

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

EDWARD GONÇALVES PEPE

**PARA ONDE FOR A NOTÍCIA: TRABALHO, HISTÓRIAS E DESAFIOS DE
CORRESPONDENTES DA NOVA GERAÇÃO**

SÃO PAULO

2021

EDWARD GONÇALVES PEPE

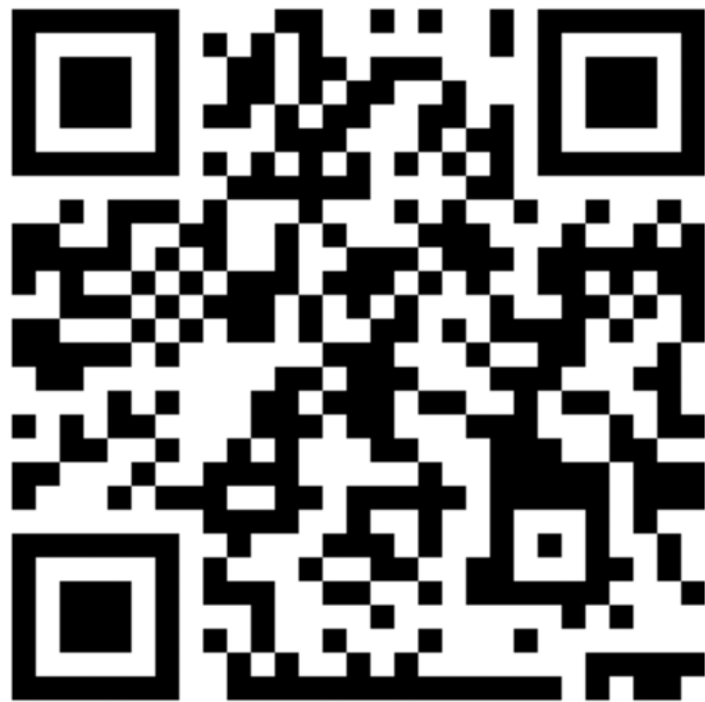
**PARA ONDE FOR A NOTÍCIA: TRABALHO, HISTÓRIAS E DESAFIOS DE
CORRESPONDENTES DA NOVA GERAÇÃO**

Relatório Final do TCC II (Trabalho de Conclusão de Curso), apresentado ao Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

ORIENTADOR: Prof. Dr. Rafael Fonseca dos Santos

SÃO PAULO

2021



https://www.instagram.com/madruganews_/guides/

Este Trabalho de Conclusão de Curso não reflete a opinião da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Seu conteúdo e abordagem são de total responsabilidade de seu autor.

A meus pais, Leonardo e Michelle, que me ensinaram os principais valores para um profissional, como ética e comprometimento, e a importância do trabalho nas nossas vidas. A meus quatro avós, Antonio, Maria de Lourdes, Edward e Daise, por todo apoio incondicional e por sempre estarem ao meu lado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela sabedoria, força e coragem concedidas durante esse percurso.

À minha família, que sempre me apoiou e lutou comigo para que eu realizasse o sonho de estudar jornalismo e trabalhar em uma empresa de televisão.

Aos professores do Mackenzie e, principalmente, à Agência Júnior de Comunicação Mackenzie, que logo no início do curso me proporcionou uma experiência incrível e onde conheci amigos para toda a vida.

À toda equipe do canal BandNews TV, do Grupo Bandeirantes de Comunicação, local onde trabalhei por quase dois anos e aprendi bastante do que sei sobre jornalismo e *hard news*. Um agradecimento especial a Lilian Coelho, minha chefe no Olhar de Repórter e quem me efetivou na Band TV, a Camila Ancona e Isabel Mega, que também foram grandes professoras na profissão.

Aos meus amigos Laura Quadros, Júlia Silva, Leonardo Metri, Vinícius Murad, Luiza Brilhante, Giovanna Arantes, Brenda Morais e Alexandre Melo por dividirem comigo as alegrias e desafios deste tempo de Universidade.

Aos também amigos Rafael Rocha, Bárbara Guimarães e Larissa Machado, pela parceria no **madruganews**.

Por fim, e não menos importante, ao meu orientador, o Prof. Dr. Rafael Fonseca, pelo grande apoio, por toda disponibilidade e por, principalmente, acreditar em mim e confiar nas minhas ideias desde o primeiro encontro.

Se você pode sonhar, você pode fazer (Walt Disney).

RESUMO

Este relatório teve como objetivo embasar a construção da reportagem especial “para onde for a notícia”, publicada em formato de “Guias”, na conta do **madruganews** no Instagram. A peça, criada em um formato inovador, trata sobre o trabalho, as histórias e os desafios de ser um correspondente internacional em uma nova geração da televisão e em um mundo conectado. Uma vez que o projeto envolve temas relacionados a redes sociais e jornalismo internacional, o relatório possui um referencial teórico que aborda pontos como o trabalho de um correspondente internacional, as mudanças que a profissão sofreu ao longo do tempo, discussões sobre o que são uma reportagem especial e o jornalismo transmídia. A pesquisa desenvolve também sobre como a rede social Instagram pode ser usada como espaço para produções jornalísticas, sobre o que é o formato “Guias” - adotado pela peça - e trata sobre a importância de pensar em uma linguagem dinâmica na produção de conteúdo para as novas gerações.

Palavras-chave: Correspondentes, Jornalismo, Internacional, Instagram, Guias, madruganews.

ABSTRACT

This report aimed to support the construction of the special report “para onde for a notícia”, published in “Guides”, on **madruganews**’ Instagram account. The project, created in an innovative format, is about the work, stories, and challenges of being an international correspondent in a period of a new generation of television and a connected world. Since the project involves themes related to social networks and international journalism, the report has a theoretical framework that addresses points such as the work of an international correspondent, changes that the profession has undergone over time, and discussions about what is a special report and what is transmedia journalism. Furthermore, the research also develops how the social network Instagram can be used as a space for journalistic productions, what the “Instagram Guides” format is - adopted by the special report - and it explains the importance of thinking in a dynamic language in the production of content for the new generations.

Keywords: Correspondents, Journalism, International, Instagram, Guides, madruganews.

SUMÁRIO

Introdução.....	11
1.Referencial Teórico.....	13
1.1 Correspondentes e as mudanças da profissão ao longo do tempo	13
1.2 Reportagens especiais e transmídia.....	16
1.2.1 Reportagens especiais.....	16
1.2.2 Transmídia.....	16
1.3 O Instagram como espaço para jornalismo e Guias.....	17
1.4 Linguagem dinâmica para as novas gerações.....	19
2.Planejamento da Peça.....	20
2.1 Concepção inicial.....	20
2.2 Organização narrativa.....	22
2.2.1 Primeiro post.....	23
2.2.2 Segundo post.....	23
2.2.3 Terceiro post.....	23
2.2.4 Quarto post.....	23
2.2.5 Quinto post.....	23
2.2.6 Sexto post.....	23
2.2.7 Sétimo post.....	23
2.2.8 Oitavo post.....	23
2.2.9 Nono post.....;	23
2.2.10 Décimo post.....	24
2.2.11 Décimo primeiro post.....	24
2.2.12 Décimo segundo post.....	24
2.2.13 Décimo terceiro.....	24
2.3 Planejamento editorial.....	24
3.Considerações Finais.....	24
Referencial Bibliográfico.....	25

Anexos

Autorizações de Imagem e Áudio.....29

INTRODUÇÃO

Esse projeto teve como principal fim a criação da reportagem especial “**para onde for a notícia**” em formato on-line, como uma “Guias” do Instagram, cujo tema foram o trabalho, as histórias e os desafios de ser um correspondente internacional em uma nova geração da televisão.

A proposta principal foi aproximar o trabalho dos correspondentes internacionais para os seguidores, falar sobre coberturas marcantes e históricas, apresentar relatos, discutir o jornalismo internacional atual, além de abordar as mudanças que o cargo de correspondente internacional na televisão teve nos últimos anos. Destacou-se também o avanço da tecnologia e, principalmente, como as redes sociais intensificaram esse processo. A reportagem especial foi atrás de correspondentes internacionais de TV que atuam ou atuaram na área como contratados ou freelancers atualmente ou na última década (2010). A reportagem foi produzida em formato de “Guias” no Instagram, e contou com um teaser, seis vídeos para IGTV e seis posts para o *feed*. Todo trabalho foi publicado na conta do **madruganews**, um veículo jornalístico original e voltado para o público-jovem, no Instagram.

Atualmente, as principais TVs abertas (Band, Globo, Record TV, SBT e RedeTV!) e fechadas (CNN Brasil e Jovem Pan) mantêm correspondentes internacionais espalhados pelo mundo, seja em cidades globais como Nova York, nos Estados Unidos, e Londres, no Reino Unido, como também em outros países como África do Sul e Japão.

Os profissionais podem ser contratados e trabalhar em escritórios da emissora, como é o caso da correspondente Sandra Coutinho (Globo - Nova York), ou sozinhos e sem equipe, como Eduardo Barão (Band - Nova York), e até mesmo como *freelancer*, no caso de Vinícius Assis (GloboNews - Joanesburgo).

No prefácio da obra *Correspondentes: bastidores, histórias e aventuras de jornalistas brasileiros pelo mundo* (Memória Globo, 2018, p. 9), o diretor-geral de jornalismo do grupo Globo, Ali Kamel, aponta que o correspondente internacional é testemunha do mundo. Ele diz ainda que o profissional vê de perto os momentos que vão estar nos livros de História de qualquer país ao redor do globo.

Esse produto teve como pergunta-problema como uma reportagem especial para meio online - em formato de “Guias” no Instagram - pode apresentar o trabalho,

as histórias e os desafios de ser um correspondente internacional em uma nova geração da televisão e em um mundo conectado.

O objetivo principal desse projeto foi mostrar as principais histórias de cada correspondente e como o trabalho deles é feito diante de um mundo no qual as tecnologias são bem avançadas e modificaram a profissão.

Os objetivos secundários do projeto foram:

- Trazer discussões sobre a abordagem do jornalismo internacional para temas de fora no eixo EUA/Europa
- Mostrar os novos formatos de trabalho dos correspondentes
- Abordar como foi cobrir principais acontecimentos internacionais nos últimos 5 anos
- Apresentar histórias de vida dos correspondentes

Reportagens especiais são comuns em veículos jornalísticos, seja na TV, internet ou impresso. Para Carvalho, Diamante, Bruniera e Utsch (2010, p. 21, 22), elas são importantes para o jornalismo, uma vez que são uma ótima forma de aprofundar assuntos que são de interesse público.

O projeto em questão se baseou na criação de uma reportagem especial em formato de “Guias” no Instagram - rede social que tem bastante destaque em veículos de notícia. De acordo com a décima edição do relatório Reuters Digital News Report, publicada em 2021, as mídias sociais foram citadas à frente da televisão como fonte de informação dos brasileiros. Além disso, 30% dos entrevistados afirmaram que usam o Instagram como fonte de consumo de notícias.

Grandes veículos de notícias estão presentes no Instagram, publicando, além de trechos que já foram exibidos na televisão, conteúdo jornalístico para seus milhões de seguidores em seu *feed*, *stories* e/ou IGTV - uma plataforma da própria rede social dedicada a vídeos longos. Alguns desses exemplos de atuação forte no Instagram são da BBC News, que possui 19,5 milhões de seguidores, e da CNN americana, com 15,9 milhões. Ambos publicam constantemente reportagens no IGTV. No Brasil, além do G1 - que tem 6,8 milhões de seguidores - outros veículos como CNN Brasil (3,3 milhões) e BandNews TV (817 mil) se destacam na produção de conteúdo jornalístico na rede social.

A reportagem especial foi publicada em formato de “Guias” no Instagram” - recurso lançado pela plataforma em 2020 e que permite reunir publicações e vídeos

de um criador de conteúdo. A conta escolhida foi a do **madruganews** (@madruganews_), um veículo jornalístico autoral e criado em 2020, com foco em informação de forma dinâmica para o público jovem. A escolha de um veículo nas redes sociais se deu com o intuito de explorar novos horizontes na produção de conteúdo jornalístico, baseado no pensamento de Figaro (2014, online) de que é importante sempre estar atento às transformações.

O tema selecionado foi também de uma notória relevância, já que correspondentes internacionais são figuras importantes e de bastante prestígio do jornalismo brasileiro. A função é considerada o topo na carreira de um repórter (Agnez, 2017).

Para fundamentação teórica em relação ao tema, foram escolhidos os livros *Correspondentes: Bastidores, histórias e aventuras de jornalistas brasileiros pelo mundo* (2018) e *Correspondente Internacional* (2011). Já em relação às peças que foram usadas como base de pesquisa para o formato do produto, foram escolhidos o artigo *Tudo sobre o Guias do Instagram e como usá-lo a favor da sua marca* (2020) e *Como usar o Guias do Instagram para organizar o seu conteúdo?* (2020).

Por fim, sobre a linguagem, serão utilizados como base de pesquisa as publicações e vídeos do **madruganews**, como a entrevista com o político João Amoêdo e o artigo *Jornalismos e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI* (2014).

Quanto à metodologia prática, foram entrevistados, de forma on-line, seis correspondentes: Eduardo Barão, Eliseu Caetano, Felipe Kieling, Marina Izidro, Núria Saldanha e Vinícius Assis. Além dele, o ex-correspondente Márcio Gomes e o editor-chefe do *Jornal da Band*, André Basbaum, foram entrevistados de forma presencial. Vídeos de coberturas para as produções audiovisuais e fotos usadas nas publicações foram retirados de plataformas e redes sociais na internet, como YouTube e Globoplay, sendo devidamente creditados.

1.Referencial teórico

1.1 Correspondentes e as mudanças da profissão ao longo do tempo

O diretor-geral de jornalismo do grupo Globo, Ali Kamel, - no prefácio do livro *Correspondentes: bastidores, histórias e aventuras de jornalistas brasileiros pelo*

mundo (Memória Globo, 2018) - descreve o correspondente internacional como testemunha do mundo. Kamel aponta que o correspondente é o profissional que vê de perto os momentos que vão estar nos livros de História de qualquer país ao redor do globo. Segundo ele, “o bom correspondente não é aquele que apenas cobre os fatos, mas aquele que cobre os fatos com o olhar do brasileiro” (Memória Globo, 2018, p. 9-11).

Para Agnez (2015, p. 2), os correspondentes de TV são considerados figuras mais tradicionais, que residem e fazem a cobertura regular dos fatos em outra cidade ou país que não o da sede do veículo. De acordo com Lins (2011, p. 9), esse profissional tem um papel especial no mundo atual, uma vez que eles “ajudam a formar a consciência do mundo nas pessoas que não viajam muito para o exterior, mas são afetadas pela globalização de qualquer modo”.

O primeiro correspondente internacional da Rede Globo, maior emissora do Brasil, foi o jornalista Hélio Costa. Ele assumiu o posto em 1972, como correspondente em Nova York, nos Estados Unidos, e foi responsável por reportagens em 73 países, de todos os continentes, incluindo a primeira reportagem feita *in loco* pela televisão brasileira na China e as primeiras informações ao público do Brasil sobre a AIDS (Memória Globo, on-line). Além dele, a jornalista Sandra Passarinho também fez história na emissora, por ser a primeira correspondente na Europa.

De acordo com Kamel, a evolução da tecnologia foi responsável por facilitar e agilizar o trabalho dos correspondentes entre a década de 1970 e o início dos anos 2000 (p. 10). Como aponta Esperidião (2007, p. 4-6), o surgimento da transmissão por satélite - a partir dos anos 1960 - foi importante nesse processo. Aproveitando novas possibilidades com essa tecnologia, a Rede Globo passou a investir mais em bases no exterior, tanto porque tinha os melhores equipamentos, como por enxergar na cobertura internacional a possibilidade de exercer um jornalismo sem o monitoramento da censura durante a Ditadura Militar (1964-1985).

Durante a década de 1990, porém, o noticiário internacional perdeu espaço, uma vez que a agenda e a discussão ao redor das superpotências foram amplamente afetadas e novos atores entraram em cena nas relações internacionais. No entanto, a partir dos atentados do 11 de Setembro, em Nova York, os espectadores voltaram a despertar um certo interesse pelas notícias internacionais

que não se era visto desde a II Guerra Mundial (Williams, 2011, apud Agnez, 2015, p. 4).

Com o avanço tecnológico e a transição para uma sociedade cada vez mais caracterizada pela velocidade máxima, pela redução drástica de custos e aumento de produtividade, as novas ferramentas digitais impactaram bastante as mídias audiovisuais, principalmente o telejornalismo. Enquanto os satélites ajudam a alterar o contexto das comunicações, a Internet permitiu que as transmissões fossem mais flexíveis, rápidas e baratas (Esperidião, 2007, p. 1).

Como destaca Williams (2011, apud Agnez, 2015, p. 4), manter escritórios e correspondentes em diferentes regiões do mundo tem um alto custo. Por isso, algumas das soluções encontradas por empresas que possuem um orçamento mais baixo foram reduzir o quadro de correspondentes e dar preferência a *freelancers*, usar informações e produções audiovisuais de agências de notícias, além concentrar entradas e links de correspondentes por Skype - que é de graça - e transferir materiais por plataformas como We Transfer. Agnez destaca pontos sobre *freelancers* e agências de notícias:

Agências internacionais: produtoras tradicionais de conteúdo informativo com as quais veículos de todo mundo trabalham em parceria, assinando o serviço. Freelancers: colaboradores não contratados pelos veículos de comunicação, mas remunerados por cobertura que venham a desenvolver. (AGNEZ, 2015, p. 315).

Um veículo no qual é possível ver esse processo na prática é o BandNews TV. O canal de notícias 24 horas do Grupo Bandeirantes possui parcerias com agências de notícias como Reuters, ENEX e Alianza - processo no qual há também transferência de conteúdo entre as TVs parceiras. As plataformas fornecem imagens e apuração de notícias que acontecem em qualquer país ao redor do mundo, 24 horas por dia e sete dias por semana. Além disso, as entradas dos correspondentes internacionais do quadro fixo do Grupo, Eduardo Barão e Felipe Kieling, acontecem sempre pela plataforma Skype. Outro ponto a se destacar é que, em caso de coberturas especiais, repórteres são enviados do Brasil ou o canal contrata profissionais *freelancers*.

1.2 Reportagens especiais e transmídia

1.2.1 Reportagens especiais

Carvalho, Diamante, Bruniera e Utsch (2010, p. 21, 22) classificam as reportagens especiais de forma semelhante às reportagens dos telejornais, uma vez que possuem tempo maior que as notícias do dia e usam algumas ferramentas presentes nos documentários, mas que se diferem por terem um tratamento especial. Para os autores, a reportagem especial nos permite aprofundar alguns assuntos que são de interesse público.

Em entrevista para o autor deste trabalho no dia 23 de outubro de 2020, o jornalista Sérgio Gabriel, ex-coordenador do departamento de séries de reportagens da TV Band, afirma que reportagens especiais têm como principal função trazer mais informações sobre um determinado assunto, que muitas vezes, no dia a dia, não pôde ser aprofundado:

As reportagens especiais são muito importantes para o jornalismo. É um momento em que há a oportunidade de exaurir um determinado assunto, conversar muito sobre ele, investigar profundamente um determinado tema. Normalmente no jornalismo do dia a dia, muitas vezes há uma visão superficial, uma visão do que aconteceu no momento. Há pouco tempo disponível nos telejornais. É uma possibilidade de aprofundar o assunto. Para que ela seja uma boa série de reportagens, é importante dividir bem os assuntos que serão retratados. Cada capítulo da série deverá ser diferente do outro. Os capítulos devem ter começo, meio e fim. Para produzir uma série de reportagens, é importante ter personagens fortes, que contem boas histórias. (Sergio Gabriel, entrevista realizada em 23 de outubro de 2020)

De acordo com Costa (2005, p. 8), as reportagens especiais se afirmam como um espaço de interpretação, em que acontecimentos e grandes temas são tratados com maior profundidade.

1.2.2 Transmídia

Scolari (2013, p. 24, tradução nossa) define o conceito de narrativas transmídia como uma forma de narração particular que se expande por meio de diferentes sistemas (verbal, imagens, audiovisual, interativo e etc.).

Para Martins, Castro, Vinagre (2017, p. 10), cinco pontos podem ser classificados como especificações do jornalismo transmídia: o formato multiplataforma, a narrativa expandida como forma de aprofundar o conteúdo, a participação ativa do usuário, a propagabilidade de conteúdo e o engajamento do público.

De acordo com os autores, é importante que os jornalistas - ao utilizarem o jornalismo transmídia - planejem a produção de conteúdo em múltiplas plataformas e canais de propagação, a fim de incentivar o engajamento do usuário. Ademais, é fundamental que os profissionais utilizem uma linguagem convergente, mas que ao mesmo tempo seja subjetiva e plural (Martins, Castro, Vinagre (2017, p. 10).

Martins (2015, p. 186) reforça que o jornalista contemporâneo deverá ter habilidade de conhecer as novas formas de produção de conteúdo em diferentes mídias e saber formatar uma mesma notícia para cada uma dessas novas plataformas.

1.3 O Instagram como espaço para jornalismo e o Guias

O Instagram foi criado em 2010 e atualmente é administrado por Mark Zuckerberg, dono do Facebook. Em 2018, o aplicativo ultrapassou a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês. Segundo o estudo Social Media Trend Reports Q2 2020 (2020), da plataforma Socialbakers, o total de interações (curtidas, compartilhamentos, comentários) no Instagram foi 18,7 vezes maior que no Facebook. Além disso, segundo o relatório, a audiência no Instagram entre as 50 maiores contas de marcas na rede social foi 31,2% maior que no Facebook.

Ao longo do tempo, o Instagram deixou de ser apenas um aplicativo para fotos e foram criadas diversas ferramentas que hoje formam o vasto ecossistema da plataforma. Dentre as possibilidades que o Instagram oferece, estão a do usuário postar fotos ou pequenos vídeos de até 1 minuto no *feed*; fotos ou vídeos de até 15 segundos, que podem ser visualizados por 24 horas no *Instagram Stories*; o *IGTV*, plataforma criada em 2018, na qual podem ser postados de 1 até 60 minutos na

forma horizontal e vertical; além do *reels*, ferramenta que permite criar microvídeos de forma criativa usando áudios e efeitos.

Outra opção é a plataforma “Guias”, introduzida em 2020, durante a pandemia da Covid-19, para facilitar a descoberta, a organização e o compartilhamento de produtos, lugares e publicações das suas contas favoritas no Instagram (Instagram, 2020). Na época, a rede social usou especialistas e criadores de conteúdo para desenvolver “Guias” voltados principalmente a dicas de bem-estar. No entanto, o espaço - por ter um formato semelhante ao de blogs - pode servir para outras funções, como a elaboração de conteúdos jornalísticos.

De acordo com o site Postgrain (2020), o “Guias” pode ser definido como um espaço para reunir um compilado de *posts* em um só lugar, no qual ainda é possível acrescentar textos. O recurso organiza publicações de uma página - tanto a da própria conta, quanto a de outras - que antes estariam espalhadas no *feed*. Segundo a publicação, o grande diferencial desse formato é a possibilidade dos perfis criarem um conteúdo mais denso e completo, aproveitando os próprios posts.

O grande crescimento das redes sociais, principalmente do Instagram, atraiu grandes veículos de notícia do Brasil e do mundo. BBC News (19,5 mi), CNN (15,9 mi), G1 (6,8 mi) e CNN Brasil (3,3 mi) e BandNews (817 mil) são alguns desses exemplos de veículos que se expandiram para as redes sociais e atualmente atuam em caráter transmidiático.

Carlos (2013, online) destaca que é importante que o jornalismo se adapte a esse novo ambiente. Segundo ele, “o jornalismo não deve estar nas redes sociais, mas sim fazer parte de todo um contexto mais complexo e estruturado. O jornalismo deve *ser* redes sociais”. Portanto, as empresas que tratam as mídias sociais como canais apenas expositivos tendem a perder peso no cenário jornalístico.

A décima edição do relatório Reuters Digital News Report (2021) mostrou que as redes sociais foram citadas à frente da televisão como fonte de informação dos brasileiros. 63% dos entrevistados disseram que usam as redes sociais como fonte de informação, enquanto 61% citam a televisão. Em contrapartida, no ano de 2013, a televisão estava à frente das mídias sociais, com uma diferença de 75% (TV) para 47% (redes sociais). No relatório de 2021, 30% desses entrevistados afirmaram que usam o Instagram como forma de notícia, uma alta de 4 pontos percentuais em relação a 2019.

A BBC News é um dos veículos que se destacam na produção de conteúdo original, em sua maioria reportagens, no Instagram. Em uma delas, “*Sudan’s khalwa schools chain, beat and abuse pupils*” (2020), postada pelo IGTV, o vídeo de pouco mais de 5 minutos sobre casos de violência escolar contra estudantes no Sudão, alcançou quase 1,5 milhão de visualizações em apenas 6 dias.

1.4 Linguagem dinâmica para as novas gerações

Bauman (2001, p. 8) discorre que a humanidade está se transformando de sólida para líquida. O autor usa uma metáfora acerca da qualidade dos fluidos para explicar rápidas e imprevisíveis mudanças que as ideias, relações interpessoais e instituições sofrem. Os fluidos não se mantêm em uma forma específica, estando sempre prontos a mudá-la, diferentemente dos sólidos, que mantêm essa forma. O conceito do autor pode se relacionar à questão da linguagem jovem ter que ser uma linguagem dinâmica, que esteja sempre atenta às mudanças e busque a inovação.

De acordo com Figaro (2014, online), em um período de grande destaque das redes sociais, é importante estar atento às transformações:

Num período de idolatria às tecnologias digitais é preciso um esforço para sair do lugar confortável de observador e comprometer-se com a transformação. A convergência entre mídias e a transmidiação emergem como práticas de interação e produção discursivas que transgridem as formas tradicionais de produzir e ler a notícia. Não é difícil exemplificar como o interdiscurso da notícia, da publicidade e da ficção vão se intercambiando e migrando de uma plataforma a outra. (FIGARO, 2014, p. 23-37).

Segundo Bernardazzi (2016, p.1), a mídia vive um momento de questionamentos, principalmente sobre a produção e a distribuição do conteúdo audiovisual por causa da constante mudança de consumo desses produtos. As mídias digitais criaram um ambiente de rápida circulação de informação, que provoca uma constante necessidade de atualização e consumo desse conteúdo. Além disso, há a criação de um novo cenário em que o usuário, além de buscar informação, está à procura de interação com o vídeo. “Estamos debruçados sobre uma vivência no ambiente virtual e no universo do audiovisual, seja no âmbito das

inovações e atualizações da linguagem, seja na efervescência de conceitos e formas de produção de sentido” (BERNARDAZZI, 2016, p. 1).

2. Planejamento da peça

2.1 Concepção inicial

Estilo e linguagem da peça

Para este trabalho, foi produzida a reportagem especial “**para onde for a notícia**” em formato de “Guias”, publicada no perfil do **madruganews** (@madruganews_) no Instagram,. O **madruganews** é um veículo de notícias nas redes sociais, com foco nas editorias de política, internacional, esporte e entretenimento. Ele foi criado - primeiramente no Instagram - em abril de 2020 e é um projeto autoral e extra-universitário. Além de notícias hard news em *posts* e *reels*, são publicados podcasts, resumos diários dos destaques do dia em formato original nos stories, colunas no IGTV com assuntos diversos e entrevistas com personalidades. Apesar do **madruganews** estar presente em outras redes sociais como o Tiktok e YouTube, o Instagram foi escolhido por ter o maior número de seguidores (cerca de 2.240) e pelo fato do formato “Guias” só ser habilitado nesta plataforma.

A escolha de fazer uma “Guias” no Instagram se deu pela inovação e ausência desse formato - de forma jornalística - nos grandes veículos de comunicação. A busca por inovar, seja no formato ou na linguagem, e a intenção de atrair os jovens para jornalismo simples e que cause interesse são grandes missões do **madruganews**. Por isso, a escolha de um formato novo e em uma rede social, presente diariamente no cotidiano da população jovem.

A “Guias” “**para onde for a notícia**” foi composta por seis vídeos de entrevistas com correspondentes, que estão no IGTV e tem entre 6 e 10 minutos de duração. Como os vídeos são em formato de conversa, o tempo de cada entrevista foi livre, para que - de acordo com o andamento - não houvesse perda de conteúdos relevantes citados pelos profissionais. O vídeo foi editado e foram inseridos trechos das participações dos correspondentes nos jornais como forma de ilustrar a situação que ele estava descrevendo na conversa.

Além disso, para unir o conceito de transmídia à peça, misturando jornalismo audiovisual e escrito, foram produzidos sete posts com textos na legenda. Como o limite para cada publicação no Instagram é de 2 mil caracteres, esses textos foram curtos. Eles seguiram o padrão do **madruganews**, com uso de emojis e linguagem jovem - para atrair justamente o público-alvo. Na legenda, é importante destacar que, no início de cada parágrafo, a primeira palavra é escrita com inicial em minúsculo por uma razão unicamente estética. Como a estratégia principal era que o leitor/espectador permanecesse na “Guia” e pelo fato da plataforma permitir somente o acesso a links pela bio, não houve a intenção de criar um outro espaço fora da rede social para colocar textos maiores.

Toda a peça seguiu a identidade visual do **madruganews**, com ícones nas cores preta, branca e amarela, e o logo da página sempre em alguma extremidade. Exclusivamente para reportagem especial (vídeos e posts), foi criada uma identidade visual com selos e um logo que remetem a placas de aeroporto, com o intuito de remeter ao leitor/espectador a ideia de viagens, relacionadas ao trabalho do correspondente internacional.

Fontes

- André Basbaum - Chefe de redação da Band TV e editor-chefe do Jornal da Band.
- Eduardo Barão - Jornalista com mais de 20 anos de experiência. Desde 2020, trabalha como correspondente internacional dos veículos do Grupo Bandeirantes em Nova York, nos Estados Unidos.
- Eliseu Caetano - Correspondente internacional da Jovem Pan e da RedeTV! em Miami, nos Estados Unidos.
- Felipe Kieling - Correspondente internacional do Grupo Bandeirantes de Comunicação no Reino Unido.
- Márcio Gomes - Apresentador da CNN Brasil. Ex-correspondente da TV Globo no Japão.
- Marina Izidro - Repórter *freelancer*. Ex-correspondente da TV Globo em Londres, professora de Jornalismo Esportivo na St Mary 's University College, colunista de esportes para Folha de São Paulo.

- Núria Saldanha - Repórter *freelancer*. Ex-correspondente da CNN Brasil e do Grupo Bandeirantes de Comunicação em Washington D.C., nos Estados Unidos.
- Vinícius Assis - Repórter *freelancer*. Atua como correspondente internacional da GloboNews e TV Globo na África do Sul.

Providências de produção

Foram realizadas seis entrevistas pela plataforma Zoom com os correspondentes Eduardo Barão, Eliseu Caetano, Felipe Kieling, Marina Izidro, Núria Saldanha e Vinícius Assis. O método foi escolhido porque todos os jornalistas citados residem fora do Brasil. Por causa da pandemia da Covid-19, período de produção deste projeto, viagens internacionais ficaram suspensas, impossibilitando a realização de entrevistas presenciais. As entrevistas foram editadas sem a ajuda de um editor contratado e pela plataforma Adobe Premiere Rush.

A entrevista com o jornalista André Basbaum foi feita pelo formato presencial e com áudio gravado em uma sala na sede do Grupo Bandeirantes de Comunicação em São Paulo. Já a entrevista feita com Márcio Gomes aconteceu de forma escrita por questões contratuais do jornalista com a atual emissora, CNN Brasil.

Durante a edição, foram utilizadas imagens para coberturas encontradas em redes sociais, como o YouTube, no próprio site das emissoras e em serviços de streaming, como Globoplay. Os vídeos foram devidamente creditados.

Outros vídeos foram obtidos a partir de banco de imagens e serviços como Canva e Envato.

O orçamento para a realização do projeto foi de:

Envato - R\$ 210,00

Canva - R\$ 34,90

Pacote Adobe - R\$ 89,00

2.2 Organização narrativa

Como dito anteriormente, a reportagem especial em formato de “Guias” do Instagram foi composta por um teaser, seis entrevistas em formato IGTV e seis posts que ficaram compilados na plataforma.

2.2.1 Primeiro post: apresentação da reportagem especial para os seguidores do **madruganews**. Foi feita uma breve contextualização sobre quem são os correspondentes internacionais e o que o seguidor poderá ver nas próximas publicações.

2.2.2 Segundo post: Para atrair a atenção do público, foi produzido um *teaser* a partir de vídeos de grandes coberturas internacionais e situações de dificuldade envolvendo correspondentes.

2.2.3 Terceiro post: Nesta publicação, foi feito um texto com uma breve história dos primeiros correspondentes da Rede Globo nos Estados Unidos e Europa: Hélio Costa e Sandra Passarinho, respectivamente.

2.2.4 Quarto post: Neste post, foi produzido um outro texto para falar sobre de que forma os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 foram marcantes para a editoria de jornalismo internacional.

2.2.5 Quinto post: Entrevista em formato IGTV com a jornalista Núria Saldanha sobre os desafios de cobrir o ano de 2020 nos Estados Unidos.

2.2.6 Sexto post: Entrevista em formato IGTV com o correspondente Eduardo Barão sobre como é ser um profissional videorepórter e ter que cobrir diferentes veículos.

2.2.7 Sétimo post: Entrevista em formato IGTV com Eliseu Caetano sobre a diferença de cobrir os Estados Unidos pela ótica da cidade de Miami e os desafios de trabalhar com política internacional e entretenimento.

2.2.8 Oitavo post: Entrevista em formato de texto escrito com Márcio Gomes sobre o período em que foi correspondente da Globo na Ásia.

2.2.9 Nono post: Entrevista em formato IGTV com Felipe Kieling sobre as principais coberturas da sua carreira.

2.2.10 Décimo post: Entrevista em formato IGTV com Marina Izidro sobre como o papel do correspondente mudou nos últimos anos.

2.2.11 Décimo-primeiro post: Entrevista em formato de texto escrito com André Basbaum para entender qual a visão que as redações aqui no Brasil tem sobre o trabalho do correspondente internacional.

2.2.12 Décimo-segundo post: Nesta publicação, foi feito um texto falando sobre qual a importância das agências de notícias para o jornalismo internacional

2.2.13 Décimo-terceiro post: Entrevista em formato IGTV com Vinícius Assis sobre os desafios de cobrir o continente africano.

2.3 Planejamento editorial

Como já foi dito durante este trabalho, todos os vídeos (IGTV) e posts da peça foram publicados no formato de “Guias”, na conta do **madruganews**, no Instagram. O formato foi escolhido por ser inovador e por agrupar todas as publicações de forma fácil - tornando a experiência do usuário completa sem ele precisar sair da página. A reportagem especial teve como público-alvo pessoas da faixa etária entre 18 e 30 anos, que também são o público-alvo do veículo. O principal foco da página - e consequentemente da reportagem especial - foi atrair a atenção de pessoas que buscam um jornalismo inovador, simples e dinâmico. A divulgação foi feita pela própria plataforma, com o impulsionamentos dos posts que compõem a própria reportagem especial. Ademais, pelo fato da página ter apenas cerca de 2.240 seguidores, todo seguidor em potencial - principalmente os dos próprios correspondentes - são bem-vindos.

3. Considerações Finais

Acredito que este projeto cumpriu a meta de apresentar para o público - de uma forma inovadora, a partir do formato de “Guias”, que por sinal não é usado pelos veículos jornalísticos - o trabalho, as histórias e os desafios de ser um correspondente internacional em uma nova geração da televisão e em um mundo

bastante conectado. A partir de relatos de grandes nomes do jornalismo internacional, o leitor/espectador pôde saber como são os bastidores de grandes coberturas pelo mundo, o dia a dia da profissão, eventuais dificuldades, estar a par de discussões importantes da área de jornalismo internacional - como a forma que o continente africano é tratado - e, principalmente, as grandes transformações da profissão nos últimos anos, intensificada pelas inovações tecnológicas.

A proposta de abordar o tema sobre correspondentes internacionais surgiu a partir de um sonho de criança, de um jovem que sempre olhou na televisão para grandes nomes como Roberto Kovalick, Márcio Gomes e Sandra Coutinho e batalhou para um dia estar ali. O aprendizado obtido a partir das conversas e troca de experiências com profissionais tão competentes foi indescritível e, com certeza, uma grande experiência.

Ademais, durante os quase dois anos trabalhando como estagiário no BandNews TV, tive a oportunidade de acompanhar de perto o trabalho dos correspondentes e ver como o processo é impactado pela tecnologia - vide a importância de plataformas como Skype - e pela correria rotineira do *hard news*. Certamente, a pessoa que acompanhou o **para onde for a notícia** conseguiu se aproximar e entender como é a rotina não pouco calma de um correspondente internacional, profissão que é bastante valorizada no jornalismo.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

AGNEZ, Luciane Fassarella. **O jornalismo internacional entre mudanças e permanências**. 2015. Estudos em Jornalismo e Mídia (UFSC) , v. 12, p. 314-328, 2015.

AGNEZ, Luciane Fassarella. **Correspondente Internacional: Uma Carreira em Transição**. Curitiba. Editora Appris (2017).

BERNARDAZZI, Rafaela. **Youtubers e as relações com a produção audiovisual**. 2016. UFRN, Natal, 2016. Disponível em: <<http://www.labaudiovisual.com.br/labav/wp-content/uploads/2017/10/Youtubers-e-as-rela%C3%A7%C3%B5es-com-a-produ%C3%A7%C3%A3o-audiovisual.pdf>>.

Acesso em: 31 out. 2020.

CAMILLO, Mateus. Com interação 19 vezes maior, Instagram amplia liderança de uso sobre Facebook, mostra estudo. Folha de São Paulo, 2020. Disponível em:

<<https://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2020/09/15/com-interacao-19-vezes-maior-instagram-amplia-lideranca-de-uso-sobre-facebook-mostra-estudo/>>. Acesso em: 20 set. 2020.

CARLOS, Cleyton. O jornalismo na era das redes sociais. Academia do Marketing, 2013. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/o-jornalismo-na-era-das-redes-sociais/>>. Acesso em: 20 de out. 2020.

CARVALHO, DIAMANTE, UTSCH, BRUNIERA. **Reportagem na TV**: como fazer, como produzir, como editar. São Paulo. Editora Contexto (2010).

COSTA, Tatiana Alves de Carvalho. **O espelho e o bisturi**: o jornalismo audiovisual nas reportagens especiais televisivas. 2005. 189 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-tatiana-espelho-bisturi.pdf>>. Acesso em: 24 de out. 2020.

DA SILVA, Carlos Eduardo Lins. **Correspondente Internacional**. São Paulo. Editora Contexto (2011).

ESPERIDIÃO, Maria Cleidejane. **A era do “kit-correspondente”**: tendências da cobertura internacional no telejornalismo brasileiro. 2007. 16 p. Artigo - VII Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1175-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.

EXPANSÃO dos Guias no Instagram. Instagram, 2020. Disponível em: <<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/expanding-guides-on-instagram>>. Acesso em: 10 out. 2021.

FIGARO, Roseli. **Jornalimos e trabalho de jornalistas**: desafios para as novas gerações no século XXI. Revista Científica, p. 23-37, set. 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/231/261>>. Acesso em: 20 de out. 2020.

MARTINS, Elaide. **Convergência e narrativa transmídia no jornalismo**: transformações nas práticas e no perfil dos profissionais. 2015. p. 184-203. Artigo - Brazilian Journalism Research, volume 11, número 2. Belém, 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/720/673>>. Acesso em: 10 out. 2021.

MARTINS, Elaide; CASTRO, Mariana; VINAGRE, Isabelle Fecury. **Jornalismo transmídia: características e concepções**. 2017. 12 p. Artigo - Congresso Internacional de Ciberjornalismo. Belém, 2017. Disponível em: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor8/files/2017/08/8oCiberjor_Martins-Castro-Vinagre.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.

MEMÓRIA GLOBO. **Correspondentes: Histórias, desafios e aventuras de jornalistas brasileiros pelo mundo**. Rio de Janeiro. Editora Globo (2018).

MEMÓRIA GLOBO. Memória Globo, 2021. Perfil: Hélio Costa. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/helio-costa/>>. Acesso em: 10 out. 2021.

MEMÓRIA GLOBO. Memória Globo, 2021. Perfil: Sandra Passarinho. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/perfil/sandra-passarinho/perfil-completo/>>. Acesso em: 10 out. 2021.

MULLER, Leo. Instagram já tem 1 bilhão de usuários ativos por mês. TecMundo, 2018. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/131503-instagram-tem-1-bilhao-usuarios-ativos-mes.htm>>. Acesso em: 20 set. 2020.

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; SCHULZ, Anne; ANDI, Simge; ROBERTSON, Craig T.; NIELSEN, Rasmus Kleis;. Reuters Institute, University of Oxford. **Reuters Institute Digital News Report 2021**. 2021. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.

SANTOS, Aline Cecília. Tamanhos de imagens para Facebook, Instagram e outras redes sociais (2021). MLabs, 2021. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/tamanhos-de-imagens-para-redes-sociais/>>. Acesso em: 10 out. 2021.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Barcelona. Deusto (2013)

SOCIALBAKERS. **Social Media Trends Report: Q1 - 2020**. 2020. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/website/storage/2020/05/Socialbakers-Social-Media-Trends-Report-Q12020.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2020.

SOCIALBAKERS. **Social Media Trends Report: Q2 - 2020**. 2020. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/website/storage/2020/07/Socialbakers-Social-Media-Trends-Report-Q2-2020.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2020.

TUDO sobre o Guias do Instagram e como usá-lo a favor da sua marca [ATUALIZADO]. Postgrain, 2020. Disponível em: <<https://postgrain.com/blog/entenda-tudo-sobre-as-guias-no-instagram/>>. Acesso em: 10 out. 2021.

Anexos



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO



16 – AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ

Eu, **Eduardo Barão Callamari**, portador do RG N°
20107295-6 e CPF N° _____, autorizo, prévia e
expressamente, o uso de minha Imagem e Voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, para o **Instituto
Presbiteriano Mackenzie** e para a **Universidade Presbiteriana Mackenzie**, sem qualquer custo, por tempo
indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – no Curso de Jornalismo, em consultas acadêmicas e reproduções,
sejam elas nos meios eletrônicos (TV Mackenzie e outras TVs, Internet) ou impressos, que respeitem a finalidade
educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com
duas testemunhas.

São Paulo, 19 de Novembro de 2021.



Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO



16 – AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ

Eliseu Caetano

Eu, _____, portador do RG Nº _____, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha Imagem e Voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – no Curso de Jornalismo, em consultas acadêmicas e reproduções, sejam elas nos meios eletrônicos (TV Mackenzie e outras TVs, Internet) ou impressos, que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, ____ de _____ de _____.

Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO



16 – AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ

Eu, Núria Trevisan Saldanha, portador do RG N° 7070556027 e CPF N° 001.288.870-28, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha Imagem e Voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, para o **Instituto Presbiteriano Mackenzie** e para a **Universidade Presbiteriana Mackenzie**, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – no Curso de Jornalismo, em consultas acadêmicas e reproduções, sejam elas nos meios eletrônicos (TV Mackenzie e outras TVs, Internet) ou impressos, que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, ____ de _____ de _____.

Núria Saldanha

Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:
