UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

“COM A PALAVRA” – UM PROGRAMA DE ENTREVISTAS PARA A INTERNET

Flavio Bustani Andrade

Rodrigo Rangel Pinto Júnior

Salvador

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

“COM A PALAVRA” – UM PROGRAMA DE ENTREVISTAS PARA A INTERNET

Memória apresentada como requisito à obtenção do grau de bacharel em Comunicação com habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Orientadora: Prof.ª Simone Bortoliero

Flavio Bustani Andrade

Rodrigo Rangel Pinto Júnior

Salvador

2007

RESUMO

Esta memória trata dos processos práticos, teóricos e técnicos utilizados no desenvolvimento do produto jornalístico “COM A PALAVRA”, um programa de entrevistas com veiculação através da internet. Este trabalho descreve todas as etapas da criação e produção deste produto, assim como as expectativas e os resultados com ele obtidos.

Palavras-chave: Programa; Entrevista; Internet.

SUMÁRIO

Apresentação.....5

O Produto.....9

Referências.....9

A condução da entrevista – formulando as perguntas.....11

Imposições do meio.....13

O Formato.....16

Apresentação do entrevistado.....16

Vinhetas.....17

Trilha sonora, abertura e créditos finais.....18

O Nome.....19

Entrevistados.....20

A Produção.....22

Considerações Finais.....27

Referências Bibliográficas 28

APRESENTAÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso trata da concepção e produção de um produto jornalístico videográfico, com sua veiculação voltada para a internet. Focado em entrevistas, o programa, intitulado "COM A PALAVRA", foi balizado pelas características do suporte em que será exibido e pela tentativa de atingir certos objetivos jornalísticos, assim como pela tentativa de atender às nossas habilidades e trajetórias pessoais.

Trata-se de um produto que não encontra uma quantidade numerosa de propostas semelhantes, tanto em relação ao meio a que se destina, quanto em termos de abordagem, o que gerou algumas dificuldades na sua concepção. A facilidade de acesso gerou uma popularização do hábito de assistir a produtos videográficos através da internet, sejam curtas metragens, animações, vídeos caseiros, trechos de programas exibidos na televisão e, em menor número, produtos criados exclusivamente para a internet. Hoje, alguns sites voltados para a exibição de vídeos, estão entre os mais acessados do mundo como o YouTube, o Google Vídeo e o MySpace.

Algumas iniciativas surgiram também no intuito de se criar televisões, com programação fixa e até mesmo anunciantes, voltadas exclusivamente para a internet. No Brasil, se destaca o AllTv (http://www.alltv.com.br/ acessado em 15 de abril de 2007), primeiro canal de televisão brasileiro voltado exclusivamente para a internet, criado em 2002 pelo jornalista Alberto Luchetti Neto. Essas iniciativas, porém, talvez pelo curto período de exibição, ou pela falta de interesse dos seus idealizadores, não conseguiram atingir uma linguagem que possa ser chamada de apropriada à internet, utilizando-se

ainda da linguagem televisiva. O que pode ser explicado pelo uso de equipamentos semelhantes – câmera de vídeo, microfone, suportes de edição e finalização. Além das semelhanças em relação aos aparelhos responsáveis pela recepção do conteúdo.

> *"Pelas suas características técnicas, a informação na internet é viabilizada na tela de um monitor, aparelho fortemente semelhante a um televisor, local onde assistimos aos tradicionais programas de televisão."* (SQUIRRA, 2002, p. 49)

Segundo Lígia Beatriz Carvalho de Almeida, a linguagem televisiva é formada por elementos de áudio e de vídeo. Em relação ao áudio existem o discurso verbal, a trilha e os efeitos sonoros. Com relação ao vídeo a linguagem escrita (gerador de caracteres), a videografia (computação gráfica) e as imagens captadas pela câmera - cenário, personagens, iluminação, movimentos/ângulos e planos de captação. (http://www.bocc.ubi.pt/pag/almeida-ligia-abordagem-semiotica.pdf acessado em 02 de junho de 2007)

Pensando nas restrições impostas pelo meio e nos nossos objetivos jornalísticos, restava decidir que modelo de programa seria proposto e como seria feita a interação entre o conteúdo e a forma. Depois de especular sobre alguns formatos, decidimos por um programa de entrevistas, ou seja, a criação de uma série, onde cada programa seja composto de uma única entrevista.

Entrevistas abundam nos meios de comunicação de massa, e se caracterizam como uma das bases da prática jornalística, nos seus mais diferentes suportes. Mas poucos são os

entrevistadores que se dedicam exclusivamente a tirar dos seus entrevistados algo que fuja do factual ou ao levantamento das suas trajetórias pessoal e profissional. Pensando nisso, decidimos por um roteiro de perguntas que permitisse ao público do “COM A PALAVRA” conhecer os hábitos e opiniões dos entrevistados sobre temas considerados polêmicos e universais, ou sobre questões do cotidiano cultural no qual estão inseridos.

Parte do mérito desse modelo de entrevista está na interação entre entrevistador e entrevistado e no contexto em que a ação ocorre. “Em certos casos felizes, a entrevista torna-se diálogo. Este diálogo é mais uma conversação mundana. É uma busca em comum. O entrevistador e o entrevistado colaboram no sentido de trazer à tona uma verdade que pode dizer respeito à pessoa do entrevistado ou a um problema.” (MEDINA, 2001, p.15).

Outra questão que se impôs à criação do formato foi a facilidade de produção. O desafio era produzir algo que tecnicamente – levando em conta a qualidade de áudio, iluminação e edição – atendesse a padrões considerados aceitáveis para nós e que, ao mesmo tempo, pudesse ser feito com os poucos recursos disponíveis.

Pelas nossas experiências pessoais na área de produção, e pela inexperiência na frente das câmeras, decidimos por não fazer uso de um repórter, âncora ou entrevistador. As perguntas assim passaram a ser omitidas, e isso passou de uma dificuldade a um recurso estético. Para isso foram criadas vinhetas para cada pergunta, que mesclam imagens que remetem ao tema proposto pela pergunta e a animação de *letterings.* O uso das vinhetas, que obedecem ao mesmo padrão de duração, fonte, uso da cor e trilha sonora, passou a ser determinante na criação da identidade visual do programa.

O “COM A PALAVRA” foi concebido para ter duração entre 10 (dez) e 15 (quinze) minutos, tempo intimamente associado aos hábitos de consumo via internet, assim como às características técnicas padrão da maioria dos computadores. O seu objetivo quanto produto jornalístico é trazer ao público informações e opiniões sobre os entrevistados que não são abordadas com freqüência em outros programas de entrevistas. E tem seu acesso facilitado, sem limitações de horário, ou número de vezes que o programa pode ser assistido, pelas características próprias do meio de comunicação de massa em que é veiculado – a internet.

O PRODUTO

1) Referências

Três referências foram muito importantes na concepção do programa “COM A PALAVRA”, e cada uma delas contribuiu com aspectos diferentes para chegarmos ao formato final. O programa “Em Off”, exibido e produzido pela TV Salvador, é um exemplo do uso exclusivo das respostas dos entrevistados e da conseqüente omissão, no processo de edição, das perguntas do entrevistador. É um exemplo de como um produto televisivo, de caráter jornalístico, pode funcionar mesmo com a ausência de um mediador.

O programa consiste em três blocos de 15 (quinze) minutos nos quais uma pessoa pública, dos mais diversos campos - como o artístico, o político ou o esportivo - discorre sobre a sua trajetória pessoal e profissional. O programa tende a obedecer a um determinado padrão onde, em geral, no primeiro bloco são exibidos os traços marcantes da infância e do início das atividades profissionais do entrevistado. No segundo bloco, o entrevistado pontua os principais fatos da sua carreira e, no terceiro bloco, são colocados os projetos atuais e os planos para o futuro. Não existe mediador, o entrevistado permanece no vídeo durante todo o programa e a sua fala só é interrompida por *inserts* que a ilustram. Alguns *inserts* são de áudio e vídeo, e outros apenas de vídeo. O formato de edição e a ausência de mediadores foram as principais contribuições do “Em Off” na criação do “COM A PALAVRA”.

Outro programa televisivo, desta vez com exibição nacional, que serviu de inspiração para a criação do formato do "COM A PALAVRA" foi o "Provocações" (http://www.tvcultura.com.br/provocacoes/ acessado em 02 de junho de 2007), exibido pela TV Cultura. Apresentado por Antônio Abujamra e intimamente vinculado à trajetória e personalidade do seu apresentador, o "Provocações" consiste em uma série de entrevistas feitas em estúdio, intercaladas com inserções de "*povo fala*" (enquetes de rua) e, em algumas edições, pequenas matérias.

Mas não foi no formato, e sim na temática, e na abordagem desta temática, que o "Provocações", serviu de referência na concepção do "COM A PALAVRA". Abujamra usa a trajetória pessoal dos seus entrevistados como trampolim para atingir temas universais e atemporais como o medo, a religião e as drogas. Uma abordagem não convencional, explicada pelo próprio nome do programa, provocar os seus entrevistados através de questões polêmicas e inusitadas. Esse viés foi utilizado para a escolha das perguntas do "COM A PALAVRA".

A terceira referência marcante na criação do programa em questão foi a sessão "Palavra Final", publicada semanalmente na última página da revista "Época". A sessão consiste em uma curta entrevista com uma pessoa pública por edição, onde são feitas perguntas que sempre flertam com o inusitado e, principalmente, não tratam necessariamente da carreira do entrevistado e sim de aspectos pessoais da sua trajetória e dos seus hábitos. Além das perguntas, a sessão publica também uma foto e um pequeno resumo da carreira de cada entrevistado.

O fato da revista, nessa sessão, abrir mão de perguntas como “Como começou a sua carreira?” ou “Qual a importância de determinado fato na sua trajetória?” em detrimento de outras como “O que você sabe cozinhar?” ou “O que o faz relaxar?” despertou nosso interesse em como isso funcionaria em um produto videográfico. E foi isso que resolvemos executar.

A repetição de algumas perguntas em mais de uma edição da seção nos fez despertar para uma possibilidade que depois veio a se tornar uma das principais características do programa: um repertório fixo de perguntas para todas as edições e entrevistados. Decidido isso partimos para a escolha das perguntas, sempre levando em consideração o tempo de duração do programa, o que por sua vez está intimamente ligado com as imposições do meio – a internet.

Reunidas essas características das três referências eleitas por nós como as mais importantes, o formato do programa já estava praticamente definido. Tínhamos um conceito: um programa de entrevistas, com um entrevistado por edição, onde somente o entrevistado aparecesse – eliminando a presença em vídeo do mediador -, que abordasse questões comuns a todas as pessoas e curiosidades pertinentes e reveladoras sobre o entrevistado.

2) A condução da entrevista – formulando as perguntas

Tendo como ponto de partida algumas perguntas da sessão “Palavra Final” e o espírito provocador de Antônio Abujamra, passamos a desenvolver as perguntas que viriam a ser o ponto chave e uma das características mais marcantes do “COM A PALAVRA”.

Balizados pela atemporalidade e pela proposta de apresentar o mesmo grupo de perguntas para todos os entrevistados, independente das suas formações profissionais ou áreas de atuação, definimos os temas que viriam a ser explorados em nosso programa.

Após pesquisar a respeito de questionários e modelos de entrevista, tivemos contato com o “Questionário de Proust”. Este consiste em uma série de 29 perguntas respondidas pelo escritor francês do século XIX, Marcel Proust, que se tornaram célebres ao serem publicadas em 1924, após a sua morte. A publicação deste questionário respondido serviu para elucidar um pouco da obscura trajetória desse escritor e se tornou referência inclusive para produtos jornalísticos. A partir dessas perguntas percebemos como certos temas poderiam gerar questões que facilmente despertariam o interesse do público.

Alguns temas surgiram com mais facilidade, como a relação das pessoas com a felicidade, com o dinheiro e com o medo. Logo em seguida, foram levantadas questões mais polêmicas, que tocavam em assuntos como a existência de Deus, o consumo de drogas e a aceitação da homossexualidade por parte da sociedade. Partimos então para perguntas que atendessem a curiosidades e que as suas respectivas respostas viessem a ser reveladoras de aspectos da personalidade e do cotidiano dos entrevistados. Por se tratar de um programa concebido para ser veiculado na internet, achamos pertinente também a inserção do tema no repertório de perguntas.

Além da temática e das próprias perguntas, outra decisão a ser tomada era a definição da quantidade de perguntas utilizadas pelo programa. Para chegar ao número final, era necessário decidir a duração do programa, o que por sua vez está ligado às limitações do

suporte. Desta forma trabalhamos com um número inicial de 20 perguntas, que foram novamente selecionadas, levando em conta a duração que pretendíamos que o programa tivesse – de 10 (dez) a 15 (quinze) minutos. Foram realizadas “entrevistas testes” que, cronometradas, nos deram embasamento para concluir que o número ideal de perguntas seria 15 (quinze). Sendo assim as perguntas foram elaboradas de forma equilibrada, intercalando assuntos polêmicos com perguntas acerca dos hábitos do entrevistado.

3) Imposições do meio

Apesar de já termos produzido materiais videográficos para serem exibidos em outro meio de comunicação de massa, o fato deste programa se destinar à internet, nos trouxe um verdadeiro desafio. Tentamos, a todo o momento, mesmo utilizando recursos próprios da televisão, atingir uma linguagem diferente da televisiva, com elementos pensados para a internet. Nesta busca fizemos extensas pesquisas na hoje, já numerosa, videografia da rede mundial de computadores. Entre vídeos-arte, programetes, jornais e curtas-metragens, verificamos que a internet ainda não desenvolveu uma linguagem própria, totalmente desvinculada da televisão. Esse processo já se deu quando outras mídias surgiram e basearam suas linguagens nas de outras mídias já estabelecidas e com grande popularidade, a exemplo da relação entre o rádio e a televisão.

Sebastião de Moraes Squirra, ao levantar os pontos de reflexão acerca do telejornalismo na internet, fala que “por ser recente, dúvidas cruciais ainda persistem quanto às características da linguagem e formas de expressão do meio (a internet)” (SQUIRRA, 2002, p. 50)

Imbuídos desse desafio, passamos a observar detalhadamente as características próprias de produção e de consumo de produtos voltados para a internet. As limitações do computador, das redes de transmissão, dos softwares utilizados, assim como os contextos de consumo, funcionaram como balizadores do formato do programa "COM A PALAVRA".

A falta de uma linguagem própria está ligada a dois fatores. O primeiro é a ausência de uma produção regular específica para internet. A segunda é o fato de que os poucos produtos que atendem a este perfil estão inseridos dentro do contexto das grandes redes de comunicação. Dessa forma esses produtos muitas vezes se caracterizam pela reutilização, muitas vezes sem a menor adaptação, de produtos voltados para a exibição televisiva. Um bom exemplo disso é o canal da rede de televisão norte-americana CBS dentro do portal de compartilhamento de vídeos YouTube. (http://www.youtube.com/profile?user=CBS acessado em 02 de junho de 2007).

Tendo em vista este contexto, partimos para o planejamento e a pré-produção do programa. Tentamos não perder de vista que estávamos produzindo algo para um outro meio de comunicação de massa, e, como tal, com as suas especificidades.

Um dos pontos fundamentais na concepção do projeto foi o uso que faríamos da câmera e dos seus recursos. Pelo fato da entrevista, parte principal e essencial do programa, ser relativamente longa, decidimos manter o entrevistado sentado o tempo todo. Em seguida tivemos que planejar como iríamos enquadrá-lo. Para isso levamos em conta o tamanho médio das telas dos softwares de exibição de vídeo que os principais sites de compartilhamento de vídeos via internet (YouTube, Google Video)

utilizam. Em nossas pesquisas percebemos que os vídeos que continham planos muito abertos terminavam por perder os detalhes contidos nas imagens, devido ao tamanho pequeno das telas de exibição. Assim optamos por manter o entrevistado sempre entre o plano americano e o plano próximo.

Além dessa, outra decisão que está intimamente ligada às características do meio foi a de não utilizarmos movimentos de câmera muito bruscos ou marcantes. Atendo-nos apenas a pequenas correções a partir dos movimentos espontâneos do próprio entrevistado. A única direção que o entrevistado recebeu foi a de não olhar diretamente para a câmera, e sim para os entrevistadores, permitindo assim que ele mantivesse a espontaneidade durante a entrevista.

Pensando na capacidade média de armazenamento dos computadores domésticos, fonte principal da audiência dos sites de compartilhamento de vídeo, e levando em conta também a velocidade de conexão de internet oferecida pela maioria dos provedores, decidimos por um programa não muito longo. Ainda nas pesquisas percebemos que a maioria dos sites de compartilhamento nem ao menos ofereciam a possibilidade de *upload* para vídeos acima de 20 minutos. Levando em conta as perguntas que queríamos fazer e as limitações citadas, optamos por produzir um programa com duração entre 10 (dez) e 15 (quinze) minutos. Essa margem se dá devido à imprevisibilidade das respostas dos entrevistados.

Uma dos pontos dos quais não abrimos mão foi a qualidade técnica final do produto. Durante as pesquisas percebemos que muitos dos vídeos e programas exibidos na internet, mesmo sob aparente profissionalismo na sua execução, terminavam por

cometer deslizes que comprometiam a sua qualidade técnica, seja ela de áudio ou de vídeo. Assim, durante toda a produção, além dos aspectos de conteúdo e narrativa, existiu uma preocupação constante com qualidade e a clareza do áudio assim como com a iluminação e a qualidade do vídeo. Essas preocupações também se estenderam ao processo de edição.

4) O Formato

4.1. Apresentação do entrevistado

O nosso grande desafio era criar um formato que fosse ao mesmo tempo enxuto, interessante e de fácil entendimento por parte do público. Após a decisão de utilizar um grupo fixo de perguntas para todas as edições do programa e para todos os entrevistados, a concepção do formato se tornou algo determinante no êxito do produto. Levando em conta que as perguntas não tratam necessariamente da trajetória pessoal e profissional dos entrevistados, o primeiro desafio foi desenvolver uma forma de apresenta-los ao público. Por mais que os entrevistados sejam pessoas públicas, era necessário, até para despertar um interesse maior por parte da audiência, demonstrar através da sua trajetória, a sua relevância social.

Para suprir esta lacuna, sem perder de vista a proposta do programa, decidimos deixar que o entrevistado discorresse sobre sua própria trajetória. Para isso fizemos uma pesquisa e redigimos um roteiro de perguntas, que não aquelas já selecionadas, a fim de construir, a partir destas respostas, um breve histórico da carreira e vida pessoal dos entrevistados. Para isso, uma das referências que serviram para a construção do formato,

a seção “Palavra Final” da revista “Época”, nos serviu de inspiração, apesar das diferenças de suporte. Nela, além da entrevista que segue uma linha não factual e de curiosidades, também é publicado, antes das perguntas, uma pequena descrição do entrevistado.

Resolvemos fazer algo parecido, mas no formato de vídeo, através das respostas do próprio entrevistado às perguntas sobre sua trajetória. Essas respostas foram editadas, com cortes rápidos, de maneira a construir um discurso explicativo e esclarecedor na primeira pessoa. É este discurso em primeira pessoa que abre o programa e serve para introduzir o que vem a seguir, a série de respostas às perguntas fixas e não factuais. Desta forma, mantivemos a proposta de não utilizar um mediador e ao mesmo tempo resolvemos a questão da apresentação dos entrevistados.

4.2. Vinhetas

Na busca por um modelo de fácil entendimento, com o objetivo de reforçar a importância de um repertório fixo de perguntas e sem perder de vista a intenção de não utilizar o mediador, mesmo que em locuções *em off*, chegamos à conclusão de que o uso de vinhetas para ilustrar as perguntas era o mais adequado. O uso do *off*, por exemplo, por si só romperia com a proposta de dar a palavra unicamente e exclusivamente ao entrevistado.

Após decidirmos pela utilização de vinhetas para ilustrar as perguntas, percebemos que estas teriam um papel crucial tanto na construção do formato quanto na criação de uma identidade visual para o programa. Depois de algumas pesquisas, decidimos por usar

imagens de filmes e animações, que tem seu conteúdo intimamente ligado com os temas das perguntas, juntamente com *letterings* animados.

Outro ponto discutido em relação às vinhetas foi a sua duração, já que era necessário ter um tempo mínimo para que o público pudesse ler e entender as perguntas que estão contidas na mesma. Um ponto que dificultou muito essa questão foi a diferença de tamanho entre as perguntas, sendo a maior delas "A homossexualidade algum dia vai ter aceitação plena na sociedade?" e a menor "Uma frase". Decidimos por um padrão de tempo de 5 (cinco) segundos, e para facilitar a leitura aumentamos a velocidade das animações dos *letterings* em algumas vinhetas/perguntas.

Além da duração, outra questão importante era a fonte utilizada nos letterings e o uso da cor nas vinhetas. Em relação à primeira, optamos por uma fonte sóbria, e, seguindo uma sugestão do diretor de arte responsável pelas vinhetas, em *caixa alta*. Em relação às cores, foram utilizados efeitos que deram às imagens originais cores que remetiam aos temas propostos pelas perguntas. As cores também ajudam a destacar o texto que aparece sobre as imagens e a compor a identidade visual do "COM A PALAVRA".

4.3. Trilha sonora, abertura e créditos finais

Para a abertura do programa, tendo em vista a construção de uma identidade visual, decidimos utilizar a mesma fonte das vinhetas e utilizamos como ponto chave o ponto de interrogação, já que se trata de um programa de entrevistas. A abertura é composta por palavras que resumem os temas propostos pelas perguntas, como "dinheiro", "medo" e "felicidade", animadas da mesma maneira que aparecem nas vinhetas.

Esses critérios também foram utilizados na confecção dos créditos finais, onde, sobre a mesma base usada na abertura, aparecem as funções e os nomes das pessoas que participaram da produção do programa. Desta forma, a sobreposição dos *letterings* obedece ao formato da abertura e das vinhetas.

Outro aspecto importante foi a escolha da trilha sonora do "COM A PALAVRA". Pensando no público majoritário deste tipo de produto via internet – em grande parte jovens -, optamos por uma trilha sonora alegre e agitada. Depois de algumas pesquisas, e levando em conta nossa afinidade com os componentes do grupo, decidimos pela utilização de trechos de uma música instrumental da banda de *surf music* baiana Capitão Parafina e os Haoles. A música escolhida foi a terceira faixa do primeiro álbum do grupo, que chama-se "Fugindo desesperadamente do helicóptero malvado na densa selva sombria e úmida e com muitos perigos".

Trechos diferentes desta música estão presentes na abertura, nas vinhetas/perguntas e nos créditos finais. A utilização da *surf music* impõe ao programa um caráter jovem e um ritmo acelerado. Isso foi pensado para se opor aos trechos em que o entrevistado fala, já que estes têm um ritmo mais lento. Assim buscamos encontrar um equilíbrio rítmico para o programa.

5) O Nome

Escolher o nome do programa, para nós, foi mais do que escolher a maneira como ele seria chamado, ou conhecido. O nosso objetivo era transmitir o conceito do programa

já no seu nome. No primeiro momento, pensamos em vincular o nome do programa ao meio de comunicação de massa onde ele seria veiculado – a internet, e nessa tentativa surgiram alguns nomes que para nós pareceram interessantes. Como “In Control”, “Alt Tab” e “Intranet”. No entanto, percebemos que, mais importante que o suporte onde o programa seria apresentado, era a sua proposta jornalística, algo pouco comum nesse meio de comunicação de massa. Daí vieram nomes como “Raio X”, “Ficha Corrida” e “Na Molêra”.

A partir dessas tentativas chegamos ao nome “COM A PALAVRA”, que atendia às nossas expectativas e aos nossos objetivos. Para um programa de entrevistas, com uma entrevista por edição, onde só o entrevistado aparece e fala, nada mais apropriado que um título que “desse a palavra” a esse entrevistado. O nome remete também àqueles tradicionais momentos em eventos de premiação, ou debates, onde o mediador ou apresentador, ao introduzir a participação de alguém, fala “com a palavra...” e o nome da pessoa.

A decisão de usar as três palavras do nome em *caixa alta* veio a partir de uma sugestão do diretor de arte Ricardo Barreto, responsável pela confecção da identidade visual do programa. Para ele, além do apelo estético, as letras em *caixa alta* também ajudam na leitura, já que, na sua maioria, os vídeos exibidos na internet são visualizados em frações do monitor.

6) Entrevistados

O programa foi concebido de tal forma que, tanto em relação ao formato, quanto em relação às perguntas propostas, o entrevistado em questão poderia ser de qualquer campo de atuação profissional. Assim temos a liberdade de ter como entrevistados artistas, esportistas e políticos, sem que para isso tenhamos que alterar o formato ou o repertório de perguntas. Criamos assim um “esqueleto” que define o formato composto pelo modelo abertura, “auto-apresentação” do entrevistado, vinhetas/perguntas e suas respectivas respostas, e encerramento/créditos finais.

Para a confecção do programa-piloto, que serviu para testarmos o modelo proposto, optamos por entrevistar o cantor e ex-membro do grupo “Novos Baianos”, Paulinho Boca de Cantor. Essa decisão se deu por uma curiosidade jornalística associada a um ímpeto de fã. Além de ser ele uma figura de notória boa oratória, fácil acesso e acima de tudo cheia de histórias para contar.

Temos como objetivo, apesar dos custos, continuar a produção do “COM A PALAVRA”, a fim de testar os limites do modelo proposto. Para isso, pretendemos partir para entrevistas com pessoas de outros segmentos, que não o artístico. Nos nossos planos estão entrevistas com Silvio Mendes, figura folclórica do jornalismo esportivo baiano, e Waldir Pires, atual Ministro da Defesa, no sentido de explorar diferentes concepções a partir dos mesmos temas.

A PRODUÇÃO

O primeiro passo para a execução da proposta de trabalho foi a pré-produção do programa. Levantamos uma lista de possíveis entrevistados e pesquisamos sua relevância e adequação ao modelo do programa. Feito isso, chegamos a 10 (dez) nomes de possíveis entrevistados, e, a partir daí, fizemos uma série de ligações telefônicas a fim de descobrir a disponibilidade dos mesmos. Dois deles se mostraram, ao mesmo tempo, interessados pela proposta e disponíveis, e por uma curiosidade pessoal optamos por entrevistar Paulinho Boca de Cantor.

O que parecia ser uma fácil marcação de pauta de gravação, acabou se tornando quase um jogo de “gato e rato”, já que Paulinho, apesar do seu aparente interesse, se mostrou repentinamente muito ocupado. Pensamos em mudar de entrevistado e partir para a segunda opção na lista, mas, no último momento, Paulinho Boca de Cantor fez contato e marcamos o dia da entrevista.

Antes de iniciarmos as gravações, foram necessárias diversas reuniões, entre nós e com a nossa orientadora, a fim de irmos a campo com todos os objetivos traçados. Partindo assim para uma execução direta e objetiva, para utilizarmos, da melhor maneira possível, os poucos recursos que tínhamos disponíveis. Da estrutura oferecida pela Facom, resolvemos aproveitar apenas a câmera de vídeo e os seus equipamentos auxiliares - microfone de lapela, tripé, monitor e cabeamento -, assim como o profissional responsável por operá-los. Até mesmo a iluminação artificial foi conseguida com recursos próprios, um *spot* tipo "marmita", de lâmpada halógena, de

posse de um dos componentes da dupla, e um *HMI* (Hidrargyrum Medium Arch-Lenght Iodide), gentilmente cedido pela TV Bahia.

Levamos conosco a iluminação artificial porque o local escolhido para a entrevista foi um estúdio de gravação de áudio onde Paulinho Boca de Cantor estava ensaiando. Chegando lá, percebemos, a partir das observações do cinegrafista, que o estúdio não continha o "recuo" necessário para posicionarmos o entrevistado e conferir uma profundidade visual mínima no vídeo. A solução foi gravarmos do lado de fora, em frente a um mosaico de azulejos, com o auxílio de um "rebatedor" para equilibrar a incidência de luz.

Um dos nossos objetivos era criar um ambiente favorável à construção de uma atmosfera intimista, onde entrevistadores e entrevistado pudessem se relacionar de maneira direta e sem interrupções. "A proximidade física permite uma aferição de resposta – um *feed back* – rápida, visual e auditiva, corriqueira a que nos acostumamos desde pequeno e que nos dá maior segurança" (LAGE, 2005, p. 79).

Nesse processo, a participação de Paulo Silva, cinegrafista da Facom, foi muito importante. Ele contribuiu na escolha do cenário, na seleção do equipamento de iluminação que levamos e, claro, exercendo com muita competência a sua função de cinegrafista. Estendendo-se ainda à capitação de áudio, função, dentro de uma estrutura profissional de produção de vídeo, atribuída a um assistente de cinegrafista.

Captadas as imagens partimos para a decupagem na própria Facom. Apesar da dificuldade de realizar uma decupagem sem o auxílio de um *jog*, equipamento que

permite o controle do fluxo e da velocidade das imagens com maior precisão, conseguimos completar essa etapa com êxito. Após pré-selecionar as imagens que iriam compor o programa, passamos à próxima etapa: a produção das vinhetas e da identidade visual do “COM A PALAVRA”.

Para essa etapa contamos com o trabalho essencial de Ricardo Barreto, programador visual e diretor de arte, com o qual um dos componentes trabalhou durante estágio realizado na TV Salvador. Levamos para Ricardo o conceito do programa e uma idéia do que imaginávamos para a identidade visual do mesmo. Após apresentadas algumas limitações técnicas, chegamos a um proposta satisfatória, que reforçava o conceito do “COM A PALAVRA” e, ao mesmo tempo, permitia que Ricardo tivesse uma margem para desenvolver um trabalho criativo próprio.

Selecionamos então 15 (quinze) filmes, entre eles longas-metragens e animações, para escolhermos as imagens que iriam compor as vinhetas/perguntas. As imagens têm uma relação, nem sempre direta, com os temas propostos pelas perguntas. Agrupamos, em um único DVD, os trechos selecionados e um vídeo em animação, composto apenas por caracteres, como uma referência de como queríamos que as palavras fossem animadas durante as vinhetas, a abertura e o encerramento do programa (http://www.youtube.com/watch?v=syf8olcM0z4 acessado em 24 de maio de 2007).

Ricardo nos entregou um trabalho com qualidade acima da que esperávamos, 15 (quinze) vinhetas/perguntas, abertura e encerramento/créditos finais com cores e ritmo extremamente interessantes. Que se tornaram peça fundamental na construção da identidade visual do “COM A PALAVRA”.

Tendo em mãos esse material, partimos para a etapa seguinte, uma das mais importantes de todo o processo: a edição. Foi na edição que pomos em prática tudo aquilo que planejamos durante vários meses. Apesar de todo o planejamento, ainda havia uma incógnita sobre o resultado final. Todas as partes do programa estavam previstas e já na decupagem conseguíamos visualizá-las, menos a introdução do entrevistado.

Isso se deu devido à grande quantidade de imagens selecionadas para compor a primeira parte, e resolvemos deixar para editá-las de fato na ilha edição. Parte dessa decisão se deu ao fato de que a execução da edição seria feita por Charles Del-Rey, editor de imagens da TV Salvador, com o qual um dos componentes trabalhou durante estágio na mesma TV. Charles, como todos os bons editores, tem um “felling” refinado para cortes rápidos e construção de narrativas dentro de um contexto televisivo.

Foram necessárias duas sessões de edição em uma das ilhas de edição não linear da TV Salvador para a conclusão do trabalho. Como havíamos previsto, a edição do grupo de perguntas fixas se deu muito rapidamente, já para a introdução, foi necessário um período de tempo maior. O que não excedeu a margem de tempo prevista.

Depois de editado e finalizado – sincronização entre as vinhetas e a trilha sonora, aplicação dos *fades* de entrada e saída e colocação da claquete -, passamos o programa pronto, de uma fita digital para um DVD. A partir daí, comprimimos o seu formato a fim de disponibilizarmos o “COM A PALAVRA” na internet. Criamos um usuário no YouTube com o nome do programa, redigimos um pequeno texto explicativo e “postamos” o programa no site. Escolhemos o YouTube como o primeiro exibidor do

programa por ser este o mais popular dos sites de compartilhamento de vídeos. Pretendemos, em breve, disponibiliza-lo em outros sites.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um Trabalho de Conclusão de Curso é a formalização do fim de uma etapa do processo de formação acadêmica. Para nós, sempre foi importante que ele reunisse parte do aprendizado e funcionasse como um símbolo da nossa trajetória na Facom. Depois de uma primeira tentativa frustrada, chegamos à conclusão de que esse era realmente o momento certo de pôr em prática um dos nossos projetos em conjunto.

Estamos muito satisfeitos com o resultado que atingimos. O programa “COM A PALAVRA” atende às nossas expectativas de produzir algo que, ao mesmo tempo, demandasse o uso das nossas habilidades individuais e fosse uma atividade prazerosa e instigante em todas as suas etapas. Vimos que a dificuldade de desvinculação da linguagem televisiva é um desafio maior do que esperávamos, mas, ao mesmo tempo, percebemos que isso ocorrerá naturalmente com a solidificação da internet como meio de transmissão de conteúdos jornalísticos, assim como das suas características próprias.

Acreditamos que o programa cumpre com êxito as nossas expectativas e, além disso, é um produto do qual poderemos nos orgulhar e dar continuidade à sua produção. Não podemos nos esquecer que para atingirmos esses objetivos algumas pessoas tiveram uma participação fundamental e a elas gostaríamos de agradecer: Paulo Silva, Ricardo Barreto, Charles Del-Rey, Jorge Almada, Hugo Brito, Paulinho Boca de Cantor, Robério Mestre e a paciente e fundamental Simone Bortoliero.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SQUIRRA, Sebastião C. de Moraes. O telejornalismo na internet, In: **Comunicação e Sociedade n° 38.** São Paulo: Metodista, 2002

ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho. **Uma abordagem semiótica do programa Televisivo infantil "ILHA-Rá-tim-bum".** Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/almeida-ligia-abordagem-semiotica.pdf (acessado em 02 de junho de 2007)

LAGE, Nilson. **A reportagem:** Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2005

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2001

WIKIPÉDIA - http://pt.wikipedia.org/wiki/Plano_americano (Acessado em 25 de abril de 2007)

http://www.alltv.com.br/

http://www.youtube.com/

http://www.youtube.com/profile?user=CBS

http://www.youtube.com/watch?v=syf8olcM0z4

http://www.myspace.com

http://www.blip.tv

http://video.google.com/

http://www.tvcultura.com.br/provocacoes/