

Luz, Câmera, CAC¹

Thainá Maria Bezerra NOGUEIRA²

Elis Barbosa Andrade LIMA³

Lais Rilda dos Santos SILVA⁴

Wagner Felipe de Sena COSTA⁵

Glauca Nascimento⁶

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este produto apresenta as especificidades das atividades que foram desenvolvidas para a produção do trabalho final da disciplina Língua Portuguesa 4 do curso de Rádio, TV e Internet da Universidade Federal de Pernambuco. Trata-se de um produto transmídia composto pela produção de dois programas pilotos, um de rádio e outro de televisão, além da criação de um blog. Os programas foram informativos e apresentaram aos ouvintes e telespectadores opiniões de estudantes, professores e coordenadores do curso de música, visando estabelecer uma relação mais estreita entre estudantes e instituição.

PALAVRAS-CHAVE: CAC; Interprograma; Produto Audiovisual; Televisão; UFPE.

1 INTRODUÇÃO

A realização de eventos que acontecem no hall do Centro de Artes e Comunicação (CAC) sempre surpreende o público que passeia pelos corredores, deixando-os encantados com as apresentações, mas é sempre possível perceber a surpresa dos estudantes por não conhecerem os projetos que estão sendo apresentados e não receber informações sobre a realização de tais apresentações. A partir daí notou-se que uma das hipóteses possíveis para essa falta de informação/divulgação parte da falta de comunicação entre os departamentos, não só por parte de professores e coordenadores, mas também pelos estudantes do centro

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade: Programa laboratorial de TV (avulso ou seriado).

² Aluna líder do grupo e estudante do curso de Rádio, TV e Internet, email: thainanogueira505@gmail.com

³ Estudante do 4º semestre do curso Rádio, TV e Internet, email: elisb64@gmail.com

⁴ Estudante do 4º semestre do curso Rádio, TV e Internet, email: laisrilda@hotmail.com

⁵ Estudante do 4º semestre do curso Rádio, TV e Internet, email: wagnerdesenacosta@gmail.com

⁶ Professora Orientadora do trabalho, email: profa_glauca@yahoo.com.br

que conhecem pouco as atividades desempenhadas por parte dos estudantes de outros cursos.

Entende-se então que é necessário desenvolver estratégias que possam apresentar a todos os alunos do Centro de Artes e Comunicação as características de cada um dos cursos oferecidos pelo centro. Afinal, as diversas graduações oferecidas no CAC estão juntas nesse único centro por terem entre si perfis curriculares semelhantes o que nos faz consequentemente acreditar que todos têm interesses que se tornam comuns e isso pode gerar parcerias construtivas para nossa vida acadêmica e/ou profissional.

2 OBJETIVO

GERAL:

Produção de dois programas pilotos um para rádio e outro para TV, além de um blog que irá auxiliar na divulgação dos conteúdos e das estratégias de transmídia, tem como objetivo geral a produção de um produto transmídia. As atividades aqui propostas se fundamentarão, em princípio, em pressupostos teóricos de Fechine (2013) e Jenkins (2006).

ESPECÍFICOS:

- Apresentar o curso de música em seus mais variados níveis, expondo as opiniões de discentes e docentes;
- Mostrar, como um curso em um mesmo ambiente acadêmico que outros pode ser tão singular;
- Disseminar o objeto audiovisual desenvolvido em ambiente acadêmico, valorizando os estudos em formato, Fotografia, Direção de Arte, Roteiro e Montagem, necessários para a realização do mesmo.

3 JUSTIFICATIVA

A partir de observação e convívio dentro do Centro de Artes e Comunicação (CAC) notou-se a falta de interação entre estudantes de cursos diferentes e percebeu-se que isso

traz como consequência o desconhecimento por parte dos discentes das manifestações artístico-culturais que acontecem no centro.

Tendo em vista essa dificuldade de interação entre os cursos da Universidade Federal de Pernambuco, instituição e alunos, percebeu-se a necessidade de coletar e apresentar informações, trazendo os pontos positivos e negativos existentes nos cursos de graduação do CAC, através da produção de um programa para o rádio e outro para televisão, servindo de estímulo para uma maior interação na relação entre os estudantes.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para reforçar a importância da comunicação como forma de divulgar e propagar os projetos artísticos elaborados e executados por docentes e discentes do Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco foi feita uma pesquisa qualitativa com os estudantes do CAC a fim de compor o produto.

Obtiveram-se os seguintes resultados através de perguntas para os estudantes do curso de música:

1. 70% dos estudantes responderam que a relação entre estudantes e professor no curso de música é boa
2. 75% dos estudantes responderam que possuem ou fazem parte de algum projeto independente
3. 50% a 45% dos estudantes responderam que era regular a situação atual para os concluintes do curso de música
4. 45% dos estudantes responderam que a divulgação dos eventos ligados ao departamento de música no CAC é ruim
5. 55% dos estudantes responderam que a estrutura física do departamento de música era péssima
6. 45% dos estudantes responderam que era ruim o nível de interação entre o curso de música e os demais cursos do CAC

Para estudantes do CAC, exceto do curso de música:

1. 80% dos estudantes responderam que acompanham as produções artístico-culturais do CAC
2. 70% dos estudantes responderam que conhecem algum aluno do curso de música
3. 95% responderam que já viram alguma apresentação no hall do CAC
4. 45% dos estudantes responderam que são ótimas as apresentações de música acontecem no CAC
5. 40% dos estudantes responderam que é regular a quantidade dessas apresentações

Com os dados quantificados foi possível dimensionar a atual visão dos frequentadores do CAC quanto à divulgação dos trabalhos artísticos elaborados e realizados dentro da Universidade e na comunidade a qual cada estudante pertence. E fundamentar dessa forma, o nosso objetivo geral de realizar o produto. Já que foi mostrado por números que era hora de realizar um projeto para dimensionar o Centro e suas múltiplas facetadas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A convergência dos meios é tratada em Jenkins (2006) como um acontecimento novo e transformador, com estudos ainda em seu estágio inicial. É sabido que, com a popularização e entrada de novos veículos midiáticos nas diferentes camadas sociais, houve uma modificação no fazer e consumir produtos midiáticos, além da necessidade do público por novas fontes e informações.

No capítulo Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Rede Globo de Yvana Fachine, podemos ter uma análise mais detalhada e direcionada para como definiu Evans (2011): a “TV Transmídia”. Podendo analisar então, a procura e desenvolvimento de “estratégias transmídias” que visam oferecer ao novo consumidor de mídias, produtos e novas linguagens narrativas, seja por mídia televisiva, impressa, internet, cinema etc.

“É preciso contar agora de um lado com um público mais heterogêneo, que consome os conteúdos televisivos em situações e com interesses cada

vez mais diversificados que afetam a natureza dos programas difundidos. Por outro lado, é inevitável a tendência a maior personalização dos conteúdos e a maior liberdade do espectador em relação às restrições ditadas pela programação dos canais. Nesse cenário, as mudanças nos modos pelos quais o espectador se relaciona com a TV, são hoje das mais diversas ordens.” (FECHINE, 2013).

É por meio destes dois materiais que foi norteado o projeto Luz, Câmera, CAC, procurando levar para um maior número possível de pessoas um maior conhecimento sobre os cursos ofertados no Centro de Artes e Comunicação da UFPE.

6 CONSIDERAÇÕES

Rádio, TV e Internet é um curso de muitas possibilidades, e a maior parte do aprendizado compete a buscar que esse conhecimento chegue até cada um. De qualquer forma, todas as dificuldades devem instigar ainda mais a buscar conhecimento dentro e fora da universidade, e conhecer pessoas muito competentes, tanto professores quanto alunos, futuros colegas de trabalho.

Acredita-se que a prática de trabalhos acadêmicos exerce um papel fundamental para o preparo profissional. O aprendizado de trabalhar em equipe, com pouca experiência e escasso recurso, é, definitivamente, a principal consideração a ser absorvida em todo e qualquer produção acadêmica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EVANS, Elizabeth. **Transmedia Television**. Audiences, New Media, and Daily Life. New York/London: Routledge, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. S. Alexandria. São Paulo: Aleph, 2006.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina (págs. 19-60), 2013.