

## Programa Ideias Cabíveis<sup>1</sup>

Uriel Nascimento Santos PINHO<sup>2</sup>

Caroline Soares de ARAÚJO<sup>3</sup>

Diego Diniz da ROCHA<sup>4</sup>

Dilermando Gadelha de VASCONCELOS Neto<sup>5</sup>

Gleici Kelly da Silva CORRÊA<sup>6</sup>

Jéssica Aline Nogueira BARRA<sup>7</sup>

Karina Menezes CUNHA<sup>8</sup>

Katherine Modesto VASCONCELOS<sup>9</sup>

Mayara Santos MACIEL<sup>10</sup>

Paulo Henrique GADELHA<sup>11</sup>

Pedro Henrique THOMAZ Maia<sup>12</sup>

Victor LOPES de Souza.<sup>13</sup>

Maria Ataíde MALCHER<sup>14</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

## RESUMO

O programa experimental Ideias Cabíveis propõe disponibilizar ao público conteúdos informativos, educativos e de entretenimento sobre design, a partir dos princípios da sustentabilidade e do reaproveitamento de materiais. Para execução do projeto, contou-se com a colaboração de um equipe multidisciplinar, que incluía alunos de jornalismo e publicidade e propaganda da UFPA, bem como graduandos e um graduado do curso de Design da Universidade do Estado do Pará. Foram utilizados conceitos de Henry Jenkins (2009) sobre Convergência Midiática; as considerações de Borchardt et al. (2008) sobre *ecodesign*; de Souza (2004) sobre gêneros e categorias televisivas e de Alex Moleta (2009) sobre produções audiovisuais de baixo custo.

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Produção em Multimídia.

<sup>2</sup> Aluno líder da equipe. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [uriel\\_pinho@hotmail.com](mailto:uriel_pinho@hotmail.com).

<sup>3</sup> Aluna co-autora do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [csaraujo1@gmail.com](mailto:csaraujo1@gmail.com).

<sup>4</sup> Aluno co-autor do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [diegodrocha@gmail.com](mailto:diegodrocha@gmail.com).

<sup>5</sup> Aluno co-autor do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [dilermandog@ufpa.br](mailto:dilermandog@ufpa.br).

<sup>6</sup> Aluna co-autora do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [kellycorrea2008@hotmail.com](mailto:kellycorrea2008@hotmail.com).

<sup>7</sup> Aluna co-autora do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [jessikbarra@hotmail.com](mailto:jessikbarra@hotmail.com).

<sup>8</sup> Aluna co-autora do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [karinamenezes18@yahoo.com.br](mailto:karinamenezes18@yahoo.com.br).

<sup>9</sup> Aluna co-autora do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [kathyvasconcelos@hotmail.com](mailto:kathyvasconcelos@hotmail.com).

<sup>10</sup> Aluna co-autora do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [mayara.maciell10@gmail.com](mailto:mayara.maciell10@gmail.com).

<sup>11</sup> Aluno co-autor do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [paulohenriquegadelha@gmail.com](mailto:paulohenriquegadelha@gmail.com).

<sup>12</sup> Aluno co-autor do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [pedrohenriquethomazmaia@gmail.com](mailto:pedrohenriquethomazmaia@gmail.com).

<sup>13</sup> Aluno co-autor do trabalho. Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFPA. Email: [victorlopes90@hotmail.com](mailto:victorlopes90@hotmail.com).

<sup>14</sup> Orientadora do Trabalho. Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora do curso de Comunicação Social e do programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA.

**Palavras-chave:** Audiovisual; Design; Multimídia; Sustentabilidade; Televisão

## INTRODUÇÃO

O programa “Ideias Cabíveis” foi desenvolvido no primeiro semestre de 2011, durante a realização do módulo de “Variedades” do Laboratório de Telejornalismo, atividade integrante da grade curricular do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da Universidade Federal do Pará. Entre os objetivos do Laboratório, está o de habilitar os discentes no que diz respeito à concepção e produção de conteúdos audiovisuais, informativos ou não, a partir da aplicação das teorias da comunicação e do audiovisual e do desenvolvimento de habilidades técnicas, gerenciais e reflexivas sobre a prática da produção audiovisual, partindo do princípio da experimentação.

Como produto deste laboratório, o “Ideias Cabíveis” é um programa de TV multiplataforma, simulando o formato “ao vivo”, e que parte de alguns conceitos básicos da convergência midiática descrita por Henry Jenkins (2009) bem como de *ecodesign* (BORCHARDT et al., 2008). O programa aborda temas como a decoração de interiores de baixo custo, reaproveitamento de materiais, e a confecção de objetos ecologicamente corretos e economicamente viáveis, a partir, também, do pressuposto do “faça você mesmo”. Para tanto, foram desenvolvidos diversos produtos em audiovisual, pensados para experimentar diferentes formatos e gêneros, além de diferentes maneiras de disponibilização, como por meio de um *website* ([www.ideiascabiveis.com.br](http://www.ideiascabiveis.com.br)) e redes sociais como o *Twitter* ([www.twitter.com/#!/ideiascabiveis](https://twitter.com/#!/ideiascabiveis)) e *Facebook* ([www.facebook.com/#!/ideiascabiveis](https://www.facebook.com/#!/ideiascabiveis)). Conforme será detalhado mais adiante, as atividades desdobraram-se também em um evento de apresentação do produto para alunos, país e amigos, transmitido via *streaming*, e também em uma oficina, realizada durante a semana acadêmica de Design da UEPA.

## OBJETIVO

O programa tem o objetivo de trazer o design para mais próximo dos espectadores, a partir do que se entende como design sustentável e de baixo custo. Uma abordagem que tem o objetivo de destacar o design como um elemento comum do cotidiano da maioria das pessoas, desvinculando-o da ideia de consumo de elite, como maneira de promover a reflexão sobre o próprio consumo e as fases de produção dos diversos objetos e produtos que fazem parte da vida das pessoas. A partir disso, o objetivo foi estimular a produção

criativa de objetos bem como o aproveitamento de espaços e materiais de maneira alternativa. Além disso, o programa visa:

- Ser multiplataforma, expandindo seu alcance para além da TV, atingindo também a internet e outros meios como o impresso (cartazes);
- Ser um programa interativo, promovendo a aproximação e participação do público por meio do site e das redes sociais do programa (Facebook e Twitter);
- Experimentar diferentes gêneros e formatos audiovisuais, bem como diferentes plataformas de exibição;
- Integrar os alunos do curso de Comunicação Social das duas habilitações ofertadas na UFPA (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), bem como promover parcerias com outras instituições do estado, como a UEPA.

## **JUSTIFICATIVA**

Desde a chegada da TV no Brasil na década de 1950 (e até muito antes que isso), os rumores de que os novos meios substituiriam os antigos vinham se criando no país. A TV substituiria o rádio, a internet a radiodifusão e assim por diante. No entanto, o que se vê é uma complementação de meios, uma integração complexa. Apesar disso, de acordo com o estudo “Publicidade e Modelos de Negócios na Televisão Digital Interativa”<sup>15</sup>, de Fabricio Scaff Galvão, o computador está muito mais presente nos lares das pessoas do que a própria TV e que há possibilidade do computador ocupar as salas de estar no lugar da TV, sendo a principal mídia do lar contemporâneo, embora esta previsão não deva acontecer brevemente (GALVÃO, 2008, p. 60).

No caso do Ideias Cabíveis, desde o início o projeto foi pensado para ir além da TV e abranger outras plataformas midiáticas, sendo a principal delas, a internet. Este foi um recurso para problematizar e trazer à reflexão o contexto de convergência midiática em que nos encontramos, bem como as mudanças trazidas por esse processo à produção e circulação de conteúdos audiovisuais, sejam eles informativos ou não. No Brasil, o percentual de habitantes de 10 anos de idade ou mais que acessaram a internet pelo menos uma<sup>16</sup> vez usando o computador aumentou em 75,3 % entre os anos de 2005 a 2008 (IBGE, 2009), segundo dados do Suplemento da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios -

---

<sup>15</sup> Dissertação de Mestrado apresentada no Programa de Pós-graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Midiática, linha de pesquisa Produção de Sentido na Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Disponível em <[http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos\\_Comunicacao/pdfs/fabricio\\_galvao.pdf](http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/fabricio_galvao.pdf)>

<sup>16</sup> No período de referência dos três meses anteriores à realização da pesquisa (set.08).

Pnad 2008<sup>17</sup>. A porcentagem, que era de 20,9% em 2005, passou a ser de 34,8% em 2008, o equivalente a 56 milhões de pessoas, um número bastante significativo, se levarmos em consideração que atualmente o Brasil possui uma população de 190.732.694 pessoas<sup>18</sup>.

Estes são apenas alguns dos números que indicam novos hábitos de acesso a informação e novos cenários para os conteúdos comunicacionais no Brasil. O acesso a internet, seja por meio de computadores ou celulares abre as portas para a convergência midiática, fenômeno que não é recente, mas que apresenta contornos específicos na atualidade. Henry Jenkins (2009) fala de convergência midiática ao referir-se

ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

O autor acredita que a convergência midiática não deve ser entendida somente como um processo de avanços e transformações tecnológicas. A convergência seria algo muito mais complexo do que uma série de tecnologias congregadas num único aparelho, e incluiria transformações culturais como o incentivo à busca de novas informações por parte dos consumidores que fazem conexões entre conteúdos midiáticos dispersos.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações e traídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana (JENKINS, 2009, p. 30).

### ***Ecodesign para a Amazônia: Criar e preservar.***

Autores como Steinbrenner (2009) nos falam do acelerado acentuado processo de urbanização pelo qual passou a Amazônia desde mais ou menos a metade do século XX, seguindo em direção às pequenas e médias cidades e causando também um processo de “inchaço” em suas principais capitais. A autora no fala ainda como o desenvolvimento de políticas para o enfretamento dos problemas trazidos com o crescimento populacional,

---

<sup>17</sup> Pesquisa disponível em <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1517](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1517)>

<sup>18</sup> Dados do Censo Demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística, disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>

como a poluição e a violência, são prejudicados por uma série de discursos que destacam sempre as características naturais da região, seu ambiente exótico e cheio de riquezas, sem incluir neste contexto o aspecto sociocultural e político das diversas populações que compõem seus mais de 24 milhões de habitantes, a maioria vivendo em cidades (ARAGÓN, 2002, p. 6). Em relação a esse contexto, Steinbrenner destaca exatamente o papel da mídia como importante legitimadora de discursos simplistas e exotizantes da região, que dificultam uma visão que considere seus aspectos “humanos” e “naturais”, bem como os “silvestres”, “urbanos” e “rurais”, de maneira complexa.

De maneira a também contemplar essas reflexões, a equipe do Ideias Cabíveis escolheu paradigmas relacionados ao *ecodesign*<sup>19</sup> como maneira de abordar a questão ambiental e da sustentabilidade na Amazônia, sem desligá-la de padrões de consumo que tem origem nos grandes centros do planeta e que estão em constante fluxo com diversos ambientes da região, sejam eles urbanos, rurais, silvestres, ou interseções deles. O *ecodesign* é parte importante no caráter educativo que o Ideias Cabíveis adquire ao priorizar a questão da sustentabilidade e consumo consciente.

O artigo “Considerações sobre *ecodesign*: um estudo de caso na indústria eletrônica automotiva”, de BORCHARDT et al, apresenta alguns conceitos de *ecodesign*, entre eles o de Venzke (VENZKE, 2002 *apud* BORCHARDT et al., 2008), que o define como uma técnica de projeto de produto em que agrega objetivos ambientais como redução de riscos ambientais, economia no uso de recursos naturais, aumento da eficiência energética e da reciclagem. O artigo também expõe o conceito adotado por Karlsson e Luttropp, que o definem como “um método de desenvolvimento de produtos que objetiva a redução do impacto ambiental e usa a criatividade para gerar produtos e processos mais eficientes sob o ponto de vista da sustentabilidade” (KARLSSON; LUTTROPP, 2006 *apud* BORCHARDT et al., 2008).

Sendo assim, o “Ideias Cabíveis” buscou basear-se nesses conceitos e aplicá-los de uma forma alternativa em algumas situações do programa, a partir de dicas de reaproveitamento de materiais, por exemplo, que visam a redução dos impactos ambientais,

---

<sup>19</sup> Termo nascido nos Estados Unidos ainda na década de 1990, quando a indústria eletrônica do país buscava reduzir os impactos ambientais sobre a Terra, que eram consequências de suas atividades. A partir de então, a *American Eletronics Association* direcionou esforços para a construção de projetos com foco na preservação ambiental, além de ter providenciado uma base conceitual que favorecesse os integrantes da associação (BORCHARDT et al., 2007 *apud* BORCHARDT et al., 2008).

na tentativa de preservar o meio ambiente a partir de iniciativas pontuais, mas que fazem a diferença quando colocadas em prática.

## MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto inicial do Programa “Ideias Cabíveis” foi concebido ainda no segundo semestre de 2010, no decorrer da disciplina “Introdução ao Telejornalismo”, componente da grade curricular do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Sua execução aconteceu nos meses de março, abril e maio de 2011 e levou em consideração a revisão de literatura sobre alguns aspectos de linguagem audiovisual, gêneros, formatos e técnicas de criação de vídeos de baixo custo, que foram vistas em sala de aula paralelamente à execução do programa e expostas por meio de grupos de estudo.

Após a definição do projeto, os alunos dividiram-se em grupos que diziam respeito à produção de conteúdos para *web* (site e redes sociais); identidade visual; cabeças, que diziam respeito ao roteiro do programa como um todo, montado a partir dos diversos quadros presentes; além da produção específica de cada um dos componentes do programa (quadros, matérias...). Cada grupo era interpenetrado pelos outros e todos tinham a missão de pesquisar conteúdos relacionados ao design que pudessem vir a embasar a produção dos conteúdos ou até mesmo serem pautas para o programa. Por intermédio do projeto “Reconstruções”<sup>20</sup>, foi feito contato com os estudantes do curso de Design da UEPA que foram parte fundamental na execução do projeto, especialmente no que tange ao projeto de reforma para o quando “In-cômodos”. Também é importante destacar o apoio da grife Eubelém<sup>21</sup>, que cedeu parte dos figurinos para os apresentadores, bem como do Espaço ITEC Cidadão<sup>22</sup>, do Instituto de Tecnologia da UFPA, onde ocorreu a reforma de móveis e objetos, parte da produção do quadro “In-cômodos”.

Para a confecção do programa como um todo, foi levado em consideração um processo de produção de baixo custo. Para isso, o livro “Criação de curta-metragem em vídeo digital: uma proposta para produções de baixo custo” foi fundamental para o processo de construção do programa. O autor Alex Moleta (2009) nos dá várias indicações sobre a produção audiovisual (no caso, curta-metragens), desde a concepção do roteiro, até a fase

<sup>20</sup> Para saber mais, acesse <[http://paginas.uepa.br/caminhosdauepa/index.php?option=com\\_content&view=article&id=12:videos&catid=2:videos&Itemid=2](http://paginas.uepa.br/caminhosdauepa/index.php?option=com_content&view=article&id=12:videos&catid=2:videos&Itemid=2)>

<sup>21</sup> Marca baseada em referências visuais e culturais da cidade de Belém. Para saber mais, acesse <[www.eubelem.com.br/](http://www.eubelem.com.br/)>

<sup>22</sup> Espaço para atividades extensionistas e de inclusão social, relacionadas à cultura e ao meio ambiente. Para saber mais, acesse <<http://www.portal.ufpa.br/imprensa/noticia.php?cod=4486>>



de montagem do vídeo. Essa obra, de linguagem acessível, nos deu base sobre técnicas de produção, roteirização, fotografia e direção de algumas cenas. A experimentação de formatos também fez parte do projeto, que objetiva ser espaço para a produção em diversos formatos. Segundo José Carlos Aronchi de Souza (2004), os programas de televisão podem ser situados, basicamente, em três categorias: entretenimento, informativa e educativa, que por sua vez englobariam a maior parte dos gêneros<sup>23</sup> televisivos:

A separação dos programas de televisão em categorias atende à necessidade de classificar os gêneros correspondentes. Por isso, a categoria abrange vários gêneros e é capaz de classificar um número bastante diversificado de elementos que se constituem, na concepção de Martin-Barbero, no elo que une o espaço da produção, os anseios dos produtores e os desejos do público receptor (BORELLI, 1994, *apud* SOUZA, 2004).

Segundo o autor, que toma como base material divulgado pela *British Broadcasting Corporation (BBC)*<sup>24</sup>, qualquer que seja a categoria de um programa, “ele deve sempre entreter e pode também informar” (SOUZA, 2004, p. 35). Sendo assim, o Ideias Cabíveis pode ser situado em ambas as categorias, pois além de ter sido projetado com o intuito de instigar o telespectador a se interessar pelo design presente no seu dia-a-dia, também oferece informações sobre a área, por meio de matéria jornalística e entrevista com um especialista. O programa também pode ser considerado dentro da categoria educativa, por propor aos telespectadores ações que estimulem um design de baixo custo e a utilização de materiais que sejam menos agressivos ao meio ambiente.

Utilizando a classificação sugerida por José Aronchi de Souza e com base nos níveis de interatividade propostos por Fernando Antonio Crocomo para a TV Digital, o Ideias Cabíveis pode ser considerado um programa com características de interatividade<sup>25</sup>, já que foi planejado como uma simulação de “ao vivo”, em que o telespectador poderia enviar suas dúvidas em tempo real via Twitter para a apresentadora e os entrevistados, além de utilizar o site oficial para esquema de votação para escolha do participante do quadro Meu Cabide, bem como inscrever-se para um dos quadros, o In- Cômodos, conforme será explicado mais adiante. O programa foi pensado para ser “ao vivo”, por isso, no programa

<sup>23</sup> Segundo Aronchi (2004), o gênero seria o eixo classificatório que agruparia os programas de televisão por “conjuntos de espécies que apresentam certo número de caracteres comuns”.

<sup>24</sup> [http://www.bbc.co.uk/portuguese/institutional/2011/06/000001\\_sobrebbc.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/institutional/2011/06/000001_sobrebbc.shtml)

<sup>25</sup> Segundo Antonio Carlos Crocomo (2007), são três os níveis técnicos de interatividade. O terceiro, no qual o Ideias Cabíveis estaria inserido, é caracterizado por ter um canal de retorno que sempre funciona e no qual se pode enviar e receber em tempo real. “Neste caso, é possível participar de um jogo em que a interação é imediata, além de uma série de outras aplicações” (CROCOMO, 2007, p. 83).

piloto, alguns vícios de linguagem, titubeios no momento da fala ou mesmo pequenos erros são preservados, como se fosse realmente ao vivo, já que neste formato, alguns cortes de edição são impossíveis de serem feitos. A filmagem e edição contaram com o apoio e estrutura física e técnica da Academia Amazônia<sup>26</sup>.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Ideias Cabíveis é composto por três quadros: Matéria temática e entrevista especial; “Meu Cabide”; “História dos objetos” e “In-cômodos”. Destaca-se ainda o cenário usado para a apresentação do programa: todo construído a partir de caixotes de madeira e rejeitos de móveis pintados e adaptados pelos próprios alunos.

**Matéria temática e entrevista especial:** a cada semana, uma matéria é veiculada no início do programa sobre temas variados relacionados ao design. A matéria direciona à entrevista que é feita no estúdio pela apresentadora do “Ideias Cabíveis”, a estudante Karina Menezes. Pelo fato de ser o programa piloto, o tema da matéria e da entrevista foi o design de maneira geral. A matéria explica que existem vários seguimentos do design (de joias, industrial, de moda, etc). No programa piloto, o convidado a participar e falar mais sobre o tema foi o designer Livando Malcher<sup>27</sup> que falou também sobre mercado e a profissão. Os telespectadores e internautas interagiam diretamente por meio de perguntas via *Twitter*. Como era uma simulação de “ao vivo”, as perguntas foram selecionadas anteriormente e inseridas na edição.

**Quadro Meu Cabide:** Este quadro também é interativo e consiste na participação de um telespectador que saiba fazer algo interessante e de baixo custo a partir do princípio do reaproveitamento de materiais. Os telespectadores, para participar, teriam que enviar um vídeo de curta duração (menor que dois minutos), mostrando o que sabem fazer. O público podia votar através do site ([www.ideiascabiveis.com.br](http://www.ideiascabiveis.com.br)) e escolher o melhor vídeo, este participaria do programa. No piloto, foi simulada a votação e a escolha do vídeo da estudante Jéssica Soares, que foi ao programa ensinar os telespectadores a fazer um vaso de flores reaproveitando palitos de picolé.

**História dos objetos:** Este produto, espécie de mini-documentário, foi pensado como oportunidade de experimentação da linguagem audiovisual em pequenos formatos (a

---

<sup>26</sup> Projeto de extensão da Faculdade de Comunicação da UFPA, coordenado pela professora Doutora Maria Ataíde Malcher. É a produtora de audiovisual científico e cultural da UFPA e espaço de experimentação em produção audiovisual para os alunos da Faculdade de Comunicação da Instituição. Para saber mais, acesse <<http://www.ilc.libradesign.com.br/institucional/detalhe/ID/000269>>

<sup>27</sup> Designer formado pela Universidade do Estado do Pará. Membro do coletivo Reconstruções.



primeira edição durou 35 segundos) a respeito da relação que as pessoas têm com seus objetos. O quadro foi feito para ser exibido na interprogramação do “Ideias Cabíveis”. Esse é o único quadro produzido, filmado e editado inteiramente pelos alunos, sem supervisão da equipe técnica da Faculdade de Comunicação. Foi editado com o programa Sony Vegas. No piloto, Ana Paula do Nascimento Santos conta a relação afetiva que possui com a “bucarina”, um objeto de madeira utilizado para guardar pequenas coisas.

**In-Cômodos:** O quadro prevê a reforma de um cômodo da casa (ou qualquer outra locação) de um telespectador por semana. O intuito é fazer isso sem gastar muito, reaproveitando móveis e objetos, mantendo a essência do lugar reformado. O processo de reforma também visa ser ecologicamente coreto. Para participar, o telespectador deve provar que o local em que quer recebe a reforma é um incômodo para ele, para isso, deve inscrever seu cômodo por meio do preenchimento de ficha de inscrição disponível no site, contando a história do ambiente, e do envio de fotos. A melhor história é selecionada pela equipe do programa para receber a reforma. Neste quadro, uma equipe formada por estudantes de Design Universidade do Estado do Pará, coordenados por um designer profissional formado pela mesma instituição, contribuiu com o projeto de reforma do CACO (Centro Acadêmico de Comunicação Social), local escolhido pela equipe do programa para receber a reforma. A reforma durou uma semana e foi toda executada por estudantes de comunicação social de vários semestres (os “clientes”), por membros da equipe do “Ideias Cabíveis” e pelos estudantes de Design da UEPA. O objetivo era destacar pontos como a pro-atividade, o trabalho em equipe e as soluções simples e de baixo custo.

Após a finalização de todas as partes do projeto, também foi montado um esquema de transmissão ao vivo do programa no dia 16 de maio de 2011 por meio de *Live Streaming*<sup>28</sup>, realizado direto da Faculdade de Comunicação Social da UFPA, contando também com assessoria de imprensa da equipe, que postava textos, fotos, e respondia perguntas simultaneamente nas redes do programa. A transmissão configurou-se como uma interessante experiência de recepção e até mesmo metalúgica, já que praticamente foi um outro programa, de proporções mais simples, em que uma plateia composta por alunos, professores, país e amigos pode assistir o programa junto à equipe e fazer comentários, o que também era possível por meio das redes sociais. Além disso, o processo de produção do programa conseguiu integrar os estudantes da habilitação Publicidade e Propaganda do

---

<sup>28</sup> Parte da gravação desta atividade, infelizmente, se perdeu por conta de problemas técnicos na rede de computadores utilizada. Entretanto, parte significativa dela ainda pode ser conferida no site do projeto.

curso de Comunicação Social da UFPA, na construção e aplicação da identidade visual do “Ideias Cabíveis”, bem como com os alunos do Curso de Design da UEPA, que prestaram consultoria sobre o tema e construíram o projeto de reforma para o quadro “In-cômodos”. A parceria com os alunos de design resultou ainda em uma oficina, oferecida durante a Semana Acadêmica de Design, realizada de 21 a 25 de novembro de 2011<sup>29</sup>.

## CONSIDERAÇÕES

O Ideias Cabíveis foi um produto marcante para os alunos participantes do Laboratório de Telejornalismo. Foi uma produção desenvolvida em muitas “frentes”, decorrência de seu caráter multimídia, bem como da forte caracterização interdisciplinar; o que proporcionou aos alunos a experimentação de modelos de gestão e produção de conteúdos, em um rico exercício de trabalho em equipe. Ricos também foram os produtos do ponto de vista da experimentação: diversos formatos, que poderiam ser enquadrados em categorias diversas, extrapolando os conteúdos puramente informativos que se costuma relacionar à habilitação de jornalismo, sendo compostos também por conteúdos educativos e de entretenimento para a promoção da consciência ambiental e consumo consciente.

Dessa maneira, diversos referenciais, teóricos e práticos, já apreendidos no decorrer do curso, tiveram que ser mobilizados para a execução do projeto. Foi necessário também mobilizar diversos parceiros, como os estudantes do curso de Design da UEPA, a grife Eubelém, o Espaço ITEC Cidadão da UFPA e os membros do Projeto “Reconstruções”. Neste ponto, ressalta-se o financiamento do projeto, que foi financeiramente custeado pelos próprios alunos e pela professora envolvida, contando apenas com apoio logístico e de infraestrutura das organizações já citadas, e isto apesar do grande apelo que o projeto provavelmente apresentaria tanto para editais da Universidade, quanto da iniciativa privada.

Outro ponto interessante é o pressuposto de comunicação multimídia presente no projeto, que, a partir de analogias dos conceitos de interatividade na TV Digital (CROCOMO, 2007) e de convergência midiática (JENKINS, 2009), usou a internet e a infraestrutura disponível para reconhecer e incorporar esses conceitos ao projeto. Observam-se os resultados positivos pela grande repercussão que o projeto adquiriu na Faculdade de Comunicação, nas redes sociais do programa bem como no curso de Design da UEPA, onde a parceria se desdobrou, meses depois, em uma oficina sobre reaproveitamento e uso criativo de materiais.

---

<sup>29</sup> Mais informações em <<http://cadesignuepa.blogspot.com.br/>>

## REFERÊNCIAS

ARAGÓN Luis E. **Há futuro para o Desenvolvimento sustentável na Amazônia?** – Belém: NAEA, 2002.

BORCHARDT, Miriam et al . Considerações sobre ecodesign: um estudo de caso na indústria eletrônica automotiva. **Ambient. soc.**, Campinas, v. 11, n. 2, 2008 . Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-753X2008000200009&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-753X2008000200009&lng=en&nrm=iso). Acesso em 09 de Abril de 2012.

CROCOMO, F. A. **Tv Digital e Produção Interativa: A Comunidade Manda Notícias.** Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2007.

GALVÃO, Fabricio Scaff. **Publicidade e modelo de negócios na televisão digital interativa.** 2008. 128 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2008. Disponível em [http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos\\_Comunicacao/pdfs/fabricio\\_galvao.pdf](http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/fabricio_galvao.pdf) Acesso em 09 de março de 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - Síntese de Indicadores 2008.** Rio de Janeiro: IBGE, 2009. Disponível em [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2008/sintese\\_pnad2008.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2008/sintese_pnad2008.pdf) Acesso em 09 de março de 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação.** São Paulo: Aleph, 2009, 2ª Ed.

MOLETA Alex. **Criação de curta-metragem em vídeo digital: uma proposta para produções de baixo custo.** São Paulo: Sammus, 2009.

SOUZA, J. C. A. de. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira.** São Paulo: Summus, 2004.

STEINBRENNER, Rosane Albino. **Centralidade ambiental x invisibilidade urbana** (ou os novos “fantasmas” da Amazônia). In: Amazônia no Cenário Sul-Americano /Luís E. Aragón, José Aldemir de Oliveira (Orgs.) – Manaus: Editora da Universidade Federal do Amazonas, 2009.