

EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00195
INSTITUIÇÃO	Fundação Universidade Federal do Tocantins
CAMPUS	Palmas
CIDADE	Palmas
UF	TO
CATEGORIA	JO
MODALIDADE	JO16
TÍTULO	Toca meu coração
ESTUDANTE-LÍDER	Sarah Tamioso Mesquita
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Jornalismo
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Frederico Salomé de Oliveira (Fundação Universidade Federal do Tocantins)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Este projeto experimental, desenvolvido na disciplina TCC II e requisito para a obtenção do grau de bacharel em jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins, foi orientado pelo professor Dr. Frederico Salomé de Oliveira e surgiu da inquietação identitária pessoal da acadêmica, reforçada durante uma experiência de intercâmbio em Covilhã, Portugal. Nesta oportunidade, acentuou-se a percepção quanto ao desconhecimento por parte dos estudantes universitários brasileiros sobre o estado do Tocantins. Tocantinense nascida na capital do estado, a autora e proponente dessa experiência sempre teve interesse em produzir algo que remetesse à cultura local por existir um conflito interno identitário pela forma como a capital foi formada, de maneira que, filha de pais naturais do interior do estado de São Paulo e do interior do Rio Grande do Sul, viu uma cidade ser formada principalmente por pessoas oriundas de outras regiões do Brasil. Com essa curiosidade pessoal em mente e buscando a melhor forma de abordar o Tocantins nessa experiência, foi-se estudar na Universidade da Beira Interior (UBI), na cidade de Covilhã, em Portugal. Pelo contato com outros estudantes universitários, sobretudo das regiões sul e sudeste do Brasil, foi constatado que pouco sabiam sobre o estado - sequer a região geográfica, confundida diversas vezes com Centro-oeste e Nordeste - e que havia uma lacuna acerca de um estereótipo tocantinense, ou seja, um vazio imaginário. É marcante a ausência de documentação e informação sobre o Tocantins que não seja estritamente noticiosa e, assim, dialogue com a comunidade. Temos, porém, a cada dia, mais pessoas aderindo ao mundo digital e optando por aprender e acompanhar vídeos por meio de várias plataformas disponíveis. Como a abordagem possuía caráter pessoal e não seria possível desvincular da experiência vivida e observada, surgiu a proposta de um canal na plataforma YouTube, que além de suprir a necessidade de liberdade criativa e envolvimento pessoal, significava acessibilidade em uma rede democrática a qualquer lugar do Brasil e do mundo, a qualquer momento, por quem quer que estivesse interessado no assunto. Devido à acessibilidade e recursos disponíveis na plataforma YouTube, foi proposta a criação de um canal dedicado ao Tocantins, pois embora várias pesquisas sejam realizadas no - e sobre o - estado, a maioria não chega a sair da academia e atingir o público local, além do nacional, como almeja o canal Toca meu coração. Em relação aos produtos já disponíveis no YouTube, foi constatado que, embora seja possível encontrar informações e reportagens sobre o Tocantins, principalmente em relação à história e ao turismo, não foi identificado nada em outros canais no formato que é aqui proposto, se tratando portanto de um produto que não conta com experiências anteriores, é inovador no tratamento do conteúdo e, portanto, também experimental. Ampliar a quantidade e qualidade de informações sobre o Tocantins por meio da plataforma YouTube, fomentando a discussão e conhecimento a respeito do estado passou a ser, então, o nosso objetivo central. Para alcançá-lo, outros objetivos precisavam ser também cumpridos, como: investigar o quanto se sabe e o que precisa ser divulgado sobre o Tocantins; incentivar o fluxo de debate sobre o Tocantins em âmbito regional e nacional; estimular outros criadores de conteúdos tocantinenses; e, revelar o estado e municípios que até mesmo tocantinenses desconhecem. Assim, o produto consiste de um canal no YouTube - plataforma que garante liberdade criativa e acessibilidade - com temáticas relacionadas ao estado do Tocantins, disponibilizando conteúdos que fomentem a discussão a partir das informações e conhecimentos propagados por meio de linguagem clara, acessível e jovem, mas sem perder o rigor técnico objetivo do jornalismo.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O Tocantins é um dos estados brasileiros com maior índice de crescimento populacional no Brasil, registrando média de 52,6% na primeira década do século XXI. Porém, o número de veículos de comunicação para manter a população informada e produzir conteúdo em todo o estado são poucos. De acordo com Mapa da Mídia no Tocantins (2016), traçado pelo Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia da Universidade Federal do Tocantins, no estado são: 16 veículos televisivos, 49 emissoras de rádio, 49 veículos impressos e 85 portais na internet, sendo que na lista constam veículos que não circulam mais, como o impresso Jornal do Tocantins, extinto em 1º de janeiro de 2019. De acordo com a pesquisa Video Viewers do Instituto Provokers (2018), em quatro anos, o tempo dedicado a assistir vídeos aumentou 135% entre a população brasileira. A plataforma YouTube se destaca nesse cenário como campeã de preferências para se assistir a vídeos, ficando o ranking da seguinte maneira: YouTube (44%); Netflix (22%); WhatsApp (12%); TV Aberta (8%); FaceBook (6%); TV Paga (6%); Instagram (1%). Em relação ao que motiva o brasileiro a assistir vídeos, foi constatado pela pesquisa que: 22% buscam conexão, sentir algo em conjunto (buscar assunto, pertencer, interagir, ver ao vivo); 29,8% buscam conhecimento, se informar (se atualizar, aprofundar, criar autonomia, refletir); 38,7% buscam entretenimento, ou seja, se divertir (relaxar, elevar o astral, se emocionar); e 9,2% buscam identidade, se encontrar (se descobrir, identificar e se inspirar). Ainda de acordo com a pesquisa, as pessoas querem se reconhecer como indivíduos e acompanhar a pluralidade do mundo, pois 70% dos entrevistados do estudo afirmaram que o YouTube reflete a diversidade do mundo e, também para 70%, todos têm voz na plataforma. Como dados primários para sustentar o produto elaborado, foi realizada uma pesquisa por meio da plataforma Google Forms com 206 respondentes, sendo que as participações mais expressivas foram no estado do Tocantins (155 do total), e destas, 143 foram de pessoas que residem em Palmas, capital do Estado. Em relação à faixa etária, foram classificados entre: menores de 15 anos (2,4%); entre 15 e 18 anos (7,3%); entre 19 e 22 anos (34%); entre 23 e 26 anos (25,7%); entre 27 e 30 anos (7,7%); entre 31 e 40 anos (10,7%); entre 41 e 50 anos (6,8%); mais de 50 anos (5,3%). Do total, 82,5% dos participantes já acompanhavam canais no YouTube. O tema dos canais acompanhados pelos respondentes são: 71,1% entretenimento; 54,7% cultura; 44,7% música e dança; 34,1% moda e beleza; 28,2% outros; 17% games; 17% esportes e 13,5% rotina. A frequência com que o público acompanha os canais na plataforma foi analisada nas categorias entre: todos os dias (26,5%); pelo menos três vezes por semana (25,9%); toda semana (32,3%); a cada 15 dias (8,8%) e mensalmente (6,5%). Para saber o nível de conhecimento do público em relação ao estado do Tocantins, foi feito o questionamento cujas opções eram classificados entre: alto (13,1%); o suficiente (11,6%); regular (31,6%); baixo (23,3%); e quase nada (20,4%). É importante observar que o número de internautas participantes que tinha como conhecimento “quase nada” foi majoritariamente de fora do estado, como esperado, e entre os palmenses a opção mais selecionada foi “regular”. Em relação a ter interesse em saber mais, 80,6% dos participantes assinalaram que teriam interesse, 17% responderam que talvez teriam e 2,4% assinalaram que não teriam interesse em saber mais. Por fim, acerca dos conteúdos que os respondentes gostariam de ver no canal, 73,8% assinalaram que teriam interesse em ver curiosidades sobre o Tocantins; 74,2% gostariam de ver o assunto cultura; 53,9% gostariam de ver as cidades do interior do estado sendo pautadas; 57,3% gostariam que a história do Tocantins aparecesse no canal; 40% assinalaram que gostariam de acompanhar bate-papos com tocantinenses e 7,7% marcaram outros.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Após a pesquisa, foi construído o canal, cujo nome foi definido ainda na fase de roteiros e que possui duplo sentido, porque ao mesmo tempo em que “Toca” é um apelido carinhoso para Tocantins, o canal também busca “tocar” o coração de outras pessoas para abraçarem a temática. Foi criado então o e-mail tocameucoracao@gmail.com para que fosse aberto o canal “Toca meu coração” e em seguida elaborada a arte de banner do canal no YouTube e de perfil. Mas, antes disso, durante o intercâmbio, sabendo que queria-se produzir algo que visasse enaltecer o estado do Tocantins, foi iniciada uma série de entrevistas com estudantes, sobretudo, das regiões sul e sudeste, já que representavam a maioria na localidade, além de três entrevistas individuais com portugueses: o professor doutor e vice-reitor da Universidade da Beira Interior, João Canavilhas, que já esteve em Palmas em 2016; a professora doutora Catarina Burnay, da Universidade Católica Portuguesa (UCP), que esteve em Covilhã para a 3ª Conferência de Televisão de Novos Meios nos dias 23 e 24 de maio; e Céu da Silva, proprietária de uma cafeteria e que acompanhou, em partes, a novela “O Outro Lado do Paraíso”, exibida em Portugal pelo canal SIC entre janeiro e setembro de 2018. Em Palmas, foram realizadas entrevistas com a jornalista Marina Bitar, tocantinense que também foi bolsista em Portugal, com o professor Sérgio Soares, que fez doutorado em Covilhã e com o ator Rafael Cardoso, que participou do ciclo principal da novela “O Outro Lado do Paraíso”. Após estudo do material recolhido, foram elaborados roteiros individuais com abertura para uma infinidade de temas sobre o Tocantins: gastronomia, música, curiosidades, apresentação dos municípios, história do Tocantins, bate-papos, fauna e flora, cobertura de eventos, entre outros. Porém, os três primeiros seriam intitulados “Um canal pelo Tocantins”, “Tocantins para iniciantes” e “Pertencimento e representatividade”, além de ser produzido um teaser de um episódio especial sobre a cidade de Ponte Alta do Tocantins, com filmagens do festejo do Padroeiro Bom Jesus de Ponte Alta e entrevista, gravadas no mês de agosto de 2019. Para a vinheta, foi decidido o uso de elementos naturais do Tocantins: o sol, figura presente na bandeira do estado e da capital; a serra, terreno comum no Tocantins; vegetação com palmeiras; flor de pequi, também comum na região do cerrado; e o mapa do Brasil com destaque para o Tocantins. Foram escolhidas cores terrosas e quentes, que também representam o bioma cerrado e o clima quente do estado. Os vídeos produzidos têm em torno de 9 a 11 minutos e possuem pretensão de publicação semanal, com o intuito de alcançar a fidelização do público. Os vídeos possuem caráter narrativo e contam com exemplos pessoais, dados, entrevistas, ilustrações, vinheta própria e efeitos de som. São feitas recomendações localizadas na descrição do vídeo, que direcionam para outras produções na mesma plataforma e conferem o recurso de hiperlink. Dentro das classificações indicadas pela pesquisa Provokers (2018), o canal poderia se encaixar nos interesses para quem busca conexão (pertencimento), conhecimento (se atualizar, refletir), identidade (se descobrir, identificar, se inspirar) e até mesmo entretenimento (relaxar, se emocionar). O público-alvo é sobretudo jovem, entre 19 e 30 anos, faixa etária que correspondeu a 67% dos participantes da pesquisa aplicada e é também a faixa etária dos primeiros tocantinenses nascidos após a separação do estado. Para atingi-los, é feito o uso de linguagem informal e divertida, mas ainda assim com certo tom de seriedade, visto que se trata de conteúdos que buscam a reflexão acerca da valorização da cultura tocantinense. É, portanto, um produto inovador e que conta com trabalho profissionalizado em transmitir informações de maneira ética e eficiente, por meio de uma linguagem atual e abrangente ao público usuário da plataforma.