

A relevância dos projetos de extensão na complementação da formação jornalística: a produção audiovisual do Programa Ade! ¹

Cássia Leticia Miranda RODRIGUES²
Paula Melani ROCHA³
Carlos Alberto de SOUZA⁴
Universidade Estadual de Ponta Grossa, PR

Resumo

O presente trabalho é resultado da reflexão sobre o papel do Programa Ade! na formação dos alunos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Criado em 2010, o programa está entre as opções de projetos de extensão oferecidas no Departamento de Jornalismo da UEPG, sendo o único voltado à produção audiovisual. O programa é exibido na TV Comunitária de Ponta Grossa (TV COM), pelo canal 17 da NET, e tem como principal preocupação fortalecer a produção de conteúdo local e regional, além de preparar estudantes de jornalismo para a rotina produtiva de televisão. A discussão teórica pauta-se em teorias do jornalismo, em especial, audiovisual. A metodologia envolve pesquisa documental e bibliográfica, além de uma análise quantitativa sobre a abrangência e temas pautados pelo programa.

Palavras-chave

Jornalismo; Jornalismo regional; Projeto de Extensão; Audiovisual

Abstract

The present paper is the result of reflection on the role of Program Ade! the training of students of journalism at the Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). The program, created in 2010, is among the options of extension projects offered in the Department of Journalism UEPG, being the only one facing the audiovisual production. The Ade! is displayed in the Community TV Ponta Grossa (COM TV), channel 17 by the NET, and its main concern strengthen the production of local and regional content, and prepare journalism students for productive routine television. The theoretical discussion is based on theories of journalism, in particular audiovisual. The methodology involves documental and bibliographic research, as well as a quantitative analysis of the scope and themes published by the program.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluna do 4º ano de Jornalismo da UEPG e bolsista do Projeto de Extensão Programa Ade!, email cale_rodrigues@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho e coordenadora do Projeto de Extensão Programa Ade!. Professora adjunta da graduação em Jornalismo da UEPG e da Pós-Graduação em Jornalismo. Professora colaboradora do Labjor (UNICAMP). email pmrocha@uepg.br

⁴ Orientador do trabalho e supervisor do Projeto de Extensão Programa Ade!. email carlossouza2013@hotmail.com

1. Apresentação

Para suprir uma necessidade de produção televisiva existente no curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, surge no segundo semestre de 2010, a partir de uma demanda dos alunos, o Programa Ade!, a princípio vinculado ao Projeto de Extensão Agência de Jornalismo. Em 2011 o projeto passa oficialmente a fazer parte dos projetos de extensão ofertados no curso de Jornalismo, como um projeto autônomo, inicialmente voltado aos alunos de terceiro e quarto anos, ou seja, àqueles que já tinham algum domínio técnico e teórico das ferramentas e conceitos necessários para produção televisiva.

A proposta editorial desde o início prevê um programa cultural regional, voltado ao público jovem. Tal proposta se reflete, inclusive, no nome do programa – Ade!, uma típica expressão ponta-grossense que indica dúvida, inquietação. No momento da criação, o programa tinha uma produção quinzenal veiculada na TV COM.

O projeto de 2014 prevê o tempo de produção para 20 minutos e trabalha com reportagens, vts mais longos, em média de cinco minutos cada, distribuídos pelos três blocos, trazendo o tema de forma contextualizada, com um número maior de entrevistas e captação externa. A proposta é proporcionar ao aluno um desenvolvimento mais profundo e plural do tema proposto.

Sobretudo, o Programa Ade!, através de seus integrantes procura nesses três anos o aperfeiçoamento em aspectos estruturais e de linguagem, buscando sempre experimentar e propor novas formas de entrevista, produção e edição. Por causa disso, no ano de 2014 mudanças substanciais foram necessárias ao programa. A principal delas diz respeito a forma de organização para produção, que hoje busca aproximar aspectos da nossa prática com a rotina produtiva de mercado. Os 17 alunos que fazem parte do projeto foram divididos em: produção, reportagem e edição. Cada equipe tem cerca de 10 dias de trabalho para a entrega de 3 vts de 5 minutos. Ou seja, além da mudança na lógica de produção, o produto final também sofreu alteração. Se antes o esforço era por matérias com aproximadamente 3 minutos, hoje o interesse é por produções de maior fôlego, mais bem elaboradas. Contudo, o tempo final do programa diminuiu para 20 minutos.

O crescimento e afirmação do Programa Ade! dentro da realidade acadêmica e comunitária de Ponta Grossa está refletida também no número de bolsistas que o programa dispõe. No grupo atual de 17 alunos envolvidos no projeto, cinco são bolsistas, ou seja,

praticamente 1/3 do grupo recebe incentivo para trabalhar no desenvolvimento e aperfeiçoamento do programa.

2. O programa Ade! e os conceitos e procedimentos desenvolvidos na formação do aluno

O jornalismo dialoga com a sociedade, assim, as transformações sociais das últimas décadas, final do século XX e início do século XXI repercutiram no exercício do jornalismo introduzindo novos suportes e gêneros jornalísticos, convergência de mídia, adaptação das novas tecnologias, configurando um novo modelo de jornalismo, o jornalismo pós-industrial. Para Sousa (2004) cabe às instituições de ensino a responsabilidade em formar um jornalista apto a atuar na sociedade digital e globalizada, com formação humanística e tecnológica suficiente para dominar as técnicas e os elementos envolvidos no processo comunicacional, realizando seu trabalho com ética e competência.

A academia, paulatinamente, vem buscando acompanhar esse movimento, tanto com reflexões teóricas como com atividades práticas. As propostas são testadas e debatidas no tripé ensino, pesquisa e extensão, obedecendo aos parâmetros estabelecidos pelos projetos pedagógicos que atendem as diretrizes curriculares sugeridas pelo MEC. No entanto, o compasso da academia não acompanha a velocidade das transformações e necessidades da sociedade e do mercado. Uma forma de sanar o espaço criado por esse descompasso é propor projetos de pesquisa e extensão nas graduações. Esse foi o procedimento adotado pelo o curso de Jornalismo da UEPG, que buscou fortalecer as atividades de extensão e criação de grupos de pesquisa, envolvendo os saberes teóricos e práticos que norteiam a epistemologia do jornalismo.

Nesse sentido, criou-se o programa Ade!. Como mencionado acima, o projeto aborda temas regionais e locais. O objetivo dessa proposta é mostrar ao aluno que na sociedade globalizada e ligada em rede, o local e o regional têm a sua importância e devem ser considerados pela comunicação e pelo jornalismo. Em consonância a essa tendência, o jornalismo introduziu uma nova configuração o hiperlocal, reiterando a importância das identidades no processo comunicacional, mesmo em uma sociedade em rede. Para Wolton (2006) a globalização da comunicação permitiu o fim da distância física, porém revelou a extensão das distâncias culturais. A tecnologia trouxe mudanças importantes para a comunicação e para os envolvidos nesse processo. O jornalista deve respeitar as diferenças culturais existentes entre receptores e mesmo entre os comunicadores e receptores, no

processo de comunicação, pois o meio ambiente não é uniforme, mesmo na sociedade globalizada. O jornalismo transmite também conhecimento e pela diversidade do receptor é importante se preocupar não só com o conteúdo universal, mas também o regional que deve ser divulgado. Instigar o aluno a perceber temas relevantes na cidade e na região e que merecem ser reportados é um dos conhecimentos que norteiam o jornalismo e que deve ser debatido e visto na academia.

A linha editorial do programa prima por cultura. Mas entende-se o conceito de cultura sob a perspectiva antropológica, a qual envolve as dimensões da linguagem, do simbolismo, do comportamento, da cognição, do espaço, do tempo, enfim, refere-se a uma complexidade de aspectos que incluem conhecimentos, arte, leis, costumes, comportamento e hábitos adquiridos pelo indivíduo enquanto membro de uma sociedade. Assim, há um leque muito amplo de assuntos que o Programa Ade! pode abordar relacionados direta ou indiretamente à nossa comunidade.

Outra característica do programa é o público alvo, definido como jovens, entre 16 a 24 anos, principalmente universitários. O desafio é justamente levar informação jornalística adequada e pertinente a esse perfil de público com linguagem audiovisual condizente. Isso repercute diretamente no modo de produção do programa, desde a concepção da pauta, seu encaminhamento, seleção de entrevistas, captação de imagens, preocupação com o texto e edição.

Todos os programas são postados no *Youtube* e, desde 2013, no *Facebook*. A veiculação nas redes sociais é importante não apenas na consolidação da etapa final, mas sinaliza também o cuidado presente em todo o processo de produção, pois direciona a linguagem utilizada, assim como o tempo de produção e edição dos vts e apresentação. Pensar todo esse processo é considerar as novas plataformas disponíveis ao jornalismo bem como os gêneros que as vislumbram. Os três aspectos que caracterizam o Programa Ade! - público alvo, cobertura local e regional e temas culturais - são determinantes em todo os passos que configuram seu processo de produção. Conhecer esses conceitos e como são trabalhados no jornalismo envolve um aprendizado teórico e prático junto aos alunos que integram o projeto.

Por se tratar do formato audiovisual e com conteúdo jornalístico, o programa exige um organograma específico com pauteiro/produtor, repórter, cinegrafista, editor de texto e de imagem e apresentador. Os 17 alunos que integram o projeto atuam nessas seis funções alternadamente. O objetivo é propiciar que cada um vivencia os cargos para testar o

conhecimento, capacidade e competências que eles demandam no processo produtivo. É uma forma de o aluno conhecer os saberes teóricos e práticos que envolvem o mundo do jornalismo em uma redação de um telejornal. Esta realidade faz com que o aluno se depare com as etapas de um trabalho de equipe. Fidalgo (2008, p.11) mostra que no ato do fazer também se desenvolve um saber, “a investigação pode nascer da própria prática e ser reclamada por ela”. O conhecimento também pode nascer do estudo da prática na busca de aprimorá-la ou conceituá-la. O autor argumenta sobre a importância da prática na aprendizagem do jornalismo, não apenas como um conjunto de técnicas mecânicas que reproduzem atividades passadas, mas como um “saber profissional” com dimensões reflexivas.

Um tipo de trabalho “técnico-intelectual”, que vai para além de uma mera lógica “técnico-instrumental” (CARIA, 2005 p.198). E isto por três motivos essenciais: (1) nesta ação profissional estão inscritos também “valores e orientações morais” que fazem com que os critérios de interação com “o outro” não sejam desvalorizados; (2) os conhecimentos mobilizados não são uma mera aplicação da ciência adquirida em educação formal prévia e, pelo contrário, obrigam a “operações sócio-cognitivas de recontextualização profissional do conhecimento”; e (3) a autonomia no contexto de trabalho implica o “desenvolvimento de uma reflexividade profissional própria” que saiba lidar com a incerteza e a singularidade das situações (FIDALGO, 2008, p.14).

A proposta é propiciar aos alunos a oportunidade de vivenciar a rotina produtiva de cada uma das funções para se deparar com suas especificidades e obrigações, com a ressalva de ser um programa mensal e não diário. A etapa de produção inicia com a reunião de pautas, na qual cada pauteiro deve apresentar duas sugestões. As ideias são debatidas e na reunião selecionam as pautas e as equipes que irão realizar. Em seguida cada pauteiro tem o prazo de uma semana para levantar os dados, possíveis entrevistados, sugestões de imagens e redigir a pauta. Deve-se lembrar que tratam-se de reportagens e não notícias, isso significa que as pautas devem ter informações e sugestões suficientes para compor cinco minutos de produção em cada vt, ou seja tem que contextualizar o tema e dar subsídios para que isso seja feito em linguagem audiovisual. Aqui busca-se reiterar a importância da imagem e dos dados no processo de apuração jornalística, especificidades da produção em audiovisual. As pautas são entregues para o chefe de reportagem que juntamente com o professor coordenador do projeto verificam se estão completas ou se falta algum tipo de informação. O encaminhamento, direcionamento da reportagem, também deve constar na pauta de forma clara. Normalmente ele é definido na reunião de pauta com a participação dos alunos envolvidos nas etapas de produção e reportagem.

Os repórteres têm uma semana para realizar a reportagem, junto com o repórter cinematográfico. Eles saem com a pauta em mãos, mas sem engessá-los, caso encontrem em campo, ou na rua, novos elementos, eles têm liberdade para alterar desde que consultem o chefe de reportagem e o editor responsável pelo vt que está produzindo. Todas as alterações também devem ser comunicadas ao editor e ao editor-chefe que repassam para os professores envolvidos no projeto. Após uma semana, o editor recebe o vt, com roteiro do repórter e a pauta. O editor tem uma semana para editar o material. Ele atua como editor de imagem e texto simultaneamente utiliza a ilha de edição da faculdade. Na edição, há também liberdade para inserir bg, som ambiente, arte gráfica, efeitos, tudo depende do estilo da reportagem. O objetivo é oferecer aos alunos a possibilidade de testar diferentes recursos que auxiliam na composição do vt, agregando informação e sem desconfigurar o conteúdo jornalístico.

Com os vts todos editados, o editor fechador apresenta para os professores envolvidos no projeto, os quais comentam os acertos, erros, à luz da teoria. Juntos pensam no fechamento do programa e nos blocos. Cabe ao editor fechador finalizar o programa, redigir as cabeças e agendar junto com o chefe de reportagem a gravação. Um professor acompanha a gravação. Após finalizado, o programa é entregue à TVCOM e disponibilizado nas redes. Durante o processo de produção e fechamento, os professores mantêm contato com os alunos orientando sobre os acertos, sugestões e erros.

A sistematização dessa rotina produtiva propicia aos integrantes maior dedicação, aprendizado e contato com cada função que um programa televisivo exige. Desta forma o acadêmico que está na função de pauteiro precisa ter um esforço em pensar matérias mais consistentes, pesquisar possíveis entrevistados, fazer uma pesquisa breve sobre o assunto e orientar a equipe de reportagem sobre como deve ser abordado o tema. Os repórteres necessitam cumprir o roteiro que lhes foi passado e em caso de dúvidas ou alternâncias, devem contatar a equipe da pauta e edição. A edição carece de conhecimento sobre as pautas que estão sendo filmadas e contato com a equipe de reportagem para que seja pensado como o conteúdo será produzido.

O interessante do organograma é a inclusão dos postos de chefia, envolvendo os alunos estagiários. Nas atividades de ensino, trabalhar os postos de chefia, suas competências e conhecimento ficam estaque da realidade. É na prática que se percebe a necessidade de pensar e tomar decisões e, embora, deva partir de uma situação já elaborada, os empvistos fazem parte da gênese do jornalismo e cabe ao futuro profissional encarar

essas situações com “certa normalidade”. O Programa Ade!, nesse sentido, também corrobora para essa cultura profissional.

Existem elementos estruturais no sistema hierárquico dentro da sala de redação, como é indicado pela sua disposição. A função determina alguns lugares, mas aos olhos do iniciado, as linhas gerais do sistema hierárquico se destacam com a mesma nitidez de um lema de bandeira. (DARNTON, 2010 p. 72).

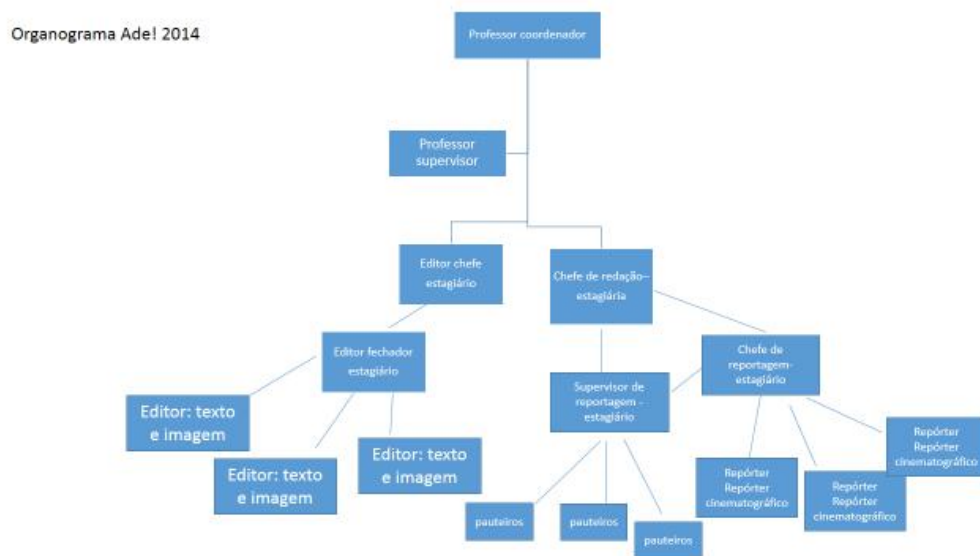


Figura 1: Organograma utilizado pela equipe a partir de 2014

Cada etapa de produção de um programa discute os conceitos de noticiabilidade, rotina produtiva, conhecimento jornalístico, procedimentos de apuração, fontes, técnicas de filmagem, processos de edição, linguagem adequada para o audiovisual, a importância do trabalho de equipe, conceitos esses que perpassam as discussões em sala de aula e projetos laboratoriais. No entanto, no curso de Jornalismo da UEPG, o Programa Ade! inovou em oferecer esse debate em parceria com uma produção audiovisual com periodicidade mensal.

É válido também destacar que o projeto oferece liberdade para mesclar modelos, implantar quadros e, posteriormente, retirá-los, abordar temas invisíveis à mídia hegemônica e, quando pertinente ao público alvo e proposta do programa, realizar entrevistas longas. Assim, é um espaço que o aluno pode ousar, sugerir propostas, desde que não fira os princípios do jornalismo.

3. Prática do olhar para o local e regional

Ao falar sobre qualquer questão de regionalidade na mídia é necessário considerar que a questão territorial geográfica não é determinante para dizer o que é local e regional. Segundo Peruzzo (2005, p.4), “para lá das dimensões geográficas surge um novo território, que pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação etc”. Por essa caracterização, “a mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região” (PERUZZO, 2005, p.5).

O mundo está, certamente, interconectado, mas não, necessariamente, integrado. É indubitável a existência de um sistema mundial de comunicação (Internet, satélites, computadores, cabos ópticos, telefone celular) que propicia o contato entre lugares distantes do planeta. Mas não devemos esquecer que a noção de conexão é de natureza técnica. Sua materialidade não garante a integração entre as pessoas, ela não gera uma “consciência coletiva global”. A realidade de uma rede eletrônica não é a mesma de uma rede de relações sociais, muito menos de uma “comunidade global”. Pelo contrário, em muitos casos ela distancia os grupos sociais ao potencializar os laços identitários (ORTIZ, 2009, p.247).

Pensar na identidade cultural de um povo passa muitas vezes pela forma como este povo é representado pela mídia. Nesse sentido, a mídia regional assume responsabilidade no sentido de reforçar a identidade cultural local.

Enquanto instituições sociais, os meios de comunicação exercem o poder simbólico e, por meio dele, participam do processo de socialização ao contribuir com a aquisição de cultura, informação e conhecimento. O resultado produzido pela mídia: estabelecimento de um sentido social imediato. Dessa forma, entende-se que a notícia contribui para a construção de novas realidades. No caso da imprensa regional, esta colabora para a representação de realidades locais, da comunidade. Os novos referentes, portanto, podem estar relacionados à cultura, à sociedade e à política (RIBEIRO, 2005, p. 20).

Olhar para o local é privilegiar a proximidade com o público e as questões que o rodeiam, com isso garantir uma maior identificação entre produção midiática e espectadores. Tereza Teixeira (*apud* Cabral 2006, p.1) afirma que uma emissora local permite à comunidade uma intercomunicação e auto identificação ao noticiar assuntos coerentes e adequados às necessidades e interesses dessa comunidade, como também estimula a formação de consciências críticas e revaloriza a cultura local. Ela promove uma familiaridade com o público, permitindo que o mesmo se veja e se sinta representado.

Sobretudo, em uma realidade social globalizada, em que o jornalismo passa por crises e reconfigurações, apropriar-se da regionalidade para ensino, aprendizagem e prática

do jornalismo mostra-se uma saída estratégica para a sobrevivência e fortalecimento do jornalismo regional.

4. Análise dos programas

A análise levou em consideração o conteúdo das matérias jornalísticas no Programa Ade!. Foram avaliadas as edições presentes entre abril de 2013 e julho de 2014, período em que o programa foi postado regularmente na internet, somando um total de 62 matérias divididas entre 12 programas. A análise levou em consideração a abrangência das pautas e o tema.

Um diagnóstico da abrangência das pautas do Programa Ade! pode ser feito a partir da definição das seguintes categorias de pautas: local, quando a matéria fala sobre Ponta Grossa; regional, quando se refere a alguma cidade vizinha; global, quando não há referência a qualquer local; global/local e global/regional, quando pautas de grande abrangências são trazidas para o contexto da cidade ou região.

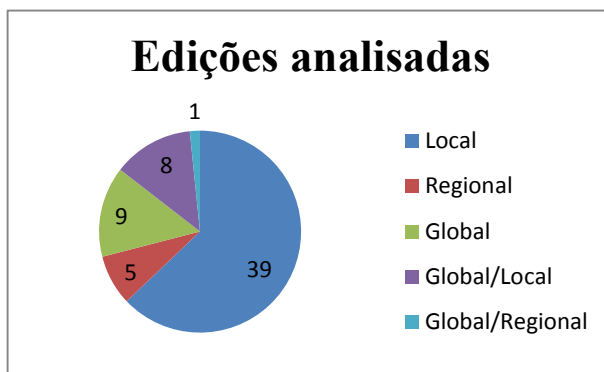


Gráfico 1: análise da abrangência 62 matérias veiculadas em 12 programas entre abril de 2013 e julho de 2014

Desse modo, pode-se reafirmar o foco no local/regional como característica preponderante da linha editorial do Programa Ade!. Expõem-se brevemente alguns dos resultados mais significativos. 62,9% das matérias produzidas nesse período têm a cidade

de Ponta Grossa e a região como eixo. Contudo, matérias com caráter global ainda ocupam grande espaço na programação, 14,5%. Vale também considerar o esforço de trazer para o cenário local e regional pautas sem definição territorial, globais. Essa tentativa se reflete em 12,9% e 1,6%, respectivamente.

Para lançar olhar sobre os temas pautados no programa, 15 categorias temáticas foram criadas: cidade; literatura; esporte; arte, música; tecnologia; saúde; gastronomia; educação; dança; intercâmbio; feira; economia e trabalho.



Gráfico 2: análise da temática 62 matérias veiculadas em 12 programas entre abril de 2013 e julho de 2014

Das 62 matérias analisadas, 37 possuem apelo cultural. Tendo consciência de toda a complexidade de definição que permeia o conceito cultura, e de todas as questões multidissiplinares evocadas pelo termo, entendemos aqui como cultural as seguintes categorias: literatura, esporte, arte, música, gastronomia, intercâmbio, feira, dança e copa do mundo. A forte presença dessas categorias reintera a ideia de que o Ade! é um programa de viés cultural. Portanto, em 59,6% das matérias analisadas há a preocupação em olhar a cidade e região por aspectos culturais.

5. Considerações finais

Com a aprovação das novas Diretrizes Curriculares para os Cursos de Jornalismo, em setembro de 2013, os cursos de Jornalismo do país estão elaborando novos projetos pedagógicos e grades curriculares. O curso da UEPG também vem passando por essa reestruturação. Os projetos de extensão assim como os de pesquisa auxiliaram nesse procedimento. Os debates assim como as experiências ofereceram subsídios ao corpo docente para pensar novas disciplinas, a disponibilização na grade curricular, a importância em inserir disciplinas práticas em audiovisual nos primeiros anos do curso, testar novos formatos e gêneros, enfim, possibilitou amadurecer ideias e implantá-las com maior segurança de suas eficiências na formação do profissional jornalista.

No entanto, a sociedade é dinâmica, assim como o jornalismo, as transformações são contínuas e a academia demanda um tempo maior para incorporá-las. Se por um lado, os projetos de extensão também funcionam como laboratórios para arriscar as inovações do jornalismo e debater os acertos e erros, por outro, os grupos de pesquisa fomentam novos conhecimentos e indagações. Juntos buscam oferecer subsídios para os saberes necessários na formação do profissional.

As recentes reconfigurações da indústria jornalística, por sua vez, vêm alterando o modo como as mais variadas formas de imprensa atuam na sociedade. Ao tentar acompanhar essas reconfigurações no meio acadêmico, pode-se também alinhar a prática do mercado com o aprendizado nas escolas de jornalismo, procurando assim, valer-se de técnicas, debates, pressupostos e fórmulas que contribuam para o entendimento da atuação e da sobrevivência da mídia na sociedade, respeitando os princípios do jornalismo. Olhar para o cenário regional, neste sentido, parece essencial.

Referências

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução**. São Paulo : Companhia das Letras, 2010.

FIDALGO, Joaquim. **Jornalistas e saberes profissionais**. I Colóquio Brasil-Portugal de Ciências da Comunicação - XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008.

ORTIZ, Renato. Globalização: notas sobre um debate. In **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 231-254, jan./abr. 2009.

PERUZZO, C. M. K. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendência**. In: Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n.43, p. 67-84, 2005.

SOUSA, J. P. **Desafios do ensino universitário do jornalismo ao nível da graduação no início do século XXI**. Porto: LabCom. 2004.

RIBEIRO, J. C.. Jornalismo regional e construção da cidadania: o caso da Folha da Região de Araçatuba. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2005.

TEIXEIRA, T. P. S.. **Todas as vozes**: diferentes abordagens para um conceito de rádio local. 1999. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 1999.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo, Paulus, 2006.