

Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação - Unesp Bauru
Departamento de Comunicação Social
Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo

Thuany Santos Gibertini

Livro-reportagem: G(old) MTV Brasil

Bauru
2019

Thuany Santos Gibertini

Livro-reportagem: G(old) MTV Brasil

Relatório de Projeto Experimental apresentado em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, do Departamento de Comunicação Social, da Unesp - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo. Orientadora do Projeto Experimental: Prof^ª. Dr^ª. Maria Cristina Gobbi

Bauru

2019

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA FACULDADE DE ARQUITETURA,
ARTES E COMUNICAÇÃO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
JORNALISMO**

Projeto Experimental de Conclusão de Curso apresentado pela discente Thuany Santos Gibertini, como requisito para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, ao Departamento de Comunicação Social (DCSO) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (Faac), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, câmpus de Bauru, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Maria Cristina Gobbi.

Banca Examinadora

Prof^a. Adj^a. Maria Cristina Gobbi – FAAC/Unesp-Bauru

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente – FAAC/Unesp Bauru

Prof^a. Dr. Cássia Letícia Carrara Domiciano – FAAC/Unesp - Bauru

Prof^a. Dr. Ana Beatriz Pereira de Andrade – FAAC/Unesp - Bauru

Agradecimentos

A Deus por ter iluminado todos os dias a minha trajetória

A minha família por ter me dado suporte sempre que precisei, principalmente a minha avó Enalva Francisca dos Santos que foi e é o meu lar, aos meus pais Simone Cristina dos Santos e Franco Gibertini que mesmo distantes sempre se fizeram muito presentes todos os dias na minha vida, ao meu irmão Roberto Semantob Júnior que ao nascer me transformou, aos meus tios Maria Aparecida de Oliveira, Carlo Gibertini, Paulo Sérgio dos Santos, Ronaldo dos Santos e Vanderlei dos Santos que em diversos momentos me deram apoio para eu seguir os meus sonhos.

A minha professora orientadora Maria Cristina Gobbi que comprou a ideia desse livro-reportagem junto comigo, teve toda a paciência do mundo com as minhas dúvidas, me deu suporte durante meus momentos de aflição e fez com que o sonho se tornasse possível.

A algumas pessoas que foram essenciais nesses quatro anos longe de casa: Letícia Caetano Machado, Lara Alves, Karen Sasaki, Ana Luiza Eleutério, Bárbara Di Branco, Ana Luisa Agostinho Hernandez, Fernanda Cotez Redivo, Caroline Freire, Caique Souza Oliveira, Tomás Campos, Gabryella Ferrari, Gabriela Carvalho e Bianca Furlani.

A minha dupla nessa empreitada chamada de trabalho de conclusão de curso, Thaílla Nunes de Oliveira.

Aos professores da Unesp de Bauru que foram verdadeiros mestres em especial mais uma vez a Maria Cristina Gobbi, ao Maximiliano Martin Vicente, à Michelle Moreira Braz, ao Célio Losnak e ao Juliano Ferreira de Souza.

Às instituições e projetos dos quais fiz parte durante a graduação que mudaram a maneira como vejo mundo: Pro Junior, Torcida Organizada Febre Amarela, FEJESP e Jornal Impacto Ambiental.

A minha casa e todas as meninas que moraram comigo na República Cabo C: Thaílla Nunes de Oliveira, Giovanna Adelle, Camila Garagna, Gabriela Fazanaro, Sara Larissa, Larissa Bianchi, Alesandra Midori, Nathalia Grejo Borges, Lorena do Carmo, Mariana Ferreira, Isabela Ramalho, Najila Farah Geovanna Favero, Taína Santos, Gabriela Martins e Bárbara Letícia.

Resumo

A Music Television Brasil teve uma história cheia de mudanças ao longo dos seus 20 anos de vida no país, sendo transmitida em diferentes suportes ao longo de sua trajetória, passou pela TV a cabo, pela antena parabólica e se consolidou como canal aberto durante muitos anos na cidade de São Paulo. A televisão, principalmente aberta, brasileira possuía em seu cenário diversos canais que não restringiam sua programação a um público alvo específico, generalizando sua grade com diversas faixas etárias e até mesmo classes sociais. Neste contexto a MTV chega como primeiro canal segmentado, propondo falar de música para jovens. A revolução não foi só na temática, tudo era diferente, estética, abordagem, interatividade e influência. A Music Television Brasil se tornou um canal fechado no mundo dos canais abertos, que mudou o que muitos jovens vestiam, escutavam, a maneira como enxergavam o que era TV, e até mesmo como pensavam e se comportavam.

Palavras-chave: MTV, História da Comunicação, memória, juventude

Sumário

1 INTRODUÇÃO

1.1 Justificativa

1.2 Proposta

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

2.2 Objetivos específicos

3 GÊNERO E FORMATO

3.1 A escolha do gênero e formato

3.2 Técnicas jornalísticas empregadas

3.3 Público-alvo

3.4 Viabilidade mercadológica

4 METODOLOGIA E EXECUÇÃO

4.1 Descrição das atividades executadas

4.2 Cronograma das atividades desempenhadas

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

6 REFERÊNCIAS

7 APÊNDICE

1. Introdução

A Music Television estreou nos Estados Unidos no dia 1º de agosto de 1981, ela surge com o intuito de ser uma janela para os videocliques, uma nova alternativa ao CD para as gravadoras. A emissora nasce com o propósito, em primeiro lugar, de ser um canal musical. Com a exibição dos famosos cliques surgem os VJs, que eram basicamente apresentadores ou DJs de videocliques. E a emissora foi expandindo seus horizontes, criando uma identidade visual destoante do que se via na época, algo único com suas vinhetas e cenários inusitados.

A MTV teve muito apoio da indústria fonográfica e foi se expandindo cada vez mais nos EUA, principalmente com a ajuda dos seus fãs, como conta o Zico Goes (2014, p. 13):

A MTV começou de forma artesanal, mas logo se tornou um grande negócio. Assim que conseguiu a mínima distribuição na televisão americana, lançou a campanha “I want my MTV” (“Eu quero minha MTV”), com o intuito de fazer o espectador entrar em contato com sua operadora de TV, a fim de exigir o novo canal. Os artistas se engajaram, é claro, já que tinham interesse em divulgar seus produtos na televisão. David Bowie, Madonna, Michael Jackson e Cyndi Lauper foram alguns dos nomes que aderiram à causa, divulgando a campanha aos seus fãs. Esse apoio da indústria fonográfica, que na época tinha uma força estrondosa, foi fundamental para o sucesso do novo canal.

E com todo esse sucesso a MTV se expandiu ao redor do mundo, sempre respeitando um de seus pilares que era “Pense localmente, aja globalmente”. Apesar de toda essa aparente revolução inocente, o canal desde o começo tem um fim muito claro ligado à indústria fonográfica. “Os videocliques se tornaram um novo referencial para a apreciação estética da música associada a uma forma de oferecer um produto de consumo” (LOIOLA, 2006, p. 4)

Durante seus vinte e poucos anos de vida, a MTV Brasil passou por diversas mudanças de divisão entre Abril e Viacom. A emissora foi trazida para o Brasil pelo Grupo Abril em um acordo com o conglomerado americano de mídia, a Viacom, passou a pagar *royalties* contratuais para fazer com que a marca MTV chegasse ao Brasil. Por volta de 1996 o canal foi repartido entre a Abril e Viacom, a Abril vendeu metade da MTV brasileira para a americana.

Somente em 1993, quando foi criada a Lei do Audiovisual nº8685, obrigando toda empresa de mídia no Brasil a ser gerida por, no mínimo, 70% do capital nacional, o Grupo

Abril se viu sem alternativas, teve que comprar mais uma parcela dos direitos sobre o canal. Sendo assim, restaram 30% para a Viacom. Em 2008 ocorreu outra mudança no contrato, o Grupo Abril comprou 100% da MTV Brasil, pagando apenas *royalties* pela marca MTV à Viacom.

No seu início o canal era aberto na cidade de São Paulo e Rio de Janeiro, mas era fechado para o resto do Brasil. Nesse contexto no nosso país a televisão a cabo ainda era escassa e a TV segmentada ainda estava longe da realidade da maioria, ter a MTV como um canal aberto pelo menos em São Paulo neste início, colaborou para fazer mais barulho diante da sua chegada às terras tupiniquins.

O foco da emissora no Brasil, assim como no mundo, era na música e no público jovem. Mas havia uma ênfase no cenário pop e rock no caso da parte musical, o que ajudava a segmentar ainda mais o canal. “A MTV agiu como um catalisador de todo universo simbólico da música jovem e como instrumento de identificação e representação dos grupos de estilo (tribos) juvenis no Brasil”(LOIOLA, 2006, p. 3).

Apesar de seguir os mesmos moldes da MTV americana, começando com uma leva de VJs, videocliques e tendo boa parte da sua programação importada dos Estados Unidos para preencher buracos, a MTV Brasil já se adaptava às novidades da “nave mãe” e naquele momento trazia programas feitos aqui com formatos longos, além de uma faceta jornalística comandada na época por Zeca Camargo. Tudo isso, até nos assuntos mais sérios, era regado à falta de regras intrínseca, desde o início, ao canal.

Todo apoio dos artistas que ocorreu lá fora também aconteceu aqui com Titãs, Barão Vermelho, Legião Urbana e afins. Mas mesmo com todo sucesso entre 1990 e 1998 o Ibope o financeiro da MTV Brasil eram negativos. O Canal só começou a obter resultados em 1999. (GOES, 2014, p. 14 e 15). Esse fruto foi colhido após a implementação de programas produzidos no nosso país, ao invés de importar enlatados de outros países, principalmente dos EUA. Ao mesmo tempo a MTV ganhava o mundo, em 1996 eram 64 territórios alcançados, 3 continentes “emitivizados” com 24h horas de música e entretenimento diários. A marca estava espalhada.

E todo apoio dado à MTV Brasil pelos artistas já consolidados retornava para eles mesmos e também para as bandas que estavam começando, o canal servia com uma vitrine para as rádios, tocar na MTV podia abrir mais rápido as portas para fazer sucesso muito além dos limites da emissora.

A Music Television Brasil foi crescendo e aparecendo, deixando na memória de muitos que a acompanhavam diversos clássicos da sua programação, como Barraco MTV, Teleguiado, Rockgol, Disk MTV, Acústico MTV, Erótica MTV e entre tantos outros. Em 2008 a Editora Abril compra 100% do canal e paga apenas royalties à Viacom pelo uso da marca. A partir desse momento muita coisa muda na MTV.

Em 2009 houve uma mudança na programação, tornando a grade mais generalista, muito mais ligada ao humor e se distanciando cada vez mais da música. Toda essa mudança visava atrair mais público, contudo a internet nesse momento se expandia a passos largos, o youtube, que surgiu em 2005, já possuía uma grande força, esperar o clipe da sua banda favorita passar na televisão já não era mais uma necessidade para muitas pessoas. E a partir daí com o surgimento da geração “*on demand*”, os índices de audiência da MTV voltaram a baixar ao invés de subir como o planejado.

Em 2011 a Abril já começou a arquitetar o final da emissora, que acabou efetivamente no dia 30 de novembro de 2013. No período em que já se sabia sobre o fim da emissora, as pessoas que ainda trabalhavam lá se empenharam para criar uma programação que marcasse o final da emissora de uma maneira positiva dentro da sua história na televisão brasileira. Um exemplo foi o “Último Programa do Mundo” que teve início nos últimos meses de vida do canal com a proposta de ser um talk show apocalíptico, o programa era apresentado por Daniel Furlan, que interpretava um ex-VJ que perdeu a sanidade e se apossou dos antigos estúdios abandonados da emissora para apresentar o talk show, sem rumo e sem chefe.

E o fim da emissora também teve muita coisa de MTV Brasil, convidando vários de seus ex-VJs, uma contagem regressiva que durou 45 dias, exibindo os mais clássicos de seus clipes, programas e vinhetas. Os últimos sete minutos de exibição mostram um mix de símbolos da MTV coloridos de diferentes formas ao longo dos anos, diversos artistas nacionais e internacionais na campanha “Eu quero minha MTV” e finalizou com a primeira VJ da MTV Brasileira, Astrid Fontinelle, e em parte de sua fala final:

“ Em clima de partidas e chegadas, eu tenho a honra de anunciar o fim da MTV Brasil, eu fui a primeira acender a luz e nada mais natural que eu chamasse na xinxá essa resposta pra mim mesma, eu quero ser a última a apagar. Sem lamento, com muito orgulho de ter feito parte dessa história de 23 anos de MTV Brasil. 23 anos tocando música pros olhos, 23 anos botando o dedo na ferida, 23 anos revelando talentos, 23 anos revolucionando sim a tv, 23 anos debochando da gente mesmo, 23

anos botando essa porra pra funcionar direito sim! Do nosso jeito.” (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=T4HxXdiVVMc>)

A partir de todo esse quadro ficam um pouco nebulosas as razões pelas quais a MTV acabou, uma emissora que saía da tela da televisão e interagiu muito bem pelo SMS e depois pelo Twitter com seu público, que sabia muito bem quem era seu alvo e do que ele gostava. Como a própria internet, antes uma aliada, afastou fãs tão fiéis? O youtube foi realmente um grande fator, mas existiriam outros? E a nova MTV em canal fechado que existe ainda hoje, foge muito do que antiga MTV Brasil fazia, existe uma razão para isso?

Por meio de artigos, livros e com depoimentos de telespectadores e pessoas que trabalharam na emissora será possível desvendar de maneira mais concreta detalhes da história da emissora e fatores decisivos para sua morte em novembro de 2013.⁷

1.1 Justificativa

A MTV Brasil mexeu com a televisão brasileira em diversos aspectos, primeiro trazendo uma nova perspectiva de segmentação em um contexto em que a comunicação era, na grande maioria das vezes generalista, além de trazer inovação no público-alvo que nem era considerado pelo jornalismo e pela televisão até então, tudo isso somado ao que e como a emissora exibia: música. A MTV também trouxe referências para o diálogo com o telespectador, programas de comportamento, jornalismo musical e modelo de negócios em comunicação.

Apesar de todas as novidades que trouxe para a comunicação brasileira e mundial a sua história é pouco contada, seu acervo não está disponibilizado e sua trajetória corre o risco de ser aos poucos apagada da memória. *G(old) MTV Brasil* tem como objetivo principal contar parte dessa história com foco nos relatos de entrevistados que trabalharam ou assistiram à emissora que vão sendo costurados por estudos bibliográficos.

Em um país que a história é banalizada se faz mais do que necessário o resgate histórico de uma emissora que quebrou tantos tabus e colaborou na moldagem identitária de diversos jovens durante vinte e três anos.

1.2 Proposta

Cabe ao livro-reportagem fazer um resgate histórico dos vinte e três anos da MTV Brasil passando pelas suas características mais marcantes, acontecimentos mais importantes,

pontos de atenção da sua jornada e conexão com a vida de quem trabalhou na emissora através das entrevistas. O coração do livro são os depoimentos dos ex-funcionários e antigos telespectadores que mostram com mais verdade e clareza o que foi a emissora, como ela se relacionou com a vida dessas pessoas e dá os *highlights* da sua história de existência.

O foco da narrativa é trazer nostalgia para quem teve algum tipo de relação com a emissora, mas também apresentar insumos para quem possa estar interessado em estudar a história do canal de uma maneira leve e divertida, tirando o peso que um texto acadêmico poderia ter, mas com informações relevantes. E para quem tem uma memória afetiva com o canal possa se identificar com os relatos dos fãs, também lembrar de quando acompanhava a MTV, de como era sua relação com o canal e de como ele pode ter influenciado na sua vida.

2. Objetivos

2.1 Objetivo Geral

Esse projeto de pesquisa pretende realizar um estudo sobre os principais fatos da história da MTV Brasil entre os anos de 1990 e 2013, com o objetivo de analisar esses pontos e entender quais foram as principais causas do sucesso ao longo dos anos de sua trajetória e do fim da Music Television no Brasil.

2.2 Objetivos específicos

- 1) Analisar quais foram os principais momentos de sucesso da emissora ao longo de sua trajetória e o que estava em alta na sua programação no momento
- 2) Identificar os pontos mais interessantes de conexão entre a MTV Brasil e seu público
- 3) Estudar os motivos decisivos para o fim da emissora

3. Gênero e Formato

De início o jornalismo cumpria um papel muito factual, com o passar do tempo houve uma demanda de aprofundamento das pautas, contextualização e análise, tudo isso resultou no surgimento da reportagem que trouxe uma nova perspectiva de atualidade, como a ponta Edvaldo Pereira Lima:

“De fato a notícia deve corresponder ao acontecimento real que seja de interesse a pelo menos um grupo importante entre os segmentos de receptores de uma dada mensagem jornalística. E o item *atualidade*, no conceito mais moderno, dotado de

maior elasticidade do que o formulado por Otto Goth, ganha nova roupagem. Passa a significar a ocorrência que muitas vezes não é rigorosamente atual, mas ganha essa condição seja por um novo fato que “desperta” o interesse público para uma ocorrência antiga, seja por um artifício que traga para o presente.”(LIMA, 2009, p. 16-17)

Além de trazer outra visão sobre a temporalidade da notícia para o jornalismo, a reportagem também vai mudar a abordagem dos fatos, fazendo com que o mergulho no tema seja maior e narrativa seja analisada e veiculada de uma forma diferente, tornando o texto cada vez mais extenso e a apuração mais rebuscada:

“Com o tempo, consolida-se a prática da grande-reportagem e se fortalece uma de suas formas de expressão por excelência: o *jornalismo interpretativo*. [...] Busca não deixar a audiência desprovida de meios para compreender o seu tempo, as causas e origens dos fenômenos que presencia, suas consequências do futuro. Vai fundamentar sua leitura da realidade na elucidação dos aspectos que em princípio não estão muito claros.”(LIMA, 2009, p. 19,20)

E o aprofundamento não parou por aí, o jornalista queria dar um mergulho ainda mais profundo na história a se contada, nesse contexto chega o livro-reportagem que traz uma ampliação muito única da realidade a ser retratada, já que a leitura é uma experiência individual em que a narrativa é encenada de maneira diferente no imaginário de cada pessoa que lê o produto. Além disso, o livro-reportagem é o ponto de conexão entre literatura e jornalismo, ele dá mais espaço e liberdade para o tema a ser tratado, mas deve respeitar os principais preceitos da construção jornalística, como aponta Evaldo Pereira Lima:

[...] o livro-reportagem é um veículo de comunicação impressa não-periódico que apresenta reportagens em grau de amplitude superior ao tratamento costumeiro nos meios de comunicação jornalística periódicos. Esse “grau de amplitude superior” pode ser entendido no sentido de maior ênfase de tratamento ao tema focalizado - quando comparado ao jornal, à revista ou aos meios eletrônicos -, quer no aspecto extensivo, de horizontalização do relato, quer no aspecto intensivo, de aprofundamento, seja quanto à combinação desses dois fatores. (LIMA, 2009, p. 26)

3.1 A escolha do gênero e formato

Contar a história de algo já é complexo, buscar contar parte da história de vinte e três anos um veículo jornalístico é ainda mais desafiador, no momento da escolha do aporte para contar essa pelo menos uma parte dessa trajetória o livro-reportagem logo surgiu como possibilidade, primeiro porque a reportagem já traz algumas características que seriam interessantes para a narrativa, que tangenciam principalmente o jornalismo interpretativo, como Edvaldo Pereira Lima elenca em seu livro. Esses foram os três principais recursos utilizados no trabalho em questão:

“o *contexto* do fato nuclear ou da situação nuclear - quando se trata de um tema mais duradouro e que não reflita apenas uma ocorrência menor, quase isolada -. para que se tenha uma visão clara de toda a rede de forças, naquele fenômeno focalizado, que lhe determina, impele, faz ser como é; [...] o *suporte especializado*, mediante enquete, pesquisa de opinião pública ou entrevistas com especialistas e testemunhas do assunto em questão, para lhe dar a sustentação que evita a informação oca; a *projeção*, visando inferir do presente e do passado os desdobramentos do caso, suas consequências possíveis, seu alcance futuro; [...]” (LIMA, 2009, p.20-21)

Em *G(old) MTV Brasil* a narrativa empreende os preceitos jornalísticos principalmente da entrevista e apuração, dando a oportunidade de aprofundar a história de um veículo jornalístico através de relatos extensos de quem trabalhou nele, sem as limitações naturais de outros produtos jornalísticos. O produto une dois tipos de livro-reportagem segundo a classificação de Lima, sendo eles livro-reportagem-depoimento e livro-reportagem-história.

No primeiro caso por se apoiar em diversos depoimentos de diferentes agentes que trabalharam ou assistiram ao canal, trazendo proximidade para o discurso. Além disso:

“Reconstitui um acontecimento relevante, de acordo com a visão de um participante ou de uma testemunha privilegiada. [...] Apreende-se, daí, que o tom é passa ao leitor uma narrativa quente, com bastante clima de bastidores, movimentada. Por isso, seu estilo é, normalmente, o da *action-story*.” (LIMA, 2009, p.52)

No segundo caso é o que mais se encaixa, por contar a história de uma emissora de maneira aprofundada:

“Focaliza um tema do passado recente ou algo mais distante no tempo. O tema, porém, tem em geral algum elemento que o conecta com o presente, dessa forma possibilitando um elo comum com o leitor atual. Esse elemento pode surgir de uma atualização artificialmente de um fato do passado ou por motivos os mais variados. [...] Uma variante dessa modalidade é um livro-reportagem que trata da história empresarial, focalizando o mundo dos negócios, um grande grupo ou uma atividade produtiva. No melhor dos casos, tenta abarcar as conexões políticas, sociais, culturais.” (LIMA, 2009, p.54)

O livro-reportagem *G(old) MTV Brasil* foi dividido em nove capítulos que abordam as principais características da emissora:

- 1 - Nasce a marca MTV
- 2 - Os trâmites para chegar nas terras tupiniquins
- 3 - E finalmente a MTV chega no Brasil
- 4 - A guerra contra os números
- 5 - A MTV no diálogo com o jovem
- 6 - Interatividade
- 7 - Papo Sério com o jovem
- 8 - Brilharam na programação

9 - O legado

Entre esses capítulos sempre tem pelo menos uma entrevista e todo o texto é permeado por olhos que tem o depoimento de ex-funcionários, telespectadores ou trechos de notícias sobre a MTV Brasil. Toda a parte gráfica foi feita pela aluna de design Thaílla Nunes de Oliveira.

3.2 Técnicas Jornalísticas empregadas

As principais técnicas jornalísticas empregadas foram a entrevista realizada com os ex-funcionários e a entrevista com uma autoridade em design sobre o canal, a pesquisa de opinião realizada com os telespectadores divulgada através das redes sociais, o clipping que foi realizado de notícias de outros veículos de comunicação que falaram sobre a MTV e apuração de todos esses itens em conjunto à pesquisa bibliográfica sobre o tema em questão.

O recurso mais utilizado com certeza foi a técnica de entrevista jornalística que permeou o formulário para os telespectadores e todas as entrevistas realizadas para a confecção do livro. A pesquisa tanto bibliográfica, quanto documental debruçou-se fortemente na apuração jornalística dos dados e para se costurar tudo na narrativa toda a técnica de escrita do jornalismo impresso foi empregada se alinhando ao formato de livro-reportagem.

3.3 Público-Alvo

O público-alvo a ser atingido será pessoas que tiveram algum tipo de envolvimento com a MTV Brasil, seja trabalhando, seja assistindo. Mas o livro-reportagem também serve para algum pesquisador do tema, principalmente pelas entrevistas que estão bem completas e tem relatos inéditos.

3.4 Viabilidade mercadológica

No formato em que está creio que ainda não teria viabilidade de ser vendido, mas pode ser facilmente aprimorado com mais entrevistas e quem sabe recursos de interatividade como QR Codes e fotos, assim o produto estaria mais completo. Mas pela questão de interesse do seu público-alvo já estaria pronto para ser vendido principalmente em editoras mais nichadas, seja para estudos, seja as mais voltadas para um público mais geek.

4. Metodologia e execução

O livro-reportagem em questão explorou diversos níveis da prática jornalística, em relação principalmente à reportagem, para que ele pudesse ser desenvolvido. Nesse processo se fez necessário pensar sobre a experiência do leitor, como ele leria essa história e quem leria essa história para entender qual era a melhor maneira dela ser contada. Com essas questões em mente o processo de execução das ideias e da apuração jornalística ficaram mais claros e puderam ser iniciados.

4.1 Descrição das atividades executadas

A primeira questão foi decidir o tema, falar de MTV Brasil já era uma certeza para a autora desde o segundo ano da graduação, mas ela não sabia que aspecto iria abordar, já que existiam várias facetas interessantes como a questão da interatividade, influência identitária, o próprio jornalismo musical e muitos outros. Contudo, ao buscar uma iniciação científica que pudesse contemplar o tema ela percebeu que falar sobre a história do canal seria interessante porque poderia pincelar diversas facetas da emissora de televisão.

Toda a pesquisa bibliográfica foi iniciada no processo do pedido da bolsa para iniciação e continuou sendo realizada ao longo do primeiro semestre da concessão da bolsa, então no início deste ano a autora começou a buscar o contato com pessoas que trabalharam na emissora, utilizando-se das redes sociais com LinkedIn, Facebook e Instagram, além de pedir indicações de conhecidos e entrevistados. E então começou a fase de marcar e realizar as entrevistas para depois transcrevê-las.

Dentro desse período também a autora sentou com a aluna de design para pensarem juntas no projeto gráfico e unir o conceito do livro na parte jornalística ao conceito estético que seria concebido através do design.

O formulário de pesquisa com os telespectadores foi produzido e divulgado em meio ao período de realização das entrevistas, a divulgação também foi realizada através das redes sociais. O passo seguinte foi transcrever todas as entrevistas para começar a escrever e conseguir encaixá-las no texto de maneira coerente, juntando também os relatos dos entrevistados e as notícias de outros veículos fazendo todo o flow gerar sentido para o leitor.

4.2 Cronograma das atividades desempenhadas

Agosto 2018	Início da pesquisa bibliográfica
Setembro 2018	Pesquisa bibliográfica
Outubro 2018	Pesquisa bibliográfica
Novembro 2018	Pesquisa bibliográfica
Dezembro 2018	Pesquisa bibliográfica e desenvolvimento dos roteiros de perguntas
Janeiro 2019	Início do contato com os entrevistados
Fevereiro 2019	Primeiras entrevistas
Março 2019	Entrevistas e transcrição
Abril 2019	Entrevistas, transcrição e divulgação do formulário
Mai 2019	Transcrição e produção textual do produto
Junho 2019	Finalização do produto, confecção do relatório e apresentação e defesa do Trabalho de Conclusão de Curso

5. Orçamento do produto

Os gastos com a produção foram todos custeados graças a bolsa do CNPQ-PIBIC:

R\$200,00	livros para consulta bibliográfica
R\$200,00	viagens para entrevista
R\$400,00	impressão

6. Considerações finais

Este trabalho foi um reencontro entre o jornalismo e a autora que durante a graduação chegou a duvidar se era esse mesmo o curso que queria. A MTV Brasil foi muito presente na adolescência de muitos que conseguiam notar que o canal tinha algo de diferente, a autora percebeu ao longo do curso que o que tinha de especial no canal podia ser explicado com o

que via de teoria em sala de aula, então muito antes de pensar em um projeto experimental já sabia que queria falar sobre a emissora de alguma forma.

A plataforma escolhida para contar essa história foi um livro-reportagem por não ter um limite de espaço para falar de alguma perspectiva de uma história de vinte e três anos, além disso o aporte permite ser menos factual e mais literário ao contar a história de uma emissora fora dos padrões. Todos esses fatores tornaram a missão do trabalho de conclusão de curso muito mais fácil, ainda que tenha sido muito difícil no momento da execução.

Todo o processo do trabalho trouxe muitos aprendizados, o maior de todos e o mais enriquecedor, foi quanto a trabalhar em dupla com uma pessoa de outra área do conhecimento para conceber um produto, o trabalho de uma pessoa dependia do sucesso do trabalho da outra e vice-versa, a questão dos prazos e do consenso também foi diferente. Apesar das dificuldades, o conhecimento apreendido foi algo que não poderia ter sido conquistado de outra forma na faculdade, mesmo nos projetos de extensão, já que é um produto mais robusto.

Também foi possível ter o aprofundamento das técnicas jornalísticas, principalmente de entrevista, acima de tudo a dificuldade de encontrar os personagens para serem entrevistados, a execução do roteiro e o refinamento do conteúdo extraído. Além disso, foi possível ver a diferença entre a meta sonho e a executável, entender que a rigidez no planejamento é muito necessária, mas que quando se lida com outras pessoas é necessário aprender a flexibilizar certas questões e que a apuração é uma das tarefas mais importantes de um jornalista.

G(old) MTV Brasil é importante para a sobrevivência da memória do canal, já que existem diversos problemas com o acerto da antiga emissora por questões burocráticas, vários entrevistados falaram sobre a importância de iniciativas como essa, o que deu uma motivação ainda maior para seguir com esse projeto. Além disso, projetos como este ressaltam a importância do respeito à história e da importância da academia, principalmente nas universidades públicas que abrem portas para que estudos como este possam ser realizados, já que tudo começou com uma iniciação científica.

Outro ponto sobre o produto é que *G(old) MTV Brasil* está em um formato acessível, sendo um texto que pode ser aproveitado não só por quem está dentro da academia, mas também para quem estiver fora e tiver interesse pelo tema possa acessar esse conhecimento sem entraves por conta do formato ou do tipo de texto que é mais difícil.

Por fim, este é o resultado de um trabalho de um ano e meio, vividos de maneira mais intensas nos últimos seis meses, que tem como objetivo não só atingir um público, mas também causar identificação e quem sabe trazer um novo fôlego para quem está atuando como jornalista ou pensa em dia ser um. Mesmo a história do canal como ele era ter terminado, é possível pensar em novos formatos, novas ferramentas de relacionamento com o público e até mesmo novos modelos de negócio para o jornalismo, que hoje vive uma busca incessante para sua sobrevivência.

7. Bibliografia

- Época. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG51765-6011,00-MTV+GRAVA+FICA+COMIGO+COM+LESBICAS+E+FERNANDA+LIMA+LEVA+CANTADAS.html>. 2002.
- GOES, ZICO. Mtv bota essa p#@ para funcionar. São Paulo; Panda Books; 2004.
- LIMA, Edvaldo. Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura.4. ed.Barueri: Manole, 2009.
- LUSVARGHI, LUIZA. Da MTV a EMETEVÊ. São Paulo. Editora Cultura. 2007.
- MARANHÃO, CARLOS. 9 de junho de 1991. In: _____. Roberto Civita: O Dono da Banca. 1º ed. São Paulo. Companhia das Letras, 2016. p. 331-342.
- MARTINS, Rosana e PEDROSO, Maria Goretti. Admirável Mundo MTV. MTV Music Television. São Paulo; 2001.
- OLIVEIRA, Ana Paola de. MTV Brasil: o mercado comercial da música jovem. Disponível em: <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000002/000002A5.pdf>; 2004.
- POSSEBON, Samuel. Vários Começos. In: _____. TV por assinatura: 20 anos de evolução. São Paulo. Save Produção. 2009 P.19-37.
- TEIXEIRA, Carla Cristina da Costa. A linguagem visual das vinhetas da MTV: Videodesign como expressão da cultura pós-moderna. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=8755@1; 2006.
- TVFolha. MTV estréia 'Garganta e Torcicolo': A partir de terça, emissora exibe jogo em que dois monstros duelam e tiram sangue um do outro. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv300312.htm>; 1997.
- UOL Entretenimento. MTV agenda debate com presidenciais e promete grande cobertura das eleições. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2010/05/10/mtv-agenda-debate-com-presidenciais.jhtm>. 2010.

7. Apêndice

Roteiro de perguntas para pessoas que trabalharam na emissora:

Por quanto tempo você trabalhou na MTV? Atuou em quais cargos? Como foi sua experiência?

Você enxergou algum diferencial tendo trabalhado nessa empresa em relação aos outros locais nos quais trabalhou?

O trabalho que você fez na MTV influencia de alguma forma no trabalho que você faz hoje?

Poderia contar uma ou mais experiências que te marcaram muito na sua jornada na emissora?

Como você enxergava a relação das pessoas que trabalhavam na MTV com a emissora?

E na sua opinião como era a relação dos telespectadores com a marca MTV? E como era a relação do público quem trabalhava no canal?

Como acontecia a comunicação em público e emissora no sentido de criação e mudanças na programação? Havia um diálogo? Como se chegava nas fórmulas dos programas que atraíam tanto o jovem?

Qual você julga ser o grande diferencial da emissora? Como ela conseguia se relacionar tão bem com o jovem?

Qual ou quais programas você considera mais interessantes? Por que?

Hoje, quais fatores você elencaria como cruciais para o fim do canal?

Você identifica algum tipo de legado que a emissora deixou para outros canais da televisão brasileira? Consegue citar um exemplo?

Hoje o acervo da MTV segue sem dono, a Viacom e a Abril não se responsabilizam e muito do que não está digitalizado pode se perder com o tempo. Você sabia dessa situação? Como você encara o não uso e a possível perda desse acervo?

Para quem assistia:

Em que época da sua vida você assistiu MTV? Por quanto tempo acompanhou o canal?

Quais eram os seus programas favoritos? Por que?

Quais os VJ's que te conquistaram? Por que eles foram especiais para você?

Você enxerga algum diferencial do canal? Consegue citar algum exemplo?

Como você descreveria o diálogo entre a MTV e o seu público? Como ela conseguia se relacionar tão bem com o jovem?

Qual era sua relação como espectador com a emissora? Você enxergava isso em outros telespectadores com quem se relacionava?

Existe alguma história importante da sua vida relacionada com o canal ou algum programa que realmente te marcou? Se sim, como foi?

Hoje, quais fatores você elencaria como cruciais para o fim do canal?

Você identifica algum tipo de legado que a emissora deixou para outros canais da televisão brasileira? Consegue citar um exemplo?