados Unidos e trouxe a televisão para o Brasil, criando a TV Tupi Difusora.

Para Gomes (1996), a televisão ainda possui a capacidade de envolver pessoas e o seu canto ainda é muito grande, apesar de a tecnologia avançar a cada dia e de este campo crescer cada vez mais. Para ele, “ainda é um veículo contraditório e objeto de disputas acirradas, seja no campo acadêmico seja no âmbito dos organismos da sociedade civil” (GOMES, 1996. p.9).

Gomes se refere ao fato de que muitos acusam a televisão de ser um veículo que aliena e massifica, incentivando o consumo, prejudicando a produção escolar e desestimulando o hábito da leitura. Por outro lado, muitos também reconhecem a importância do meio televisivo e os benefícios decorrentes na vida das pessoas. Ainda para Gomes, é fundamental a ligação com a cultura e a recepção da televisão com o contexto social no qual a pessoa está inserida.

Segundo Marcondes Filho (1988), a importância da televisão para o ser humano é confirmada pelo recurso visual, já que “a imagem é uma das formas mais bem-sucedidas que o homem criou para superar o fato angustiante de que depois do dia de hoje virá o de amanhã, o seguinte, e que sua vida caminha para um fim inevitável” (MARCONDES FILHO, 1988. p.9).

Indústria Cultural

Este termo surgiu no final da década de 40, utilizado pela primeira vez por dois filósofos alemães, Theodor W. ADORNO e Max HORKHEIMER, em 1947, na obra *Dialética do Iluminismo*.

Com o termo, a expressão *cultura de massa* foi substituída por *indústria cultural*. O sociólogo Renato Ortiz (1986) afirma que a expressão *Cultura de Massa* tem um significado como se a massa tivesse uma cultura própria, sendo veiculada a democracia e neutralidade pelos meios de comunicação. Ortiz ainda ressalva que o termo *Indústria Cultural* é contrário a essa ideia, reforçando a noção de que a cultura é algo fabricado.

Dessa forma, não se pode falar desses conceitos num período anterior à industrialização. A afirmação é do escritor Teixeira Coelho (1996).

Assim, a indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização. É esta, através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho humano, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantado numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente de máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho. (COELHO, 1996, p.10)

Durante o período de construção dessas sociedades industriais, a criação artística perdeu seu valor estético e poético. Na indústria cultural, os objetos de arte se transformaram em mercadorias, com o valor de troca sendo superior ao seu valor de uso. Além disso, são utilizadas técnicas para envolver o consumidor e fazer com que eles comprem uma arte mais acessível, mas de conteúdo geralmente de fácil consumo. “Pode-se constatar que, na indústria cultural, tudo se transforma em artigo de consumo, e que no mercado a arte, a música, o cinema, o rádio, tudo pode ser comprado como uma mercadoria, transformando a cultura em algo negativo.” (COSTA, 2003. p. 9).

Fadul (1993) completa dizendo que a indústria cultural é padronizada, pois tem uma produção em larga escala e de baixo custo. A partir dessas três características, Adorno e Horkheimer (1997) afirmaram que, além dessa indústria manipular as pessoas, cria uma acomodação e conformismo, impedindo a existência de uma sociedade autônoma e que seja capaz de tomar decisões.

Desta forma, a informação produzida pela indústria cultural se torna fácil de ser identificada pelo telespectador, que não aprende a analisar e estar atento ao material.

Documentário de TV

Um documentário de TV proporciona uma linguagem audiovisual sinestésica. Ao se juntar visão e audição, é criado todo um plano sensorial ativando a percepção neurológica. Essa capacidade é chamada de sinestesia. Com este gênero, é possível tratar de questões, com o auxílio da imagem e do som, mais detalhadas. Por isso, optamos por esta forma de apresentação. O formato permitiu que explorássemos grande parte das peculiaridades de nossos entrevistados como a diversidade e traços de oralidade, além de nos ajudar a abordar, com maior precisão e de maneira mais fidedigna, as múltiplas narrativas encontradas na vida social.

Buscamos encontrar, com os elementos primordiais do documentário, uma troca de emoções vindas do modo de falar do entrevistado, expressões, gestos, conhecimento, timidez, extravagância, até as tonalidade das vozes.

Para Melo (2002), a expressão *documentário* significa um conjunto de documentos que comprove algo em determinada época. Ela teria surgido na segunda metade do século XIX, mais especificamente no campo das ciências humanas. Portanto, fica certo de que a própria origem da palavra está ligada ao comprometimento do gênero com a veracidade da representação.

E é justamente neste último fator que há a responsabilidade por conferir autenticidade ao gênero. Ainda segundo Melo (2002), o documentarista deve trabalhar pensando numa série de elementos, como cenários naturais, registro “in loco” e personagens reais para separar o discurso e traduzir em forma de linguagem audiovisual.

Se no filme de ficção o controle do universo de representação está, desde a saída, todo à mão dos responsáveis pela concepção do filme, seja ele uma adaptação ou não, em documentário esse controle é uma aquisição gradual. Parte-se necessariamente de uma busca por aquilo que é externo ao cineasta. (PUCCINI, 2009. p.16)

Quando o diretor vai produzir um documentário, ele já precisa ter em mente imagens que pretende utilizar e “estar pronto a reconhecê-las e, o mais importante, estar pronto para filmá-las quando elas acontecerem.” (HAMPE, 1997. p.1). Neste formato não há como manter o controle das ações e do comportamento dos atores reais.

Como Hampe (1997) ressalta, em um documentário não é necessário ter a presença de um narrador. O uso da narração só é justificado quando as imagens e depoimentos não são suficientes para a tradução da informação que o diretor quer passar. “Apesar de o

locutor exercer função destacada na condução da narrativa, a principal fonte de informações vem mesmo dos depoimentos, aos quais ele dá apoio.” (MELO, 2002. p.12).

Desta forma, criamos uma vertente do tradicional programa “30 Minutos”. O programa é um projeto experimental que acontece dentro do 5º. e 6º. semestres do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá, em Ribeirão Preto. Os trabalhos acadêmicos são exibidos em uma emissora local, o Canal 20 da NET (<http://www.canal20.com.br>), que possui integração com as novas mídias sociais e permite a exibição dos programas em computadores, *tablets* e celulares.

A proposta do programa “30 Minutos Especial: Sobreviventes” é a de oferecer uma abordagem diferente de histórias do cotidiano, já que, em sua maioria, tais fatos, quando expostos pela mídia, são tratados de uma forma rápida e não aprofundada no material humano que possuem. Cada detalhe como o sotaque, gestos e expressão dos entrevistados, são relevantes para ambientar a temática do programa. Portanto, a linguagem audiovisual do trabalho é responsável por transmitir de forma mais clara os elementos que propiciam o contar de histórias de uma forma natural, de um jeito em que as pessoas contem sua própria vivência, fazendo frente à indústria massificadora das tradicionais matérias de televisão.

2 OBJETIVO

O objetivo de aliar um programa jornalístico de televisão, com reportagens especiais aprofundadas em seus personagens, na maioria das vezes pessoas simples, que fazem algum trabalho social ou possuem uma posição de destaque em suas comunidades, transmitido pela internet e utilizando as ferramentas de interação social, são os seguintes:

- Habilitar o aluno a levantar, captar, processar e transmitir informação através da linguagem televisiva.
- Reafirmar o posicionamento social do aluno perante as grandes empresas de comunicação.
- Dominar os processos de levantamento e produção de pautas, condução de entrevistas e reportagens.
- Desenvolver técnicas de redação de chamadas, passagens, edição e apresentação na televisão.
- Desenvolver o interesse do aluno na produção e apresentação de programas jornalísticos.

- Despertar a importância do trabalho em equipe e as funções de cada profissional na produção e finalização da notícia.
- Criar recursos de interação, inovação e recriação da televisão em um ambiente diferente do meio tradicional, se reinventando através das novas mídias e das ferramentas de interação com o telespectador/internauta.
- Oferecer ao público um olhar humano para as histórias de pessoas que, de alguma forma, promovem o desenvolvimento social das pequenas comunidades de nossas cidades e até mesmo do país.
- Contribuir com a memória oral de um povo que raramente preserva a história regional.

3 JUSTIFICATIVA

Fazer com que o laboratório de televisão dentro da universidade funcione bem próximo do que acontece no mercado de trabalho não é tarefa fácil. Os alunos de jornalismo ainda sentem essa distância para com as redações, principalmente nas disciplinas que trabalham com os produtos eletrônicos (rádio e TV). Por isso, desenvolver um projeto de TV que alie novas tecnologias, cidadania, jornalismo público e prestação de serviço é fundamental para que os alunos experimentem a linguagem e repensem o papel enquanto formadores de opinião.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Por meio de uma reunião de pauta, discutimos os melhores assuntos e abordagens que pudessem se transformar em pautas para reportagens especiais. Os temas foram abordados entre aluno e orientador. De posse destes, foi realizada uma pesquisa de campo para um levantamento das possíveis fontes. Feito isto, foi feita a captação das entrevistas. O próximo passo foi a redação de um roteiro para a edição, onde os textos dos personagens foram ordenados, escolhidas as trilhas sonoras e também o encaminhamento visual das reportagens especiais. Matéria pronta é hora da apresentação do programa.

As cabeças foram redigidas, gravadas e integradas junto às vinhetas na matéria principal de cada programa. A exibição dos programas foi possível através de uma parceria do Centro Universitário Barão de Mauá e a emissora Canal 20 da NET (<http://www.canal20.com.br>). Unindo ainda as ferramentas das redes sociais, como

“twitter”, “facebook” e “youtube”, foi possível aos alunos que produziram o programa interagir com o público, direcionando o conteúdo e fazendo com que emissor e receptor trocassem informações.

A nova mídia se refere aos meios que lidam com a linguagem, a informação, o entretenimento e os serviços disponíveis mediante artefatos tecnologicamente avançados em relação aos suportes conhecidos – como o papel, o rádio por ondas eletromagnéticas e o bulbo clássico do aparelho de televisão. Ou seja, tudo aquilo capaz de transformar a comunicação onipresente, persuasiva. É a comunicação Multimídia composta pelo celular, pelos aparelhos portáteis aptos a carregar textos, fotos, áudios e vídeos para qualquer um e em qualquer lugar. (COSTA, 2009, p.16)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O aluno de jornalismo chega ao terceiro ano do curso com uma ideia bem fundamentada por disciplinas teóricas do que é transmitir informação e no que se resume o trabalho do jornalista. Porém, até esse momento, ele só teve contato com a teoria e muito pouco com a prática. Depois do primeiro bimestre, onde dentro da disciplina de Televisão precisamos também lançar mão de conhecimentos teóricos, o aluno passa a seguir para as aulas laboratoriais e a ideia, assim como em outras disciplinas, é que o aluno produza um jornal-laboratório utilizando-se da linguagem televisiva.

Nos cursos de Comunicação Social, os jornais-laboratórios foram oficialmente implantados a partir do que chamamos de Terceiro Currículo Mínimo, pela resolução nº 11/69 que prevê a realização de “atividades profissionais” dentro das próprias IES. São elas “jornal-laboratório, estúdio-laboratório (para rádio, TV e cinema), ateliê de publicidade, escritório de pesquisa e opinião de mercado. (MOURA, 2002, p.86).

E segundo Lopes (1989), foi estabelecida sua obrigatoriedade pela resolução nº 03/78, que regulamenta a forma de realização desses trabalhos, discriminando até mesmo os equipamentos mínimos necessários.

Partindo da necessidade de se produzir conteúdo laboratorial, mas ao mesmo tempo construir um trabalho que fomentasse a consciência social e o papel do jornalista na sociedade, foi criado o “30 Minutos Especial: Sobreviventes”, uma variação do já existente “30 Minutos”, um programa de 25 minutos em que entrevistas, matérias e reportagens especiais são apresentadas no formato de um telejornal tradicional. A escolha de manter a denominação “30 Minutos” se deve à identificação do público com os produtores do

conteúdo. O título “Sobreviventes” se refere ao conteúdo das matérias especiais. Pessoas simples, de origem humilde e que permanecem anônimas em suas comunidades ou bairros. Levar à tona histórias de quem contribuí para a sociedade, de quem fez parte da formação da cidade, ou até mesmo de exemplos de vida, geralmente quando abordados por jornais tradicionais, carregam o fardo de não possuírem aprofundamento e raramente deixarem que as histórias sejam conduzidas por seus próprios viventes. Desta forma, abandonamos o recurso de um narrador, preferindo o perfil de um repórter que apenas conduz a entrevista.

Outro objetivo é que o aluno entre em contato com as novas mídias, no caso a internet. A expressão nova mídia não se refere apenas a uma nova maneira de gerar e veicular informação. É uma nova interlocução com o público que a consome. (COSTA, 2009).

A nova mídia abarca inclusive a “velha mídia”, uma vez que as novas maneiras de fazer e distribuir informação se imiscuíram nas práticas daqueles que veiculam seus conteúdos em suportes tradicionais, incorporando-as, trazendo para si os novos preceitos e uma nova forma de relacionamento com a informação e com o público – interativa, participativa. (COSTA, 2009, p.16).

O primeiro programa conta a vida de Shozo Mishima, artista plástico japonês, naturalizado brasileiro. Shozo tem 86 anos e nasceu em Hiroshima. Veio bem cedo ao Brasil e trabalhou com os pais em lavouras de café do interior paulista. O artista foi engenheiro agrimensor em Brasília e no Guarujá, mas firmou os pés em Ribeirão Preto. Por uma decisão do destino, Shozo ingressou no mundo das artes e foi aprendiz de grandes nomes da cultura local, como Francisco Amêndola e Bassano Vaccarini. Suas obras estão espalhadas pela cidade e em galerias de arte do mundo inteiro. Contudo, Mishima vive recluso em seu apartamento. Poucas pessoas o reconhecem na cidade, mesmo que tenha ganhado um título de cidadão do município nos anos 90. O artista teme que seu trabalho seja esquecido pelo tempo. A postura séria de um oriental deu um ar sóbrio para a entrevista. Recursos visuais simples e uma trilha sonora leve contribuíram para a riqueza de detalhes na história deste homem que vivenciou o auge da imigração japonesa no país.

Abordamos no segundo programa o exemplo de um casal de marceneiros. Clodomiro e Laura enfrentaram muitos problemas desde cedo, já que Clodomiro, mulato, pobre e vitimado por uma paralisia infantil, tem dificuldade para se locomover e trabalhar. O artesão procurou diversas ocupações, mas foi na carpintaria que encontrou sua realização.

Dona Laura, além de apoiar o marido, encontrou na pintura da madeira uma maneira de contornar os problemas de um câncer de mama. Recolhendo materiais recicláveis e ensinando o ofício para as crianças do bairro Vila Virgínia, na zona oeste da cidade, Clodomiro conta seu exemplo para o público que não conhecia a história. Alguns fatos orientaram a condução da edição e a escolha das trilhas sonoras. Por mencionar diversas localidades durante a entrevista de Clodomiro, foi utilizado o recurso de aplicar diversos caracteres pela tela, com a finalidade de posicionar o telespectador perante os locais mencionados. Durante o processo de decupagem do material, Dona Laura faleceu em decorrência do câncer. Este acontecimento orientou a escolha das músicas utilizadas na sonorização da matéria.

O último programa da série abordou o exemplo de Olga dos Reis, uma costureira que, inspirada na fé, faz roupas para crianças carentes. Dona Olga é de origem humilde e teve poucas chances de estudar. Vivendo na periferia da cidade, teve que ser esposa e mãe do marido. Vítima de um acidente de trabalho, ele foi desenganado pelos médicos. Devota de Santo Reis e de São Cosme e Damião, Olga pediu em oração pela cura do esposo. Agradecida pelo apoio divino, ela passou a costurar roupas de bebês e doá-las para mães que não podiam comprar um enxoval. Além disso, ela monta uma festa em homenagem a Cosme e Damião, evento que já entrou no calendário anual do bairro Campos Elíseos, na zona norte de Ribeirão Preto. Fé, solidariedade e também preservação, pois a costureira é uma das poucas mulheres que ainda confeccionam as famosas bandeiras de Santo Reis.

6 CONSIDERAÇÕES

Dessa forma, fica claro que, além de transformar a televisão e convertê-la para a internet, objetiva-se fazer um resgate da sua real função e participação dentro do processo de comunicação, informação, educação e entretenimento desse meio. É possível continuar assistindo TV em qualquer lugar através dos dispositivos móveis, e ainda há a possibilidade de interação com quem produz e quem recebe essa informação.

Os alunos se mostraram muito mais dispostos e motivados a produzir os programas, trazer reportagens, sugerir assuntos, elaborar as pautas, uma vez que para a comunicação é fundamental a interação com quem recebe a informação. Através do resultado final, fica clara a satisfação em produzir algo que vai ter um objetivo concreto, que é comunicar e informar a população que faz o uso do programa. Constatou-se que o projeto auxilia na percepção da importância social do jornalista e motiva o aluno a desenvolver atividades

práticas de ensino, alocando e construindo o papel de agente transformador da sociedade, função primordial do jornalista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. W. ; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento:** Fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

COELHO, Teixeira. **O Que é Indústria Cultural.** 16 ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.

COSTA, A. C. S.. Indústria Cultural: revisando Adorno e Horkheimer. **Movendo idéias,** Belém, v. 8, p. 13-22, 2003.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia. Uma moral provisória.** Rio de Janeiro. Jorge Zahar. Ed, 2009.

FADUL, A.. Indústria Cultural e Comunicação de Massa. In: **Linguagem e Linguagens.** São Paulo: Série Idéias, 1993.

GILDER, George. “**A vida após a televisão: vencendo na revolução digital.**”, Rio de Janeiro: Ediouro, 1996,

GOMES, Pedro Gilberto. **Televisão e Audiência: Aspectos Quantitativos Qualitativos.** São Leopoldo: Unisinos, 1996, p. 9.

HAMPE, Barry. **Making Documentary Films and Reality Videos.** New York: Henry Holt and Company, 1997. Traduzido por Roberto Braga.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor.** São Paulo: Summus, 1989.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: A Vida pelo Vídeo.** São Paulo: Moderna Ltda, 1988, p. 9.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de. **O Documentário como Gênero Audiovisual.** Universidade Federal de Pernambuco. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA: 1 a 5 de setembro de 2002.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

ORTIZ, Renato. **A escola de Frankfurt e a questão da cultura.** RBCS, n.1, p. 43-63, jun. 1986.

PUCCINI, Sergio. **Roteiro de Documentário: Da pré-produção à pós-produção.** São Paulo: Papyrus, 2009.