



O Cineclube Carcará e a Modernidade: o Blog Como Ferramenta de Aproximação com o Público¹

Rodrigo Castro Forte CARDOSO²
Gustavo Fernandes Paravizo MIRA³
Thiago Alves da SILVA⁴
Carlos Frederico de Brito D'ANDREA⁵
Universidade Federal de Viçosa, MG

RESUMO

O Cineclube Carcará se configura na atualidade como um dos poucos espaços de difusão de conteúdo cinematográfico alternativo na Zona da Mata. O blog do Carcará, criado em 2008 e reformulado como resultado da disciplina Preparação e Revisão de Originais (Multimídia), é o seu principal canal de comunicação. A proposta é analisar os resultados desta reformulação e dos resultados obtidos com esta experiência.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; comunicação; modernidade.

INTRODUÇÃO

Fundado em 1969 por estudantes da Universidade Federal de Viçosa, o Cineclube Carcará é um dos pontos de cultura mais ativos na cidade. Além de fornecer o suporte necessário a professores, grupos culturais, entre outras entidades que desejam usar o cinema como instrumento ensino, aprendizagem, reflexão e lazer em geral, etc.

Ao longo do tempo, configurou-se como uma alternativa ao circuito comercial exibindo filmes de estéticas e conteúdos variados, relacionados às conjunturas políticas, artísticas e ideológicas de diversos períodos.

A intensa atividade desenvolvida durante os últimos anos fez com que os membros do cineclube desenvolvessem canais de comunicação com o seu público. Daí a criação de um espaço de comunicação de caráter mais centralizado, que resultou no surgimento do blog do Cineclube (<http://cinecarcara.blogspot.com>), com o intuito de informar e discutir os 5 filmes semanais, exibidos em dois horários diferentes, praticamente todos os dias.

Criado em 2008 pelo aluno e ex-membro do Carcará, Thiago Oliveira de Araújo, o blog passou por uma reformulação tanto em seu design quanto em seu conteúdo em 2010,

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Site jornalístico – revista digital, jornal online etc.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social Jornalismo email: rodrigo.cardoso@ufv.br.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social Jornalismo. Email: gustavoparavizo@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social Jornalismo Email: thiago.cebs@yahoo.com.br.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social Jornalismo. Email: carlos.dandrea@ufv.br.



como atividade da disciplina de Preparação e Revisão de Originais (Multimídia), ministrada pelo professor Carlos Frederico de Brito D'Andréa.

Além de publicar análises sobre os filmes e mostras organizadas pelo Cineclube Carcará, o blog é utilizado como um canal que visa estreitar os laços com o público que frequenta o cinema. Para isso, várias ferramentas da internet funcionam em conjunto com o blog, divulgando a programação, anunciando novidades sobre o cineclube e o cinema em geral, avisando sobre cancelamentos de sessões, entre outras ações.

2 OBJETIVO

Com a utilização de ferramentas digitais contidas nas redes de relacionamento, microblogs e aplicativos de suporte a conteúdo multimídia, o blog objetiva divulgar as suas atividades entre o público de Viçosa, além de consolidar o espaço do cinema onde funciona como um ponto de cultura na cidade, através de circuitos de exibições cinematográficas diferenciadas, que fogem aos interesses do cinema comercial.

3 JUSTIFICATIVA

A iniciativa de criação e potencialização do blog enquanto canal de comunicação entre o cineclube e o seu público, atende a uma necessidade crescente do Carcará, intimamente ligada ao interesse em gerenciar espaços para a discussão e a difusão de conteúdo através do cinema.

Enquanto arte e produto, o cinema, que recorta e reflete a realidade, demanda esse tipo de espaço para produzir uma compreensão mais ampla das obras produzidas.

Desse modo, a utilização de aplicativos, suportes e ferramentas advindos das evoluções tecnológicas no meio digital, possibilitam uma significativa exploração de assuntos pautados pelo cinema.

A Zona da Mata mineira é uma região muito carente em alternativas de difusão de conteúdo cinematográfico. Poucas são as salas de exibição no circuito comercial que estão concentradas especialmente nos grandes centros urbanos e seus shopping centers.

Cidades pequenas e médias têm grande dificuldade em oferecer aos seus habitantes essas alternativas. A existência do espaço de exibição do Cineclube Carcará em Viçosa, embora frequentada prioritariamente por estudantes, é algo inovador no sentido de ser um espaço que oferece muito mais do que é oferecido comercialmente.

Como nos últimos anos as atividades do Cineclube cresceram, principalmente quanto a demanda pelo espaço – organizações como a Assessoria dos Movimentos Sociais,



Aliança Bíblica Universitária, Centros e Diretórios Acadêmicos e outros -, e mesmo pelo número de mostras e espectadores, o blog aparece como uma iniciativa de aproximação com um determinado grupo, em um espaço geográfico delimitado e influenciado pelo ambiente acadêmico. (ZAGO, 2008)

A funcionalidade do blog, então, pode ser concentrada na canalização das atividades, principalmente quanto à produção de conteúdo e espaço de discussão, além de agregar informações mais básicas como os horários e nomes dos filmes e suas respectivas mostras.

Tais elementos ampliam a relação com aqueles que acompanham e participam assiduamente da programação opinando, discutindo e refletindo, não apenas sobre as questões relativas a cinema, mas aos diversos temas que são colocados em evidência.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para criação do blog, foi utilizado o sistema Blogger, do Google, por facilitar o trabalho dos responsáveis pela atualização do blog e permitir, considerando-se ser um sistema gratuito e que já está pronto, personalização dos elementos gráficos da página, além da criação de páginas, enquetes, apresentações de slides, etc.

As postagens, então, são feitas de dois modos: a) se o filme foi assistido, busca-se informações em outros sites, além de outras análises de sites referenciais de crítica cinematográfica, e cria-se uma nova análise baseada no ponto de vista do autor da postagem; b) se o filme não foi assistido, cria-se uma espécie de guia ao espectador, em que ele pode encontrar links relevantes sobre o filme em questão.

Para divulgar o blog e suas atividades utilizou-se o Twitter e o Facebook. No caso do primeiro, além de pulverizar o nome blog, promove-se a propagação de notícias de sites e de twitteiros de referência na área de cinema, bem como de questões ligadas ao cineclubismo, leis de direitos autorais, leis de incentivo à cultura, etc.

O Facebook, por sua vez, tem funcionado apenas como divulgador das ações do Carcará e agregado usuários, que tem a opção de fazer o download dos cartazes produzidos semanalmente.

Algumas ferramentas já eram utilizadas pelo blog antes da reformulação: o grupo de e-mail do Google, e o canal de vídeos no Youtube, além da comunidade no Orkut. O grupo de e-mail é usado principalmente para divulgar a programação do mês inteiro, e é sempre atualizado no mês anterior.

O canal de vídeos no Youtube agrega trailers de filmes exibidos ou que serão exibidos no Cine Carcará, bem como entrevistas com diretores consagrados, vídeos que tenham como temática o cinema em si ou que tenham ligação com os objetivos do Cineclube. Recentemente, foram adicionados trechos de filmes e trailers usados pelo projeto CarcaráLAB, um grupo de discussão que se reúne aos sábados antes das sessões e discute temas relacionados a cinema.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A análise do blog será dividida em duas partes apenas para que a explicação se torne mais clara. É preciso salientar, contudo, que o blog só funciona se considerada a interação entre o design gráfico e o conteúdo do mesmo. Em sua reformulação, tanto a parte gráfica quanto a de conteúdo passaram por alterações perceptíveis.

No design gráfico manteve-se a identidade visual do Cineclube Carcará e a agenda com os eventos marcados, no topo da página, a identidade visual à esquerda e a agenda à sua direita. O fundo branco fosco foi utilizado para evitar uma leitura cansativa e com muito contraste, o que atrapalha a visualização do leitor.

A arquitetura da página possui uma coluna central, mais larga que as demais, em que estão localizadas as postagens. De cada lado desta coluna central estão duas outras colunas, mais finas, que abrigam os diversos elementos da página, com o objetivo de equilibrar a página.

Na coluna da esquerda, há uma apresentação de slides com os cartazes confeccionados pelo Carcará para divulgação das mostras, uma caixa de pesquisa, marcadores das postagens e as listas de links de blogs e sites relacionados ao conteúdo do Carcará;

A coluna localizada a direita agrega os botões dos canais de comunicação com o Carcará (RSS, Facebook, Twitter e Youtube), a lista de seguidores, o arquivo e, por ventura, outras ferramentas utilizadas, como enquetes, que ocupam provisoriamente o topo desta coluna, acima dos botões de relacionamento.

Entre o cabeçalho e as colunas há uma linha dedicada às páginas do blog. Nestas estão os formulários de agendamento do espaço de mostras demandas por pessoas de fora do Cineclube e pedidos de encomenda de camisetas. Também há a explicação sobre as mostras, uma espécie de editorial sobre o que é o Cineclube Carcará, a página de contato e a página principal.



O conteúdo também foi repensado para responder a demanda e a crescente importância que o Carcará passou a receber dentro de Viçosa. Antes, por motivos diversos, mas principalmente pelo caráter voluntário de quem participa do Cineclube, as postagens eram copiadas de uma sinopse do filme na internet, anunciando o diretor e a data de exibição e, abaixo, um vídeo com o trailer do mesmo acompanhava a contextualização do filme.

Com a mudança, as postagens passaram a ser mais detalhadas, fornecendo informações não somente a respeito da técnica dos filmes, mas também que possibilitam o enriquecimento cultural dos espectadores, apresentando curiosidades sobre a produção e o filme em si, a importância do diretor e da equipe técnica.

Além disso, continuou-se a publicar os trailers dos filmes, mas incrementou-se a parte audiovisual com vídeos relacionados ao tema: entrevistas com o diretor, críticas e cenas, além de se utilizar de imagens que também tenham relação com o filme.

6 CONSIDERAÇÕES

Atualizar semanalmente um blog como o cinecarcara.blogspot.com é uma tarefa árdua, mas gratificante. Além do número consideravelmente alto de visitas, tanto em termos de período, quanto de apelo popular que o cinema possui, a resposta do público que frequenta superou as expectativas.

Muitos visitantes comentaram que gostaram do novo formato e conteúdo do blog, além de se pautarem pelas chamadas no Twitter, e no próprio blog para os filmes que são exibidos.

Desde a postagem que marcou a reformulação depois de um período de inatividade, no dia 1º de setembro de 2010, até o dia 23 de novembro do mesmo ano, o blog contava com 2133 visitas, vindas de 23 países. Em Minas Gerais, Belo Horizonte e Viçosa, como já era esperado pelos autores, são as cidades que mais visitam o blog. No entanto, diversas outras contribuíram para o alto número de acessos.

BIBLIOGRAFIA

GUSMÃO, Milene Silveira. O desenvolvimento do cinema: algumas considerações sobre o papel dos cineclubes para formação cultural. **Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Disponível em: 23 nov. 2010.

SCHMITT, Valdenise; FIALHO, Francisco Antonio Pereira. A Cauda Longa e o jornalismo: como a teoria da Cauda Longa se aplica no jornalismo. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Disponível em: <



http://www.compos.org.br/files/09ecompos09_Schmitt_Fialho.pdf>. Acessado em 22 nov. 2010.

ZAGO, Gabriela da Silva. Informações Hiperlocais no Twitter: Produção Colaborativa e Mobilidade. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Disponível em: <
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2122-1.pdf> >. Acessado em 23 nov. 2010.