



Programa Insight: uma troca de experiências na TV¹

Fabiola de Lima MENEZES ²
Adriana Barreto PRESTES ³
Anderson Almeida dos SANTOS ⁴
Ariane de Oliveira VICTOR ⁵
Cassiany Pereira de PAULA ⁶
Ruy Siqueira de LIMA ⁷
Magsson Haryson Costa FARIAS ⁸
Edilene MAFRA Mendes de Oliveira ⁹
Centro Universitário do Norte, Manaus, AM

RESUMO

Após mais de 50 anos de TV no Brasil, chega-se a um momento de mudanças cruciais para esse meio, os processos de produção e de transmissão passam por uma fase de adaptação aos formatos digitais. Mas é preciso refletir sobre essas modificações e como conduzir o conteúdo e a estética de programas para um público cada vez mais exigente e com acesso a todo tipo de informações. O ‘Insight’ é um programa de TV criado pelos estudantes de Rádio e TV do Centro Universitário do Norte (Uninorte), desenvolvido em um seguimento educativo, informativo e de entretenimento, que aborda temas históricos e de interesse geral no campo da comunicação social em seus aspectos teóricos e práticos. O projeto foi criado para discutir o mundo dos mistérios dos bastidores da televisão que sempre mexeu com o imaginário dos amantes da telinha e que está cada vez mais próxima da vida real do expectador na era da interatividade proporcionada pela internet.

PALAVRAS-CHAVE: programa de televisão; produção audiovisual; Insight.

INTRODUÇÃO

A informação da população brasileira se dá, por circunstâncias históricas, através dos meios de comunicação eletrônicos, principalmente o rádio e a TV. Sabemos que os consumidores da informação que se utilizam dessas mídias são um tanto quanto exigentes, não fosse assim o número expressivo e imediato de gêneros e segmentos audiovisuais que vêm crescendo em consonância com interesses sejam eles político, econômico (mercantil) ou mesmo o interesse trivial quanto ao uso dessas mídias: informar, educar, entreter e etc.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Programa Laboratorial de TV.

² Aluna líder do grupo, graduanda do 7o. período de Comunicação Social / Rádio e TV do Uninorte, e-mail: fabiolamenezes.ms@gmail.com.

³ Graduanda do 7o. período de Comunicação Social / Rádio e TV do Uninorte, e-mail: adrianaprestes@hotmail.com.

⁴ Graduando do 7o. período de Comunicação Social / Rádio e TV do Uninorte, e-mail: anderson.santos1418@hotmail.com.

⁵ Graduanda do 7o. período de Comunicação Social / Rádio e TV do Uninorte, e-mail: nannevictor@hotmail.com.

⁶ Graduanda do 7o. período de Comunicação Social / Rádio e TV do Uninorte, e-mail: cassiany_paula@hotmail.com.

⁷ Graduando do 7o. período de Comunicação Social / Rádio e TV do Uninorte, e-mail: ruylima@gmail.com.

⁸ Graduando do 7o. período de Comunicação Social / Rádio e TV do Uninorte, e-mail: magssomcosta@gmail.com.

⁹ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social do Uninorte/AM, email: edilene.mafra@gmail.com.



Desenvolver um script de programa diferenciado, atrativo e que venda sua ideia se tornou um desafio cada vez mais remoto, visto que os parâmetros tecnológico e digital também regem esse processo:

Um sistema importante na educação, entretenimento, informação, interação, a TV comunica pelos seus programas dramáticos, musicais, shows, jornalismo global e local, comédia, especiais, eventos, esportes, circuito fechado, internet... Tudo isso é televisão! (BONASIO, 2002, p.21).

O programa laboratorial *Insight* foi criado, executado e apresentado pela turma do sexto período de Comunicação Social – Rádio e TV, do Centro Universitário do Norte (UNINORTE). A ideia foi lançada a partir de duas necessidades da turma: o contato com profissionais da área de rádio e TV para a troca de experiências e a realização das práticas de produção de programas para TV como pedia a ementa da disciplina proposta no referido semestre.

O programa foi produzido a partir da solicitação de um trabalho acadêmico da matéria PRODUÇÃO DE TV II, para obtenção de nota curricular no qual teve como orientadora a professora Edilene Mafra. Não obstante as exigências de cunho acadêmicas, buscamos aperfeiçoar o necessário para os resultados do mesmo, tendo em vista a qualidade quanto sua estética, conteúdo e produção.

A TV representa um fenômeno de massa de grande impacto na vida das pessoas, é um dispositivo audiovisual através do qual a sociedade divulga seus sonhos, feitos, crenças e anseios. A consciência desta dimensão midiática, a TV, tão convencional e ao mesmo tempo sofisticada, pois a cada instante exerce-se sobre esta mídia um esforço pretencioso de inová-la demasiadamente a partir dos anseios coletivos de seus consumidores, deve-se as necessidades surgidas ao longo deste meio século que convivemos com este instrumento de massa. Segundo Bonasio, para se trabalhar em televisão requer saber trabalhar em equipe, pois os processos de conteúdo, de produção e técnicos vão influenciar no resultado final do produto:

Muitas mudanças ocorreram na produção de televisão nas últimas décadas, mas um fator constante tem sido a natureza da televisão: o de ser um esforço de equipe que necessita das habilidades de uma variedade de artistas e técnicos para produzir uma programação de sucesso. A televisão é a soma dos esforços coordenados de indivíduos habilidosos que constituem uma equipe de televisão (BONASIO, 2002, p.14).

Dessa forma foi criado o formato do *Insight* e realizado por cinco equipes nas quais a sala foi dividida, a proposta de promover a troca de experiências como os profissionais da



área do audiovisual, além de permitir que os universitários pudessem realizar a produção do programa de acordo com sua criatividade.

2 OBJETIVOS

- Geral:

Oferecer aos alunos a proximidade entre os profissionais do mercado local para troca de conhecimento técnico e conceitual por meio do formato televisivo do qual o programa propõe, através de seus quadros temáticos.

- Específicos:

- Desenvolver técnicas de produção de programas para TV por meio da proposta do programa e seus quadros.
- Promover a troca de experiências entre profissionais e estudantes de rádio e TV.
- Refletir sobre as modificações que a televisão vem passando com o advento da tecnologia digital.

3 JUSTIFICATIVA

Ao longo de seus mais de 50 anos de história a televisão deu mostras de ser um sistema expressivo suficientemente amplo e denso para dar forma a trabalhos complexos e também abriu espaços para a intervenção de mentalidades pouco convencionais, adquirindo assim a TV, uma ética e uma estética. Como meio de comunicação teve um impacto singular na vida de milhões de pessoas em todo o mundo, exercendo uma influência impressionante no modo como percebemos nossa cultura, nos seus variados formatos apregoa-se ostensivamente as esferas de acontecimento que não facultativamente são alvos dos focos da TV.

Por sim, fizemos uso de um gênero de programa televisivo, como um meio convencional para situarmos a idéia do nosso projeto, como bem explica Machado:

Programa é qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva com relação às outras séries sintagmáticas da televisão. Pode ser uma peça única como um telefilme ou um especial, uma série em capítulos definidos, um horário reservado que se prolonga durante anos sem previsão de finalização, e até mesmo a programação inteira, no caso de emissoras ou redes “segmentadas” ou especializadas que não apresentam variação de blocos (MACHADO, 2003).

É verdade que a noção de programa tem sido bastante questionada nas últimas décadas. Razões não faltam para isso: a televisão costuma borrar os limites entre os programas, ou inserir um programa dentro do outro, a ponto de tornar difícil a distinção entre um programa “continente” e um programa “conteúdo”. Além disso os programas de televisão carregam a contradição de terem uma duração de um lado cada vez mais reduzida (*spots* publicitário, videoclips, *logos* de identidade da rede televisual) e de outro cada vez mais dilatada (seriados, telenovelas). Nos dois casos o que chamamos de *programa* resulta numa entidade tão difícil de ser identificada quanto definida (MACHADO, 2003)

Nos anos 70, *Raymond Williams* questionou o conceito “estático” de *programa*, por considerar que, na televisão, não existem unidades fechadas ou acabadas, que possam ser analisadas separadamente do resto da programação. Em lugar do conceito de programa, ele contrapôs um conceito mais “dinâmico” de *fluxo televisual*, em que os limites entre um segmento e outro não eram considerados tão marcados como em outros meios.

Nesse contexto mais pragmático, tem-se também a instantaneidade da difusão de informações, que por sua vez já não surpreende mais ninguém. A demanda da população e o apetite comercial exigem um fluxo constante de programação ou *conteúdo* diferenciado para a televisão ou vídeo. O que nos dá parâmetros suficientes para justificar o nome do programa: Insight.

Para Allen (*apud* Abel, 2003), insight é o originário, provavelmente, do escandinavo e do baixo alemão, insight é definido na língua inglesa como a capacidade de entender verdades escondidas etc., especialmente de caráter ou situação, portando um sentido igual a "discernimento".

Segundo Mifflin (*apud* Abel, 2003), insight é a capacidade para discernir a verdadeira natureza de uma situação, o ato ou o resultado de alcançar a íntima ou oculta natureza das coisas ou de perceber de uma maneira intuitiva.

Na Psicanálise, como colocam Sandler, Dare e Holder (*apud* Abel, 2003), insight é usado como se o seu significado fosse facilmente evidente, mas um estudo atento logo revela que o termo compreensão interna (insight) não está nem um pouco esclarecido.

Em um dicionário de Filosofia, insight é definido como: Visão súbita, iluminação, intuição, que permite, por exemplo, ao animal resolver imediatamente um problema (LALANDE *apud* ABEL, 2003).



Nós nos valem da contribuição de Lalande (1996) para expressar nossa ideia criativa ao conceber um programa que reflete as teorias, os processos, as técnicas, a rotina, enfim, o universo vasto que envolve o mundo dos bastidores da televisão. Queremos marcar território, conquistar respeito profissional e acima de tudo, mexer com o imaginário do nosso expectador. O *Insight* é um programa de televisão, sobre televisão, feito por estudantes de televisão, envolvendo profissionais e temas voltados à televisão.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A televisão depende da integração de muitas funções, que devem ser executadas e coordenadas perfeitamente. A primeira dificuldade sentida foi delimitar o tipo de produto solicitado no trabalho acadêmico, e, por conseguinte, incluí-lo nos moldes de um produto mesmo sendo laboratorial / acadêmico, mas de aspecto profissional criando assim uma visibilidade daquilo que se exige na praça. Em vista dessa possível aceitação, todo o desenvolvimento do programa, se deu no universo acadêmico, preferimos por optar em pautar um assunto relevante e de interesse mais próximo as nossas realidades, como por exemplo, o que faz uma pessoa que atua na carreira profissional de radialista.

A pesquisa é fundamental para estruturar uma ideia de um programa de televisão. Para Machado (2003), a “experiência abrangente e pesquisa extensiva protegem você de sentidos não intencionais que se tornam prejudiciais à mensagem que você quer passar no seu programa”. Nossa trajetória partiu de uma pesquisa bibliográfica, visto que é importante conhecer o meio e a linguagem à qual se quer utilizar, sem deixar de lado a contextualização histórica e os formatos atuais.

Para Musburger (2008, p. 137), as produções informativas fornecem os sistemas mais eficientes e mais rápidos de comunicar uma mensagem precisa e consistente para um grande número de pessoas, ao mesmo tempo, com o objetivo de aumentar o conhecimento de um público específico. Por isso, as necessidades e as preferências de programas do telespectador são fatores importantes a serem considerados. Um público-alvo pode ser um grupo bem pequeno e específico de pessoas que são facilmente identificáveis, ou por ser uma grande massa de indivíduos com perfis variados, por isso sistematizamos o programa como um ‘log’ de informações acerca da comunicação social mais especificamente de Rádio e TV.

Segundo Pizzotti (2008), o primeiro passo é definir os objetivos da produção. Somente depois de definidos os objetivos e o público específico é que chegará a hora de dar forma a ele.

E foi com esse embasamento e com as devidas com as possibilidades do aparato técnico, que os executores desse programa devidamente cumpriram seus ofícios no prazo estipulado mesmo com todas as limitações de um segmento totalmente acadêmico como é a atividade laboratorial, possibilitou-se uma utilização também pedagógica.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Até que o programa fosse desenvolvido, muitos passos foram percorridos. Embora esses passos possam variar de certa maneira de programa para programa, na verdade todos os programas passam pela mesma estrada básica, que vai da ideia original à produção completa, primeiro tentando distinguir o “fio condutor” do programa.

Pizzotti (2008) divide a produção em três etapas: pré-produção, produção e pós-produção. Ele dá destaque à etapa de pré-produção, chega a mencionar que ela pode ser considerada a mais importante de todas e reforça que sem ela, as outras não existiriam.

Entendemos como pré-produção, a etapa de planejamento e organização. Segundo Pizzotti (2008), nela são realizados os seguintes elementos: sinopse, preparação do argumento e roteiro, montagem do *storyboard*, decupagem ou análise técnica, decupagem do roteiro, escolha de locações e autorizações para a filmagem.

Para Bonasio (2002, p.27) as etapas de produção referem-se respectivamente ao momento em que o programa pode ser gravado ou é realizado ao vivo e quando o programa gravado é editado ou é adicionado vídeo e áudio a uma fita máster.

Mas nós acreditamos que o processo da produção da TV vai muito além do que foi exposto acima, o processo é bem mais completo e cabe às equipes de produção elencarem seus objetivos e criarem uma rotina que evidencie a qualidade do produto final. De acordo com Kellison (2007, p.8), esse processo se dá em cinco estágios: a ideia (desenvolvimento do projeto), o planejamento (pré-produção), a filmagem ou gravação (produção), o produto final (pós-produção) e as próximas etapas (finalização e distribuição).

O ponto de partida se deu em sala de aula, por ser um programa produzido simultaneamente por cada grupo, ou seja, a ideia geral foi coletiva, porém a edição foi própria de cada um dos mesmos grupos. Assim o nome surgiu com uma democrática decisão através de votos em sala de aula. Analisou-se a proposta geral da matéria e da professora, e, por conseguinte delimitou-se a denominação do programa.

Assim como todas as etapas de produção: pré, produção, pós produção e finalização se deu por cada grupo, contemplando as diretrizes gerais e o formato do programa de



variedades. O mesmo é composto por quadros em um único bloco com duração de 5 minutos.

O programa é composto pelos seguintes quadros: curiosidades, agenda de eventos culturais e educativos, reportagem especial e tem como carro-chefe a entrevista que no seu ápice, o entrevistado responde qual foi o insight da sua vida profissional.

Com vistas de trazer novas propostas, bem como estar dentro das tendências jovens atuais, o tempo trouxe uma inovação, o de promover formatos televisivos para internet, que foram veiculados no Blog Dialog [dialog.blog.br], do curso de comunicação Social do Uninorte. É importante levar em consideração a essência da TV como meio de comunicação, mas é importante refletir sobre o seu futuro diante da digitalização, vislumbrando que uma tecnologia não anula a outra, mas elas se somam na construção do jornalismo nessa era da informação e da interatividade (BONASIO, 2002).

6 CONSIDERAÇÕES

A televisão no século XXI espelha e forma a aldeia global em que vivemos. E assim como o “mundo real” que a televisão busca ela mesma está cheia de possibilidades e desafios também reais. Para Ribeiro:

O avanço do processo de digitalização alterou a forma de ver e de produzir televisão. No Brasil, a convergência digital está associada à expansão da televisão. Para além da assistência, a programação televisiva continua em sites, blogs, twitters, celulares. Assim, as empresas de televisão vêm ampliando os seus negócios e sua penetração social com a chamada “transmídia” (RIBEIRO, 2010, p.281).

Assim podemos classificar também o processo de desenvolvimento deste trabalho: desafiador. Não em questões práticas somente, mas na perspectiva de resultados do produto final, pois se espera incessantemente sempre bons resultados, e foi nesse contexto de aprimoramento dos conhecimentos aplicados que o referente projeto se configurou.

Se não nós, futuros profissionais de televisão, quem mais teria o papel de inovar, testar, experimentar e refletir sobre esse meio que se transforma a olhos vistos? Atestamos que só na teoria aliada à prática, sobretudo no trabalho em equipe é que se possibilita a conclusão de projetos audiovisuais, sejam eles grandes, médios ou singulares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



ABEL, Marcos. **O insight na psicanálise**. Psicologia: ciência e profissão. Vol.23, n.4, Brasília: dic. 2003.

BARBEIRO, Heródoto. **Você na telinha**: Mídia training na televisão. São Paulo: Editora Futura, 2002.

BONASIO, Valter. **Televisão**: Manual de produção e direção. Belo Horizonte: Leitura, 2002.

KELLISON, Cathrine. **Produção e direção para TV e vídeo**: uma abordagem prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2003.

MUSBURGER, Robert B. **Roteiro para mídia eletrônica**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PIZZOTTI, Ricardo. **Produção de Televisão**. CD-ROM. Vol.I, 2008.

RIBEIRO, Ana Paula G.; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.