



## **Planejamento Televisual aplicado ao I Festival de Criatividade e Comunicação: O Papel da FAAC WebTV na transmissão internacional<sup>1</sup>**

Alexandre Canda Siqueira de Oliveira<sup>1</sup>

Henrique da Silva Pereira<sup>2</sup>

Vinícius Laureto de Oliveira<sup>3</sup>

Willians Cerozzi Balan<sup>4</sup>

UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita filho”

### **RESUMO**

O presente paper prontifica-se a relatar o processo de planejamento e execução de uma transmissão televisiva para um público internacional, possibilitando assim, a integração entre o público brasileiro e espanhol. Foca-se também nas tecnologias utilizadas para gerar acessibilidade, interatividade e participação dos webespectadores, como tradução simultânea e aplicativo de interatividade de votação ao vivo. Além do mais, revela-se a assertividade no planejamento televisual e sua importância para formação dos futuros profissionais da área.

**PALAVRAS-CHAVE:** televisão, IPTV, tradução simultânea, interatividade.

### **TEXTO DO TRABALHO**

A televisão, ou mais especificamente, o conteúdo televisivo consagrou-se nos últimos anos. Desde sua função de informar e entreter, a transmissão broadcast permite capturar o agora. O “ao vivo” (a transmissão do agora) tornou-se a *práxis* da indústria televisiva. Eventos esportivos, situações históricas, programas de entretenimento ficaram eternizados na memória afetiva de um consciente coletivo. Essa memória é integrante da memória individual, representando e reforçando sua narrativa. A narrativa dessa memória é mediada pela visão provida pela TV. Assim, entende-se que na “transmissão do agora” o planejamento da narrativa televisiva deve ser considerado no momento de planejamento do evento, afim de poder extrair o melhor que o conteúdo possibilita.

Utilizando-se dessa premissa, o presente trabalho de natureza de relato de experiência, propõe uma exposição do ocorrido no Campus de Bauru da UNESP, quando em 29 de Janeiro de 2015 ocorreu a transmissão internacional (Brasil – Espanha) do I Festival de Criatividade e

---

<sup>1</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social Radialismo da FAAC Unesp, email: [alexandrecanda@hotmail.com](mailto:alexandrecanda@hotmail.com)

<sup>2</sup>Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social Radialismo da FAAC Unesp, email: [henrique.spereira@uol.com.br](mailto:henrique.spereira@uol.com.br)

<sup>3</sup>Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social Radialismo da FAAC Unesp, email: [vinilaureto@gmail.com](mailto:vinilaureto@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social Radialismo da FAAC Unesp, email: [willians@faac.unesp.br](mailto:willians@faac.unesp.br)



Comunicação que marcou a fase final da primeira edição nacional do programa de extensão De La Clase a La Cuenta (Da Classe ao Mercado) parceria da Unesp/Bauru com a Universidade de Sevilla (Espanha). A transmissão e o planejamento televisual ficou a cargo da FAAC WebTV, que tradicionalmente realiza trabalhos desta natureza, adiciona-se, contudo, o fato que a supracitada transmissão merece destaque já que se assume a grandiosidade do evento.

Tradicionalmente realizado na Universidade de Sevilla, o curso de extensão “De la Clase a la Cuenta” proporciona a estudantes de comunicação a vivência mercadológica. Propõe-se aos discentes a realização de uma campanha midiática e comunicacional para um cliente real (a “cuenta”). Além do caráter puramente competitivo, onde agências formadas por alunos tentam superar-se na prática comunicacional, a universidade proporciona também um aprofundamento teórico-prático relacionado ao desenvolvimento da campanha. Ao final do programa, os alunos apresentam em um evento, na presença da comunidade acadêmica e um júri selecionado, suas propostas criadas a partir do briefing – esse evento, marcada pelas apresentações dos alunos e apresentações artísticas, recebe localmente o nome de “gala”. Quando firmou-se a parceria entre a UNESP e a Universidade de Sevilla, já era de conhecimento da organização que ao final, as agências brasileiras também revelariam suas propostas comunicacionais em um evento. O diferencial deu-se na internacionalização. O curso de extensão não foi apenas apropriado e reutilizado no Brasil, durante todo o processo a parceria entre os dois países se manteve, desde tutorias via web até o auxílio no planejamento no desenvolvimento de atividades. Assim, o evento final, onde a agência ganhadora seria anunciada, não poderia ser pensado apenas no âmbito local e sim estendida a participação espanhola.

A FAAC WebTV, munindo-se de sua tecnologia calcada no IPTV, transmissão audiovisual por meio do protocolo de internet, possibilitou o canal para que o sinal do evento fosse recebido pelos interessados na Península Ibérica. Contudo, como já frisado, não basta apenas transmitir o “ao vivo”, deve-se primordialmente, planejá-lo como tal, ou seja, planejar todos os elementos que devem ser percebidos (ou sentidos) pelo público target. Torna-se oportuno pontuar que simultaneamente o público alvo deste programa televisivo<sup>5</sup> é duplo, já que além do público espanhol, há também o público brasileiro que não teria oportunidade de

---

<sup>5</sup> A partir do momento em que assume-se que o evento será planejado para ser televisionado, e integrante de uma grade de programação em fluxo, o evento torna-se um programa de TV.



acompanhar *in loco* o evento. Assim, tendo em vista esses dois públicos, com características sociais e culturais diferentes, pode-se iniciar o planejamento de produção do programa de TV.

Em comunhão com a organização do evento, em sua maioria, docentes do Departamento de Comunicação Social da UNESP/Bauru, em meados de dezembro deu-se início a pré-produção do programa onde foram definidos os elementos de roteiro que estariam no programa. Critérios desde a capacidade técnica do local e a visibilidade de tais elementos foram considerados no planejamento de roteiro. Assim, com o intuito de dar significância da cultura brasileira apresentando-a a um público internacional, procurou-se estabelecer relações entre o esperado (como os tradicionais samba e bossa) como também com as novas ações artísticas que permeiam culturalmente o país atualmente (como a música eletrônica). Além das apresentações musicais, como forma de entreter o público entre as transições de apresentações (vide mais informações a seguir) houve também a participação do apresentador assumindo o papel lúdico de mágico, interagindo com a plateia local.

Configuradas as necessidades do roteiro, partiu-se para um planejamento técnico-operacional para que o programa fosse realizado de forma que a composição artística estivesse alinhada com as necessidades estéticas e práticas do programa. Assim, desenvolveu-se um diagrama de equipamentos de áudio e vídeo e outro diagrama para a direção de fotografia do programa de TV, em que elementos como refletores e posicionamento de câmeras foram ilustrados para que a totalidade da equipe e organizadores pudessem compreender as necessidades do projeto, além de ilustrar a operacionalização no dia do evento.

Pelo tamanho do evento, a equipe técnica da FAAC WebTV necessária para aplicar o previsto no planejamento foi de 22 alunos, dessa forma, como os membros efetivos, na época, da FAAC WebTv eram de 5 pessoas, iniciou-se um processo de seleção de voluntários de alunos matriculados no curso de Comunicação Social – Radialismo. Assertivamente além da seleção, realizou-se treinamentos para os novos membros voluntários para que durante os ensaios e no programa ao vivo, todos os itens de roteiro pudessem ser realizados sem problemas técnico-operacionais. Concomitantemente a seleção e treinamento de voluntário, deu-se andamento na contratação de serviços de palco, como a iluminação, sonorização e equipamentos de projeção. Esses serviços contratados foram determinados para a criação da ambiência de um show, possibilitando a fruição adequada ao webespectador e ao participante *in loco*, além de dar suporte às apresentações das agências.



Dado tudo contratado e os membros voluntários treinados, com dois dias de antecedência ao evento, iniciou-se a montagem da estrutura física necessária para a operacionalização. Tecnicamente, houve apenas uma grande mudança na estrutura padrão de transmissões para o I Festival de Criatividade e Comunicação: a tradução simultânea. Como o programa foi planejado em sua gênese para ser transmitido para a Espanha, era fundamental que a transmissão fosse acessível ao público não falante do português, sabendo que o evento era “ao vivo” a possibilidade com mais assertividade era a de tradução simultânea, onde foi tomando como exemplo as premiações que habitualmente são transmitidas com um segundo canal de idiomas (como o Oscar, Miss Universo, etc). Dessa forma, o público brasileiro online poderia escolher em não ouvir o áudio em espanhol, da mesma forma que o público espanhol tinha a opção de acompanhar a transmissão com tradução simultânea.

Após toda a estrutura montada, e com o roteiro do programa já finalizado, combinou-se com a organização a importância da realização de ensaios com todas equipes artísticas que se apresentariam no evento. Nesses ensaios realizados na véspera do evento, foi possível afinar os movimentos de câmera em relação aos movimentos dos dançarinos ou dos músicos, bem como dos apresentadores. Além do mais, focou-se também na mixagem de áudio, principalmente relacionado às bandas que se apresentariam. Como cada banda tem sua organização instrumental, é de se esperar que a mixagem para cada uma fosse única, possibilitando um melhor resultado individualmente. Com os ensaios também foi possível planejar as ações de iluminação para cada momento do programa, em sincronia com as apresentações. Pontua-se então a necessidade indiscutível de além de um planejamento televisual, a realização de ensaios para que os problemas surjam antes do “ao vivo” e possam ser solucionadas com antecedência, adiciona-se também o fato que permite avaliar o texto do roteiro, e quando necessário adaptá-lo segundo as mudanças.

Verificou-se na *práxis* como torna-se fundante a realização de ensaios/piloto: no caso em que apresentador que durante certo momento do roteiro deveria fazer mágicas. A produção da FAAC WebTV em reunião com o apresentador pediu que fossem ensaiadas as mágicas e que também revelasse seus truques, para que as câmeras não surpreendessem o público revelando os segredos – tornando o momento superficial. O mágico, contudo, não quis ensaiar e muito menos revelar os segredos, assim não foi possível estudar as melhores formas de enquadramento e infelizmente, tal problematização ficou clara durante o programa ao vivo, já que em todas as apresentações que ocorriam truques, as câmeras posicionadas de forma padrão ao evento revelavam os segredos.



No dia do evento, além das afinações necessárias com a equipe, havia uma preocupação: o evento não poderia atrasar, já que devido ao fuso horário, o evento que começava aqui no Brasil às 19:30, na Espanha o horário teria uma adição de 4 horas de diferença de horário – impossibilitando a audiência prolongada do público, caso o programa não iniciasse no horário devido.

Durante o evento, planejou-se ações para que a participação entre Brasil – Espanha fosse efetiva. Munido-se da tecnologia dos QR-Codes a FAAC WebTV propôs à organização do evento a confecção de pulseiras que tivessem o código QR, direcionando os usuários que apontassem um smartphone para o código para o site/aplicativo de votação popular (uma das categorias de premiação). Além do caráter prático, essa iniciativa gerou uma aproximação com o público jovem, pertencente a comunidade acadêmica – distanciando assim, em última análise, o I Festival de Criatividade e Comunicação de um evento puramente acadêmico e científico. Além dos QR Codes, durante a transmissão permitiu-se a interação de brasileiros e espanhóis por meio de *tweets* da famigerada rede social Twitter, com a criação da hashtag “#delaclase” e inseridas no roteiro dos apresentadores para que estimulasse os webespectadores e os espectadores *in loco* para que comentassem o programa – gerando assim, um marketing ao vivo gratuito.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

O I Festival de Criatividade e Comunicação, marca final do curso de extensão “Da Classe ao Mercado” foi antes de tudo, no viés televisual, uma experiência única na formação dos estudantes de Comunicação Social – Radialismo. Permitiu-se a prática de um evento com grandiosidade única na história da FAAC WebTV. Além do mais, possibilitou a participação efetiva espanhola, sendo que dos 223 webespectadores online durante a transmissão, quase metade eram de computadores situados na Espanha, fazendo com que um evento local tornasse internacional e que demandasse interatividade.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALAN, Willians Cerozzi. **Plataformas digitais: uma nova forma de ver TV**. in FERREIRA JUNIOR, José e SANTOS, Márcio Carneiro dos. Comunicação, tecnologia e inovação: estudos interdisciplinares de um campo em expansão. Porto Alegre, Buqui, 2013.
- MANOVICH, L. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**. Buenos Aires: Paidós Comunicación, 2005.
- LEVINSON, P. **New new media**. Nueva York: Pinguin, 2012.
- SQUIRRA, S. et FECHINE, Y. **Televisão Digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009.