

Maloca Virtual: uma proposta de produção de Televisão para Web ¹

Abelly de Oliveira dos SANTOS ²

Fabíola da Silva COSTA ³

Edilene MAFRA Mendes de Oliveira ⁴

Centro Universitário do Norte, Manaus, AM

RESUMO

O trabalho foi desenvolvido com o objetivo de difundir a cultura regional por meio de um programa de TV voltado à Web. O nome do programa, “Maloca Virtual”, faz alusão a uma forma de habitação usada pelos povos primitivos da Amazônia, além de lembrar o momento pelo qual a comunicação passa atualmente: a digitalização. A equipe utilizou técnicas de pesquisa em campo, bibliográficas e entrevistas para desenvolver uma proposta adequada a um público segmentado. Os quadros abordam personalidades locais, sejam elas atores, músicos, artistas plásticos, entre outros. Com a dos elementos inerentes à linguagem da internet, o Maloca utilizou a junção de texto, áudio e vídeo na Web. O formato escolhido segue as tendências atuais que promovem interatividade, como forma de atrair a atenção do novo telespectador/internauta. O trabalho foi apresentado durante a conclusão do curso de Rádio, TV e Internet do Centro Universitário do Norte (Uninorte Laureate).

PALAVRAS-CHAVE: Maloca Virtual; WebTV; cultura amazônica; convergência; produção de TV.

INTRODUÇÃO

Desde que surgiu, a TV vem conquistando públicos no mundo todo, e mesmo com o advento da internet, ela não perdeu espaço. Ao contrário, a televisão encontrou na rede de computadores uma aliada, já que cada vez mais telespectadores buscam conteúdos específicos, que atendam seus interesses coletivos e individuais.

Assim como o rádio e a mídia impressa, a televisão convergiu para o meio digital, abrindo espaço para a criação e interação com o receptor. As transformações pelas quais a TV passou acompanharam as mudanças mercadológicas, culturais e sociais. Henry Jenkins (2008) afirma que hoje vive-se a Cultura da Convergência'. Para o Jenkins, o “surgimento da rede de computadores e as práticas sociais que cresceram ao seu redor expandiram a

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade RT 02 Programa laboratorial de TV (avulso ou seriado);

² Recém-graduada no Curso de Rádio, TV e Internet da Uninorte Laureate, email: abelly_cristyne@gmail.com;

³ Recém-graduada no Curso de Rádio, TV e Internet da Uninorte Laureate, email: fadoagape@hotmail.com;

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Rádio, TV e Internet da Uninorte Laureate, email: edilene.mafra@gmail.com.

capacidade do cidadão médio de expressar suas ideias, de fazê-las circular diante de um público maior”.

A convergência das mídias parece ser um caminho sem volta. Nessa comunicação linear, o receptor também é emissor. Santaella (2003) descreve esse novo ser como uma junção do mundo real com o virtual.

Para compreender tais passagens, que considero sutis, tenho utilizado uma divisão das eras culturais em seis tipos de informações: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital. Antes de tudo, deve ser declarado que essas divisões estão pautadas na convicção de que os meios de comunicação, desde o aparelho fonador até as redes digitais e atuais, embora, efetivamente, não passem de meros canais para a transmissão de informações, pois os tipos de signos que por eles circulam, os tipos de mensagens que engendram e os tipos de comunicação que possibilitam são capazes não só de moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também de propiciar o surgimento de novos ambientes culturais. (SANTAELLA, 2003, p. 13).

A escolha do formato WebTV levou em consideração essas possibilidades de interação entre produtor-receptor. Fora dos modelos pré-definidos pelos programas já existentes nas emissoras de TV tradicionais, o programa adotou padrão e linha editorial próprios.

Com a finalidade de atrair o público local, o programa usou a “proximidade”, elemento das grandes notícias defendido pelo autor norte-americano Andrew Boyd, citado por Marcelo Parada (2000). A aplicação do critério começa pelo nome do programa: na língua indígena, maloca significa “grande casa” e virtual é tudo aquilo que não é físico. A fusão desses dois termos tem o objetivo de inserir a casa (habitação) no meio virtual, um lugar que reúne a cultura de todos.

Por meio de pesquisas, foi possível identificar que esse formato é um dos modelos ideais para divulgar o trabalho artístico de algumas personalidades, especialmente daquelas que não têm como recorrer à grande mídia. O trabalho propõe mostrar as dificuldades encontradas pelas bandas amazonenses na busca pela gravação de um CD; abrir espaço para novos artistas locais, principalmente àqueles que estão começando a carreira; discutir temas relevantes para o cenário artístico local; buscar testemunhos de familiares, amigos e colegas de profissão e fomentar, por meio do programa, o apoio de parceiros culturais para a produção artística local.

1 OBJETIVOS

Geral: Disponibilizar ao público amazônida um programa de WebTV sobre o trabalho de artistas regionais.

Específicos

- Divulgar o trabalho dos artistas regionais;
- Promover interação entre os produtores do programa e o público;
- Propor um formato de programa com linguagem de TV para um público de internautas;
- Buscar apoio de parceiros para a valorização da cultura regional.

2 JUSTIFICATIVA

O programa Maloca Digital busca incentivar a cultura regional por meio da internet. A ideia central é resgatar a valorização dos talentos da terra. Em cada canto da Amazônia tem um marco cultural, que sobressai nas festas e no cotidiano dos povos que habitam a região. Parte dessa herança cultural sobrevive ao tempo, e outra parte ganha novas formas com a incorporação de novos costumes e crenças. Nesse processo de fusão, a cultura indígena deu lugar aos costumes de outros povos, desde o início da colonização, como afirmava Samuel Benchimol (2009):

Esses valores culturais foram sendo incorporados, por via de adaptação, assimilação, competição e difusão, novas instituições, instrumentos, técnicas, incentivos e motivações transplantados pelos colonizadores e povoadores. Entre eles: portugueses, espanhóis, em particular, europeus, com algumas contribuições africanas, semíticas e asiáticas, além de novos valores aqui aportados por migrantes nordestinos e de outras regiões brasileiras. (BENCHIMOL, pg. 17; 2009)

Com grande enfoque nacional, a mídia tradicional acaba ‘vendendo’ ao homem amazônico valores globais, descaracterizando-o. A cultura de convergência é uma ferramenta que pode permitir a projeção do ser regional como elemento essencial à construção de uma nova sociedade, onde todos podem falar a qualquer momento. Dessa forma, assim como é influenciado, o amazônida também pode influenciar.

O programa sustenta essa visão de que o homem regional pode apresentar ao mundo os valores regionais, influenciando quem o influencia.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto trabalha com análise de conteúdo, usando técnicas e investigações empíricas usadas pelas ciências humanas e sociais. O método utilizado é o de análise textual que se utiliza de questões abertas de questionários, entrevistas. A análise de conteúdo estuda as intenções com que as palavras são utilizadas e não propriamente o seu significado etimológico. A análise de conteúdo, segundo a definição de Berelson, é “uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”.

A análise de conteúdo não se limita ao real significado de dados ou palavras, mas o que está escrito nas entrelinhas, no que está oculto por trás de palavras ou números coletados por métodos aplicados nas mais diversas áreas do conhecimento humano, empírico ou teórico. De acordo com Laurence Bardin (1977), a análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BERELSON, 1952, p.489-413).

A coleta de informações foi realizada por meio de entrevistas e pesquisa com banco de dados. Foi aplicada pesquisa de campo, que é utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

Para Trujillo (1982), a pesquisa de campo propriamente dita “não deve ser confundida com a simples coleta de dados, é algo mais que isso, pois exige contar com controles adequados e com objetivos preestabelecidos que discriminam suficientemente o que deve ser coletado”.

Foram elaboradas 12 perguntas para compor os questionários a uma amostra de 40 pessoas, cujas respostas foram colocadas em um banco de dados, compondo assim a pesquisa de campo.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O programa valorizou a convergência da TV para a internet, valorizando a junção de áudio, imagem e texto. O programa em formato para WebTV foi pensado para ser semanal e ter

duração de 25 minutos, divididos em quatro blocos. O programa tem quatro quadros, conforme a descrição a seguir:

Viver é uma Arte - Este quadro mostra o cotidiano dos artistas amazonenses, relatando dificuldades, curiosidades e alegrias de ser um artista. Além disso, também são mostrados os melhores momentos de seus trabalhos, (nos shows e eventos).

Guia Cultural - Este quadro divulga a agenda cultural do fim de semana. Além de sempre contar com a participação de um artista regional.

Artista Social - Este quadro mostrará o trabalho desenvolvido por instituições públicas e privadas junto à sociedade, a fim de abordar a responsabilidade social.

Maloca Music - Este quadro divulga e promove bandas no início de carreira, que poderão compartilhar sua visão sobre a arte e também expor seus trabalhos na Maloca Virtual.

O programa deve ter dois apresentadores e dois repórteres. Os apresentadores abrirão o programa e apresentarão as matérias referentes aos roteiros divididos em quatro blocos, podendo, em determinadas ocasiões, serem produzidos programas especiais de acordo com a necessidade de cobertura e divulgação de ações e atividades realizadas na região.

5 CONSIDERAÇÕES

A produção televisiva no Brasil sofreu transformações ao longo dos anos. Essa evolução tecnológica contribuiu para a melhora na qualidade da produção de conteúdos, já que os formatos precisaram mudar para não ficar obsoletos. Agora se fala em WebTV em alta definição. Assim, o telespectador pode ser produtor, indicando temas, assuntos, opinando e discordando do que está vendo.

Nesse cenário, radialista tem papel fundamental, visto que este profissional tem formação para trabalhar com criação, direção, produção e edição de produtos radiofônicos, televisivos e videográficos (representações gráficas em vídeos) para TV, Rádio, Internet e outras mídias digitais, como áudio MP3 e celular.

Portanto, esse trabalho buscou aplicar as técnicas e conceitos aprendidos no Curso de Rádio, TV e Internet na produção de um programa voltado ao público regional. A pesquisa teve ainda o intuito de suprir a necessidade de a escassez de programação local, para permitir a valorização do trabalho desenvolvido por artistas regionais.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence; **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.
- BONASIO, Valter, **Televisão: Manual de Produção e Direção**. Belo Horizonte: Leitura, 2002.
- GOMES, Francelino de Araújo; **Pesquisa e análise de conteúdo: mass media**, Rio de Janeiro: Âmbito Cultural Edições.
- JENKINS, Henry; **Cultura da Divergência**. 2 ed. – São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMONS, André; PALÁCIOS, Marcos. **Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cibercultura**. 2.ed. Sulina, 2004.
- LORÊDO, João. **Era uma vez... a televisão**. São Paulo, Alegro, 2000.
- MARCONI e LAKATOS, Marina de Andrade, Eva Maria; **Fundamentos de metodologia científica**, 7. Ed.- São Paulo: Atlas, 2010.
- MATTOS, Sérgio. **A história da Televisão Brasileira: Uma visão econômica, social e política**, Petrópolis: Vozes, 2º edição, 2002.
- OLIVEIRA, José Alcimar de, **Cultura, História e Memória**. Manaus; Editora Valer; 2002.
- PARADA, Marcelo. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Ed.Panda, 2000.
- RIXA, Ricardo Xavier, **Almanaque da TV: 50 anos de memória e informação**; Rio de Janeiro. Objetiva, 2000.
- SANTAELLA, Lúcia; **Cultura e artes do pós-humano**. São Paulo, 2003.
- SIMONETTI, Paulo. Entrevista concedida à Abelly de Oliveira dos Santos (gravador digital). Manaus, 2014.
- SOUZA, José Carlos, **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**; São Paulo. Summus Editorial, 2004.
- SCHWINGEL, Carla. **Mídias digitais: Produção de conteúdos para web**. São Paulo: Paulinas, 2012.
- TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo**. Vitória: Espaço livros, 2009.
- WATTS, Harris. **On Camera – O curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Summus, 1990.