

ÁREA TEMÁTICA:(marque uma das opções)

- COMUNICAÇÃO**
 CULTURA
 DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA
 EDUCAÇÃO
 MEIO AMBIENTE
 SAÚDE
 TECNOLOGIA E PRODUÇÃO
 TRABALHO

A produção audiovisual jornalística para web na prática extensionista da Agência de Jornalismo e do Cultura Plural entre os anos de 2015 a 2017

Lucas Santos Carmo Cabral (estudante, e-mail lcabral.98@gmail.com)¹
 Julio César Prado (estudante, e-mail julioprado013.jcp@gmail.com)²
 Karina JanzWoitowicz (orientadora, e-mail karinajw@gmail.com)³

Resumo:O Núcleo de Produção Audiovisual e o Cultura Plural são projetos extensionistas do curso de Jornalismo da UEPG vinculados ao programa Agência de Jornalismo. O primeiro tem como foco a produção de materiais em vídeo sob demanda de entidades ou para cobertura de eventos e temas ligados a movimentos sociais, direitos humanos e cidadania. O segundo é um site de jornalismo cultural na web que produz conteúdos multimídia e trabalha com a produção e veiculação de vídeos, como o “Palco Virtual” e outros tipos de produtos de caráter cultural, embora não tenha o audiovisual como foco central de suas atividades. A web é uma plataforma multimídia e o audiovisual é um dos formatos mais utilizados para difundir conteúdos nessa plataforma. Busca-se nesse trabalho observar como os projetos de extensão do curso têm utilizado as novas mídias para a produção de materiais jornalísticos sobre temas voltados à cultura, cidadania e direitos humanos, a partir de um levantamento das práticas realizadas entre os anos de 2015 e 2017, de modo a refletir sobre as potencialidades do audiovisual para o fortalecimento das atividades extensionistas.

Palavras-chave:Extensão universitária. Produção jornalística. Plataforma web. Audiovisual. Convergência.

INTRODUÇÃO

Este trabalho busca apresentar os resultados da produção audiovisual desenvolvida entre os anos de 2015 a 2017 em dois projetos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa: o Núcleo de Produção Audiovisual e o Cultura Plural, vinculados ao programa Agência de Jornalismo. O primeiro, focado exclusivamente na produção de vídeos, costuma cobrir eventos acadêmicos de relevância social, ações dos movimentos sociais e produzir conteúdos sob demanda de entidades, enquanto o segundo tem a produção audiovisual como meio multimídia de veiculação das manifestações culturais da região. Ambos promovem o acesso a temas e manifestações de interesse público, por meio da difusão de conteúdos replicados no YouTube.

¹Estudante do curso de Jornalismo, bolsista no projeto de extensão Agência de Jornalismo; Universidade Estadual de Ponta Grossa; Bacharelado em Jornalismo(e-mail lcabral.98@gmail.com)

²Estudante do curso de Jornalismo, bolsista do projeto de extensão Cultura Plural; Universidade Estadual de Ponta Grossa; Bacharelado em Jornalismo(e-mail julioprado013.jcp@gmail.com)

³ Professora Dra. do Curso de Jornalismo, coordenadora do projeto de extensão Cultura Plural, vinculado ao Programa Agência de Jornalismo (e-mail karinajw@gmail.com)

Ao longo do trabalho, busca-se discutir o potencial das mídias digitais na promoção do acesso a conteúdos locais envolvendo temáticas ligadas à cultura, cidadania e direitos humanos a um público mais amplo, a partir de autores da área, com vistas a analisar o trabalho realizado no âmbito dos dois projetos mencionados no campo da extensão universitária.

OBJETIVOS

O principal objetivo deste trabalho é observar a atuação da Agência de Jornalismo e do Cultura Plural no desenvolvimento do conteúdo audiovisual, que possibilita levar eventos sociais e ações culturais e cidadãs para o público que não pode estar presente, de forma que a audiência tenha contato com manifestações que geralmente ficam de fora da cobertura midiática local, cobertura esta que a atividade extensionista promove na sua rotina. E, ainda, enfatizar o esforço de possibilitar ao público o acesso democrático e alternativo a conteúdos ignorados pela agenda comercial dos meios de comunicação e oportunizar a interação com os produtores do projeto extensionista.

METODOLOGIA

O método de levantamento de dados sobre as atividades realizadas pelos projetos Cultura Plural e Núcleo de Produção Audiovisual da Agência de Jornalismo no período de 2015 a 2017 baseia-se na consulta aos respectivos canais no Youtube dos projetos, considerando que se trata de uma plataforma bastante utilizada em suas ações extensionistas, para diagnosticar e revelar os resultados adquiridos na veiculação dos materiais audiovisuais na web.

O Núcleo de Produção Audiovisual da Agência de Jornalismo realiza gravação completa de eventos ou produção de materiais mais curtos, em formato informativo e educativo, todos veiculados na web e na TV Comunitária de Ponta Grossa. Apesar da utilização do Facebook para divulgação desses materiais, a maior parte dos produtos são veiculados através do YouTube, foco deste trabalho.

A gravação integral de eventos como palestras, debates e coletivas está atrelada ao que foi apresentado nos objetivos: levar conteúdos de interesse social ao público que não esteve presente, de modo a inserir determinadas temáticas e ações de grupos e movimentos sociais no debate público. Já os materiais menores consistem em séries de entrevistas ou curtos materiais informativos sobre temas relativos a grupos, entidades e movimentos sociais

da cidade, parceiros da ação extensionista, com o propósito de garantir espaço de visibilidade para suas demandas.

O Cultura Plural está restrito, pelo segmento do projeto, a eventos culturais e consiste no espaço “Palco Virtual” e a entrevistas com artistas ou produtores culturais, disponíveis no YouTube. A função do Palco Virtual é a gravação e veiculação de apresentações artísticas na íntegra ou parcialmente, para os espectadores da web. Já as entrevistas realizadas pelo portal são com agentes culturais de Ponta Grossa apresentando trabalhos individuais ou coletivos.

Com base nas especificidades de ambos os projetos, serão apresentados os resultados obtidos por meio do levantamento das produções audiovisuais disponíveis no Youtube, articulados com reflexões de autores que discutem as características das mídias digitais na atualidade.

RESULTADOS

O uso do audiovisual pelos projetos de extensão do curso é uma busca pelo aproveitamento dos recursos multimídia possibilitados pela web. Como é encontrado em Salaverria e Garcia Áviles (2008, p.41), “a progressiva transformação da web em um ambiente audiovisual com capacidade suficiente para que os usuários acessem os conteúdos multimídia projeta uma série de decisões estratégicas para as empresas de comunicação” (apud d’ANDRÉA, 2012, p.4).

Essas decisões não são exclusividade das empresas, mas permeiam também as atividades de extensão, à medida em que estão preparando pessoas para entrar no mercado ou estudar suas práticas. As decisões vão desde o uso ou não dos materiais em vídeo até o formato a ser utilizado. Isso fica ainda mais visível quando se trata do Cultura Plural, projeto que não tem como foco a produção audiovisual, mas o jornalismo cultural na web. Mesmo assim, o uso da ferramenta audiovisual é sempre um fator presente nas discussões sobre novos formatos. Fator que reforça a perspectiva de Henry Jenkins (2008) sobre a cultura da convergência:

Estamos entrando agora na cultura da convergência. Não surpreende que ainda não estejamos prontos para lidar com suas complexidades e contradições. Temos de encontrar formas de transpor as mudanças que estão ocorrendo. Nenhum grupo consegue ditar as regras. Nenhum grupo consegue controlar o acesso e a participação. (JENKINS, 2008, p.50)

O fato é que as experiências dos dois projetos são tentativas de envolver um curso que já foi, predominantemente, focado no jornalismo escrito, para o campo das novas tecnologias, acompanhando as mudanças em curso na área. O processo se assemelha às lógicas presentes no mercado da comunicação, que trabalham cada vez mais com o conceito de convergência:

A convergência tem se mostrado especialmente desafiadora para empresas jornalísticas cuja origem está associada à plataforma impressa e predominantemente à linguagem verbal. Esses veículos, de forma crescente, enfrentam questionamentos sobre a própria sobrevivência de seu negócio a médio e longo prazo. (SANTANA, 2008; MEYER, 2007 apud d'ANDRÉA, 2012, p.4)

Com base nestas observações, o levantamento de dados desenvolvido neste trabalho buscou mapear, avaliar e sintetizar a repercussão dos vídeos feitos pelos projetos extensionistas Agência de Jornalismo e Cultura Plural, para compreender a importância do trabalho audiovisual nestes portais e identificar a existência de uma oferta democrática destes conteúdos para qualquer audiência, mesmo que a frequência de visualizações possa se apresentar limitada.

Quadro 1 – Vídeos do Cultura Plural no Youtube (2015-2017)

TIPO DE PRODUTO	Nº de VÍDEOS	VISUALIZAÇÕES	DESCRIÇÃO
Palco Virtual	44	6.421	Gravações de eventos (Fenata, Fuc, Sexta às Seis e Feiras em geral)
Entrevistas	11	603	Gravações com escritores, grupos culturais e músicos

Fonte: YouTube

Quadro 2 – Vídeos da Agência de Jornalismo no Youtube (2015-2017)

TIPO DE PRODUTO	Nº DE VÍDEOS	VISUALIZAÇÕES	DESCRIÇÃO
Falas e eventos na íntegra	20	5.017	Foram consideradas gravações de eventos e entrevistas na íntegra ou de grandes trechos, incluindo transmissões ao vivo.
Materiais curtos (informativos e educativos)	107	5.051	Trechos editados de eventos, entrevistas curtas, VTs, cobertura de eventos e materiais de divulgação.
Documentário	1	711	Documentário produzido pela Agência e disponibilizado no YouTube (“Doze meses de resistência: A terra como horizonte de vida”)

Fonte: YouTube

Ambos os projetos contam com produções frequentes, mas tem problemas com o alcance de seus produtos. O vídeo mais acessado nesse recorte no YouTube da Agência de Jornalismo é a gravação de parte do debate entre os prefeituráveis nas eleições de 2016 com

930 visualizações. Já no Cultura Plural, trata-se de um Palco Virtual de danças folclóricas, com 2.040 visualizações. Apesar do maior número de visualizações, o Cultura Plural tem número menor de produções, principalmente por conta do foco diferenciado do projeto.

Os vídeos gravados pelo Cultura Plural costumam ser mais curtos e de conteúdo cultural, muitas vezes envolvendo figuras reconhecidas pelos seus trabalhos artísticos. Os vídeos da Agência chegam a ter mais de uma hora de duração quando se tratam de gravações de eventos na íntegra e trazem um conteúdo destinado a temas variados de cidadania e direitos humanos.

No total, no período considerado (2015-2017), foram produzidos 128 vídeos pelo programa Agência de Jornalismo, incluindo um documentário, que se trata de uma produção mais elaborada executado ao longo de um ano, totalizando 10.779 visualizações. E, no Cultura Plural, foram 55 vídeos e 7.024 visualizações. Este número, embora não seja tão expressivo quando se trata de mídias sociais, representa um espaço potencial para levar conteúdos de interesse local para um público mais amplo, fortalecendo o alcance da atividade extensionista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se pode concluir é que os dois projetos podem melhorar seus métodos de produção audiovisual específica para a web. Os conteúdos mais curtos produzidos pela Agência de Jornalismo têm seu formato voltado para a TV e são também acessados pela internet. Já o Cultura Plural, por focar mais o jornalismo escrito em sua prática de cobertura jornalística, não apresenta uma produção tão ativa quanto a do Núcleo Audiovisual, que tem o vídeo como produto principal.

Contudo, ambos cumprem a função de possibilitar o acesso democrático a conteúdos pouco abordados pela mídia local e motivar o aprendizado na produção de materiais audiovisuais, reforçando a importância de se manter o trabalho extensionista na comunidade acadêmica, ainda que com estrutura inferior às empresas de comunicação e com recurso limitados.

APOIO:

Fundação Araucária (Programa de Bolsas de Extensão – UEPG/Fundação Araucária)

REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. Tradução Susana Alexandria. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Lisboa: LabCom, 2014.

d'ANDRÉA, Carlos. **WebTVs no cenário da(s) convergência(s)**: a produção audiovisual por veículos jornalísticos de tradição impressa. In: 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba/PR, 2012. Disponível em: <http://soac.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1689/303>. Acesso em 15/04/2018.