ÁREA TEMÁTICA: (marque uma das opções)

(X) COMUNICAÇÃO
( ) CULTURA
( ) DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA
( ) EDUCAÇÃO
( ) MEIO AMBIENTE
( ) SAÚDE
( ) TRABALHO
( ) TECNOLOGIA

A ROTINA NA PRODUÇÃO DE VINHETAS DA AGÊNCIA DE JORNALISMO DA UEPG

Amanda de Fátima Rosa da Cruz [1]
Sérgio Luiz Gadini[2]

RESUMO – Este é um trabalho que visa ilustrar a produção de vinhetas realizadas pelo núcleo de Audiovisual, o qual pertence ao projeto de extensão Agência de Jornalismo, do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa. A proposta é apresentar a rotina produtiva das vinhetas e discutir a vivência de acordo com o referencial teórico no campo da comunicação. Os resultados apontam a importância de um projeto extensionista focado em linguagem audiovisual na formação dos discentes em Jornalismo.

PALAVRAS CHAVE – Audiovisual. Jornalismo. Extensão.

Introdução

A Agência de Jornalismo foi criada no segundo semestre de 2003. Trata de um projeto de extensão do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), que tem como objetivo atender as demandas sociais de comunicação comunitária em localidades carentes, instituições, entidades filantrópicas, organizações não-governamentais e movimentos populares, com caráter de prestação de serviços e sem remuneração. Participam da Agência, atualmente, seis professores, nove alunos estagiários e quatro alunos voluntários. Sob a supervisão dos professores, o respectivo corpo discente desenvolve as atividades distribuídas pelos três Departamentos da Agência (Impresso, Eletrônico e Assessoria de Imprensa). Esses Departamentos contemplam um leque de produções na área do jornalismo: jornais, revistas, boletins informativos, vídeo-documentários, vinhetas, radiojornais, webjornais, projetos de educomunicação e assessoria de imprensa. O Núcleo de Audiovisual pertence ao Departamento de Jornalismo Eletrônico.

Ao todo são 20 alunos que estão atuando no Núcleo de Audiovisual, produzindo especificamente vinhetas. Destes, 15 são do primeiro semestre do curso de Jornalismo, três do quinto semestre e dois do sétimo. São divididos em cinco grupos de quatro alunos, sempre com um veterano responsável. Cada grupo produz uma vinheta em média por mês, em parceria com a TV Comunitária de Ponta Grossa, veiculada no canal 96 da TV a Cabo. O tempo de produção de cada vinheta é de 30 a 60 segundos, pois são veiculadas durante os intervalos das programações. Os alunos participam de todo o processo de apuração, produção, roteiro, filmagem e edição.

A rotina produtiva das vinhetas obedece ao mesmo procedimento adotado pelas outras atividades desenvolvidas pela Agência. O solicitante procura a Agência de Jornalismo e o pedido é registrado. Em seguida é feita uma reunião com toda a equipe para discutir sua viabilidade e após aprovação inicia a execução.

[1] Aluna do curso de jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, aluna bolsista da Agência de Jornalismo, amandacruz23@gmail.com.
[2] Professor Doutor pela Universidade UniSinos, Prof. Doutor do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa e Coordenador da Agência de Jornalismo no Departamento de Jornalismo da UEPG. sergiogadini@uepg.br.

O primeiro semestre de 2012 iniciou com 10 solicitações de vinhetas: Cáritas Diocesana, Sindicato dos Jornalistas, Projeto Cultura Plural da UEPG, Rádio Princesa, Sindicato dos Metalúrgicos, Dia da Mulher, Sinduepg e Centro Acadêmico João do Rio, Cacique Pena Branca, Associação Pontagrossensse de Lideranças Comunitárias (APLICEF), das quais, seis já foram feitas e entregues, já no primeiro bimestre. A expectativa é que até o final do 2º bimestre, esta demanda já esteja pronta e sendo divulgada dentro da TVCOM.

Objetivos

O objetivo geral do projeto de extensão é proporcionar aos alunos a prática do jornalismo audiovisual, neste caso específico, a produção de vinhetas. A extensão faz parte do processo de formação de um aluno de graduação, juntamente com o ensino e a pesquisa. É uma forma de transpor a sala de aula e proporcionar uma interação com a sociedade. Entre os objetivos específicos estão:

- Discutir e aplicar as teorias sobre linguagem audiovisual, desde apuração até edição;
- Proporcionar a relação de um trabalho de equipe com os pares profissionais;
- Pensar o vídeo como instrumento de formação e conscientização do público;
- Identificar o caráter de serviço público que norteia o jornalismo.

Metodologia

A produção de vinhetas pelos alunos da Agência de Comunicação do Curso de jornalismo é uma forma de contribuição para a comunidade e principalmente para os acadêmicos, que têm a oportunidade de pôr em prática as teorias e técnicas ensinadas dentro da sala de aula.

As demandas chegam a Agência através de alunos, professores e a própria comunidade interessada em divulgar seu produto, serviço, ONG ou Associação na TVCOM, através de uma vinheta. Registrada a entrada do pedido, é feita uma reunião com os membros da Agência (professores e alunos) e definido um prazo para a entrega do material, bem como sua divulgação na TV, de acordo com os objetivos do requerente. A professora responsável do Núcleo de Audiovisual-Vinhetas, da Agência de Jornalismo da UEPG, organiza uma reunião com os alunos veteranos envolvidos no projeto, e expõe a demanda recebida. Cada aluno escolhe até duas vinhetas para serem feitas em um prazo de quatro semanas cada. Esse número pode ser variar dependendo da quantidade de pedidos.

Os alunos veteranos se organizam dentro de um grupo de até quatro membros (em sua maioria calouros) para elencar os pedidos e organizar estratégias de comunicação, bem como auxiliar na produção do material, participando de todos os processos e otimizando a equipe para agilizar a entrega do material dentro do prazo.

A produção das vinhetas varia de acordo com a ideia da equipe, bem como a proposta da mesma, seguindo o perfil fornecido pela pessoa ou instituição que realizou o pedido.

As vinhetas já produzidas pela Agência variam de formatos. A produção do material de divulgação estende-se a vídeos com imagens e narração objetiva, animação e *stopmotion*.

Na pós-produção, o material é mostrado na reunião dos membros da agência e para o responsável do pedido. Se aprovado, a vinheta é enviada a TVCOM para ser divulgada nos intervalos dos programas, além de ser postada na internet.

Vinheta é uma peça de pequena duração utilizada na abertura e encerramento de programas de uma emissora de TV ou rádio, intervalos e pode aparecer também durante programas. Ela pode chegar a ser mais longa que um *jingle* podendo variar de 30 segundos a um minuto. Esse padrão é seguido dentro das produções da Agência de Jornalismo para obter um controle dentro do tempo destinado para a divulgação das vinhetas. No caso dos temas, estes podem ser colocados dentro da categoria Institucional, pois propõe a divulgação de uma ideia e não marca. “Nos comerciais, as vinhetas também são comuns, sendo usadas de diversas formas. Podem, por exemplo, aparecer isoladamente durante a programação patrocinada pela empresa para fixar a marca, servir de abertura ou assinatura de *spots* e *jingles* da empresa” , (ALVES, FONTOURA, ANTONIUTTI. 2008, pág 228).

Sobre a Educomunicação, o Manual de Educomunicação do Ministério da Educação e o Ministério do Meio Ambiente afirmam que “Comunicação tem uma relação muito forte e direta com a Educação. As relações entre essas duas ciências vêm sendo chamadas de Educomunicação, um campo novo do conhecimento, bastante singular”. Com o passar dos anos, foi-se percebendo que meios de comunicação que detêm maior interesse e ditam tendências como TV e rádio, teriam também o poder de transmitir informações importantes para os receptores que agregassem valores

positivos na contínua construção do comportamento em sociedade. Tratamos aqui da Educomunicação como forma de integrar o aluno de jornalismo que recém adentra ao campo universitário, com a prática da profissão e reconhecimento das técnicas da produção. Há também o envolvimento de pessoas exteriores à escola de jornalismo, que ajudaram a compor algumas das vinhetas e acabaram com interagir com os processos de produção e técnicas específicas.

Pode-se observar também a educomunicação dentro da produção da mensagem a ser divulgada através do veículo. Os temas desenvolvidos priorizaram uma linguagem acessível e um formato dinâmico para que o espectador pudesse compreender a mensagem de forma clara e objetiva.

Gabriela Felippe Rodrigues comenta no texto 'É Educomunicação?" sobre o contato com o tema e a importância de desenvolver essa consciência no momento de produzir um material para o veículo ao qual trabalha. O contato durante a graduação com a educomunicação fez com que Rodrigues desenvolvesse mais atenção e uma preocupação com a qualidade da informação do leitor e principalmente a forma como ele receberia a mensagem, levando em consideração a relevância do tema dentro da construção da mensagem:

> Ao desenvolver a pauta, tentava pensar a matéria colocando não apenas informações úteis ao leitor, mas dando condições para ele refletir e realmente adquirir conhecimento. Essa não era uma tarefa fácil , uma vez que o ritmo acelerado da redação e a própria filosofia da empresa não eram essa. Eu tinha que trabalhar nas brechas, mas ainda não havia me dado conta da relação dialógica existente entre Comunicação e Educação.

Sobre o envolvimento da educação com os as novas mídias , SETTON (2010, pág. 99) afirma que " o que é preciso aprender não pode ser mais planejado nem precisamente definido com antecedência. Os percursores de investigação nos processos de formação educativa são singulares para cada indivíduo". Isso demonstra que o formato de educação dentro da sala de aula já não pode ser apenas contemplado como suficiente. A mídia também pode ser uma plataforma que agrega à educação. Mas para isso, profissionais da área devem estar atentos ao poderio que detém em mãos e redobrar a atenção na difusão de conteúdos.

> É indispensável estabelecer a ética como limite, privilegiar a boa informação, respeitar o interesse público e do público. É preciso buscar uma formação que sustente o senso crítico e permita identificar o que é uma notícia e a dimensão de um fato. Facilmente um profissional ruim pode se transformar num agente da desinformação, o pecado maior de um jornalista.(BISTANE.2005, pág 10)

A importância de desenvolver competências sociais nos alunos de jornalismo é importante no sentido de ampliar sua visão de mundo e principalmente, dar maior qualidade à informação produzida.

Resultados

A Agência de jornalismo é um projeto de extensão do curso de jornalismo que tem por um de seus objetivos, o envolvimento do aluno com atividades práticas dentro da área. O núcleo de audiovisual propõe ao aluno o contato com as formas de produção, tecnologia, softwares de edição de imagem, material de divulgação e as teorias cabíveis, estimulando a criação e o envolvimento dos alunos envolvidos com a produção das vinhetas, reforçando os conteúdos ministrados em sala de aula.

No ano de 2011, quando foi criada, o Núcleo de Audiovisual – Vinhetas, produziu cerca de sete vinhetas em seis meses de desenvolvimento do projeto. No ano de 2012, esse número aumentou para dez, somente no primeiro bimestre, entre as quais, seis já estão prontas e quatro estão sendo encaminhadas. Desse total, cinco trabalharam com conceitos de educomunicação na medida em que trataram de temas sobre sustentabilidade e reciclagem. O processo de produção envolveu além da equipe, agentes externos como a criança que fez o áudio da vinheta sobre consumo consciente de água. A participação do público no processo produtivo é uma das características que envolve a educomunicação. Outro aspecto importante é o olhar crítico voltado para a importância do tema dentro do contexto social.

Conclusões

A produção de vinhetas do núcleo audiovisual da Agência de Jornalismo da UEPG oferece ao aluno e à comunidade uma oportunidade de uma troca de conhecimentos, estabelece um relacionamento entre ambos e contribui para a formação acadêmica do aluno dentro do tripé proposto pela instituição oferecendo o ensino, pesquisa e extensão.

As atividades não só auxiliam no contato com novas tecnologias como despertam o interesse pelas teorias sobre formatos de produção de conteúdos, entre eles a imagem e o texto, além de oportunizar a vivência dentro de uma cadeia de produção.

Além disso, formam um caráter social dos futuros profissionais de jornalismo por proporcionar aos envolvidos nos projetos, uma reflexão sobre temas relacionados à sustentabilidade, sociedade e divulgação de ideias positivas, como por exemplo o meio ambiente, e maneiras de motivar a propagação desses valores bem como formar profissionais conscientes do impacto que a mídia tem no cotidiano.

Referências

ALVES, Marcia Nogueira; FONTOURA, Mara; ANTONIUTTI, Cleide Luciane. **Mídia e produção audiovisual: uma introdução**. Curitiba: Ibpex, 2008.

BISTANE, Luciane; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005.

RODRIGUES, Gabiela F. **É educomunicação? A descoberta do termo e de elementos educomunicativos**. Disponível em: [http://www.usp.br/nce/aeducomunicacao/saibamais/textos/]. Acessado em 2 de maio de 2012.

Ministério da Educação. **Manual de Educomunicação.** Luziânia – GO, 2006. Disponível em: [www.mec.gov.br/conferenciainfanto]. Acessado em 03 de maio de 2012.

SOARES, Suely Galli. **Educação e comunicação: o ideal de inclusão pelas tecnologias de informação otimismo exacerbado e lucidez pedagógica**.1ªEdição. São Paulo: Cortez, 2006

SETTON, Maria da Graça. M**ídia e Educação**. 1ªEdição. Alto da Lapa: Contexto, 2010.