UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO
UNAERP CURSO DE JORNALISMO

Felipe Fernandes Pinto

RELATÓRIO DE PRODUTO MIDIÁTICO CANAL DO YOUTUBE: FESHOW

RIBEIRÃO PRETO
2019

Felipe Fernandes Pinto

RELATÓRIO DE PRODUTO MIDIÁTICO CANAL DO YOUTUBE: FESHOW

Relatório apresentado à Universidade de Ribeirão Preto UNAERP, como requisito final para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Rafael Martins dos Reis

RIBEIRÃO PRETO
JUNHO/2019

RELATÓRIO DE PRODUTO MIDIÁTICO CANAL DO YOUTUBE: FESHOW

Produto midiático apresentado à Universidade de Ribeirão Preto UNAERP, como requisito parcial para a obtenção do título de Jornalismo.

Aprovação: ___ /___ / ___

_____

Prof. Rafael Reis
Universidade de Ribeirão Preto
Orientador

_____

Co-orientadora: Prof. Dra. Daniela Tincani
Universidade de Ribeirão Preto
Coorientadora

RESUMO

Em 2005 o YouTube foi criado e com ele mudou-se a forma de se comunicar. Com essas mudanças a forma de se entrevistar e de criar um conteúdo jornalístico foi ao longo dos tempos sendo moldada e assim o que era considerado de tradicional se tornou mais informal em um meio de comunicação não tradicional historicamente. O que antigamente exigia uma grande estrutura, com produções caras, hoje em dia em questão de minutos você pode criar o seu conteúdo igual ou até melhor do que era produzido antigamente em mídias tradicionais. Vendo a internet tomar conta o espaço na criação de conteúdo de meios tradicionais como televisão e rádio, o conteúdo se transformou e mesclou o antigo jornalismo com o entretenimento e esse movimento na internet já se reflete nas mídias de comunicação tradicionais. Essa pesquisa foi feita a partir de pesquisa bibliográfica e entrevistas em profundidade para contar a história de pessoas importantes para a cidade de Ribeirão Preto e região, desconstruir os famosos e fazer com que o publico que assistir as entrevistas possa ver por de trás da fama, quem realmente são as pessoas.

Palavras-chave: Youtube, Entrevista, Jornalismo, Entretenimento.

ABSTRACT

In 2005, YouTube was created and with it changed form. With these changes, the way to interview and create journalistic content has been shaped over the years and as it was considered traditional, becoming more informal in a nontraditionally historically medium. What once required a large structure, with expensive productions, nowadays in a matter of minutes, you can create your content the same or even better than what was formerly produced in traditional media. Seeing an internet, take over the space in creating content from traditional media such as television and radio, content transforms and mixes or old journalism with entertainment and this movement on the internet is already shown in traditional media. This research was done from a bibliographical research and in-depth interviews to tell a story of important people for a city of Ribeirão Preto and region, deconstruct the famous and make the audience who watches as interviews can see behind the fame, who they really are as people.

Keywords: Youtube, Interview, Journalism, Entertainment.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....4

CAPÍTULO 1 - O QUE É, QUAIS FORMATOS DE TALK SHOW E O FENÔMENO DO INFOTENIMENTO.....8

CAPÍTULO 2 - MINIBIOGRAFIA DOS ENTREVISTADOS DA 1ª TEMPORADA.....16

CAPÍTULO 3 – RELATO DE PRODUÇÃO.....19

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....23

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....24

ANEXOS.....26

INTRODUÇÃO

Segundo dados do próprio YouTube (YOUTUBE, 2018), mais de 1,9 bilhão de pessoas acessam o site todos os meses, existe em 91 países sendo cada um deles com sua versão local. Isso é o alcance global de um dos maiores sites do mundo e o maior em reprodução de vídeos e criação de conteúdo. Hoje o YouTube tem cerca de 1 bilhão de usuários cadastrados, isso significa um terço de pessoas que consomem internet no mundo.

O primeiro vídeo do site foi enviado no dia 23 de abril de 2005, desde então a internet sofreu um crescimento exponencial em seu uso e o YouTube foi acompanhando esse aumento. Hoje em dia o maior consumo do site se dá através de dispositivos móveis, o YouTube atinge mais pessoas nesse meio de comunicação, nos EUA, do que qualquer canal de televisão (YOUTUBE, 2018).

No Brasil, o YouTube segue o crescimento mundial e acabou se tornando uma febre entre os jovens, cerca de 95% da população brasileira tem acesso ao site (YOUTUBE Insights, 2017). Sendo que, 96% dos jovens de 18 a 35 anos são os que mais consomem (mesma idade de praticamente o mundo todo segundo o relatório do próprio site). Ainda segundo o mesmo relatório de 2018, os brasileiros procuram mais por temas como: games, gastronomia, esporte, música, moda e beleza tudo isso com grande fonte de informação (YOUTUBE, 2018).

Dentre alguns canais que são fontes de informação e possuem altos índices de acessos e curtidas, podemos citar de destacar, Whindersson Nunes, Felipe Neto, Rafinha Bastos, Manual do Mundo, Ei Nerd, Marcio Guerra Canto, dentre muitos outros canais que são feitos por brasileiros e que hoje são exemplos para muitos jovens como fonte de inspiração para trabalho. Só o canal de Whindersson Nunes e Felipe Neto juntos possuem mais de 60 milhões de inscritos. Em 2017, Whindersson era o quinto maior “youtuber” e Felipe Neto está dentro do top 20 (MELHORES E MAIORES, 2017).

Com tamanha interação do mundo com o YouTube, sendo uma das plataformas mais acessadas e visto que as pessoas desejam se manter mais informadas, a proposta do trabalho é a criação de um canal de entrevistas no site YouTube. O canal procurou por pessoas que já tiveram algum tipo de destaque no cenário brasileiro e de destaque na cidade de Ribeirão Preto e região. Alguns dos entrevistados do canal: duplas sertanejas de sucesso nacional como João Bosco e Vinicius, ex-participantes de reality shows como Fabiana Teixeira e Rodrigo Leonel, ex-jogadores de futebol como Bordon, Mauricinho, Doni e outros de fama local,

como o dançarino Jack Dancer, o professor Marcelo Muller, os radialistas Beto Spigga, Suelem Calado, Olivar de Paula, Julim Brazil, os jornalistas Geraldo Neto, Danilo Scocchi, João Fagiolo, Eliel Almeida, Adalberto Valadão, Lucieli Dornelles, Alexandre Reis, Orlando Pessoti, Silmara Moraes, políticos da cidade como o atual prefeito de Ribeirão Preto Duarte Nogueira, ex-prefeito Antonio Palocci, vereadores Marcos Papa, Alessandro Maraca e bandas como Os Virgens, Chavala Talhada. O critério utilizado para a escolha dos entrevistados foi a sua relevância no cenário local, ou apareceram na mídia, ou são conhecidos na rua, ou possuem uma importância muito grande para certo nicho de pessoas. A intenção de entrevistar todos esses e mais outros que não estiveram nessa lista é de saber mais sobre a profissão deles, saber como é o ser humano por trás do reconhecimento nas ruas, da cobrança, do lado lúdico de ver no palco e querer ser igual, além disso, é saber qual a relação dessas pessoas com a cidade de Ribeirão Preto, quais histórias elas podem contar da cidade que as marcaram.

Para entrevistar alguém temos que saber o conceito da palavra entrevista, a palavra entrevista tem como definição "Prestação de informação ou opinião a um repórter de jornal, rádio, etc., feita oralmente" (DICIO, 2019). Para se entrevistar alguém é necessário realizar uma imersão na história do convidado, saber, conhecer, desvendar essa personagem que você irá trocar palavras. Nas histórias de vida, antes de tudo, é preciso conquistar a simpatia do entrevistado. E isto não se faz com meias-verdades, com mentiras, com falsa identidade, com câmeras ocultas ou com qualquer outro expediente escuso. Pelo contrário, para estabelecer uma boa interação com a fonte, o jornalista deve ser honesto, transparente, amigo, companheiro (CAMPOS, CELSO, 2009).

Os questionamentos que embasaram essa pesquisa e esse produto midiático começam com a premissa de que todo jornalista é um pouco curioso, e diante do crescimento das plataformas da internet, é a criação um canal da população com a pessoa que for entrevistada, para que assim a sociedade passe a vê-las com outros olhos e não só aqueles de televisão, rádio, fotos e redes sociais, com pautas bem feitas, conhecendo as histórias dos entrevistados, sabendo da relação delas com a cidade de Ribeirão Preto. Além disso, o objetivo é fortificar uma nova relação na comunicação atual, mostrando que não é necessário apenas estar na televisão ou no rádio (meios de comunicação tradicional) para se realizar um programa de entrevista, assim provando para quem for assistir que o conteúdo dele é igual ou melhor do que se passa nos grandes veículos de comunicação.

O fato de ter realizado um produto como esse vai diretamente de encontro com o que o mundo atual pede hoje em dia, informação em formato de entretenimento. Segundo uma pesquisa realizada em 2018, há um índice de crescimento no ramo de entretenimento e mídias

em cerca de 4% até 2002. Ainda no mesmo estudo foi revelado que o Brasil passará por um crescimento das plataformas digitais com uma verba em torno do assunto (entretenimento e mídias) de 57 bilhões de dólares até o ano de 2022 (SET, 2018). Só não vê o futuro quem não quer ou tem medo. A emissora de televisão Globo, nos últimos anos tem remanejado grandes nomes do jornalismo especializado como Fernanda Gentil, Zeca Camargo, Pedro Bial, Tiago Leifert, Fátima Bernardes e outros, para o segmento do entretenimento e assim apostando muito no novo modelo de informação e entretenimento juntos e caminhando em grande confluência.

Assim sendo, o produto midiático fruto dessa pesquisa tem a referência bibliográfica embasada em artigos, reportagens e livros sobre a internet, tipos de entrevistas, gêneros jornalísticos, técnicas de entrevistas, temas de marketing, realização de pautas, produção audiovisual, gênero de talk show e sua origem entre outros. Sem contar que o levantamento bibliográfico é de suma importância e nada mais é do que um "conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse" (DUARTE; BARROS, 2009, p.54).

Com isso o produto que se chama "FeShow" vai levar ao público entrevistas com conteúdo, tudo muito bem fundamentado com pautas profundas, histórias ricas e claro muita diversão. O produto midiático chamado "FeShow" tem o formato de talk show, formato oriundo do rádio da década de 50 e 60 dos EUA, e que veio ao Brasil nos anos 80 e que até hoje é um enorme sucesso, com programas como "Conversa com Bial" e "Lady Night" na TV Globo, o primeiro busca conversar sobre temas contemporâneos com personalidades de vários meios, e o segundo é um humorístico que entrevista famosos. No SBT tem o consagrado programa "The Noite" com apresentação do humorista Danilo Gentilli, que acaba se tornando uma mescla dos dois "talk shows" da Globo. Ainda na televisão aberta temos o atual e antigo "Canal Livre", onde é estrelado por jornalistas e em sua maioria com temas atuais e pessoas que são especialistas dos temas escolhidos. Em canais fechados temos o talk show "Aqui com o Benja" no canal Fox Sports, que é voltado para o público esportivo, assim como o "Bola da Vez" da ESPN Brasil e o "Grande Círculo" do SporTV.

Haverá também entrevistas em profundidade com os próprios artistas para compreender na prática de qual forma eles utilizam a rede para conquistar fãs e seguidores e como pretendem atingir o tão sonhado sucesso nesse meio que é tão concorrido.

> A entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido. (DUARTE; BARROS, 2017, p. 64).

O modelo de entrevista que será utilizado no produto midiático, será a entrevista semiaberta. "A lista de questões desse modelo tem origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível." (DUARTE; BARROS, 2017, p. 66). Segundo Duarte e Barros (2017), ao se fazer cada pergunta ao entrevistado, devemos explorar ao máximo e obter o maior número de respostas possíveis. Após isso é que devemos passar para a próxima questão, onde podemos ir aprofundando o tema de acordo com a resposta do entrevistado.

CAPÍTULO 1 - O QUE É, QUAIS FORMATOS DE TALK SHOW E O FENÔMENO DO INFOTENIMENTO.

Durante a segunda metade do século 20, rádio e televisão eram os principais meios de comunicação no mundo. O rádio passou a ter o atual formato com transmissões por ondas curtas em 1922, se tornando assim o primeiro meio de comunicação a ser utilizado em massa e para espalhar de maneira mais rápida e eficaz as informações e notícias. No Brasil o rádio veio no ano seguinte, em 1923 (TODAMATÉRIA, 2019), com o visionário Edgard Roquette Pinto, e vem a se tornar um meio de comunicação de massa nas décadas de 30 e 40.

Já a televisão teve seu primeiro teste oficial no ano de 1927 (TODAMATÉRIA, 2019), no mundo, a partir da década de 30 se tornava um meio de comunicação já bastante utilizado. No Brasil a televisão chegou apenas nos anos 50, com a inauguração da TV Tupi pelo empresário Assis Chateaubriand. Desde seus primeiro anos, a televisão incitou diversas críticas entre os "cultos" da época, que defendiam ser seu papel levar alta cultura a classes populares (FILHO, 2004). Naquele tempo era comum que os críticos confundissem capital cultura com capital econômico. Isso acontecia porque a TV era consumida pela elite e seu conteúdo, portanto deveria atender a alta sociedade, mas, no começo não foi assim, havia programas de rádio populares que migraram para a televisão. Essa ligação entre rádio e televisão formou um dos gêneros mais explorados e utilizados hoje em dia em ambos meios de comunicação e até em outros mais "modernos" como a internet, o talk show.

Segundo Silva (2009), o modelo talk show de ser feito vem do começo dos anos 50 nos Estados Unidos, e o primeiro a apresentar um programa com formato de talk show, e isso aconteceu em uma emissora de rádio nos Estados Unidos com o radialista Joe Franklin no ano de 1951 na emissora WABC-TV. Diante disso ainda nos anos 50 e 60 existiam alguns modelos de acordo com o seu horário do dia. Durante a manhã os talk shows eram em sua maioria dedicados as notícias, durante o período da tarde eram voltados aos debates e durante a noite completamente diferentes, eram voltados a entrevistas com celebridades e viés humorístico.

Segundo Mateu (1998, p. 149 – 244, *apud* Silva, 2009, p. 1), foi dessa maneira que o gênero talk show foi introduzido e garantiu as emissoras um aumento significativo da audiência e a formação de um segundo prime time (horário nobre). Essa consolidação do gênero nas televisões e no rádio aconteceu de modo gradativo, de modo que começou a ser enraizado quando a relação entre gênero e sociedade se entendeu mais e os meios de

comunicação passavam a ser mais importantes no diálogo com a sociedade. Os gêneros televisivos e radialistas não possuem uma estrutura rígida, mas elas se modificam com base em mudanças na política, economia, tecnologia, cultura e novos anseios da população.

Segundo Ornebring (2003, p. 501 – 527, *apud* Silva, 2009, p. 2), no começo do gênero os programas eram mais voltados para a informação da população e o "*talk show"* era um apoio, um braço do jornalismo que estava ligado diretamente com o interesse do público demonstrando que do ano de 1956 ao ano de 1968 os programas de "*talk show"* viveram uma fase onde ficou famoso pelo "debate cortês" que tinha como finalidade primária "educar" a população que estava consumindo o produto.

Naquele tempo os "*talk shows"* estavam próximos mais do jornalismo do que do entretenimento, mas com a grade de televisões cheias de programas de entretenimento, os talk shows acabaram sendo incrementados e incluíram dois fortes modos de apresentação que existia em abundância naquele período (JOST, 2004).

Dos programas de auditório vieram às plateias que interagiam com o apresentador através de risos, vaias e em várias situações eles podiam participar fazendo perguntas e do standy up comedy veio baseado de um gênero teatral que consiste no comediante contar piadas e entreter a plateia, assim, o gênero "roubou" o modelo de apresentação, onde o apresentador interage com o público presente (SILVA, 2009, p. 2 – 3).

Na Europa durante os anos 70 houve um crescimento nos canais de televisão, nesse aumento, surgiram várias emissoras privadas para fazer concorrência com os canais públicos, e com isso vieram novos formatos e novos conteúdos (MATEU, 1998).

Durante os anos 80 a pornografia, briga entre casais, infidelidade e vários outros temas começaram a fazer parte da rotina dos "*talk shows"* e do entretenimento como um todo. Se por um lado abordar temas como esses, "superficiais", esbarrou em valores morais e éticos da sociedade naquele tempo, abordar assuntos como esses ajudaram a quebrar paradigmas jornalísticos, e esses temas que antes eram "espinhosos" foram debatidos em massa, diante do grande sucesso que o gênero fazia naquelas décadas (SILVA, 2009).

Segundo Livingstone e Peter Lunt (1994) os programas de "*talk show"* reconfiguram o sentido dominante da esfera púbica fazendo com que pessoas comuns tivessem seus assuntos mais pessoais discutidos, explorados e esclarecidos.

Vendo tudo isso já era nítida a aproximação do gênero televisivo muito mais próximo do entretenimento do que do velho e famoso jornalismo, os números da audiência e a popularidade ajudaram no sentido de se aproximar muito mais de um e se afastar do outro. Embora a parte jornalística tenha ficado na grade de televisão, mesmo que com algum

resquício, os programas de "*talk show"* que eram com viés de entretenimento tomavam conta e seu, contudo tinham assuntos que nem sempre era de interesse da população, ou seja, não havia interesse em informar, mas sim de debater (SILVA, 2009).

Ainda para Silva (2009, p. 3 – 4) durante o século XVIII e principalmente no século XIX que o jornalismo em si se constituiu como uma esfera da racionalidade, se fortalecendo como instituição social, assim era responsável por ser a porta voz dos assuntos que eram de interesse da população, ou seja, basicamente era sobre política e economia. Esse modelo de jornalismo se configurou dominante durante um período e foi marcada pelo paradigma da objetividade onde o repórter não poderia demonstrar sua opinião e sua emoção. Ainda o jornalismo naquele período ficou marcado por um estilo textual caracterizado pela famosa "pirâmide invertida" e o privilégio de fatos deixando de lado as opiniões. Com isso outras formas de jornalismo surgiram nesse período, como o sensacionalismo, mas que eram consideradas maneiras depreciativas inferiores e populares. Era os jornalistas mostrando a sociedade que jornalismo era uma coisa e entretenimento era outra completamente diferente, foi a maneira que encontraram de dividir ambas as coisas e mostrar a população sua diferença.

De tanto tentar desassociar o jornalismo do entretenimento sugiram vários "*talk shows"* que são uma mescla de ambos os conceitos, no Brasil isso fica mais latente e visível com a criação do programa do SBT "Jô Soares Onze e Meia", era um momento em que o povo clamava para os produtos se aprofundarem mais na informação e na diversão. Portanto é correto afirmar que o Brasil tem papel fundamental nessa mescla de estilos, sem contar que o Brasil a partir de um resgate histórico, é completamente compreensível vincular os programas de entrevista com conceitos do jornalismo que se baseiam nisso para manter-se nas grades da televisão brasileira. Com uma análise maior ainda conseguimos evidenciar que além de ser um programa com conceitos de jornalismo e um estilo de entretenimento, ele ainda tem um apelo de marca gigante, assim como foi após a saída do SBT o programa se manteve com o nome do apresentador de "Jô Soares Onze e Meia" no SBT e na Rede Globo ficou como "Programa do Jô" (SILVA, 2009, p. 4).

Os "*talk shows"* no Brasil surgiram e se consolidaram após outro subgênero televisivo se firmar, os programas de entrevista. Segundo Gomes (2007), os subgêneros são variações dentro de gêneros. No caso do subgênero de programa de entrevista é uma variação dos programas jornalísticos em conjunto com os telejornais, programas de debate, documentários e etc. Essa confusão ainda se faz no mundo todo, entre "*talk show"* e programa de entrevista. No Brasil foi com a censura terminando e com a vinda de novas tecnologias para a comunicação o telejornalismo se tornou mais ágil, e as emissoras começaram a pensar em

novas grades de programação e dentro dessas novas grades estavam os programas de entrevista, e o começo do gênero se deu com os programas o "Abertura" da TV Tupi que mesclava entrevista com reportagem e logo depois o "Canal Livre" da TV Bandeirantes. Em ambos os casos a ideia era dar visibilidade a assuntos e a personalidades do campo da política e da economia que até então não tinham espaço e voz na mídia (REZENDE, 2000).

Ao começar os anos 80 o conceito de programa de entrevista parecia se consolidar com a estreia do programa "Cara a Cara com Marília Gabriela" apresentado pela jornalista nascida em Ribeirão Preto. Com o processo de redemocratização do Brasil, o telejornalismo também teve que se reestruturar. Após o ano de 1980 duas emissoras estavam entrando no quadro da comunicação do país, eram a TV Manchete, do grupo Bloch e o Sistema Brasileiro de Televisão o SBT, comandado pelo comunicador Silvio Santos. Durante as "Diretas Já" e a sucessão da presidência de José Sarney, as duas emissoras mantinham o nível de expectativa baseado nos programas jornalísticos, ou seja, o público queria saber dos fatos, mas com uma análise crítica, isso levou a TV Manchete a ousar e inovar levando ao seu horário nobre um telejornal com duas horas de duração (REZENDE, 2000, p.122).

Para Silva (2009, p. 5), o SBT demonstrava ser um canal mais voltado ao entretenimento, com programas que divertiam mais e informava menos, a grade de programação da emissora de Silvio Santos era recheada de novelas mexicanas, games, programas de fofoca e programas de auditório. No ano de 1988 o dono da emissora, Silvio Santos provoca uma revolução no telejornalismo nacional, contratando o jornalista e âncora Boris Casoy para apresentar o TJ Brasil. O telejornal era voltado à análise dos fatos e comentários feitos pelo apresentador logo após passar a informação, esse tipo de ação mostrava que não só o SBT, mas todas as emissoras estavam indo de encontro com o que a população queria informação com análise crítica dos fatos.

O ano de 1988 para o SBT foi realmente para se guardar na história, além de revolucionar o telejornalismo brasileiro, a emissora de Senhor Abravanel, revoluciona o entretenimento da televisão brasileira e lança o primeiro talk show da história o famoso "Jô Soares Onze e Meia". O programa seguia o modelo norte americano com a estruturação do cenário pegando o que era o elemento central do gênero, a informação com o humor. Embora o programa tenha o humor enraizado, muito em função de o apresentador Jô Soares ser um humorista, ele tem traços dos anseios do que a população queria do jornalismo daquela época, que era aprofundar as informações principalmente no ramo da política. O ano de 1989 se justificou com a proposta imposta por Jô Soares no "*talk show"* e as vontades da sociedade, a de informação com humor, e o apresentador levou ao programa dele os candidatos a

presidência da república em 1989, era um momento onde o país celebrava ainda a volta das eleições diretas. Com todo seu histórico de humorista e que fazia várias sátiras políticas, Jô Soares, se firmava como alguém que tinha uma ampla credibilidade na televisão brasileira, e isso se estendeu aos convidados, Jô, tinha o costume de deixar os entrevistados sempre muito à vontade para esclarecer assuntos que a sociedade queria ver e debater. Mas Jô, sempre com o seu humor afiado, aumentava mais ainda a sua credibilidade deixando os políticos, algumas vezes, em posição de constrangimento. Dessa forma o programa se tornou um marco na televisão brasileira e para os programas do subgênero de programa de entrevista, criando um novo modelo no Brasil, com um aprofundamento e visibilidade a fontes não tão conhecidas na mídia e ainda acrescentava humor e entretenimento, assim foi o primeiro "*talk show"* do Brasil (SILVA, 2009).

O embaralhamento entre informação e entretenimento visto no tempo atual, em vários produtos até nos "*talk shows"*, chama a atenção apontando que o entretenimento é um dos valores das sociedades atuais que se organizam em forma de indústria para atrair a audiência e que acaba implicando colocando o prazer como referência para a sociedade e por consequência para o jornalismo (GOMES, 2008). O conceito de infotenimento é recente e nada mais é do que um conteúdo editorial que fornece informação e diversão a quem consome o produto e ao mesmo tempo possui um caráter de prestação de serviço segundo Dejavite (2006, p. 62). O infotenimento é um neologismo, que possui a fusão entre as palavras informação e entretenimento, e o seu conceito surgiu durante a década de 80 e ganhou força no fim dos anos 90, quando passou a ser utilizado por profissionais e acadêmicos da área de comunicação (DEJAVITE, 2006).

Desse modo as relações entre programas de entrevista e "*talk shows"* nas grades televisivas permitem o jornalismo se estender por ela, do modo a se inserir também o entretenimento como de forma igual na sociedade atual. Segundo alguns autores são nos "*talk shows"* que a dimensão da esfera pública tende a querer mudar e quebrar paradigmas e se abrem para discussões sobre audiência em assuntos relativos à vida cotidiana. O mais curioso é que o gênero de "*talk show"* no Brasil não rechaçou por completo a sua ligação com o jornalismo tradicional como ocorre em países como os Estados Unidos, ele seguiu unindo um modo de aliar no "*talk show"* jornalismo com entretenimento, após sair do SBT Jô Soares faz o "Programa do Jô", que além de ser um talk show com traços norte americanos, tem uma ligação com o último telejornal da emissora o "Jornal da Globo" abordando quase sempre assuntos que são destaque na semana, mesclando humor e visibilidade a pessoas que não têm muito espaço na mídia (BENJAMIN, 1982).

Para Ëkström (2003) existe um modelo que ele mesmo desenvolveu que é uma forma de comunicação mais emergente da atualidade onde os programas jornalísticos televisivos buscam chamar a atenção da audiência e assim aumentar a lucratividade das emissoras e é disso que o "Programa do Jô" se utilizava. Ainda para Ëkström, um dos elementos que nos permite identificar isso, é a estética do programa baseada em imagens expressivas e dramáticas, cores brilhantes, recursos sonoros e a participação de uma plateia. O "Programa do Jô" tem fundamentação toda norte americana, seria normal falarmos que o programa de Jô Soares é inspirado no americano "Late Night with David Letterman", onde o programa se inicia ao som de uma música, no programa brasileiro pelo "sexteto", onde o apresentador caminha até o meio do palco e ao sinal para parar a banda interrompe e ele começa ali um festival de anedotas e piadas em um primeiro bloco mais explicativo e humorístico, a iluminação do cenário sempre com cores fortes e um visual ao fundo com arranha céus da cidade de São Paulo, "imita" o "*talk show"* americano do qual ele foi inspirado.

Segundo Gomes (2007, p. 18), o mediador ou apresentador dos produtos jornalísticos televisivos que fornecem a cara do programa e são responsáveis por estabelecerem a relação com os telespectadores e com os demais integrantes do programa. Ainda sobre o "Programa do Jô", os convidados comparados a Jô Soares, são elementos secundários, o apresentador no caso negocia constantemente um maior espaço de fala para que ele possa explorar os aspectos mais curiosos e humorísticos de cada convidado e isso claro serve de pretexto para suas performances.

Para Silva (2009, p. 9), o programa embora fosse construído para um debate e uma discussão igual de ambos os lados, percebe-se que o mediador /apresentador se coloca em uma posição de superioridade assim centralizando o andamento do programa. Essa superioridade se dá quando mostra erros de alunos do ensino médio, no tratamento com o mordomo Alex, ou demonstrando na entrevista que tem mais conteúdo do que o entrevistado. Ao decorrer do programa a plateia tem o papel fundamental de ser a interlocutora ao desempenho do apresentador, sua formação tem uma base majoritariamente de estudantes universitários de todo país que se inscrevem para participar do programa. Ainda assim, a plateia tem papel importante durante o programa, pois ela interage durante o programa através de risos, silêncio, aplausos, vaias.

Segundo Ëkström (2000), o jornalismo de atrações é voltado para os acontecimentos midiáticos criados pela própria televisão. No "Programa do Jô" a temática gira toda ao em torno de lançamento de CDs, de livros, de peças de teatro de novelas, o DVD que será lançado ou gravado. Deste modo o programa não solicita do entrevistado um conhecimento

prévio sobre o entrevistado, uma vez que é naquele contexto daquela emissão que o telespectador ou ouvinte é apresentado ao produto.

Quando falamos da entrevista que Jô Soares realizava em seu programa, segundo Entman (1993), o apresentador enquadra as entrevistas sempre focando no elemento pessoal, e que no caso do "Programa do Jô" fica mais ampla a conversa sobre assuntos gerais. Essa ênfase na vida privada fica nítida quando o mediador inicia a conversa tirando ou questionando do entrevistado algo pessoal construindo assim uma relação de amizade e se colocando na posição de amigo íntimo do entrevistado. É por meio do acesso a vida pessoal do entrevistado que o "Programa do Jô" sugere ao telespectador uma forma de recepção que privilegia do riso ao riso, pelo prazer e pelo divertimento. Esse tipo de comportamento da audiência, contrasta para o apelo a outra forma de comunicação caracterizada por Ëkström (2000) como jornalismo de informação, cujo modelo tem como intenção central fornecer o conhecimento por meio de notícias sobre assuntos relevantes de interesse público, formando-se assim o pilar da auto legitimação do jornalismo. E é nesse sentido que o "Programa do Jô", vai sempre que possível buscar ideias e práticas do jornalismo para se manter na grade da programação da televisão.

O "Programa do Jô" possui estratégias das quais o programa se escora e se constrói. A primeira delas é pela referência da história do apresentador, que se construiu pelo humor ácido sobre política. Boa parte das vezes o apresentador cita sempre as muitas entrevistas que já fez ao longo na carreira, até se lembrando do tempo em que fez o programa "Jô Soares Onze e Meia" no SBT, isso mostra que o apresentador demonstra perante a sociedade a sua credibilidade construída em um cenário sócio – político, demonstrando assim que apesar de ter uma cartilha nas emissoras as quais ele trabalhou, ele é livre e independente para conversar sobre qualquer assunto. A segunda estratégia do programa e do apresentador ao estruturar o programa é levar ao público assuntos de "interesse público", ou realizar "serviços públicos", são expressões que carregam um teor de jornalismo muito grande e que estão no auge da exploração midiática. Jô entrevistava sempre médicos, psicólogos, neurologistas, dentistas, para transmitir um conhecimento para a sociedade. Normalmente essas entrevistas ocupavam dois blocos e Jô sempre se colocava como o porta voz da sociedade fazendo perguntas para esclarecer dúvidas que a plateia ou a produção recolhia em redes sociais. Outra estratégia que Jô utilizou no programa era a de acesso a personalidades da política, e com isso Jô fazia uma versão mais jornalística do programa, sempre uma vez na semana.

Segundo Silva (2009, p. 11), o ano de 2005 com os escândalos do mensalão, o "Programa do Jô", criou uma edição semanal diferente do que se realizava durante a semana

toda, o quadro “As meninas do Jô”, esse programa vinha com o intuito de atender as dúvidas da sociedade e esclarecer os fatos que estavam ocorrendo no país. Esse quadro criou uma nova relação do programa com o seu público, fazendo com que atingisse mais gente no dia da edição especial. Com esse quadro “Meninas do Jô”, o programa conseguiu criar um laço forte com o jornalismo, por tratar de um tema reconhecidamente de interesse público.

Ainda atualmente temos programas com esse viés mais jornalístico e mais humorístico. Exemplos de “*talk shows”* com formato humorístico é o da humorista Tatá Werneck o programa “Lady Night” desconstrói as celebridades e tem um formato voltado totalmente para o humor. Outro que podemos citar é o “The Noite” do SBT, o programa apresentado pelo humorista Danilo Gentilli, tem como entrevistados a mesma lógica do “Programa do Jô”, são pessoas que querem lançar CDs, DVDs, livros, filmes ou com assuntos que estão na mídia e sendo explorado pelo jornalismo. Um exemplo de programa atual com viés jornalístico, é o “Programa do Bial”, é um programa com as mesmas características de “*talk shows”* norte americano com a composição do cenário baseado em uma mesa, uma banda, convidados e uma plateia. O programa não tem nada baseado no humor (a não ser quando um convidado é do meio humorístico), mas o programa aborda temas com vieses jornalísticos, como política, temas espinhosos como aborto, pena de morte.

E no próximo capítulo vamos mostrar e contar a história dos primeiros 10 possíveis entrevistados do produto midiático “FeShow”, todos tem uma relação com a cidade de Ribeirão Preto muito especial.

CAPÍTULO 2 - MINIBIOGRAFIA DOS ENTREVISTADOS DA 1ª TEMPORADA

O produto midiático "FeShow" será dividido em várias temporadas, mas, a 1ª temporada, contará com seis episódios, com seis entrevistados diferentes (esses números podem ser alterados). E para elucidar melhor os convidados e suas histórias vamos mostrar no trabalho e nesse capítulo quem são eles, de onde vieram e qual a sua relação com a cidade de Ribeirão Preto. Deixando claro que esses nomes iniciais, são os que foram pensados inicialmente para o projeto em si, podendo assim ser alterados conforme a agenda e a disponibilidade de cada um dos convidados a participar do produto final.

- André Coutinho é nascido em Campinas/SP, mas veio morar em Ribeirão Preto bem cedo e desde muito jovem alimenta um amor fora do normal pelo esporte em especial por futebol e basquete. Sendo assim, Coutinho entrou na faculdade de publicidade e propaganda, durante a faculdade se apaixonou mais ainda pelo rádio e virou colaborador da Rádio 79 AM. Ao terminar a faculdade de publicidade e propaganda ele se jogou de cabeça na faculdade de jornalismo a fim de ter um complemento na formação e desde então colhe os frutos de seu segundo diploma. Durante a faculdade de jornalismo Coutinho descobriu a paixão pela narração e desde então vem narrando jogos do Vôlei Ribeirão, do Comercial e do Botafogo (times de futebol da cidade) além de outros times da região.
- Aline Andrade Rosado é nascida em Ribeirão Preto no dia 26 de junho de 1986, ela sempre teve o sonho de dançar e ser reconhecida por isso. De origem humilde, Aline conta que sempre foi muito comunicativa e adorava dançar na escola, nas festas. Aos 16 anos a jovem Aline dançava em banda no carnaval e sempre fã do grupo "É o Tchan", alimentava o sonho de um dia ser a morena do "Tchan". Aos 17 anos, Aline quis tingir o cabelo para participar do concurso "A Nova Loira do Tchan", onde Sheila Melo se despedia, mas por ser menor de idade não poderia participar do concurso, nesse mesmo período Aline começou a fazer faculdade de educação física. Aos 19 anos Aline teve uma grande chance, a morena atual do "Tchan" resolveu sair, Sheila Carvalho precisava de uma substituta, foi então que no programa de Augusto Liberato, "Domingo Legal", houve um concurso para escolher a nova dançarina do grupo. Durante o concurso ela desbancou cerca de 3 mil candidatas, e se sagrou campeã ao lado de Juliana Alves, que em decisão inédita teve 2 morenas no grupo. Aline entrou no grupo e logo de cara posou nua na revista "sexy", na edição 157 da revista masculina. A revista foi lançada no ano de 2005 em fevereiro e foi um sucesso de vendas.

Com a entrada no grupo, Aline trancou a faculdade de Educação Física na UNAERP e passou a viajar o Brasil com o grupo "É o Tchan". Aline ficou no grupo até o ano de 2009. Até hoje é reconhecida nas ruas, é casada e mora novamente na cidade de Ribeirão Preto, onde tem uma empresa que é especializada em realizar sonhos, com o marido.

- Gilberto Luís Veríssimo é conhecido como "Beto Sppiga", nascido em Franca, no dia 11 de agosto de 1975. Beto sempre foi um aficionado por rádio e segundo ele mesmo, ouvia muita rádio AM. Mesmo novo Beto já trabalhava em casa costurando sapatos para ajudar a família. Ele já foi de tudo um pouco antes de seguir no rádio, Beto já foi costureiro de sapatos em casa, trabalhou em fábricas de sapatos, padeiro, empacotador de mercado, até que aos 15 anos entrou para o mundo do rádio, foi DJ de casa noturna, trabalhou em rádio comunitária, na Rádio Mania 107,9. Em 1996 trabalhou na emissora de rádio Hertz FM onde ficou só 9 meses, pois no mesmo ano foi convidado pela Clube FM de Ribeirão Preto a integrar o hall de locutores. Beto é muito religioso e desde 1996 tem uma audiência grande nas manhãs da rádio sendo umas das caras e vozes mais emblemáticas da Rádio Clube FM apresentando sempre os grandes eventos da rádio em Ribeirão Preto e região e destilando toda sua categoria e bom humor.

- João Fagiolo é formado em jornalismo pelas Faculdades COC em 2004, de julho de 2003 até julho de 2007 foi repórter e apresentador da TV Thathi. Em 2007 sua vida deu uma mudada de rumo, e em julho ele foi contratado pela ESPN Brasil onde foi repórter em São Paulo e participou de grandes coberturas como Eliminatórias da Copa do Mundo de 2010, Copa do Mundo de 2010, Olimpíadas de Pequim em 2008, finais do Campeonato Paulista, Campeonato Mineiro e Campeonato Carioca. Desde abril de 2011 ele está na EPTV, primeiro ficou como editor de esportes do eptv.com e depois como coordenador do globoesporte.com/ribeirão, cargo que ocupa até os dias atuais. Além do cargo que ocupa de coordenação do globoesporte.com/ribeirão hoje João Fagiolo é comentarista do programa Arena 90,5 na CBN que vai ao ar de segunda a sexta às 16 horas. Além de trabalhar com o futebol, Fagiolo, participou já da cobertura de eventos como o basquete, handebol, Stock Car e Fórmula 1.

- Marcos Papa é formado em Bacharel em Direito e está atualmente em seu segundo mandato como vereador na cidade de Ribeirão Preto, cidade da qual ele é nascido. Foi considerado pela crítica um dos vereadores mais atuantes entre 2013 e 2016 e no mesmo ano foi reeleito com 7.124 votos. Papa é um vereador que levanta a bandeira do candidato livre, sem seguir siglas partidárias e que cada um deve seguir o seu pensamento e sua vontade. Sua atuação no parlamento fica marcada pelo comprometimento com o todo em especial com

o meio ambiente, bandeira que desde sempre o vereador luta. Líder do RAPS – Rede de Ação Política pela Sustentabilidade recebeu do GAEMA (Grupo de Atuação Especial ao Meio Ambiente) por seu trabalho em defesa das áreas de recarga e afloramento do Aquífero Guarani. Marcos Papa ainda é palestrante da doutrina espírita e trabalhou como gerente comercial da Duracell e da Gillette do Brasil.

- Lucieli Dornelles é nascida no estado do Rio Grande do Sul mais precisamente na cidade de Pelotas, formada em Jornalismo pela UCPEL (Universidade Católica de Pelotas), em 2007 entrou para a o Grupo RBS, filiada da Rede Globo no Sul do país, sendo repórter onde ficou até o ano de 2010. Em outubro de 2010 foi contratada pela EPTV (também filiada a Rede Globo, mas enraizada no estado de São Paulo) onde hoje apresenta o EPTV 1 e ainda é editora de texto do telejornal. Amante do vôlei, Lucieli ainda tem tempo de realizar eventos e praticar esportes, apesar da vida corrida de apresentadora de um dos maiores telejornais do estádio de São Paulo.

CAPÍTULO 3 – RELATO DE PRODUÇÃO

O projeto começou no ano de 2018 mais precisamente no segundo semestre quando através do nosso professor da disciplina “Serginho” me indicou um projeto para a realização de um documentário sobre o programa “Pânico na Jovem Pan”, com toda sua história, personagens, pessoas, histórias até os dias atuais e dentro desse contexto o papel do humor no jornalismo. A ideia foi sustentada e até com alguns contatos feitos já em janeiro de 2019, mas após uma cirurgia de ligamento cruzado eu estava de repouso em casa e quando recebo uma ligação do meu atual orientador Rafael Martins dos Reis dizendo que iríamos pensar em algo pois, ele seria meu orientador. Naquele momento estava fadado ao sucesso do projeto.

Em fevereiro o orientador em reunião comigo decidiu que seria melhor para o meu perfil realizar um trabalho mais voltado para a plataforma de vídeo, e assim chegamos ao consenso de que poderíamos estar realizando um trabalho de vídeo no formato de *“talk show*”, faltava apenas definirmos em qual plataforma seria o ideal, se no YouTube ou no formato de programa de televisão. Se fosse o formato de YouTube iríamos seguir um estilo bem parecido ao que o jornalista e humorista Rafinha Bastos faz no canal dele na plataforma de vídeos, com a série “8 minutos”, se fosse no formato de programa de televisão seria feito algo bem próximo do “The Noite” apresentado pelo humorista Danilo Gentili no SBT. Após nova reunião na semana seguinte ficou decidido que pela praticidade e facilidade (comentada mais a frente) o produto seria no formato do YouTube.

O fato de escolher um produto voltado para o YouTube está diretamente ligado a linguagem utilizada no produto, muito mais jovial e sem pudor, mas com uma responsabilidade jornalística e também se deve ao fato de que o canal de YouTube pode ser produzido e feito de uma forma mais simples. Pensando em todo trabalho que seria reproduzir um programa de *“talk show”* de televisão com plateia, banda, câmeras de alta qualidade, convidados, pauta, produção, comida, água, suporte técnico, enfim, seria um trabalho muito grande perto do trabalho realizado para o canal de vídeos onde só seria necessário duas lapelas, três câmeras, duas fontes de iluminação, além de água e comida para os convidados.

Pois bem, nos meses seguintes o projeto escrito e teórico se seguiu com muitas referências estrangeiras e brasileiras, formatos, modelos, seja de produto ou de entrevistados. E ao longo dos meses se definiu o nome, a maneira mais simplista de alguém falar hoje em dia que algo está combinado é falar a palavra “fechou”, ou seja, algo estava combinado. Em um belo devaneio de criatividade de meu orientador e amigo Rafael Reis, ficou assim

decidido que o nome seria “FeShow”. Após isso definido, estava na hora de se criar uma marca, e ficou decidido em criar algo mais próximo do que o Rafinha Bastos realiza em seu canal, tendo em vista que ele é a uma referência e um espelho para mim.

Após uma vasta pesquisa de produtos, formatos, maneiras de se divulgar, maneiras de produzir, como filmar, como editar, chegou o momento de “qualificar” esses entrevistados para o programa. Por ser um produto comum hoje em dia, em todas as plataformas, o *“talk show”* deveria ter algo de diferente, portanto, ele se difere dos outros produtos do mercado por estar realizando somente entrevistas em profundidade com pessoas da cidade de Ribeirão Preto, pessoas que tem ou tiveram destaque na mídia ou pessoas que são influencias em sua área de atuação podendo assim atingir professores, músicos, cantores, artistas, atores e atrizes, diretores, escritores, ex-jogadores de futebol, vôlei, basquete, políticos atuais e do passado e muitos outros.

A “qualificação” foi feita e então foi realizado um estudo de como e onde entrar em contato com essas pessoas, muitas assessorias foram acionadas, muitos amigos ajudaram e com todo esse esforço foi possível chegar a alguns nomes. Todos foram prontamente solícitos e fizeram questão de participar na gravação. Conforme foi passando o tempo alguns desmarcaram por conta de imprevistos mais importantes, outros sumiram e até alguns que continuaram firmes na ajuda ao aluno que buscava começar o segundo semestre de 2019 já para gravar, já editar e publicar.

O projeto começou a tomar forma quando foi pensado o seu público alvo já no segundo semestre do ano de 2019, por ser uma plataforma de vídeos onde a maioria dos que acessam são jovens adolescentes e pessoas de até 35 anos no máximo, o canal se criou com o intuito de informar, divertir e mesclar o entretenimento com o jornalismo. Passar a ideia de que o político, o musico, a atriz ou quem quer que seja que esteja sendo entrevistado é gente como a gente e passou algum problema ou quer compartilhar algo que faça a diferença na vida de quem o acompanha ou só viu uma vez no palco ou na votação de alguma ementa na câmara.

No mês de setembro as gravações iriam se iniciar, e foi pedido ao curso um auxilio, tendo em vista que eu sozinho não possuía o equipamento adequado. Então foi pedido o equipamento que do qual eu fui atrás e me embasei que seria o ideal para uma produção com qualidade aceitável, que são, três câmeras, três tripés, duas lapelas, 2 luzes próprias de iluminação. Após uma reunião o pedido foi deferido por se tratar de um projeto experimental e assim tive que mudar o rumo de algumas coisas, como, local de gravação, captação, iluminação, captação de áudio e até mesmo perfil de entrevistado. Após essa entrevista ou fui

até a loja Kalunga do Novo Shopping e comprei um tripé de no máximo 25 cm, para utilizar nas gravações que ainda estavam por vir, no total para a produção do trabalho até então foram gastos 30 reais.

Com a mudança de planejamento feito, deu-se inicio as gravações do produto midiático "FeShow". O primeiro convidado foi o meu amigo, publicitário, jornalista e agora narrador André Coutinho. O André está sendo chamado atualmente muito para narrações na FPF (Federação Paulista de Futebol) para narrar a Copa Paulista com times da região como, Batatais F.C, Comercial F.C, dentre outros, ele ainda está narrando alguns jogos de vôlei do time da cidade, o Vôlei Ribeirão, e por isso está se tornando a voz marcante para algumas pessoas que não conseguem ir assistir nos estádios aos jogos. Coutinho tem se destacado na cidade de Ribeirão Preto e assim foi "qualificado" em meio a desistências, mudança de perfil de gravação, locação, a participar do "FeShow".

A gravação do primeiro programa aconteceu na sala das agencias na faculdade UNAERP, localizada no gostoso e aconchegante bloco H em uma tarde do mês de outubro. André chegou e prontamente já foi conduzido ao local da gravação, ali foi servido uma água a ele, o ambiente estava climatizado a 22 graus e pude realizar uma entrevista muito gostosa onde ele contou um lado que era pouco notado do grande público, o caminho até ele se tornar narrador, quais as suas referências no meio de narração e muito mais. A gravação foi interrompida por uma amiga nossa que fez questão de entrar no estúdio dar um abraço em nós e nos desejar boa entrevista. Em um clima feliz, alegre e simpático a entrevista assim se encerrou com André falando que foi bem legal e dizendo que assim que lançar quer compartilhar.

Após a gravação já em estado de graça pela gravação do primeiro episodio do programa que durou um total de 30 minutos de material bruto, mas que com edição fechou o vídeo com 15 minutos, me dirigi aos modernos computadores do curso de comunicação social da Unaerp afim de editar o produto. Com isso nascia ali o primeiro "FeShow".

A segunda entrevistada do "FeShow" foi a ex bailarina do É o Tchan, a ribeirão-pretana Aline Rosado. Sempre simpática e solicita a entrevista foi recheada de gargalhadas e revelações de um período onde ela era a "morena do tchan", um fato curioso da gravação é que a Aline parou o carro dentro da Unaerp e lógico o valor foi desembolsado por mim e eu entreguei 4 reais apenas para ela pagar o estacionamento.

O terceiro convidado foi o radialista Beto Spigga, simpático e engraçado o papo fluiu muito bem com ele, adorou o cenário "interativo" que o programa possui, ao término da

gravação fez questão de salientar que adorou o programa e que adora ir a Unaerp falar de comunicação.

O quarto convidado foi João Fagiolo, jornalista, praticamente um galã do jornalismo esportivo de Ribeirão Preto. Na entrevista falamos muito de jornalismo e após a gravação ele ficou por dentro de alguns "causos" da universidade, papo bem legal.

O quinto convidado foi o vereador Marcos Papa que chegou a Unaerp com muito calor, assim como o apresentador do programa. Ao entrar na sala ficamos falando bastante de política e da situação da cidade e o papo gravado ficou bem legal, onde falamos bastante da situação atual da cidade de Ribeirão Preto e após a gravação conversamos ainda mais um pouco sobre o programa, a banca do tcc. Foi um grande papo.

A sexta convidada foi à jornalista e apresentadora da EPTV, Lucieli Dornelles, ela parou o carro dentro da faculdade e logo prontamente eu estava a sua espera com um papel com o seu nome escrito, nos dirigimos à sala do bloco H e a entrevista foi realizada de forma graciosa e informativa. No mesmo dia da gravação houve um evento externo a sala mas que em nada atrapalhou o brilho da entrevista realizada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É notório que os dias atuais são uma luta para se mostrar, seja por foto, vídeo, áudio, texto, portanto o produto midiático “FeShow” consegue mostrar bem é possível sim pessoas comuns conhecerem influenciadores, conversar, dar risada e porque não criar um vínculo de amizade. O trabalho foi todo baseado no modelo estrangeiro e que no Brasil está sendo um sucesso por no mínimo 30 anos. O trabalho desenvolvido com base em um modelo já existente consegue provar que é possível se realizar em novas plataformas midiáticas como o YouTube, com o avanço da plataforma de vídeo ela se torna uma grande “ameaça” aos grandes meios de comunicação (televisão e rádio) que fizeram unicamente os formatos de *“talk show”* já existentes no mundo até então. “O futuro a Deus pertence”, essa frase marcante do folclore brasileiro diz muito sobre o futuro do projeto, uma segunda temporada nunca estará descartada, a cidade de Ribeirão Preto possui influenciadores incríveis e que realmente são capazes de mudar vidas realizando o próprio trabalho, mas o projeto terá com contar com apoio técnico para que essas pessoas possam estar mais próximas das que a admiram.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa (org). **Teoria da Cultura de Massa**. 3.ed. Rio de Janeiro:Terra e Paz, 1936-1982. p. 09-240.

CAMPOS, Pedro Celso. Gêneros do jornalismo e técnicas de entrevista. Bocc, 2009 <http://www.bocc.ubi.pt/pag/campos-pedro-generos-do-jornalismo.pdf> Acesso em: 24 de abr de 2019).

DEJAVITE, Fábia A. INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2006.

DIVALDO integra lista de prefeitos mais influentes no facebook, 2018. Disponível em <http://www.jornalminuano.com.br/noticia/2018/04/13/divaldo-integra-lista-de-prefeitos-mais-influentes-do-pais-no-facebook> Acesso em 31 de mai. de 2019).

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017. p. 380
JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegra: Sulina, 2004b.

EKSTRÖM, Mats. Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication. **Media, Culture & Society**, vol. 22, p.465-492, 2000.)

EQUIPE, 2019. Disponível em <https://www.clubefm.com.br/equipe> Acesso em 31 de mai. 2019).

FREIRE FILHO, João. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia**, São Paulo, n. 7, p. 85-110, abr. 2004.).

GOMES, Itania. **O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico**. 2008.).

GOMES, Itania. **Questão de método na análise do telejornalismo:** premissas, conceitos, operadores de análise. **E-compós**, Brasília, vol. 2, p. 1-31, abr. 2007.).

HISTÓRIA do rádio. Toda Matéria, 2019. Disponível em <https://www.todamateria.com.br/historia-do-radio/> Acesso em: 28 de mai. de 2019).

HISTÓRIA, 2019. Disponível em <http://www.ricardoaguiar.com.br/historia> Acesso em 26 de mai. 2019).

LIVINGSTONE, Sonia M.; LUNT, Peter. **Talk on television**: audience participation and public debate. London: Routledge, 1994)

MERCADO de mídia e entretenimento deve crescer cerca de 4,4% até 2022. Set, 2018. Disponível em <http://www.set.org.br/set-news/mercado-de-midia-e-entretenimento-deve-crescer-44-ate-2022-estima-pwc/> Acesso em: 24 de abr. de 2019).

OS 15 maiores youtubers do Brasil a distancia de um clique. Maiores e Melhores, 2017. Disponível em <https://www.maioresemelhores.com/maiores-youtubers-do-brasil/>. Acesso em 24 de abr. de 2019).

REZENDE, Guilherme Jorge de **Telejornalismo no Brasil:** um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.).

SILVA, Fernanda Mauricio. **Talk show:** um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento. In: **E-Compós**. 2009.).

YOUTUBE para a Imprensa, 2018. Disponível em <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/> Acesso em: 24 de abr. de 2019).

YOUTUBE para imprensa, 2018. Disponível em <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/> Acesso em: 29 de mar. de 2019).

ANEXOS

Perguntas feitas para André Coutinho:

- O que você está achando dessa nova vida de narrador Coutinho?

- Coutinho qual que é a maior dificuldade na hora da narração?

- Qual a sua preparação para a voz?

- Coutinho o que você mais gosta de narrar?

- O futebol é o esporte mais amado do Brasil, você vê uma facilidade maior em narrar futebol ou você prefere narrar basquete que você gosta mais de praticar?

- Pensando no futuro, o que você gostaria de narrar que ainda não narrou?

- Você acredita que para narrar você tem que saber jogar o esporte?

- Às vezes uma preparação antes supre essa falta de não jogar o esporte?

- Qual o seu maior espelho para narração?

- Você acha que os outros esportes podem adotar o tom da narração do futebol?

- A narração do rádio para você, é melhor, é pior de fazer?

- Qual atleta você gostaria de narrar alguma vitória e passar sua torcida para a narração?

- A voz do Galvão Bueno indo embora é triste não?

- Da um pouco de dó?

- Jair Messias Bolsonaro?

- Galvão Bueno?

- Cléber Machado?

- Walter Casagrande Junior?

- Craque Neto?

- Rômulo Mendonça

- O que significa Ribeirão Preto para você?

- Se fosse para você escolher uma cidade para morar que não fosse Ribeirão Preto ou Campinas qual seria e por quê?

Perguntas feitas para Aline Rosado:

- Você se inscreveu no concurso para ser a loira do tchan com 17 anos? É isso?

- Quando você disse aos seus pais o que eles falaram?

- Se você entrasse naquele tempo o que seria de diferente?

- Quando você ganhou seus pais estavam la? Como foi esse encontro depois?

- Como foi a primeira experiência dentro do grupo?

- Quando você percebeu que era o ponto final?

- Além da Scheila quem mais você é próxima do grupo?

- Amanhã você tem uma filha e ele resolve ser a morena do Tchakabum, o eu você falaria ou faria?

- O que a sua família representa para você?

- Scheila Carvalho?

- Jacaré?

- Juliane?

- Renatinho da Bahia?

- Tony Salles?

- É o Tchan?

- Como surgiu seu lado de empresária?

- O que Ribeirão Preto representa para você?

- Qual cidade você escolheria para morar que não fosse Ribeirão Preto?

Perguntas Feitas para Beto Spigga:

- Como que é fazer sucesso há muito tempo?

- Qual foi à situação mais bizarra que já te aconteceu na rádio?

- Qual é a diferença de trabalhar de madrugada para a manhã?

- Como que é para você ser uma referencia? Você sabe dessa responsabilidade?

- O que você quer para o futuro?

- Olivar de Paula?

- Julim Brazil?

- Suelem Calado?

- Rádio Clube?

- O que representa Ribeirão Preto para você?

- Se fosse para escolher uma cidade para morar que não fosse Ribeirão Preto, qual seria?

Perguntas para João Fagiolo:

- Como você começou no jornalismo?

- Como você vê o jornalismo esportivo atual?

- Você ainda tem tesão no jornalismo esportivo?

- O que foi a coisa mais legal que você já cobriu?

- Geraldo Neto?

- Lucieli Dornelles?

- Alexandre Reis?

- Comercial?

- Botafogo?

- Vôlei Ribeirão?

- Duarte Nogueira?

- Qual a sua relação com a cidade de Ribeirão Preto?

- Se fosse para escolher uma cidade para morar que não fosse Ribeirão Preto, qual seria?

Perguntas para Marcos Papa:

- O que você acha de ser vereador de Ribeirão Preto?

- O que você acha dessa renovação da Câmara de Vereadores?

- O que você vislumbra para o futuro na política?

- Duarte Nogueira?

- Ex prefeita Darcy Vera?

- Lincoln Fernandes?

- O que Ribeirão Preto representa para você?

- Se fosse para escolher outra cidade para morar que não fosse Ribeirão Preto, qual seria?

Perguntas para Lucieli Dornelles:

- Você sabe da responsabilidade de ser ancora do principal jornal da cidade e da região?

- O que você gosta de fazer nas horas vagas?

- Você sempre quis ser apresentadora ou surgiu isso do nada?

- Geraldo Neto?

- Guilherme Nali?

- Alexandre Reis?

- João Fagiolo?

- O que Ribeirão Preto representa para você?

- Se fosse para escolher outra cidade para morar que não fosse Ribeirão Preto ou Pelotas, qual seria e por quê?

Autorizações de Imagem

UNAERP Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto · Campus Guarujá
CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Gilberto Luiz Veríssimo, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Felipe Fernandes Pinto, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Fé Show

e está sendo orientado pelo(a) Prof.(a) Rafael Reis

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 23 de outubro de 2019.

Assinatura:

UNAERP Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto · Campus Guarujá

CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Cristal Cardoso Dias, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Felipe Fernandes Pinto, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: FE Show

e está sendo orientado pelo(a) Prof.(a) Rafael Reis

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 10 de NOVEMBRO de 2019.

Assinatura: Cristal Cardoso Dias

UNAERP Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto · Campus Guarujá

CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu João Francisco Nogueira Fagiolo, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Felipe Fernandes Pinto, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: FeStou

e está sendo orientado pelo(a) Prof.(a) Rafael Reis

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 23 de outubro de 2019.

Assinatura: _____

UNAERP Universidade de Ribeirão Preto
Campus Ribeirão Preto - Campus Guarujá

CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu LUCIELI SILVEIRA DORNELLES, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, FELIPE FERNANDES PINTO, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também **informações** por mim prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: FeShow

e está sendo orientado pelo(a) Prof.(a) RAFAEL REIS

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, da forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via Internet, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 8 de NOVEMBRO de 2019.

Assinatura: _____