

Pra Valer: o mercado de trabalho da comunicação na Frispit TV.¹

Adriane Amantino MACHADO²

Aline CHAVES³

Daniel ALBRECHT⁴

Marcos CAMARGO⁵

Marjory VARGAS⁶

Natalia Susin CECHINATO⁷

Roberto Rossi MENEGOTTO⁸

Roger Buseti TORRES⁹

Adriana dos Santos SCHLEDER¹⁰

Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS

RESUMO

O presente *paper* descreve todo o processo de criação e elaboração do “*Pra Valer*”, que faz parte da grade de programação da Frispit TV, webTV da Agência Experimental de Comunicação (AEC) do Centro de Ciências da Comunicação da Universidade de Caxias do Sul. O objetivo do programa é mostrar as diferentes áreas de atuação do comunicador no mercado de trabalho. Durante o ano de 2012 foram postadas vinte e nove edições. Neste trabalho serão apresentadas quatro: Produtor Gráfico, Cerimonialista, Apresentador Televisivo e Fotografia Infantil, representando as diferentes áreas da comunicação em que estão matriculados os alunos da UCS – Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Fotografia. Uma experiência que promoveu grande aprendizado, aproximou estudantes e profissionais e trouxe novo desafio na criação de formatos diferenciados para a produção de conteúdo audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; mercado de trabalho; WebTV, Frispit TV, Pra Valer.

1 INTRODUÇÃO

“Televisão no celular. Televisão pela linha telefônica. Pela internet. Pela tomada de energia elétrica. Pela rede sem fio WiMax. No iPod. No computador. No carro, no trem, no

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria VI – Rádio, TV e Internet, modalidade RT 05 – Produção audiovisual para mídias digitais.

² Aluno líder do grupo e estudante do 9º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: aamacha1@ucs.br.

³ Estudante do 3º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: achaves4@ucs.br.

⁴ Estudante do 6º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: danalbrecht@ucs.br.

⁵ Recém-concluinte do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: mcamargo2@ucs.br.

⁶ Estudante do 9º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: mvargas7@ucs.br.

⁷ Estudante do 5º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: nscechinato@ucs.br.

⁸ Estudante do 8º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: rrmeneg1@ucs.br.

⁹ Estudante do 13º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: rbtorre1@ucs.br.

¹⁰ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social, email: asschled@ucs.br.

barco e no metrô. Por todas as redes, em qualquer lugar e em todos os dispositivos” (CRUZ, 2008, p. 56). A televisão está em franco processo de evolução. Estamos vivendo a era da convergência, onde um meio de comunicação se entrelaça ao outro, criando uma interdependência. A maior característica dessa convergência é, sem dúvida, os meios digitais. A informação a um clique. Tudo acontecendo muito rápido, e de forma muito fácil. Essa situação está mudando o posicionamento da mídia, e também a relação das pessoas para com os meios de comunicação. Para se adaptar a isso, a televisão está migrando à web.

Segundo Renato Cruz, em *TV digital no Brasil* (2008), na internet qualquer um pode produzir conteúdo, o que é um desafio para os meios tradicionais de comunicação. A Frispit TV, WebTV da Agência Experimental de Comunicação do Centro de Ciências da Comunicação da Universidade de Caxias do Sul, mesmo não sendo um desses meios tradicionais de comunicação, partilha desse desafio. A produção de conteúdo para internet tem um caráter muito específico, tanto de linguagem quanto de finalização do material. Contudo, deve-se tomar cuidado, pois mesmo sendo em um meio de transmissão considerado diferente, o texto não pode perder sua característica jornalística e de entendimento claro.

Sempre que o jornalista escrever para a TV, deve lembrar que é um contador de história. Mas não um romancista ou um ficcionista. O jornalista deve “contar” os acontecimentos do cotidiano de uma maneira que toda a sociedade entenda, como se estivesse conversando com uma pessoa. É para ela que vai transmitir suas informações (PATERNOSTRO, 2006, p. 94).

O programa *Pra Valer* tem especificidades em se tratando de texto. Nele, a imagem é o principal recurso da edição. Contando apenas com uma apresentação inicial e um off final, o programa se faz claro somente com o uso de imagens e entrevistas. A principal intenção é fazer com que o telespectador se insira na história, entendendo a profissão apresentada apenas pelas imagens do ambiente de trabalho e pelos depoimentos dos profissionais. Segundo André Lemos (2008, p. 157), “hoje, com o desenvolvimento da realidade virtual, a evolução do diálogo homem-computador vai levar a realidade a um nível onde as fronteiras parecem ser cada vez menos nítidas”. E é exatamente essa sensação que se quer passar a quem estiver assistindo ao programa. Para isso, informação e entretenimento devem caminhar juntos.

Quando se faz informação para a internet, deve-se levar em conta que o público-alvo é diferente da televisão convencional. Ao mesmo tempo em que está assistindo a algum

vídeo do canal Youtube, por exemplo, a mesma pessoa provavelmente estará conectado à alguma rede social, ou fazendo alguma pesquisa, ou comprando alguma coisa, ou fazendo tudo isso ao mesmo tempo. Prender a atenção de um espectador tão dinâmico exige técnicas específicas, tanto de produção, na hora de escolher o assunto, quanto de edição, pensando em todo o processo de finalização do vídeo. Toda a equipe da Frispit TV está apta a produzir a programação, fazer as reportagens, imagens, edições e postagens. Com isso a integração com o que é produzido é maior, pois fazendo parte de todo o processo fica mais fácil atingir os resultados esperados ao finalizar o VT.

A ideia do programa *Pra Valer* surgiu pela razão de a Frispit TV estar inserida em um contexto acadêmico. O objetivo é mostrar para os estudantes como é a realidade no mercado de trabalho, nas diferentes áreas de atuação de um comunicador. A ideia é retratar a realidade, ir a campo, mostrar os profissionais em plena atividade.

Vinte e nove edições do programa *Pra Valer* foram postados no portal *frispit.com.br/tv*, de maio a novembro de 2012. Para representá-los, o critério de escolha foi um programa de cada área da comunicação: Produtor Gráfico, representando a área de Publicidade e Propaganda; Cerimonialista, representando a área de Relações Públicas; Apresentador Televisivo, representando a área de Jornalismo; e Fotografia Infantil, representando a área de Fotografia.

2 OBJETIVO

O programa *Pra Valer* tem como objetivo proporcionar experiências diferenciadas para os estudantes dos cursos de comunicação da Universidade de Caxias do Sul que trabalham como estagiários na Web TV da Agência Experimental de Comunicação. O estágio possibilita o aprendizado e a prática que envolve todo o processo de criação, planejamento e execução de um produto audiovisual jornalístico para internet. Isso compreende a escolha do assunto, a produção, as entrevistas, a captação de imagens, a elaboração de roteiro, a escolha da trilha, a edição do vídeo e a postagem.

A importância desse programa está em sua capacidade de aproximar alunos e profissionais da comunicação. Ser transmitido por uma Web TV é de grande relevância para um mercado que está em constante evolução, e onde a internet é ferramenta fundamental. No caso de produtos audiovisuais, quando se muda o meio de transmissão utilizado, da televisão convencional para a internet, o formato e a linguagem também devem se modificar.

Incorporar o usuário na produção de conteúdos é algo crescente no webjornalismo. A pesquisadora L. Nogueira (2005) observa que, por sua natureza multimídia e também por realizar-se no ciberespaço, o webjornalismo permite que diversos elementos (entre fotografia, infográfico, áudio e vídeo) sejam utilizados para complementar as mensagens. Ela denomina Webjornalismo Audiovisual o atual estado do jornalismo na web (SOSTER e LIMA, 2011, p. 23).

A ideia é fazer com que os estudantes de comunicação possam se inteirar com a realidade do mercado de trabalho, conhecendo melhor as áreas e formas de atuação dos profissionais. Para isso, a equipe do programa escolhe o tema a ser abordado, entre as principais áreas da comunicação: jornalismo, fotografia, publicidade e propaganda e relações públicas, e vai a campo. Durante a produção, elenca-se um entrevistado principal, que domine o assunto, para ser a personagem principal do programa. Também são escolhidas mais duas ou três pessoas, que complementam e enriquecem a entrevista central. Dentro do programa também há quadros específicos, que descrevem o perfil do profissional abordado e apresentam dicas de como ser um bom profissional da área que está sendo exposta.

O *Pra Valer* propõe antes de tudo estabelecer uma relação entre estudantes e mercado, respondendo questionamentos pertinentes à prática da comunicação e suas ramificações. As respectivas etapas de produção e seus vários processos de execução conduzem os estudantes para mais perto de suas possíveis áreas de atuação profissional, e, conseqüentemente, os expõe a uma gama de novas possibilidades ainda não exploradas. Tudo isso leva o aluno a se preparar de forma mais completa para o mercado de trabalho. Isto é, ao estar perto da realidade e dos desafios da prática profissional escolhida, cada estudante é levado a se aprimorar de acordo com a lógica, contrastes e exigências do profissional.

3 JUSTIFICATIVA

O *Pra Valer* é um programa feito por estudantes, para os estudantes. E isso que torna importante o seu desenvolvimento. Ele é uma ponte entre a academia e o mercado de

trabalho. Com um formato de jornalismo dinâmico, sendo informativo, mas também entretendo, se encaixa perfeitamente no padrão internet.

Os estagiários da Frispit TV estão aptos a participar e se envolver em todo o processo de criação e implantação do programa, aproximando assim o resultado final à linguagem dos acadêmicos de comunicação, o seu público-alvo. Para Kellison (2007), ter essas diversas habilidades no desenvolvimento de um programa são um diferencial para quem faz produção independente.

É cada vez mais comum exigir que um produtor de televisão que trabalha em canais de TV a cabo ou com produção independente seja capaz de realizar várias tarefas. Talvez não seja apenas necessário que ele escreva e produza um programa, talvez ele tenha de ajudar a filmar, a editar o programa em um sistema de computador, a fazer mixagem de áudio ou a acrescentar a narração. A disponibilidade e o baixo custo dos orçamentos, juntamente com a redução orçamentária, tornam essas habilidades inestimáveis e um diferencial para o produtor (KELLISON, 2007, p. 4.).

Uma das grandes vantagens do *Pra Valer* é que emissor e receptor se beneficiam e aprendem com o processo. Além disso, por fazer parte de uma programação na web, os mais diferentes tipos de pessoas, dos mais diversos lugares podem assistir, aumentando assim as possibilidades de atingir a um grande público e informar cada vez mais telespectadores.

Segundo Soster e Lima (2011), a convergência está mudando não só o modo de operar da mídia, mas também como as pessoas pensam sobre sua relação com os meios de comunicação. Os autores também comentam que grande parte dos veículos que estão na web disponibiliza aos usuários a opção de compartilhar o conteúdo, de forma simples e rápida, por e-mail e redes sociais, difundindo a notícia com cada vez mais rapidez. Esse inclusive é um ponto de suma importância, pois através desses compartilhamentos há uma divulgação do programa e uma disseminação maior do conhecimento.

A internet proporciona a difusão das informações de maneira rápida e interativa. Esse processo acaba criando novos canais e adicionando as informações que circulam nos grupos sociais. Para Recuero (2009), um elemento característico das redes sociais é a capacidade de difundir informações através das conexões existentes entre os atores; essa capacidade altera significativamente os fluxos de informação dentro da própria rede.

Para uma programação de Web TV, essa interação entre usuários de redes sociais é extremamente importante. O *Pra Valer* tem uma característica que incita as pessoas a

quererem compartilhá-lo. Além de ser dinâmico quanto à edição, e com assuntos que estimulam o interesse, o envolvimento de várias pessoas de diferentes lugares para executar os programas movimenta uma rede de interessados em compartilhar o vídeo. O programa é uma divulgação para o profissional, para a pessoa por si só, e também para a empresa que ela representa, e onde o programa está sendo feito. Então, nada mais normal do que as pessoas quererem divulgar e mostrar que participaram para amigos e conhecidos. Para isso, a Frispit TV conta com uma fan page no facebook (www.facebook.com/frispitwebtv).

Em *A Notícia na TV* (2002), Olga Curado afirma que na televisão o público lê e ouve a notícia, e tenta apreender o que o repórter, o apresentador ou o entrevistado está dizendo. “No instante em que toma conhecimento da notícia, o espectador não pode interromper o jornalista pedindo-lhe que esclareça algum ponto não compreendido [...] a não ser que tenha gravado o programa” (CURADO, 2002, p. 19). E essa é uma grande vantagem que a Web TV leva sobre a televisão convencional. Mesmo atualmente já existindo tecnologias que permitam gravar programas ou pausá-los, nas chamadas Smart TV’s, ainda é muito restrita a quantidade de pessoas com possibilidade de acesso a essa facilidade. O número de pessoas com internet é bem maior. E na internet não há restrições. As pessoas podem ver e rever o programa hoje e até fazer download do que lhes interessar e guardar para sempre. É uma grande vantagem da virtualização.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O nome do programa, *Pra Valer*, foi sugerido pela professora Adriana dos Santos Schleder, em função da sua temática, de ir a campo, mostrar a realidade do mercado de trabalho e os profissionais de diversas áreas da comunicação.

Todo o material que é usado, tais como imagens e sonoras, é coletado semanalmente, conforme decidido em reunião de pauta e agendado pela produção do programa.

Para captação do material, além dos tripés, são utilizados os microfones direcionais (shotgun), de lapela e o dinâmico. Também três câmeras, uma JVC D9 analógica-digital, uma Sony PD 150 MiniDV e uma Sony DSR-PDX 10. A edição dos programas é toda feita não-linearmente, através do Adobe Premiere 2.0.

Como o tempo médio do programa é cinco minutos, procura-se dar dinamicidade na edição. Ela é feita com revezamento entre sonoras e sobe som, com imagens do ambiente e do profissional na atividade. Dependendo o foco do programa, algumas vezes as imagens

podem ser aceleradas. Todo o programa é feito apenas com imagens e sonoras, sendo a participação do repórter unicamente na apresentação e em um off de encerramento. A opção pelo formato parte do entendimento de que, conforme a edição é feita, a história fala por si mesma, sem a necessidade da interferência do repórter em offs, por exemplo. Para Paternostro, a imagem muitas vezes é o suficiente.

Muitas vezes, quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre a palavra. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção. [...] a imagem é uma linguagem universal, tem um entendimento imediato, e possibilita às pessoas a visão de uma realidade externa àquela em que vivem(PATERNOSTRO, 2006, p. 85).

A preocupação é em fazer com que o programa fique atrativo para o espectador de internet. A duração de cerca de cinco minutos é justamente por essa razão, para quem estiver assistindo ver até o final sem cansar. Esse é um tempo considerável para internautas, uma vez que normalmente a pessoa faz várias coisas na internet ao mesmo tempo.

Para a gravação do programa *Pra Valer*, todos os tipos de planos são utilizados, de forma a mostrar do menor detalhe até o ambiente como um todo (KELLISON, 2007): primeiríssimo plano (parte de um objeto); plano de detalhe (close do rosto ou do objeto inteiro); plano médio (torso superior ou parte de um objeto e suas adjacências); plano conjunto (a maior parte do corpo, corpo inteiro ou um grupo de objetos, filmado entre o plano médio e o plano geral); plano geral (corpo inteiro ou grupos maiores de objetos); e grande plano geral (muitos corpos ou tomadas de paisagens).

Os entrevistados de cada episódio são escolhidos conforme o tema que será abordado no programa, durante a reunião de pauta da Frispit TV. Escolhe-se um entrevistado principal, que domine o tema, e mais duas ou três pessoas, para complementar e adicionar informações sobre o que está em discussão. As entrevistas são feitas normalmente por quem está na equipe do programa, uma pessoa entrevista enquanto a outra faz as imagens, podendo um colaborar com o outro. No início, as equipes eram maiores, porém atualmente são formadas por duplas ou trios.

A trilha das vinhetas do programa, que o identifica, foi baixada do site www.freeplaymusic.com. Já as músicas que rodam durante o episódio mudam a cada programa, e são escolhidas pela equipe conforme o perfil dos entrevistados e do tema que está sendo abordado. Normalmente faz-se o uso de duas músicas por programa.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O programa *Pra Valer* foi proposto pela professora Adriana dos Santos Schleder para a equipe da Frispit TV, da Agência Experimental de Comunicação do Centro de Ciências da Comunicação da Universidade de Caxias do Sul, em março de 2012. A equipe executou a atividade em gravações externas, para retratar com fidelidade o mercado de trabalho.

Cada programa tem a duração de cerca de cinco minutos, podendo variar para mais ou para menos. A vinheta de abertura e encerramento tem videografismo de Gabriel Rodrigues, e a trilha foi baixada do site www.freeplaymusic.com. O gerador de caracteres (GC), e a arte dos quadros de informação durante o programa são de Marcos Camargo. A produção de cada episódio, as imagens, as entrevistas, a captura do material, a edição e a postagem foram feitas pela equipe responsável por cada um dos programas.

O programa número 07, Produtor Gráfico, teve produção de Aline Chaves, apresentação e reportagem de Roger Buseti Torres, imagens de Daniel Albrecht e edição de Aline Chaves, Marcos Camargo e Roger Buseti Torres. Os entrevistados foram Daiane Soldera, produtora gráfica, Aline Gambin, atendimento ao cliente, e Renata Sartor e Jéssica Leme, estagiárias, todas da Fattore Comunicação Avançada. O programa número 11, Cerimonialista, teve produção de Roger Buseti Torres, apresentação e reportagem de Natalia Susin Cechinato, imagens de Roberto Rossi Menegotto e Roger Buseti e edição de Marcos Camargo e Roberto Rossi Menegotto. Os entrevistados foram Marta Michelon, cerimonialista, Moacir João Zanrosso e Ivone Dossin Zanrosso, clientes de Marta. O programa número 27, Apresentador Televisivo, teve produção de Adriane Amantino Machado e Roger Buseti Torres, apresentação, reportagem e edição de Adriane Amantino Machado e imagens de Roger Buseti Torres. Os entrevistados foram Marisol Santos, apresentadora do Jornal do Almoço, Shirlei Paravisi, coordenadora, e Ale Agendes, cinegrafista, todos da RBS TV Caxias do Sul. O programa número 28, Fotografia Infantil, teve produção de Adriane Amantino Machado e Marjory Vargas, apresentação, reportagem e edição de Adriane Amantino Machado e imagens de Roger Buseti Torres. Os entrevistados foram Leandro Araujo e Fabiana Bertolo, fotógrafos, e Sheila Scalco, cliente, todos da Foto Itália. Todos os programas são postados às 20h, todas as quintas-feiras, através do portal www.frispit.com.br/tv. Os vídeos são originalmente postados através do YouTube, incorporados à página da Frispit TV

6 CONSIDERAÇÕES

A digitalização da TV convencional é um caminho sem volta. Hoje em dia, a maioria dos telejornais e programas de televisão já disponibiliza seu material para a internet. Alguns deles até produzem conteúdo extra só para a web. Para Lemos (2008), a virtualização da cultura é um processo de requisição digital do mundo, realizado pelas tecnologias. A Frispit TV faz parte da era da convergência, possibilitando aos alunos vivenciar a realidade do mercado de trabalho e mostrá-la através do programa *Pra Valer*.

Sendo uma programação feita completamente por estagiários de comunicação, a fidelidade do resultado final é muito maior, pois é um programa feito por estudantes para os estudantes. Essa linguagem aproxima os espectadores. Como a comunicação é um assunto de domínio quase universal, pois todos se comunicam de alguma forma, o público acaba aumentando significativamente. Além de sanar dúvidas de acadêmicos, pode esclarecer pessoas que tem interesse em fotografia, jornalismo, relações públicas e publicidade.

O programa, no formato em que se encontra hoje, superou as expectativas iniciais. Conforme o formato foi ganhando maturidade, os alunos foram tendo domínio das ferramentas, como câmeras e software de edição, por exemplo, melhorando a qualidade do resultado final. Os quatro episódios escolhidos simbolizam o crescimento gradativo do trabalho que está sendo feito. Também representam o que está dando certo e o que ainda deve ser aprimorado.

A expectativa é conseguir aproximar ainda mais o programa do público, com o uso correto de ferramentas de divulgação, como as redes sociais. Para Recuero (2009), as redes estão sempre em transformação, e essas transformações são largamente influenciadas pelas interações. O desafio de chamar a atenção e atrair novos públicos ainda é o mesmo encontrado por todas outras mídias e meios de comunicação. Divulgação em si é importante, mas não é tudo, sempre é necessário a autoavaliação do produto final e a boa manutenção do mesmo para que haja não só crescimento de público, mas principalmente de conteúdo e aprendizado.

O maior desafio ainda é fazer com que o programa evolua, e cada vez mais e adquira personalidade. Para que assim, independentemente de problemas em qualquer de suas etapas de produção, o programa mantenha sua essência e continue cumprindo com sua função de informar, entreter e também contribuir para o crescimento profissional de quem o faz e de quem o assiste.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 238 p.

CRUZ, Renato. **TV digital no Brasil**: tecnologia *versus* política. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2008. 251 p.

CURADO, Olga. **A notícia na TV**: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo. São Paulo: Alegro, 2002. 194 p.

KELLISON, Cathrine. **Produção e direção para TV e vídeo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. xxiv, 419 p.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 4 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008. 295 p.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV**: manual de telejornalismo. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 233 p.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p.

SOSTER, Demétrio de Azeredo; JUNIOR, Walter Teixeira Lima (org.). **Jornalismo Digital**: audiovisual, convergência e colaboração. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011. 232 p.