



## Mídia em Ação<sup>1</sup>

Thilla Bonano Di Gregório BONFANTI<sup>2</sup>  
Marcela Macedo de MACEDO<sup>3</sup>  
Luana Procópio VIEIRA<sup>4</sup>  
Rodrigo Palmieri de SOUZA<sup>5</sup>  
Raquel Cristina Pellegrini de ALMEIDA<sup>6</sup>  
Centro Universitário Monte Serrat, Santos, SP

### RESUMO

“Mídia em ação” é um programa de TV que aborda a responsabilidade social em todas as suas formas. Sua finalidade é envolver os estudantes de Comunicação, através de sua própria visão de mundo, em discussões sobre a realidade em que vivemos. O programa tem um tema novo a cada edição, que é definido através das peças publicitárias sobre alguma causa social, enviadas pelos alunos através do site do programa. É justamente aguçando a percepção deles para os problemas existentes no mundo, que se criam ações transformadoras.

PALAVRAS-CHAVE: responsabilidade social; programa de televisão; mídia, ação social.

### INTRODUÇÃO

É necessário tentar conceituar Responsabilidade Social para entender como pode ser aplicada.

Responsabilidade designa a qualidade do ser responsável, isto é, que responde pelos seus atos ou pelos de outros indivíduos, ou simplesmente de cumprir seus deveres

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria A Audiovisual, modalidade processo, como representante da Região Sudeste.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Rádio e TV do Centro Universitário Monte Serrat, email: thillabonano@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Rádio e TV do Centro Universitário Monte Serrat, email: ceceh.mac@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Rádio e TV do Centro Universitário Monte Serrat, email: luanapv@ig.com.br.

<sup>5</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Rádio e TV do Centro Universitário Monte Serrat, email: r\_palmieri@hotmail.com

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV do Centro Universitário Monte Serrat, email: raquelpellegrini@gmail.com.



e obrigações. Dessa forma, a responsabilidade social diz respeito ao cumprimento dos deveres e obrigações dos indivíduos para com a sociedade em geral.<sup>7</sup>

Responsabilidade Social é a responsabilidade assumida diante da sociedade, em relação à geração de empregos, a pagamento de salários dignos, à arrecadação correta da carga tributária, ao aumento da qualidade de vida, à assimilação e transferência de tecnologia, ou a qualquer outro fator que possa agregar benefício para a gestão e para a sociedade. (ZARPELON, 2006, p.8)

A Responsabilidade social busca estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva. Sua ética social é concentrada no dever cívico[...] As ações de Responsabilidade social são extensivas a todos os que participam da vida em sociedade – indivíduos, governo, empresa, grupos sociais, movimentos sociais, igreja, partidos políticos e outras instituições. A Responsabilidade social é “ação transformadora” , uma nova forma de inserção social e uma intervenção direta em busca da solução de problemas sociais ( MELO NETO & FROES, 2001b, p. 27).

Um ponto importante a se ressaltar é que a Responsabilidade Social tem em foco as pessoas, não é de interesse individual ou da minoria, faz parte dos interesses coletivos.

A Responsabilidade Social pode ser praticada por qualquer indivíduo de diversas formas, mas para isso ela deve ser compreendida. É importante para o indivíduo conhecer conceitos de cidadania, respeito ao próximo, visão do bem comum, entre outros quesitos. Assim é possível se reconhecer ativamente como membro da sociedade. Esse aprendizado pode ser denominado como Educação Social, que tem como base a família, a escola e as organizações<sup>8</sup>.

Entre as diversas ações existentes para praticar a Responsabilidade Social, um indivíduo ou organização pode optar pela caridade, ação social e projeto social.

A caridade se caracteriza como um ato impulsionado pelo sentimento de querer ajudar o próximo. Não é utilizado metodologias ou planejamento, apenas uma vontade

---

<sup>7</sup> Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Responsabilidade\\_social](http://pt.wikipedia.org/wiki/Responsabilidade_social) - acesso em: 10 de nov. 2007

<sup>8</sup> ZARPELON, M. I. Gestão e Responsabilidade Social: NBR 16.001/A.S 8.000: Implantação e prática. Rio de Janeiro – RJ: Qualitymark, 2006. 144 p.



de querer auxiliar os necessitados. Já a ação social, abrange pequenas e grandes doações a pessoas e instituições com uso de planejamento de recursos; é uma atividade desenvolvida pelo voluntariado. E o projeto social trata-se de um planejamento bem estruturado de recursos distribuídos em uma ou mais ações sociais<sup>9</sup>. “Através do aprimoramento as Ciências Sociais, bem como dos projetos sociais, estes se tornam catalisadores diretos na minimização dos fenômenos da marginalidade e da violência” (ZARPELON, 2006, p.8)

## 2 OBJETIVO

O objetivo deste programa não é solucionar os problemas existentes no mundo. A intenção é aguçar a percepção dos alunos sobre eles, já que perto ou distante, concretamente fazem parte da realidade de toda a sociedade. Por esses problemas interferimos e sofremos, muitas vezes sem sequer refletir conscientemente sobre suas causas e conseqüências. Despertando uma visão crítica do mundo, os estudantes criam mais possibilidades de ações transformadoras.

## 3 JUSTIFICATIVA

A necessidade de elaborar um programa com esta proposta surgiu após a vivência e experiência do grupo em atividades curriculares durante os três primeiros anos do curso de Rádio e TV. Nesse período, foi observada uma enorme carência em projetos que estimulem os estudantes a se envolverem e se comprometerem com causas relacionadas à responsabilidade social.

Muitas empresas atuam no mercado de maneira socialmente responsável, com campanhas que agregam valores às suas ações no mercado. A consciência social deve ser um compromisso de todas as áreas profissionais, inclusive a do Comunicador.

Por isso, o público-alvo escolhido para o programa são os estudantes universitários e principalmente, os de Comunicação. Além deles, os profissionais das diversas áreas que envolvem a responsabilidade social, e a própria sociedade.

---

<sup>9</sup> ZARPELON, M. I. Gestão e Responsabilidade Social: NBR 16.001/A.S 8.000: implantação e prática. Rio de Janeiro – RJ: Qualitymark, 2006. 144 p. Ibid, p. 20



## 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

### 4.1 Linguagem do Programa

#### 4.1.1 Enquadramentos

No estúdio, são utilizadas quatro câmeras: duas para os convidados, uma para a apresentadora e uma geral, mostrando todos os participantes, a apresentadora e o cenário. Dessa maneira, consegue-se captar todas as reações e não há perda de falas importantes dos convidados.

Nas matérias externas, são predominantes os planos médios. Pode-se também fazer o uso de planos mais abertos, para melhor ambientação.

#### 4.1.2 Iluminação

A iluminação dos convidados é feita basicamente com três set lights rebatidos, que dá uma uniformidade na luz de primeiro plano. Para o contra luz, foi usado um para os 3 alunos, outro para as 2 convidadas e um terceiro para a apresentadora.

O cenário também foi destacado na iluminação. Foram colocados dois refletores PAR no vão entre as tapadeiras do lado direito, para dar um efeito vazado aos círculos. As poltronas e pufes ganharam uma iluminação especial. Para eles, foram colocados refletores rentes ao chão com gelatinas âmbar.

### 4.2 Identidade Visual

#### 4.2.1 Cores

As cores laranja e azul foram utilizadas predominantemente para compor toda a identidade visual do programa. As cores se dividem em duas categorias: básicas e complementares. O primeiro grupo é formado pelo vermelho, amarelo e azul. O segundo, por verde, violeta e laranja. As cores complementares tem função muito importante na publicidade. Na justaposição das cores básicas com as complementares, o azul e o laranja se complementam por oposição. (FARINA, 2000, p.83)

#### 4.2.2 Logotipo

O Logotipo do programa é formado por um círculo sólido laranja, com o desenho da borda de uma televisão na cor branca e o nome do programa ao lado na cor



azul. “*Alguns dos sistemas de representação das cores, como círculos e sólidos de cor, são particularmente úteis para a aplicação conceitual e utilitária das regras de harmonia*” (GUIMARÃES, 2002, p.76). O círculo é uma representação do mundo, e a televisão representa o meio utilizado para as discussões sobre a responsabilidade social.

#### 4.2.3 Cenário

A criação do cenário é uma etapa muito importante na produção de um programa. Segundo José Dias, a cenografia é a composição resultante de um conjunto de cores, luz, forma, linhas e volumes, equilibrados e harmônicos em seu todo, e que criam movimentos e contrastes<sup>10</sup>.

Após criado o conceito do cenário, foi elaborada uma maquete em madeira. Para Valter Bonasio (2002, p. 324), “maquetes são muito úteis pois elas mostram a verdadeira profundidade do cenário, algo que mesmo o rascunho não pode fazer”.

O cenário do “Mídia em Ação” é formado por quatro grandes tapadeiras<sup>11</sup> de madeira: uma central, duas laterais e uma atrás da lateral direita. As tapadeiras laterais são como um “espelho”. Do lado esquerdo, foram pintadas de azul, com aplicações dos círculos sólidos em alto relevo na cor laranja. Do lado direito, os círculos foram recortados na própria madeira, ficando “vazados”. Dessa forma, uma outra tapadeira na cor laranja foi usada para dar profundidade aos círculos vazados.

A tapadeira central foi pintada de azul, com o logotipo do programa pintado no centro. Foi recortada também a borda da televisão, para a colocação de uma tela de Chroma.

A responsabilidade social foi aplicada também no cenário. Os pufes utilizados como assentos para os convidados e a poltrona da apresentadora são feitos de garrafas pet reaproveitadas. Eles foram produzidos pela ONG Cooperilha<sup>12</sup>, uma cooperativa de reciclagem formada por mulheres artesãs da comunidade de Santa Cruz dos Navegantes, de Guarujá.

---

<sup>10</sup> Dias, José. A importância da cenografia. Disponível em:  
(<http://www.unirio.br/opercevejoonline/7/artigos/1/artigo1.htm> - acesso em 05 de nov. 2007)

<sup>11</sup> Tapadeiras: Placas de madeira que são utilizadas para compor o cenário. Podem ser pintadas ou revestidas com tecido, plástico, ou outra forma de textura. Fonte:  
<http://www.tvebrasil.com.br/oficinatvedemidia/2004/glossario/t.asp> acesso em: 05 de nov. 2007

<sup>12</sup> <http://www.cooperilha.blogspot.com>



#### 4.3 Ferramenta de Divulgação - Site

A Internet foi a principal ferramenta escolhida para a divulgação do programa. Segundo uma pesquisa feita nos Estados Unidos, realizada pelo Ibope/Netratings, o Brasil ultrapassou a marca de 20 milhões de usuários residenciais ativos. Considerando os acessos em outros ambientes, como trabalho e *cybercafés*, o número aumenta para 36,9 milhões de usuários. A média de navegação em setembro de 2007 foi de 22 horas mensais por pessoa<sup>13</sup>.

O site foi criado e elaborado em parceria com alunos do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Monte Serrat - UNIMONTE. Na página, está disponível todo o conteúdo do programa e a ficha de inscrição da peça publicitária. É destacada também a importância da participação dos estudantes.

#### 4.4 Espelho do programa

Tempo total do programa: 30 minutos

Tempo de arte: 26 minutos

Nº de breaks: 2 (dois)

Tempos dos breaks: 2 minutos cada

##### 1º BLOCO

VH Abertura

Cabeça abertura apresentadora

Apresentação dos alunos convidados

Chama VT Introdução ao tema do dia

RODA VT - Introdução ao tema

Entrevista com alunos sobre o tema escolhido e curiosidades das gravações

Chama Break

VH Passagem

##### 2º BLOCO

VH Passagem

---

<sup>13</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL165828-6174,00.html> - acesso em 08 de nov. 2007.



Apresentadora chama as outras duas convidadas

Chama VT Fala Povo

RODA VT - Fala Povo

Desenvolvimento da discussão sobre desigualdade social no Brasil

Chama Break

VH Passagem

### 3° BLOCO

VH Passagem

Apresentadora chama VT Oficinas Querô

RODA VT - Oficinas Querô

Comentários sobre o VT

Apresentadora agradece a participação dos convidados

Encerra o programa chamando a peça desenvolvida pelos estudantes

RODA VT - Peça

VH Encerramento

### 4.5 Edição

Edição é o processo de colocar as imagens na ordem estabelecida pelo roteiro. O software utilizado para a edição do programa foi o Adobe Premiere. Os cortes secos deram agilidade ao programa. Porém, deve-se ressaltar que o conteúdo dito pelos convidados foi determinante no tempo dos cortes.

Na peça dos estudantes, a montagem foi trabalhada como um curta-metragem. Utilizou-se a fusão e recursos como o *slow motion* para chegar ao tom dramático desejado.

### 4.6 Trilhas

As trilhas utilizadas como BG (back ground) tem batidas eletrônicas, estilo de música que é popular entre os jovens. Todas são trilhas “brancas” (nomenclatura usada para designar músicas de domínio público), por conta de liberações de direitos autorais. Já na peça produzida pelos alunos, a trilha é uma peça-chave. Ela dá o apoio à imagem, ajudando a transmitir as emoções das cenas.



#### 4.7 Vinhetas

As vinhetas do “Mídia em Ação” acompanham toda a identidade visual já criada na divulgação programa. Os círculos sólidos foram bastante utilizados, nas cores azul e laranja. Misturados a eles, fotos que exemplificam alguns dos possíveis temas de discussão no programa. A vinheta de abertura e a de encerramento tem 15 segundos. Já as vinhetas de passagem, tem 5 segundos.

#### 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O programa “Mídia em Ação” tem um tema novo a cada edição. A veiculação é semanal, com duração de 30 minutos, em uma emissora de TV educativa. Os temas são definidos através dos roteiros de peças publicitárias de 30 ou 60 segundos enviados pelos estudantes através do site<sup>14</sup> do programa.

A cada semana, a produção seleciona um roteiro e disponibiliza todo o suporte técnico necessário para que os próprios estudantes executem a idéia. Estes alunos também serão os convidados do programa. São exibidos também o *making of*<sup>15</sup> da produção da peça e matérias relacionadas ao assunto da edição.

O produto audiovisual produzido pelos estudantes é veiculado no final do programa, e também durante uma semana na emissora que transmite o “Mídia em Ação”, em inserções rotativas durante a programação. Além disso, a peça fica disponível no site do programa durante 3 meses.

O programa tem 26 minutos de arte e 4 minutos para comercialização. O tempo de arte é dividido em três blocos. O primeiro bloco é dedicado aos estudantes. Eles falam sobre todo o processo do produto audiovisual produzido por eles. Desde a concepção da idéia, as dificuldades e curiosidades da produção, até o aprendizado adquirido com esta experiência.

---

<sup>14</sup> <http://www.midiaemacao.com.br>

<sup>15</sup> Making of: Nos meios de produção em geral, é um jargão para um documentário de bastidores que registra o processo de produção, realização e repercussão de um produto audiovisual. – Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Making\\_of](http://pt.wikipedia.org/wiki/Making_of) - acesso em 29 de set. 2007



O segundo bloco conta com a participação de mais dois convidados, que tenham de alguma forma, uma relação com o assunto do dia. É a partir daí que a discussão sobre o tema começa. São utilizadas também, matérias externas para melhor ilustrar o assunto.

O terceiro bloco é a finalização da discussão. Os convidados fazem suas considerações finais e concluem a discussão. E então, a peça produzida pelos alunos é exibida, encerrando o programa.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho é um incentivo aos estudantes, para que através de suas idéias, eles se tornem agentes multiplicadores da responsabilidade social. Durante todo o curso, eles devem ser estimulados a criar uma visão crítica da sociedade em que vivemos, para então começarem a agir, de alguma forma, para mudar.

Acreditamos que é o programa “Mídia em ação” é uma iniciativa inovadora, pois trata da responsabilidade social de maneira simples, com uma linguagem jovem.

Para os estudantes, é uma grande porta para o mercado de trabalho. Através do programa, eles ganham visibilidade, mostrando seu talento na televisão.

O grupo espera com esse trabalho, que a responsabilidade social ganhe mais espaço nas grades curriculares das Universidades.

## REFERÊNCIAS

BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção e Direção*. Belo Horizonte: Ed. Leitura, 2002. 408 p.

DANIEL FILHO,. *O circo eletrônico: Fazendo TV no Brasil*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003. 359 p.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2002. 160 p.

FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2000. 223 p.



GUIMARÃES, Luciano. As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003. 210 p.

MARTINS, S. J. de. Exclusão social e a nova desigualdade. 3. São Paulo, SP: Paulus, 1997. 98 p.

ZARPELON, M. I. Gestão e Responsabilidade Social: NBR 16.001/A.S 8.000: implantação e prática. Rio de Janeiro – RJ: Qualitymark, 2006. 144 p.

POCHMANN, M. O país dos desiguais. *Le Monde Diplomatique*, São Paulo – SP, n. 3, p. 16 – 18, out. 2007.

BIALSKI, S. Responsabilidade Social: um brado que ecoa. Disponível em: <http://www.comtexto.com.br/convicomartigosergiobialskiresponsocial.htm> - acesso em: 11 de nov. 2007

TOMAZI, D. N. (coord.). Iniciação à Sociologia. São Paulo, SP: Atual, 1993. 131p. <http://www.geocities.com/philosophiaonline/800x600/pensadores/rousseau.htm> - acesso em 06 de novembro 2007

Dias, José. A importância da cenografia. Disponível em: <http://www.unirio.br/opercevejoonline/7/artigos/1/artigo1.htm> - acesso em 05 de novembro