

Sistemas de comunicação, registro e difusão de conteúdos a partir do uso combinado de audiovisual e de redes sociais online.

César Viana Teixeira (PUC-GO)
Cleomar Rocha (UFG)

Palavras-chave: redes sociais, audiovisual, tecnologia, educação, cultura

Resumo

Estudo sobre ação pedagógica realizada com alunos de Jornalismo, Biblioteconomia e Publicidade e Propaganda da UFG e PUC Goiás para testar a criação de sistemas de informação a partir de plataformas online para registrar e difundir a cultura goiana. Enquanto estudavam sobre teoria da ação cultural, tradições e manifestações goianas também aprenderam sobre a produção de conteúdos e de eventos. As ações junto à comunidade de Goiânia e região conformam o projeto de extensão Mostra Goiás, mote para os testes de técnicas de audiovisual, aplicativos e redes sociais no ensino de mídia. Relato de pesquisa desenvolvida no Media Lab/UFG como parte de estágio pós-doutoral apresentado no PACC/UFRJ em parceria com a Secretarial Municipal de Cultura de Goiânia e PUC TV Goiás, dentro do projeto de pesquisa “Mídia Experiência: Saberes e Riquezas Populares”. Para abordar a cultura goiana, os estudantes são incentivados a praticar técnicas de reportagem e produção de eventos enquanto pesquisam sobre cultura local. As primeiras produções dos alunos foram apresentadas no Cine Goiânia Ouro e em eventos no centro e na periferia de Goiânia. Estando em cartaz no circuito de cinema, os vídeos dos alunos foram divulgados na programação cultural da imprensa. Além de milhares de acessos nas redes sociais, as ações dos alunos geraram divulgação espontânea na imprensa. Apenas em 2014, foram 4,1m² de chamadas nos principais jornais do Estado de Goiás, além de mais de trezentos minutos com a soma de entrevistas e exibições dos vídeos experimentais em emissoras de televisão de alcance estadual. Um exemplo que pode ser aplicado em escolas de todos os níveis.

Abstract

Study on pedagogical action performed with journalism, librarianship and Advertising students of Federal University of Goiás (UFG.br) and Pontifical Catholic University of Goiás (PUCGOIAS.edu.br) to test information systems formed by online platforms and applications to record and disseminate the culture of the brazilian state of Goiás. While studying traditions and local culture the students learned about content creation and cultural events' organization. The extension project Mostra Goiás is the motto for the testings of audiovisual techniques, web applications and online social networkings applicated into this media education experiments. This research report was developed at the Media Lab / UFG as part of a post-doctoral project presented at PACC / UFRJ in partnership with Goiania City Hall and PUC TV Goiás, within

the research project "Media Experience: Popular Knowledges and Wealths " . Students were encouraged to practice reporting techniques while researching on local culture. The first experimental videos were presented at Goiânia Ouro Cinema and events done downtown and on the outskirts of Goiania. Being on display at the local cinema circuit, the videos were released in the cultural programming of the press. In addition to thousands of hits on social networks, the actions of the students generated spontaneous disclosure in the press. Only in 2014 there were 4,1m² calls in major newspapers in the state of Goiás, and more than three hundred minutes with the sum of interviews and videos presented on statewide television stations. An example that can be applied in schools of all levels.

Introdução

Às vezes parece que acordamos no futuro plasmado em filmes de ficção científica feitos há poucas décadas atrás. Com facilidade, podemos nos conectar ao vivo uns com os outros, escolher e indicar produtos, encontrar e emitir informação sobre os mais diversos assuntos ou pontos de vista em qualquer escala de distância. Recomendar localizações baseadas em GPS, contratar serviços de formas inovadoras. Por exemplo, os antigos sistemas de emissão de passagens aéreas cheias de papéis carbono sujavam as mãos do passageiro, borravam os dados do bilhete e ainda gastavam papel. Agora, apresenta-se um código que representa todo o processo eletrônico de escolha, pagamento e procedimento da viagem. Os processos mudaram inclusive na convivência social - amplamente midiaticizada dos últimos anos.

A convivência, o comércio, as artes, os intercâmbios e até decisões políticas encontram espaço ou se realizam por meio de redes e ferramentas digitais. Já estamos rodeados por uma forte cultura de participação já abordada por Lewis (1992) ou Jenkins (2006). Aos poucos vamos assimilando as características que se consolidam em novas formas e fluxos de comércio, de cultura, de produção e distribuição de riquezas e de informação. Antes, a informação chegava pelas ondas do rádio ou da televisão. O ar servia como transmissor das notícias do mundo, hoje o ar armazena e distribui informação num novo esquema computacional comumente chamado de nuvem. As interações entre máquinas, códigos e sistemas permitem o encaminhamento da "Internet das coisas", por exemplo.

Agora, o conhecimento se espalha e se reaglutina por outros tipos de antenas: as pessoas com acesso à internet. Fazem ligações, transmitem arquivos em vídeo e em áudio e criam formas de se manterem informadas de tudo o que acontece em casa e no mundo. As gracinhas do novo bebê da família são assistidas pelos parentes em tempo real ou armazenadas em álbuns/bibliotecas compartilhados na nuvem. Os comentários circulam em "colunas sociais" interconectadas nunca imagináveis há pouco mais de dez

anos. Além de aprender a lidar com esses apetrechos, precisamos encontrar formas de garantir o direito de expressão e de privacidade de todos.

As novas formas de pesquisar, de comprar e de pagar injetam ânimo num setor que vive de altas desde que começou a ser medido no início dos anos 2000 com o empenho da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Camara-e.net). Uma associação como esta favorece a união do mercado na busca por melhorias e práticas que resultem em crescimentos tão favoráveis ao comércio eletrônico brasileiro, como os obtidos nos últimos 16 anos – desde que passaram a ser aferidos. Formas mais justas de distribuição da renda gerada pela publicidade online também precisam ser desenvolvidas para beneficiar a todos os envolvidos nos âmbitos digitais.

Mas nem tudo está assimilado, definido ou regulado. Ainda há diversos ajustes às “antenas pessoais” para que se adaptem a esta enxurrada de apetrechos, sistemas, navegações e novidades que transformam o cotidiano. Precisamos avaliar até que ponto partilhamos deste novo futuro e também como nossa sociedade se arranja no meio de tanta mudança e, principalmente, como aproveitamos e distribuimos entre todos as oportunidades que surgem – justa e igualmente. Há esforços nacionais e internacionais neste sentido que corroboram os processos usados ao longo desta experiência pedagógica aplicada em Goiânia unindo universidade, governo local e empresas.

Em meio a esta realidade que nos coloca como mediadores este estudo busca principalmente tatear algumas soluções para a aplicação de redes sociais online à educação e à prática de jornalismo cultural. Os participantes da pesquisa aqui apresentada são mediadores nos termos de Martín-Barbero (1987) e Orozco-Gómez (2002), enquanto que esses mesmos atores interagem numa época de midiatização da cultura e da sociedade, conforme os conceitos de Sonia Livingstone (2008) e Stig Hjarvard (2013).

Os estudos teóricos que corroboram essa experiência levada a cabo entre 2013 e 2014 em conjunto com o Media Lab/UFG, PUC Goiás e Centro Municipal de Cultura Goiânia Ouro justificam as quatro primeiras edições da Mostra Goiás – criada para o estudo e a divulgação de cultura goiana a partir da aplicação de técnicas de comunicação para a conformação de sistema de produção, teste de ferramentas, difusão de conteúdo acadêmico e a consequente aferição do público alcançado. Esta iniciativa foi parte do pós-doutorado desenvolvido por César Viana Teixeira sob a supervisão de Cleomar Rocha no Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC) da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Também se integra ao projeto de pesquisa “Mídia Experiência: saberes e riquezas populares”, desenvolvido na Pontifícia Universidade Católica de Goiás no Núcleo de Pesquisa em Comunicação em conjunto com a Coordenação de Arte Cultura (CAC) da PUC-Goiás e PUC TV Goiás, que emitiu os vídeos produzidos pelos alunos em rede

estadual de televisão em 2014, 2015 e 2016. O projeto continua em andamento.

Ainda houve a participação de diversos artistas e agentes culturais, bem como a colaboração entre grupos e pesquisadores tais como Alice Fátima (Outros Fazedores de Cinema – FAV/UFG), Ana Reis e Elisa Abrão (Curso de Dança UFG) que fizeram apresentações na Mostra Goiás.

Problema

É viável criar sistemas de comunicação, registro e difusão de conteúdos a partir do uso combinado de audiovisual e redes sociais online?

Sistemas de comunicação “prêt-à-porter”

A criação de sistemas de comunicação de cada edição da Mostra Goiás só foi possível por meio da apropriação de canais online abertos e grátis aliados aos recursos das faculdades, tais como câmeras de vídeo e estúdios de fotografia e de televisão, além dos celulares e câmeras dos próprios alunos. Dessa forma, os estudantes dos cursos de Biblioteconomia e Jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG) e de Publicidade e Propaganda e Jornalismo (PUC Goiás) conduziram quatro mostras culturais trabalhando como equipes que se valiam do trabalho integrado entre turmas.

A intenção era testar entre os alunos as possíveis aplicações pedagógicas de ferramentas que são parte do cotidiano desses jovens. A cultura goiana era o tema para o desenvolvimento de documentários, exposições, apresentações artísticas e eventos diversificados que tinham como base física o Centro Cultural Municipal Goiânia Ouro, gentilmente cedido pela Secretaria Municipal de Cultura – parceira desta iniciativa de pesquisa e extensão – para as apresentações/aulas abertas junto à comunidade.

Além de dar oportunidade aos alunos de participarem ativamente da agenda cultural e turística de Goiânia, a perspectiva de pesquisa da “Mostra Goiás” proporcionou principalmente a chance das turmas atuarem em conjunto para a construção de sistemas de informação e de comunicação. Uma prática que abriu novas abordagens educacionais e comunicacionais relacionadas ao aprendizado de teoria da ação cultural com alunos de Biblioteconomia e técnicas de reportagem, jornalismo cultural e práticas de campanhas publicitárias com alunos de Comunicação Social da UFG e da PUC Goiás.

Para o sociólogo francês Dominique Wolton um sistema de informação não é sempre uma mídia porque a internet tem um sistema de funções diferentes como informação, expressão e comunicação. “A função de *informação* remete ao que é necessário ao funcionamento de uma sociedade complexa; a *expressão* exprime a necessidade de falar, em uma sociedade livre, mas povoada de solidões, a comunicação implica a dificuldade da

intercompreensão. Pode-se assim contrapor a velocidade de informação com a lentidão da comunicação” (WOLTON.2003: 95).

O “sistema de informação” aqui descrito se refere:

- ao conjunto de tipos de conteúdos desenvolvidos (textos, documentários, fotografias, eventos) e os canais de divulgação usados: blog, página de Facebook, Twitter, Instagram, Youtube.

- ao uso integrado dos formatos aplicados (texto, imagem, audiovisual, áudio, animação).

- À agenda de eventos culturais: mostra de cinema, lançamentos de videodocumentários, apresentações de dança e teatro, performances, recuperação e ressignificação de patrimônio público como nos eventos paralelos “Encontro Cena Urbana” (alunos de Publicidade e Propaganda da PUC Goiás) e “Tá Rolando” (alunos de Jornalismo da PUC Goiás), que mobilizaram mais de duas mil pessoas no centro de Goiânia em aulas-evento no Beco da Codorna e no Grande Hotel. O “Grupo Plaft –Cantando e Contando Histórias” também surgiu nesta ação de pesquisa. Criado por uma aluna de Biblioteconomia em 2013, o Plaft ainda se apresenta em escolas públicas da Região Noroeste de Goiânia.

- Ao uso de sistemas de comunicação instantânea para a preparação e distribuição dos conteúdos e a prática sobre organização de eventos culturais.

Devido à parceria com a Prefeitura Municipal de Goiânia, a mostra cultural tomou dimensões públicas e sua abrangência foi além do ambiente universitário. Os trabalhos acadêmicos viraram temas de reportagens em jornal, televisão e rádio na Região Metropolitana de Goiânia e em âmbito estadual.

Os participantes passaram a integrar a agenda cultural da capital goiana durante os meses em que a mostra cultural vigorou. **Na edição de maio de 2014 - a mídia espontânea relacionada ao evento rendeu 4,1 m² com a soma de chamadas nos principais jornais impressos do Estado de Goiás e de reportagens, entrevistas e mais de 300 minutos em exibições em emissoras de televisão de alcance estadual.**

A participação nos eventos e o interesse que os presentes demonstraram ao acompanhar os fluxos de conteúdos da mostra também chamaram a atenção de internautas **dos outros estados brasileiros e de mais de 20 países**. Os estudantes trabalharam em equipes de produção que dividiram tarefas para emular as etapas de elaboração dos conteúdos. Criaram páginas, blogs e eventos - que logo foram repaginados ou retrabalhados de acordo com as visões e identidades das turmas envolvidas em cada edição semestral da Mostra Goiás.

O professor James Paul Gee da Universidade do Arizona estuda letramento há mais de 20 anos e se baseia em grupos de afinidade para explicar os fenômenos de jogadores de videogames que se juntam no entendimento e nas disputas. Gee discorda do que alguns autores chamam de “comunidades de práticas” porque para ele os grupos de afinidade possuem “desafios comuns” que são organizados em “processos inteiros” e por isso os integrantes participam com “conhecimento extensivo” porque precisam se integrar em diferentes processos desses “desafios comuns”. “Implication: knowledge is not first and foremost in heads, discrete individuals, or books, but in networks of relationships” (GEE, 2003: 193). Com os grupos de trabalho definidos por afinidade de temas os alunos escolheram as premissas e desenvolveram cada edição da mostra cultural no centro da cidade de Goiânia.

Letramento midiático

A Áustria ainda é o único país no mundo onde as escolas primárias também ensinam as crianças a lidarem com mídia. Os estudantes se juntam com outras escolas e produzem programas de rádio que ao final do ano passam em cadeia nacional via rádio estatal. As crianças também aprendem a fazer vídeos e a manipular imagens. Tudo isso para que saibam distinguir desde cedo quando a foto de um anúncio publicitário está editada ou não. Um exemplo que facilmente poderia ser assimilado em nossas escolas e por famílias brasileiras no desejo de compartilhar e de melhor aproveitar os potenciais das tecnologias da comunicação.

O Brasil é diverso e de horizontes múltiplos. Cabe à população e ao governo encontrar as melhores maneiras de distribuição de conhecimento e de riquezas dentro das potencialidades do âmbito digital. As tecnologias e os novos tipos de interação e interconexão vão ser cada vez mais preponderantes em sistemas de saúde, de educação, segurança, transporte, habitação e em todos os outros domínios da atuação pública e privada.

O caso da Áustria, que se denomina *Media Manual*, serviu de norte para esta pesquisa aplicada na UFG e na PUC-Goiás. Os alunos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda já são mais adaptados à produção midiática, mas a participação dos alunos de Biblioteconomia reforçou a criação do sistema de informação proposto. Ambos puderam desenvolver o trabalho dentro das especificidades de cada curso. As condições dadas tanto na manipulação de imagens, criação de textos, áudios e vídeos e a possibilidade de divulgação dos mesmos em ambientes de comunicação abertos e apresentação em espaço público de promoção de cultura viabilizaram a Mostra Goiás – incluindo o processo de constatação teórica à aplicação efetiva das técnicas de comunicação.

As premissas de pesquisa que culminaram na realização e na difusão da Mostra Goiás se alicerçam na busca por aproximação às artes e à produção cultural baseados em preceitos como os preconizados pela pesquisadora

Rodríguez (2010) a partir dos estudos de Paulo Freire, Chantal Mouffe, Edward Said e Frantz Fanon e da necessidade de mais pesquisa sobre a apropriação das novas tecnologias pelas comunidades.

Para ela os meios de comunicação cidadãos aportam o potencial de gerar empoderamento entre quem os produz. O sujeito social que transforma sua subjetividade, de um estado de passividade, isolamento e silencia a uma forma de subjetividade ativa (RODRÍGUEZ, 2010). Esse rompimento se dá em conjunto pelos alunos das faculdades de Comunicação e Informação envolvidas neste projeto, mas também poderiam ser pessoas de quaisquer níveis de formação ou origem.

As vivências desde o último século nos ensinaram a ler e a escrever na linguagem audiovisual. Anos e anos expostos às histórias do cinema e da televisão nos forneceram também habilidades para assimilar a gramática característica do audiovisual, mas o ensino e a aplicação dessa linguagem ainda podem ser aprimorados e mais difundidos nas escolas de todos os níveis.

Onipresença e ubiquidade

Desde o início dos anos 1980 - a partir da produção e venda massiva de computadores pessoais - passamos por mudanças substanciais que nos permitem constituir um lado digital do mundo e inclusive da nossa psique, conforme Turkle (2012). Nem paralelo, nem virtual: físico, concreto, fluente e líquido.

Vivemos uma época de mecanização da convivência. Quando as risadinhas do novo bebê repercutem simultaneamente nos sistemas de informação social da família e dos amigos, vivenciamos um exemplo disso. A convivência passa a ter nuances remotas mediadas pelos mais diferentes sistemas instantâneos de comunicação. Os tipos de postagens ou de comunicações demarcam a convivência entre pessoas que já não necessariamente se encontram pessoalmente, mas que se relacionam a partir de ícones, mensagens como se fosse uma dança sem par que emulam ou substituem formas anteriores de convivência presencial.

Os âmbitos do viver agora passam por novas formas de expressão, de interconexão e de registro. O ambiente digital se plasma assim na realidade das pessoas e vice-versa. O tempo de resposta varia de acordo com o tipo de meio, o que cria a possibilidade de etiquetas diferentes de acordo com o tipo de interconexão ou estilo de comunicação. Por exemplo, o Twitter emula um tempo instantâneo parecido com a agilidade do rádio na disseminação de informação.

A capacidade de se interconectar instantaneamente com qualquer pessoa em ambiente privado ou de buscar informação diretamente com quem está do outro lado do mundo falando abertamente sobre um terremoto ou o acidente ocorrido ao lado de casa. As pessoas falam entre si de um jeito antes impossível de se executar com meios analógicos. As notícias circulam assim com novas mediações, sejam novidades da família ou de interesse público. Isso muda a configuração da mídia.

A maneira de viver o cotidiano em família ou em sociedade passa pelo primado dos sistemas computacionais - onipresentes nas mais diferentes manifestações e ocasiões. As compras, os transportes e uma diversidade de serviços que ganharam agilidade e melhor eficiência pelo simples fato da interconexão de sistemas ou de situações físicas.

Conclusão

Sobre a problemática levantada no início desta pesquisa verificamos que sim é viável criar sistemas de comunicação, registro e difusão de conteúdos a partir do uso combinado de audiovisual e redes sociais online. Isso se comprovou nas duas edições da Mostra Goiás realizadas especialmente para esta pesquisa em parceria com o Media Lab/UFG, PACC/UFRJ e CAC/NPC PUC Goiás entre 2013 e 2014.

Há menos de 20 anos, uma transmissão ao vivo de vídeo dependia de grandes investimentos de grupos de mídia para ser realizada. Hoje as notícias são transmitidas não só pelas empresas jornalísticas, mas pelos próprios cidadãos que vivenciam os fatos. Isso traz mudanças drásticas na forma de se conviver, consumir e difundir informação por meio de textos, vídeos, animações e imagens em geral.

Nesta proposta, as redes sociais online serviram como suporte de comunicação, mas principalmente como fonte de documentação, convivência, integração e repercussão. Assim, esta pesquisa contribui de forma expressiva para a igualdade de uso e de aplicação dessas novas técnicas de integração social e informação mediada por sistemas computacionais.

Das contribuições sociais desta pesquisa destacam-se também o envolvimento de diferentes centros de pesquisa e cursos para o estudo. O esforço conjunto para a valorização e a difusão de cultura goiana aproxima a academia da sociedade a partir do trabalho integrado entre Media Lab/UFG, PACC/UFRJ, NPC e CAC - PUC Goiás e cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Biblioteconomia.

As ferramentas digitais criam espaço para ressignificação e ampliam o âmbito de ação das pessoas e suas comunidades colocando-as como tema de conversação e fluxo de imagens e vídeos entre os mais diferentes tipos de público e lugares.

O fazer midiático já não se restringe aos grupos de comunicação estabelecidos no século passado baseados em esquemas industriais de construção de redes de informação formadas a partir de interesses e investimentos de determinados grupos econômicos ou políticos. As definições editoriais do que era ou não publicado – entre outros fatores - também dependiam da quantidade de páginas ou películas de filmes necessários para as fotos, geralmente feitas apenas por fotógrafos profissionais. Redigir, fotografar, difundir, selecionar, conviver são agora tarefas comuns a todos que lidam com imagens, videos e que já têm acesso ao mundo dos sistemas computacionais.

A seleção ou curadoria de notícias e os espaços de exposição e circulação desses conteúdos de interesse público já existem. Há espaço para que sejam trabalhados valores e premissas culturais nesses novos formatos de mídia. A esfera pública digital ganha com interferências pedagógicas que indiquem sentidos de registro e de visibilidade dos saberes e riquezas populares. Neste caso aqui apresentado, colaborou com a circulação de conteúdos alinhados para dar mais visibilidade à cultura goiana em redes sociais online, blogs, cinema, exposição de fotos, apresentações teatrais, de dança e de música e em artigos científicos.

O livre acesso à informação também demanda igualdade no uso e na manipulação dos meios de comunicação. A alfabetização digital passa pela aprendizagem de novas linguagens como o audiovisual e as múltiplas possibilidades de difusão e seleção de conteúdos de interesse comunitário. Precisamos, portanto, encontrar novas soluções que facilitem a todos participarem deste novo cenário da comunicação instantânea e mundializada. Busquemos, pois, maneiras de inovação e disseminação dos saberes relacionados à cultura digital.

Referências Bibliográficas

GEE, James Paul. **What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy**. Paulgrave Macmillan: Nova York, 2003.

JENKINS, Henry. ***Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture***. Nova York: New York University Press, 2006

LEWIS, Lisa A. ***The Adoring audience: fan culture and popular media***. Londres: Routledge, 1992.

LIVINGSTONE, Sonia. **On the mediation of everything. {s.l.}: ICA Presidential Adress, 2008. Disponível em [http://eprints.lse.ac.uk/21420/1/On_the_mediation_of_everything_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/21420/1/On_the_mediation_of_everything_(LSERO).pdf)**
Acessado em março de 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

OROZCO-GOMEZ, Guillermo(Coord.). **Recepciones y mediaciones. Casos de investigación e América Latina.** Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002.

RODRIGUEZ, Clemencia. **Making our media: global initiatives toward a democratic public sphere.** Cresskill: N.J. Hampton Press, 2009.

RODRÍGUEZ, Clemencia. **Tecnologías para nombrar al mundo: procesos de apropiación y uso de las tic's.** University of Oklahoma. 2010. Disponível em:

http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/download/2010_rodriguez_conferencia_UAB.pdf. Acesso em: 28 ago. 2013.

TURKLE, Sherry. **Alone Together. Why we expect more from technology and less from each other.** Nova York: Basic Books, 2012.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre: Sulina, 2003.

HJARVARD, Stig. **Mediatization of Culture and Society.** Nova York, 2013.