

ALMANAQUE: PRODUTO EXPERIMENTAL PARA JORNALISMO TELEVISADO

Flávia Alexandre Stopa¹; Guilherme Lima de Souza²; Leticia Peña de Azevedo³; Luana Karolina de Souza⁴; Mariana da Costa Candido⁵; Nathália da Costa Piccoli⁶; Talessa da Silva Siqueira⁷; Thayná Fogaça⁸; Valquíria da Silva Tavares⁹; Mayra Fernanda Ferreira¹⁰

¹Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

²Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

³Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

⁴Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

⁵Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

⁶Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

⁷Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

⁸Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

⁹Egressa do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

¹⁰Mestre, professora do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC)

RESUMO

O “Almanaque” é um programa jornalístico criado como atividade para a disciplina de Jornalismo Televisado I – Telejornal, ministrada pela professora Mayra Fernanda Ferreira para o 6º semestre do Curso de Jornalismo da USC. O produto foi idealizado com base nos conceitos aprendidos em sala trazendo linha editorial, identidade visual, sonorização e conteúdos inéditos. Sua metodologia foi composta de reuniões dos integrantes da equipe com a professora orientadora, que indicou os ajustes necessários quanto ao formato, linguagem e imagens para elaboração das notícias.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo Televisado. Telejornal.

INTRODUÇÃO

Segundo Barbeiro e Lima (2005), a televisão é um fenômeno de massa que causou grande impacto na vida social. É um dispositivo audiovisual através do qual a sociedade tem a possibilidade de divulgar seus feitos para toda a humanidade. Os autores afirmam que as imagens pesam mais do que palavras, por isso tem um apelo maior para conquistar o telespectador. E após a década de 50, a televisão passou a transmitir conteúdo noticioso. Segundo Curado (2002), o noticiário é responsável por transmitir informações sobre a semana, dia ou tempo para seu espectador. E seguindo estes conceitos apresentados em sala, o grupo produziu um telejornal.

OBJETIVOS

O projeto buscou trazer à mídia notícias que não fossem divulgadas normalmente, apresentando novas noções de cultura, assim como de comportamentos e trazendo personagens que normalmente não iriam ao ar. O grupo também buscou utilizar os conceitos de reportagem jornalística aprendidos em sala para produzir o conteúdo final.

METODOLOGIA

O “Almanaque” originou-se durante a disciplina de Jornalismo Televisado I-Telejornal, onde estabeleceu-se que o conteúdo teria, em média 30 minutos com os diferentes formatos de notícia televisivos. A produção do material foi realizada em reunião com a professora orientadora e que indicou os ajustes necessários quanto ao formato, linguagem e imagens para elaboração das notícias. O conteúdo foi gravado em Bauru, Gália, Botucatu e São Manuel.

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

O “Almanaque” foi apresentado em sala de aula e após correções foi disponibilizado pela Plataforma de Vídeos Online “YouTube”. O produto foi executado no prazo de duas semanas com o tempo total de 29 minutos. Atualmente conta com 100 visualizações.

CONCLUSÕES E/OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o programa os integrantes do grupo puderam exercitar os diferentes formatos de notícia para a televisão, assim como as diversas funções do jornalista no setor televisivo. O produto possibilitou trazer conteúdos diferenciados à mídia e dar diferentes angulações à temáticas já abordadas anteriormente.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

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