

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TELEVISÃO DIGITAL:
INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Rosimeire Aparecida Pando

AS CONTRIBUIÇÕES DO AUDIOVISUAL PARA A FORMAÇÃO DE
JOVENS PRODUTORES: A CONSTRUÇÃO DE CONTEÚDOS POR
MEIO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS

Bauru/SP

2012

Rosimeire Aparecida Pando

**AS CONTRIBUIÇÕES DO AUDIOVISUAL PARA A FORMAÇÃO DE
JOVENS PRODUTORES: A CONSTRUÇÃO DE CONTEÚDOS POR
MEIO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS**

**Trabalho de conclusão de Mestrado apresentado ao
Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital –
Área de Concentração: Comunicação, Informação e
Educação em Televisão Digital; Linha de Pesquisa:
Gestão da Informação e Comunicação para Televisão
Digital, da Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação da Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho” – Campus de Bauru/SP,
para obtenção do Título de Mestre em TV Digital, sob
orientação do Prof. Dr. João Baptista de Mattos
Winck Filho.**

Bauru/SP

2012

Rosimeire Aparecida Pando

**AS CONTRIBUIÇÕES DO AUDIOVISUAL PARA A FORMAÇÃO DE
JOVENS PRODUTORES: A CONSTRUÇÃO DE CONTEÚDOS POR
MEIO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS**

Área de Concentração: Comunicação, Informação e Educação em Televisão Digital

Linha de Pesquisa: Gestão da Informação e Comunicação em Televisão Digital

Banca Examinadora:

Presidente/Orientador: Prof. Dr. João Baptista de Mattos Winck Filho

**Instituição: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” –
Campus de Bauru/SP**

Prof. 1: Prof. Dr. Sânderson Reginaldo de Mello

Instituição: Faculdade Cidade Verde Maringá/PR

Prof. 2: Profa. Dra. Regina Célia Baptista Belluzzo

**Instituição: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” –
Campus de Bauru/SP**

Resultado: Aprovada

Bauru, 23 / março / 2012.

Dedico este trabalho a todos que acreditam que, por meio da educação, podemos construir um mundo bem melhor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à inteligência Suprema e Causa Primária de Todas as Coisas. Ao meu orientador João Baptista de Mattos Winck Filho por acreditar no meu trabalho e ter sido mais que orientador, um amigo dedicado, paciente, competente e muito profissional. A todos os professores pelos conhecimentos compartilhados. Às minhas amigas Fátima Sonoda pelo incentivo e risadas e Valderez do Amaral, por acreditar em mim sempre e, mesmo à distância, se dispor a contribuir. À Daniela Macário, pela amizade, ajuda fundamental nas revisões e formatações e grande incentivadora no mundo acadêmico. Ao Ronaldo pela paciência na organização dos sumários e à Ellen Malheiros pelas correções e traduções, numa amizade que não tem preço. À diretoria da Fundação de Educação e Cultura (Fundec) pelo incentivo e ajuda na realização da pesquisa. À TV Web Fundec e à WTV por darem o apoio necessário ao compartilhamento dos conteúdos produzidos. Aos meus queridos participantes da pesquisa. À minha mais nova grande amiga Selma Coelho pelo companheirismo durante o mestrado e palavras de apoio nos momentos de desespero. À minha família, amigos e ao meu marido Marcelo Schimdt Ramalho pela paciência nesses dois anos de trabalho e ausências.

“Se tenho prazer em aprender é para ensinar, nenhuma descoberta poderia interessar-me, por mais útil e importante que fosse, se eu tivesse que ser o único a lucrar com ela. Se me derem a sabedoria com a condição de que eu a guarde para mim sem poder transmiti-la, eu a recusaria”.

Sêneca

PANDO, Rosimeire Aparecida. **As contribuições do audiovisual para a formação da cidadania: a construção de conteúdos informativos por meio de dispositivos móveis.** 2011. Monografia de conclusão do Mestrado em Televisão Digital: Informação e Conhecimento – FAAC-UNESP, sob orientação do Prof. Dr. João Baptista de Mattos Winck Filho. Bauru, 2012.

RESUMO

Apresenta-se a possibilidade de criação de núcleos de produção audiovisual com conteúdos informativos que correlacionem, entre outros, arte, meio ambiente e tecnologia. Nesse contexto, a televisão digital e a internet surgem como suporte na cadeia produtiva de conteúdos realizados a partir de dispositivos móveis. Tal realidade conta com o incentivo, dentre outros, do Centro Nacional de Excelência em Produção de Conteúdos Digitais Interativos e Interoperáveis, coordenado pelo Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT). As tecnologias de informação e comunicação (TICs) podem restabelecer às produções midiáticas a vocação de fonte cultural formadora na vida dos indivíduos, principalmente jovens. Neste sentido, os meios de comunicação interativos prometem reduzir as fronteiras da desigualdade de acesso, fortalecendo a democratização de informações, o compartilhamento de saberes e práticas cidadãs.

Palavras- chave: Audiovisual, Dispositivos móveis, Informação, Televisão digital.

PANDO, Rosimeire Aparecida. **As contribuições do audiovisual para a formação da cidadania: a construção de conteúdos informativos por meio de dispositivos móveis.** 2011. Monografia de conclusão do Mestrado em Televisão Digital: Informação e Conhecimento – FAAC-UNESP, sob orientação do Prof. Dr. João Baptista de Mattos Winck Filho. Bauru, 2012.

ABSTRACT

This paper presents the possibility of creating audiovisual production cores with informative and educative contents which correlate art, environment and technology, among others. In this context, digital television and internet appear as support to the production chain of contents generated from mobile internet devices. Such reality is encouraged, among others, by the Centro Nacional de Excelência em Produção de Conteúdos Digitais Interativos e Interoperáveis, coordinated by the Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT). The information and communication technologies (ICT) can re-establish to the media productions the vocation of cultural source in one's life, especially the young. So, interactive communication means promise to reduce the borders of access inequality, building up information democratization, knowledge sharing and civic practices.

Keywords: Audiovisual, Mobile internet devices, Information, Digital television.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Meios de comunicação – Fonte: Internet	25
Figura 2 - Mapa da cobertura da TV digital em setembro de 2011	30
Figura 3 - Ícones das redes sociais.....	32
Figura 4 - Experiência de Muybridge – Fonte: A arte do vídeo digital	40
Figura 5- Sujeitos da pesquisa	45
Figura 6 - Placa indicativa do Parque Estadual do Aguapeí – Foto do grupo	46
Figura 7 - Veado pantaneiro.....	47
Figura 8 - Slide da oficina de vídeo	49
Figura 9 - Slide da oficina de vídeo	49
Figura 10 - Slide da oficina de vídeo	50
Figura 11 - Slide da oficina de vídeo	50
Figura 12 - Slide da oficina de vídeo	51
Figura 13 - Slide da oficina de vídeo	51
Figura 14 - Slide da oficina de vídeo	52
Figura 15 - Slide da oficina de vídeo	52
Figura 16 - Slide da oficina de vídeo	53
Figura 17 - Slide da oficina de vídeo	53
Figura 18 - Slide da oficina de vídeo	54
Figura 19 - Slide da oficina de vídeo	54
Figura 20 - Slide da oficina de vídeo	55
Figura 21 - Slide da oficina de vídeo	55
Figura 22 - Slide da oficina de vídeo	56
Figura 23 - Slide da oficina de vídeo	56
Figura 24 - Slide da oficina de vídeo	57
Figura 25 - Slide da oficina de vídeo	57
Figura 26 - Slide da oficina de vídeo	58
Figura 27 - Slide da oficina de vídeo	58
Figura 28 - Slide da oficina de vídeo	59
Figura 29 - Slide da oficina de vídeo	59
Figura 30 - Slide da oficina de vídeo	60
Figura 31- Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	61
Figura 32 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	61

Figura 33 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	62
Figura 34 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	62
Figura 35 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	63
Figura 36 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	63
Figura 37 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	64
Figura 38 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	64
Figura 39 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	65
Figura 40 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	65
Figura 41 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	66
Figura 42 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	66
Figura 43 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	67
Figura 44 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	67
Figura 45 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	68
Figura 46 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	68
Figura 47 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	69
Figura 48 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	69
Figura 49 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	70
Figura 50 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	70
Figura 51 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	71
Figura 52 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	71
Figura 53 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I	72
Figura 54 - Slide da oficina de vídeo	72
Figura 55 - Slide da oficina de vídeo	73
Figura 56 - Slide da oficina de vídeo	73
Figura 57 - Slide da oficina de vídeo	74
Figura 58 - Slide da oficina de vídeo	74
Figura 59 - Slide da oficina de vídeo	75
Figura 60 - Slide da oficina de vídeo	75
Figura 61 - Slide da oficina de vídeo	76
Figura 62 - Slide da oficina de vídeo	76
Figura 63 - Slide da oficina de vídeo	77
Figura 64 - Participantes durante a oficina de vídeo	77
Figura 65 - Participantes durante a oficina de vídeo	78

Figura 66 - Participantes durante a oficina de vídeo	78
Figura 67- Participantes durante a oficina de vídeo -Laboratório de Informática	79
Figura 68 - Equipe da pesquisa.....	79
Figura 69 - Ônibus da Fundec.....	80
Figura 70 - Chegada à ponte do Rio Aguapeí.....	81
Figura 71 - Sujeito da pesquisa.....	81
Figura 72 - Sujeitos na captação de imagens	82
Figura 73 - Pegadas de jaguatirica.....	82
Figura 74 - Galax 5.....	84
Figura 75 - Nokia C3	84
Figura 76 - Motorola Motokey EX.....	85
Figura 77 - Câmera Kodak	85
Figura 78 - MP 12 Hi phone	86
Figura 79 - Ch@t 222 - Sansung - Fonte: Internet	86
Figura 80 - Desenho do Movie Maker	87
Figura 81 - Tela do Adobe Premiere	88
Figura 82 - Sujeitos no estúdio da TV Web Fundec	89
Figura 83 - TV Web Fundec	90
Figura 84 - Estúdio da TV Web Fundec	90
Figura 85 - Edição e compartilhamento das imagens	91
Figura 86 - Edição e compartilhamento das imagens	91
Figura 87 - Edição das imagens.....	92

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

Introdução	14
1 Desenho da Pesquisa	17
1.1 Justificativa	18
1.2 Objetivos	21
1.3 Metodologia	22
1.4 Tipo de pesquisa adotada	23

CAPÍTULO 2

A produção de conteúdos a partir de dispositivos móveis	24
2.1 A Tecnologia e o homem	24
2.2 A Televisão Digital no Brasil	27
2.3 Web 2.0: Definição e sua influência na comunicação em rede	31

CAPÍTULO 3

Protagonismo Juvenil e Cidadania

3.1 Educação e Televisão Digital: uma possibilidade de democracia	34
3.2 Jovens produtores de conteúdos audiovisuais	37
3.3 A linguagem audiovisual e o uso de dispositivos móveis	39

CAPÍTULO 4

Diário de Bordo: o resultado da experimentação	42
4.1 Um passo depois do outro	42
4.2 O formato do programa experimental	43
4.3 A escolha dos sujeitos	45
4.4 O local da pesquisa: o Parque Estadual do Aguapeí	46
4.5 Execução da Oficina de vídeo e roteiro	48
4.6 A expedição de captura de imagens	79
4.7 Equipamentos utilizados	83
4.8 Execução da oficina de edição	87
4.9 A pós produção e o compartilhamento	98

CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS FUTURAS	93
REFERÊNCIAS	95
ANEXOS	100

INTRODUÇÃO

Ao longo de sua existência, o homem, que se caracteriza pela sua capacidade de comunicador por essência, vem aprimorando suas formas de narrativas. Na saga de narrar e registrar suas histórias, os meios e modos de comunicar, ao longo do percurso, se desdobrou da oralidade para o letrado, do visual ao audiovisual e destes para o mundo digital, que acaba recuperando e amalgamando as diferentes linguagens nas chamadas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).

Com os nativos digitais, as maneiras de narrar e de comunicar estão cada vez mais sofisticadas, acarretando profundas mudanças culturais e comportamentais.

Dentre os meios narrativos, o audiovisual digital se destaca pela capacidade única de promover a interação de sons e imagens, textos e outros arquivos digitais, entre os usuários conectados ao sistema, por utilizar a linguagem do hipertexto.

Os princípios do hipertexto segundo Pierre Lèvy são:

1. Princípio da metamorfose: a rede hipertextual está em constante construção e renegociação [...];
2. Princípio da heterogeneidade: os nós e as conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos [...] O processo sociotécnico colocará em jogo pessoas, grupos, artefatos, forças naturais de todos os tamanhos, com todos os tipos de associações que pudermos imaginar entre estes elementos;
3. Princípio de multiplicidade e de encaixe das escalas: o hipertexto se organiza em um modo “fractal”, ou seja, qualquer nó ou conexão, quando analisado, pode revelar-se como sendo composto por toda uma rede [...];
4. Princípio de exterioridade: a rede não possui unidade orgânica, nem motor interno. Seu crescimento e sua diminuição, sua composição e sua recomposição permanente dependem de um exterior indeterminado [...];
5. Princípio de topologia: nos hipertextos, tudo funciona por proximidade, por vizinhança. [...] A rede não está no espaço, ela é o espaço; e
6. Princípio de mobilidade dos centros: a rede não tem centro, ou melhor, possui permanentemente diversos centros (LÈVY, 1993, p. 25-26).

Em tese, esses princípios capacitam o produto audiovisual a sua missão principal de educar o consumidor de televisão convencional ao projeto cultural da televisão interativa. Também em tese, esse projeto cultural prevê a democratização dos meios e modos de comunicação, alterando a condição de consumidor para a de co-produtor dos processos narrativos.

Entretanto, um dos grandes desafios dos produtores de audiovisuais é enfrentar o conflito na combinação dos elementos das diferentes formas de narrativas, considerando a possibilidade de que os envolvidos na comunicação sejam, ao mesmo tempo, emissores e receptores das mensagens (WINCK, 2007).

Diante dos novos meios de comunicação e informação, tratando o audiovisual como produto de conteúdo informativo, defendemos a hipótese de que o audiovisual digital pode garantir um tipo de aprendizado diferenciado do convencional, a partir do estímulo ao planejamento e execução coletivos. Acreditamos que a utilização do audiovisual digital como recurso pedagógico, se for aplicada em adolescentes acostumados ao manejo de dispositivos móveis, principalmente o celular com recursos de compartilhamento em rede, é possível constatar substantiva qualificação nos processos de construção e apropriação dos conhecimentos escolares.

A utilização da televisão digital conectada à internet possibilita o acesso a uma variedade de produtos audiovisuais informativos, estes capazes de amplificar a aquisição de conteúdos curriculares, numa velocidade cada vez maior e de forma cada vez mais compartilhada. Dessa maneira, associar a produção de narrativas por jovens empreendedores, associando os dispositivos móveis à TV digital vem ao encontro dos anseios dos estudantes.

A partir desses e de outros pressupostos que apresentaremos a seguir, realizamos uma experiência pedagógica de produção de conteúdos em audiovisual digital. Nosso objetivo maior foi a produção e distribuição de novos conhecimentos de forma interativa, na esperança de construir novas narrativas e, a partir de interesses comuns, experimentarmos alternativas ao ensino e ao aprendizado na escola.

No primeiro capítulo, apresentamos brevemente o desenho da intervenção pedagógica, seus objetivos e a metodologia de trabalho, para retomá-lo, detalhadamente, no quarto capítulo.

No segundo capítulo, discorremos sobre alguns dos pressupostos teóricos que embasaram esta experimentação, com o intuito de pontuar os principais pontos de vista que nos nortearam. Revimos e dialogamos com alguns autores, dentre os quais: Bolão, Britos, Barbero-Martin, Castells, Castro, Cannito, Crocommo, Flusser, Levy, dentre outros.

No terceiro capítulo, aprofundamos a discussão sobre protagonismo juvenil, cercando o tema com relação ao uso de dispositivos móveis como ferramentas de construção coletiva do conhecimento.

Por fim, no quarto capítulo desta dissertação, apresentamos os resultados do experimento, bem como a documentação iconográfica. Os resultados propriamente ditos estão em arquivo audiovisual digital, anexo ao presente, bem como disponíveis para consulta e interação no endereço www.fundec.edu.br/tvwebfundec e www.wtv.com.br

CAPÍTULO 1

1 Desenho da Pesquisa

Nossa pretensão era a de possibilitar a criação de pequeno núcleo de produção de conteúdos regionais, articulado por agentes em idade escolar, incentivando o empreendedorismo e o protagonismo juvenil. Tínhamos em vista, em última análise, efetivar um processo democrático de educação colaborativa e o exercício da cidadania digital.

Para tanto, foi necessário investigar alguns aspectos da evolução da tecnologia digital na chamada Era do Conhecimento, sua disponibilidade de partilha de saberes e práticas entre os meios de comunicação e informação e os novos formatos de narrativas.

A partir de um brevíssimo histórico da televisão digital no Brasil e a escolha pelo padrão japonês, o que mais nos interessa é a questão da portabilidade e da mobilidade. Não é possível se esquecer da influência da Web 2.0 na comunicação em rede, que vem se moldando para atender aos novos hábitos de comunicação compartilhada e à construção do conhecimento coletivo. Da mesma forma, não se pode desconsiderar que a geração nascida sob o signo da internet tenha características e necessidades diferenciadas nos seus processos de aquisição, significação e partilha do conhecimento.

A utilização das TIC para fins educativos e a possibilidade da televisão digital conectada à internet como suportes para compartilhamento de conteúdos também estavam na nossa mira. Entretanto, a possibilidade de produzir e distribuir conteúdos por meio de dispositivos móveis, como celulares e câmeras digitais portáteis, protagonizada por adolescentes, era nosso maior desafio.

Foi realizada uma breve revisão da literatura acerca do protagonismo juvenil e da cidadania, buscando estabelecer as conexões teóricas e pragmáticas com a nossa pesquisa, sobretudo quando nos

defrontamos com um conjunto de necessidades novas, relacionadas à precariedade do ensino e da escola, suas interações com a sociedade e sua capacidade de gerenciar recursos materiais e simbólicos entre os seus atores.

Embora soubéssemos das dificuldades que enfrentaríamos e dos desafios que nos estavam postos, começamos a desenhar as bases da experimentação de construir e partilhar conteúdos informativos assistidos por dispositivos móveis, cujo relato será apresentado mais adiante.

Partimos, então, para a sistematização da metodologia, que exigia elementos tanto das pesquisas qualitativa, de campo, exploratória quanto da descritiva. Decidimos pela realização em três momentos, semelhantes à produção de televisão: o “preparatório”, em que foi feita a escolha dos sujeitos e a pré-produção para a realização das oficinas de vídeo, construção de roteiros e seleção de arquivos digitais; o “exploratório”, com a visita ao Parque Estadual do Aguapeí para a captação das imagens; e o “conclusivo”, para realizar a pós-produção, a finalização dos programas, o compartilhamento dos conteúdos, a análise do experimento e redesenhar as perspectivas futuras do trabalho.

1.1 Justificativa

Dois fenômenos nos interessam nessa investigação: o primeiro diz respeito ao uso da tecnologia, sobretudo o compartilhamento de informações, que rompeu com limites físicos. O segundo é o indivíduo, em especial o adolescente, que está acostumado a se comunicar em ambientes digitais.

Com a perspectiva da digitalização do parque tecnológico da produção de conteúdos audiovisuais e a profunda alteração nos hábitos de consumo de comunicação das gerações pós-internet, observa-se uma crescente tendência, tanto pública quanto privada, de estímulo ao consumo de tecnologias digitais. O Brasil, segundo estatística recente¹, já tem mais

¹ <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet/>

telefones celulares em uso do que pessoas. Isso significa que uma parcela significativa da população brasileira utiliza mais de um dispositivo móvel no seu cotidiano.

O incentivo não abrange somente a digitalização, preservação e armazenamento, mas a produção de programas educacionais e de entretenimento que correlacionem arte, meio ambiente e tecnologia. Por exemplo, o Centro Nacional de Excelência em Produção de Conteúdos Digitais Interativos e Interoperáveis, que é coordenado pelo Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT), através do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), vem empreendendo esforços e divisas para acelerar a produção e a oferta de conteúdos audiovisuais.

Diante desses fatos, questiona-se a necessidade da preparação não apenas de consumidores, mas de novos produtores e leitores de mundo. A maioria dos pesquisadores concorda, junto com Martin-Barbeiro, que

[...] o moderno se concebe, então, como o novo, o diferente, que gera rupturas, o que amplia as perspectivas, mas também que adentra em territórios desconhecidos, fomenta linguagens inéditas, estende suas coberturas de expansão e impacta outras ordens da vida social. (MARTIN-BARBERO, 2001).

O produto audiovisual, produzido e acessado a partir de suportes móveis, sobretudo se for concebido para compartilhamento, pode vir a ser um grande colaborador para a formação de públicos, a profissionalização de produtores e a democratização da informação. Bom lembrar que um dos maiores objetivos do Sistema Brasileiro de Televisão Digital é ser um grande meio de formação de cidadãos críticos, formadores de opinião, possibilitando-lhes um aprendizado mais significativo e uma maior valorização da cultura, principalmente a que está à sua volta.

A possibilidade de transformar a comunicação midiática numa fonte de interação cultural, artística e pedagógica nunca foi tão viável e necessária. Restabelecer as produções midiáticas como um manancial de cultura e uma

fonte transformadora da vida dos indivíduos, principalmente jovens, nos parece urgente. Concordamos com Argan (1980) quando ele afirma que “a única possibilidade de uma reconciliação da arte com o sistema da cultura parece ser sua inserção no sistema da informação e da comunicação de massas”.

Dentro dessas novas tecnologias, acredita-se que os dispositivos móveis, em parceria com a televisão digital, sejam um dos melhores meios de possibilitar a produção de conteúdos informativos regionais, pois se apresentam como uma plataforma tecnológica capaz de realizar a convergência de inúmeros serviços de comunicação, podendo reduzir as fronteiras entre as indústrias culturais quanto aos modelos organizacionais característicos de cada uma delas (BOLAÑO e BRITTOS, 2007).

Não apenas isso, mas a descentralização dos meios e modos de produção de audiovisuais, hoje acessível em larga escala a parcelas cada vez maiores de público, pode vir a ser uma revolução no que entendemos por comunicação social.

Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, entraram na ordem do dia os desafios globais derivados do novo tipo de economia que elas engendram. Para João Winck, junto com Guerra e outros,

O mundo digital utiliza o capital cultural, especialmente a criatividade, como principal fonte de recursos, desdobrando a problemática de se implantar e administrar uma cadeia produtiva que manufatura a inventividade como matéria-prima, transformando-a em objetos de consumo de larga escala. Nessa nova economia, a valorização da atividade criativa é o fator de geração de riqueza, por meio da identificação de tendências, estratégias e medidas que explorem as potencialidades dos agentes produtivos, visando a acumular efetivos industrializados.²

Acredita-se também que, muito além da economia propriamente dita, as produções midiáticas colaborativas sejam poderosas fontes de pesquisa e

² Confira: WINCK, João Baptista. A promessa do audiovisual interativo. Revista Transinformação, Campinas, set./dez., 2007. O autor cita GUERRA, P. A. Socioeconomía de la solidaridad. Montevideo: Nordan, 2002.

informação que resultem na democratização do acesso às novas mídias pela sociedade em geral, pois, segundo Barbosa Filho e Castro (2008):

[...] a nova Ordem Tecnológica vai além de transformações no campo da técnica, da política e da economia. Ela implica também mudanças de atitude e comportamento entre os diferentes atores sociais e o uso e apropriação universalizados das mídias digitais. (BARBOSA FILHO; CASTRO, 2008).

Para que isso aconteça, é necessário incentivar a multiplicação do número de produtores, garantindo espaço para a programação regional, e criar condições para a formação de ambientes competitivos, em que sejam valorizados o empreendedorismo e a inovação (CANNITO, 2010).

Tais condições encontram terreno fértil no ambiente escolar, pois produzir conteúdo informativo e cultural cada vez mais interessante é o grande desafio da escola contemporânea.

1.2 Objetivos

Como objetivo geral, nosso experimento busca a criação um Núcleo de Produção Audiovisual de Conteúdos Educativos junto à Fundação Dracenense de Educação e Cultura (FUNDEC).

Nossos objetivos específicos são, sobretudo, a formação de jovens produtores de audiovisuais no ambiente escolar; o incentivo ao protagonismo juvenil na construção e partilha de conteúdos informativos e a experimentação de comunicação educativa por meios digitais.

Pretendemos experimentar a produção colaborativa de material educativo em audiovisual por meio de dispositivos móveis, que estarão disponíveis para acesso pela internet, por televisão digital e outros meios audiovisuais.

Com isso, buscamos verificar novas formas de produção de narrativas educativas e culturais promovidas por jovens empreendedores locais.

1.3 Metodologia

Tendo em vista os objetivos deste experimento, buscamos estabelecer os contextos educacionais propícios, visando a desenvolver um conhecimento das práticas atuais dos jovens nos meios de comunicação, bem como pesquisar processos de exploração para verificar formas alternativas de se comunicar com diferentes interesses e propósitos, tornando-se relevante entender quem são e como interagem os jovens construtores de conteúdos interativos.

A verificação dessas novas formas de produção e narrativa se faz necessária, pois elas adentrarão em diferentes espaços e passarão também a informar e educar o espectador em diversas plataformas. O jovem produtor irá interagir e poderá assim construir uma relação de multiplicidade e compartilhamento de conhecimentos com seus colegas, auxiliado pelos meios digitais. Tal estratégia foi desenhada para acontecer nos seguintes momentos:

a) Preparatório: pré-produção – escolha dos sujeitos – oficinas

Na pré-produção, verificamos todo o material necessário para a realização das etapas seguintes. Foram questionados o tipo de equipamentos que seriam levados para a captura de imagens, a locomoção, a alimentação, transporte e locomoção adequados no interior do Parque, os locais para a realização das oficinas, autorização de pais, autorização para a visita ao Parque Estadual do Aguapeí, equipamentos para a edição das imagens.

b) Exploratório: duas visitas ao parque – conjunto de estímulos ambientais, cruzamentos com a educação e coleta de imagens.

Nesta etapa, preocupamo-nos em tornar a excursão ao parque segura, já que faríamos uso de barco e caminhadas a pé e que estaríamos em ambiente propício ao surgimento de animais. Foi feita também a entrevista com o biólogo Nelson Gallo que forneceu toda a explicação do ambiente e respondeu todas as perguntas dos alunos e por final a captura de imagens de

forma não direcionada, deixando os sujeitos livres para buscarem imagens do seu interesse.

- c) Pós-produção: execução do interprograma – análise e edição das imagens, finalização dos conteúdos e compartilhamento.

Na realização desta etapa, é feita a análise e decupagem das imagens para edição e finalização do produto e a busca de possíveis suportes de compartilhamento.

1.4 - Tipo de pesquisa adotada

O presente trabalho se desenvolveu em uma linha de pesquisa qualitativa que permite uma observação participante, em que são levados em consideração os aspectos culturais e comportamentais de grupos sociais. No presente trabalho, o grupo social escolhido foi de adolescentes entre 13 e 15 anos, estudantes da Fundação Dracenense de Educação e Cultura. A pesquisa também poderá ser usada para estabelecer contextos com a finalidade de desenvolver um conhecimento das práticas atuais dos meios de comunicação e formas alternativas de se comunicar, com diferentes interesses e propósitos. Para isso, utilizou-se a pesquisa bibliográfica decorrente da seleção de materiais impressos e eletrônicos nas bibliotecas físicas e digitais onde se obteve embasamentos teóricos que correspondessem aos temas de interesse, que foram indicados pelas palavras-chave e que, segundo Rudio (1997), é feita a partir de material já elaborado, principalmente de livros e artigos científicos. Destaca-se como um estudo sistematizado com base em material já publicado, seja em livros, revistas, jornais entre outros, como destaca Santos (2000, apud. VERGARA,1998). Pesquisou-se sobre a Web, a internet e os novos meios, recorrendo muito a artigos e teses publicados referentes a esses temas, por serem material e fonte de pesquisas atualizadas e em andamento. Foi realizado também um estudo de campo de natureza exploratória e descritiva, onde se observa e se descreve o comportamento de agentes no local da pesquisa e, segundo Rudio (1997), está interessada em observar fenômenos procurando descrevê-los e interpretá-los. Ainda segundo Appolinário (2009), busca descrever uma realidade sem nela interferir, sendo, portanto, qualitativa:

“a que normalmente prevê a coleta de dados a partir de interações sociais do pesquisador com o fenômeno pesquisado. Além disso, a análise desses dados se dará a partir da hermenêutica do próprio pesquisador.” (APPOLINÁRIO, 2009, p. 60).

Capítulo 2

A produção de conteúdos a partir de dispositivos móveis

2.1 A Tecnologia e o homem

O desenvolvimento cultural e tecnológico é decorrente do momento histórico pelo qual a humanidade passa e do quanto cada economia participa do acervo de cultura, tecnologia, ciência e bens disponíveis a um dado momento socioeconômico.

Desde os primórdios da humanidade, vivem-se ondas de inovações que podem ser consideradas salto antropológicos. Avanços tecnológicos, como, por exemplo, na pré-história, quando os primatas começaram a usar instrumentos de caça e ferramentas que facilitavam suas vidas. Grandes foram os inventos do homem. Entretanto, a arte de se comunicar, o desenvolvimento das linguagens e a capacidade narrativa foram os mais significativos passos civilizatórios. A sistematização de tecnologias abstratas que manipulam as informações, sem dúvida, alterou e vem alterando o pensamento e a maneira do homem se comportar como sujeito no mundo.

Segundo Barbero (2003, p.54), o que as revoluções tecnológicas introduziram em nossa sociedade não é tanto uma quantidade de novas máquinas, mas sim um novo modo de relação entre os processos simbólicos culturais. Surgem novos meios e modos e os humanos se adaptam facilmente a eles. Vale lembrar, ainda, que:

Inovações tecnológicas trazem consigo novas mensagens, novos usos e novos efeitos. (...) Cada dispositivo da comunicação diz respeito a uma análise pormenorizada, que por sua vez, remete à necessidade de uma teoria da comunicação renovada, ou ao menos de uma cartografia fina dos modos de comunicação. (LÉVY, 1999, p.82).

Assim, aquela nova tecnologia que um dia parecia distante e inatingível, se torna comum e corriqueira e logo olhamos adiante e esperamos o que está por vir.

O vertiginoso desenvolvimento tecnológico, associado aos processos de globalização da economia e internacionalização da cultura, vem modificando os meios e modos com os quais a sociedade contemporânea gere e opera as trocas de informação e mensagens.

A evolução do Ocidente, em particular, é pautada pela invenção de objetos, sistemas, linguagens, teorias, ciência, arte e tecnologias, os quais têm alterado constantemente a configuração das relações entre natureza e as culturas. As redes virtuais, implantadas pelas tecnologias de informação e comunicação, segundo Barbosa Filho e Castro (2008), convergem para uma “nova ordem tecnológica”, cuja essência é a possibilidade de construção coletiva de conteúdos e conhecimento, difundindo informação por diferentes plataformas tecnológicas e suportes linguageiros. Equipamentos digitais com capacidade audiovisual como *laptops*, *ipods*, *palms*, celulares, *ifones* e seus periféricos, vêm sendo pautados pela convergência, isto é, por meio de uma sintaxe comum desprovida de semântica.



Figura 1 – Meios de comunicação

Fonte: www.google.com.br

A linguagem digital permite que os indivíduos acessem o ilimitado banco de dados de informação chamado ciberespaço, usando um mesmo aparelho, capaz de decodificar de forma simultânea qualquer linguagem, seja sonora, textual ou audiovisual, entre outras, compartilhada em rede de aparelhos interconectados.

Recentemente surgiram novos canais de articulação de pensamento (como em filmes e TV), e o pensamento ocidental está aproveitando cada vez mais esses novos meios. Eles impõem ao pensamento uma estrutura radicalmente nova uma vez que representam o mundo por meio de imagens em movimento. Isso estabelece um estar-no-mundo pós-histórico para aqueles que produzem e usufruem desses novos meios. De certa forma pode-se dizer que esses novos canais incorporam as linhas escritas na tela, elevando o tempo histórico linear das linhas escritas ao nível da superfície. Se isso for verdade, podemos admitir que atualmente o “pensamento-em-superfície” vem absorvendo o “pensamento-em-linha”, ou pelo menos vem aprendendo como produzi-lo. E isso representa uma mudança radical no ambiente, nos padrões de comportamento e em toda a estrutura de nossa civilização. (FLUSSER, 2007, p.110).

Essa Nova Ordem Tecnológica deve estar a serviço da democratização da comunicação, da informação e da socialização do conhecimento. Portanto, faz-se necessária a pluralidade de fontes e canais de informação em larga escala que não cumpra apenas as funções sociais a eles destinadas atualmente. Para Barbosa e Castro é necessário ainda:

[...] promover e estimular programas de formação e capacitação de mão-de-obra especializada na produção de conteúdos audiovisuais interativos e interoperáveis para diferentes plataformas digitais; fornecer ferramentas de software para a produção desses conteúdos e prover o estabelecimento de cooperativas de produção (BARBOSA FILHO, 2008, p.157 apud CASTRO; FEITOSA; e VALENTE, 2009, p.8).

É necessária a apropriação dos meios de comunicação pelos consumidores, no sentido de inserção do usuário dos serviços na condição de co-autores, difusores e agentes transformadores das diferentes culturas que eles compõem. Dessa maneira, os meios de comunicação multimídia no geral e a TV digital no particular podem ser compreendidos como produtos de

conteúdo informativo estendido, no sentido que McLuhan (1996) propôs: o meio é a mensagem. Eles podem garantir um aprendizado significativo desde o momento em que sua sintaxe de comunicação é planejada, tendo em vista a apropriação desse conhecimento, que se transforma em pragmática pelo indivíduo produtor.

Como lembra João Winck, um dos grandes desafios dos roteiristas audiovisuais é enfrentar o conflito na combinação dos elementos das diferentes formas de narrativa, considerando a possibilidade de que os envolvidos na comunicação sejam, ao mesmo tempo, emissores e receptores das mensagens (WINCK, 2007).

2.2 A Televisão Digital no Brasil

Desde o surgimento da televisão no Brasil, com seu primeiro canal, a TV Tupi em 1950, muita coisa mudou. Gradativamente, o número de canais foi aumentando, a imagem que antes era em preto e branco se tornou colorida, vieram os canais a cabo, o controle remoto e, muito recentemente, a digitalização de toda a produção televisiva. Tal desenvolvimento tecnológico fez com que as imagens, a edição e a transmissão passassem do processo analógico para o digital, assim como ocorreu com outros aparelhos eletrônicos, como as máquinas fotográficas e a telefonia.

O assunto começou a ser discutido ainda no governo Fernando Collor (1990-92), mas foi com o Decreto nº 4.901, assinado em 2003 pelo então Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, que foi instituído o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTV-T). O sistema objetiva a geração de tecnologias nacionais e a promoção da inclusão digital, entre outros. Posteriormente, em 2006, assina o Decreto nº 5.820, criando o Fórum do SBTVD- T, normatizando e padronizando o desenvolvimento do sistema. Esse decreto estabelece o ano de 2013 como o prazo para a cobertura digital em todo país, e o ano de 2016 a data limite para o término das transmissões analógicas. Prevê, ainda, que no final desse prazo cerca de 90% da população tenham acesso ao sinal digital em todo o território nacional.

Dentre os padrões de televisão digital existentes no mundo, o modelo escolhido pelo Brasil foi o japonês (ISDB-T – Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial), que, segundo Ribeiro (2004, p.35), é o único que permite a recepção móvel, através de aparelhos portáteis e pode ser acrescido de novas tecnologias desenvolvidas no Brasil. Ele tem, entre os objetivos instituídos, o de promover a inclusão social, fomentar a diversidade cultural do país, por meio do acesso à tecnologia digital, visando à democratização da informação.

A televisão digital brasileira está implantada com os recursos tecnológicos da multiprogramação e da interatividade. O primeiro recurso permitirá a ampliação da transmissão para quatro ou seis canais de TV pública como o canal da cidadania, da educação, do poder público e canal da cultura, relacionados diretamente ao processo de democratização. O segundo trará a possibilidade de o telespectador interagir com outros telespectadores por meio de uma nova opção: o canal de retorno.

A interatividade sugere troca de informações e deverá ser prioridade na televisão digital pública. Barbosa Filho e Castro (2008) destacaram que as emissoras comerciais não implantarão agora a multiprogramação, porque não há interesse dos anunciantes, tampouco um modelo de negócios solidamente desenvolvido. Ainda podemos falar em convergência de mídias, que Cannito (2010) afirma que:

não há mais sentido em separar as mídias, tudo é digital e pode ser convertido em suportes diferentes; as empresas não mais se definem como produtoras de uma mídia (revista, internet, televisão e etc.) e sim como produtoras de conteúdos. Provedores de TV por assinatura podem dar acesso à internet de banda larga e empresas de TV aberta podem fazer acordos com provedores para colocar seu conteúdo na Web. Os ramos de comunicação hoje ainda separados serão todos interligados. (CANNITO, 2010).

Segundo dados recentes da Anatel, 87.7 milhões de pessoas (o equivalente a 45,98% da população brasileira) estão cobertos pela TV digital. Ao todo, são 30.7 mil domicílios, em 480 municípios. De acordo com a Agência, a expectativa do governo é de que a cobertura da televisão digital terrestre no

Brasil seja igual ou superior à cobertura analógica atual antes mesmo de 2016, isso se tudo correr conforme o previsto³. Segundo Miro Teixeira:

A escolha do padrão brasileiro de TV digital deve atender aos efetivos requisitos de nossa sociedade, considerando o perfil de renda da população e as possibilidades abertas pela interatividade. Como se enfatiza nesta Exposição de Motivos, a televisão digital não é apenas uma evolução tecnológica, mas uma nova plataforma de comunicação, cujos impactos na sociedade ainda estão se delineando. (TEIXEIRA, 2003).

A TV digital estreou na cidade de São Paulo em 02 de dezembro de 2007 e iniciaram-se pesquisas na (UFPB) Universidade Federal da Paraíba em parceria com a PUC do Rio de Janeiro, que são responsáveis pelo desenvolvimento do sistema GINGA, middleware nacional que possibilita a interatividade e dá suporte também à mobilidade.

Por ser uma mídia que, segundo o IBGE, adentra os mais de 90% dos lares brasileiros, a televisão vem se concretizar como um importante instrumento tecnológico para a democratização de informações. E a televisão digital, que se condiciona também à inclusão digital, vem dar visibilidade à produção de conteúdos com enfoque nas diversidades culturais e regionais do país. Sendo assim, torna-se uma aliada na importante tarefa da democratização da informação, por meio de programas e conteúdos diversos. A produção de conteúdos pode ser realizada por diferentes dispositivos, inclusive os móveis, e em diferentes plataformas.

Os conteúdos podem ser socializados e acessados através das múltiplas redes sociais que se incrementam e, a cada dia, se tornam uma forma de comunicação atraente, pela facilidade de envio de mensagens audiovisuais em tempo real, pela interatividade e telepresença.

Desta forma, a televisão digital se revela como uma ferramenta poderosa na construção e no compartilhamento de conhecimentos que apontam para o exercício da cidadania. Como sujeito da comunicação e não apenas consumidor, poderá desenvolver ações educativas fortalecedoras de valores que o façam reconhecer seu verdadeiro papel como sujeito e não como

³ ANATEL. <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortal> Internet> Acessado em 19 jul.2011.

objeto. Ao investir na produção de conteúdo regional, que resgate as raízes culturais e preserve a identidade de cada região, a sociedade poderá superar o pressuposto da monocultura. Crocomo (2004) também comenta que o sistema digital poderá romper com a exclusividade de produção de conteúdo por parte das grandes empresas:

[...] começa a ficar visível que a digitalização está tirando a exclusividade de produção de conteúdo das grandes empresas. Produzir vídeos em computadores domésticos e sua integração a internet aponta para uma televisão que poderá receber conteúdo de qualquer parte do mundo, de maneira completamente diferente. (CROCOMO, 2004, p.19).



Figura 2 - Mapa da cobertura da TV digital em setembro de 2011

Fonte: <http://planetech.uol.com.br>

2.3 Web 2.0: Definição e sua influência na comunicação em rede

O termo Web 2.0 foi criado por Sir Dele Dougherty, vice-presidente da empresa de tecnologia O'Reilly Media, que identificou que o termo seria associado à participação do usuário e ao poder de comunicação digital em larga escala. A Web evoluiu de uma ferramenta de trabalho a serviço de um grupo elitista para uma mídia social e participativa, com o foco centrado no usuário comum. Pode-se dizer, então, que seria uma segunda geração de comunidades e serviços, uma versão 2.0 da Web, uma plataforma programável e colaborativa (O'REILLY, 2005).

A rede telemática 2.0 é entrelaçamento das informações e de computadores em diversos locais e simultaneamente (ALBINO, 2006). Essa situação permite a troca e o compartilhamento de informações entre usuários em um ambiente digital, livre das limitações temporais e geográficas.

O chamado ciberespaço, ambiente arquitetado de forma virtual através do uso dos meios de comunicação, segundo Castells (1999), vem promovendo a transformação das bases materiais da vida, as concepções filosóficas sobre o espaço e o tempo, mediante a constituição de um espaço de fluxos e de um tempo atemporal. Para o autor, "todos os processos se somam num só processo, em tempo real no planeta inteiro".

Muitos são os sistemas ou ferramentas de comunicação que nos conectam com o mundo, como por exemplo, o telefone e a televisão, contribuindo para o encurtamento das distâncias. Entretanto, a WEB é o mais versátil dos meios, pois, além de permitir uma infinidade de possibilidades de comunicação e de informações instantâneas, o sistema digital opera uma metalinguagem, sincronizando o conjunto dos meios e linguagens numa única rede (EBERLINK, 1998).

O modelo da WEB 2.0 possibilitou a criação de ferramentas de comunicação inéditas, tais como o Skype, MSN, *blogs*, redes sociais como Orkut, Facebook, Twitter (Figura 1) entre outros, que facilitaram o contato direto em qualquer lugar do planeta e a qualquer momento.

[...] as redes são estruturas abertas, com o potencial de se expandirem sem limites, integrando novos nós desde que sejam capazes de comunicar dentro da rede, nomeadamente desde que partilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base na rede é um sistema altamente dinâmico e aberto, susceptível de inovar sem ameaçar o seu próprio equilíbrio. (CASTELLS, 1996, p. 469-70).



Figura 3 - Ícones das redes sociais

Fonte: <http://fontededados.com/melhores-icone-redes-sociais/>

Outra novidade da WEB 2.0 são os seus códigos abertos à intervenção, possibilitando construir conhecimento e o compartilhamento de suas estruturas, meios e modos de comunicação. Desta forma, o desenvolvimento de aplicativos deixa de ser propriedade privada, moldando-se para atender os agentes envolvidos no processo, tornando-se cada vez mais interativos.

Essas novas características da Web 2.0 alteraram sobremaneira o cenário da comunicação. Onde antes havia informação estática, altamente centralizada, feita de poucos para muitos, agora surgem espaços abertos à manipulação da informação, colocando em cheque mate o modelo de negócios da comunicação tradicional. Um bom exemplo dessa maneira original de construir conteúdo compartilhado é a Wikipédia, que tem como característica

facilitar a criação e modificação de páginas, espaço digital no qual qualquer usuário pode manipular os dados e filtrar informações de seu interesse, colaborando para a construção e reformulação do conhecimento acumulado.

O vertiginoso crescimento das inovações e da universalização dos serviços multimídias demanda pensar-se na inclusão digital, não apenas sob a ótica da redução das diferenças econômicas e sociais e da democratização dessas tecnologias. Esse momento nos leva a refletir sobre a urgência de incentivo para a formação de uma geração de produtores de conteúdo capaz de dialogar e responder satisfatoriamente às necessidades de uma geração de usuários que usufruem dessas novas tecnologias de maneira totalmente diferenciada. Como nos lembra Jesús Martín-Barbero (2003), as tecnologias são um lugar de batalha estratégica para redefinir o futuro das sociedades. Contudo, se faz necessária a pluralidade de fontes e canais de informação em larga escala que não tenham somente função social no que diz respeito à apropriação das TICs pela população, difundindo o direito de produzir comunicação, da difusão sob demanda e da valorização de diferentes culturas.

Trazendo o tema para o desenvolvimento de projetos de ordem educacionais e desenvolvendo o estímulo ao protagonismo e ao empreendedorismo temos apoio nos princípios da pedagogia de Paulo Freire, que sugerem a autonomia. O manifesto CPC (centro Popular de Cultura) criado em 1962 já tinha como eixo norteador a construção de uma “cultura nacional popular democrática e a defesa do caráter coletivo e didático da obra de arte” (...) nossa arte está em condições de transformar a consciência de nosso público...Podemos com nossa arte ir tão longe quanto comunicar ao povo idéias...” (CPC, Manifesto de 1962,p.70).

Capítulo 3

Protagonismo Juvenil e Cidadania

3.1 Educação e televisão digital: uma possibilidade de democracia

Dentre os objetivos propostos pelo governo federal está a democratização da informação e o acesso à educação. Algumas providências, entretanto, deverão ser tomadas quanto à formação de produtores. Algumas delas são sugeridas no livro “Comunicação Digital: Educação, tecnologia e novos comportamentos”, de Barbosa Filho e Castro (p.100, 101). Entre elas, destaca-se na sociedade:

[...] o estímulo à produção de conteúdo midiático em comunidades carentes como espaço de preservação da identidade, ampliação da auto-estima e possível geração de emprego, garantindo espaços onde possam divulgar essa produção. (BARBOSA; CASTRO, 2008, p.100, 101).

E, no nível das políticas públicas:

[...] o incentivo ao desenvolvimento de uma indústria de conteúdos regional e local para produção de materiais de informação e entretenimento voltados para a convergência digital. (BARBOSA; CASTRO, 2008, p.100, 101).

As relações de produção, e não apenas de circulação e consumo, entre as novas tecnologias, os meios de comunicação e a educação são o viés que se propõe nesse momento. A busca da democratização através dos meios de comunicação passa por um envolvimento com a educação e com seus agentes, que carecem de aprendizado dos meios e modos de comunicação digital na perspectiva da emancipação das relações de dependência e submissão. Os novos agentes, sobretudo os jovens, precisam ter um envolvimento maior com a sintaxe dos meios, apreender as técnicas, o uso criativo das linguagens visando a produzir mensagens de nível. Dessa forma, poderão perceber e refletir a respeito do quanto o audiovisual digital poderá contribuir com as práticas pedagógicas, sobretudo se o uso de dispositivos

móveis for orientado para o intercâmbio educativo e cultural. Para Barbosa Filho e Castro (2008):

O uso das TICs na apropriação de diferentes tecnologias de comunicação para fins educativos faz com que a reflexão sobre a educação esteja necessariamente relacionada a questões comunicacionais e informáticas. (BARBOSA; CASTRO, 2008, p.181).

A televisão digital conectada à internet pode (e deve) se tornar parceira dos processos educacionais assistidos pelas TCIs. Com a possibilidade da multiprogramação, tornando viável o uso simultâneo de canais partilhando de um mesmo sinal. As programações locais poderão se expandir e buscar validar informações e características no meio cultural regional. O envolvimento com as questões locais poderá fazer com que a busca pela informação opere aprendizado nos usuários de forma mais significativa e que efetivamente se transforme em conhecimento partilhado.

Devemos considerar a possibilidade de a televisão digital efetivamente contribuir para encurtar o distanciamento do público com as fontes de informação e, neste processo, validar-se como fonte educadora. Mais do que isso, é preciso encorajar o usuário a se tornar um construtor colaborativo, tornando-se emissor e receptor, buscando suas próprias conexões ou redes de acordo com seu interesse e disponibilidade.

As antigas distinções entre produtores e receptores da imagem televisiva começaram a se borrar, pois qualquer pessoa com uma câmera na mão tornou-se potencialmente um produtor. (SANTAELLA, 2006, p.187).

No entanto, a democracia dentro da sociedade da informação somente será possível a partir de ações de formação de produtores de conteúdo colaborativo, que poderão efetivamente transformar as relações sociais, aproximando as pessoas, estabelecendo novas redes comunicacionais, não necessariamente digitais, ampliando a cultura, a informação e o conhecimento, fazendo valer assim direitos fundamentais do ser

humano que são o direito à informação, à educação e ao exercício da cidadania.

Como nos lembrou Vilches,

Não obstante os conteúdos culturais e educativos são uma exigência social e devem ter seu lugar na oferta dos meios de comunicação. O acesso igualitário das minorias à sociedade da informação, assim como a disponibilidade dos meios para favorecer os processos educativos tornam insondável a responsabilidade social da televisão. A televisão digital deveria ser uma excelente ocasião para favorecer a criação e distribuição de conteúdos educativos e culturais. (VILCHES, 2009.p.170).

A televisão digital, com a possibilidade de convergência, é uma das principais apostas do Ministério das Comunicações para a democratização do acesso à informação. Entretanto, transformar consumidores em gestores de conhecimento, estreitar a vasta distância entre as muitas regiões no país e solidificar a diversidade cultural requer políticas públicas de educação específicas.

Barbosa e Castro (2008) descrevem que entre as premissas de inclusão social encontradas no processo de adoção do SBTVD estão:

1. a universalização do sistema, disponível de modo gratuito, direto e aberto para toda população;
2. o desenvolvimento das tecnologias de ponta pelos consórcios de pesquisa nacionais e o efetivo uso dos aplicativos resultantes desses estudos;
3. as práticas de inclusão digital a partir do uso da interatividade com a introdução do canal de retorno, disponibilizado através de qualquer tecnologia de conexão, a partir de saída digital no terminal de acesso;
4. a formatação de protótipos que permitam a escalabilidade e sua atualização permanente através do tráfego de dados;
5. a robustez de sinal oferecido e recebido nas diferentes regiões geográficas do país;
6. o uso da mobilidade, da portabilidade, da multiprogramação e da interatividade. (BARBOSA; e CASTRO, 2008, p.21).

A transformação dessas premissas em políticas públicas de educação pode definir os rumos dos processos de inclusão digital, viabilizando

não apenas a infraestrutura, mas a multiplicação de empreendedores na produção e difusão de conteúdos.

3.2- Jovens produtores de conteúdos audiovisuais

A questão do protagonismo juvenil deve ser discutida para além das estratégias de inserir jovens adolescentes em situação de risco, enquanto parcela excluída socialmente, em programas do governo, mas como sendo forma de participação efetiva, direito e dever de todo jovem exercer sua cidadania e a sua capacidade de gerenciar recursos materiais e simbólicos, seja dentro da escola ou comunidade através do empreendedorismo.

O protagonismo juvenil parte do pressuposto de que o que os adolescentes pensam, dizem e fazem pode transcender os limites do seu entorno pessoal e familiar e influir no curso dos acontecimentos da vida comunitária e social mais ampla. Em outras palavras, o protagonismo juvenil é uma forma de reconhecer que a participação do adolescente pode gerar mudanças decisivas na realidade social, ambiental, cultural e política onde estão inseridos. Nesse sentido, participar para o adolescente é envolver-se em processos de discussão, decisão, desenho e execução de ações, visando, através do seu envolvimento na solução de problemas reais, desenvolver o seu potencial criativo e a sua força transformadora. Assim, o protagonismo juvenil, tanto como um direito, é um dever dos adolescentes. (COSTA, 1997/98, p.65)

Quando pensamos em direito à participação e democratização do conhecimento, pensamos também no conceito de cidadania, que Dallari (1998) descreve:

A cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social. (DALLARI, 1998, p.14).

Assim, pode-se falar em participação ativa de sujeitos que possam ser questionadores e reflexivos nas mais variadas temáticas sociais como nos aspectos ambientais, culturais, entre outros. Na pesquisa desenvolvida pela

UNESCO (1999), o documento “Jovens na Mídia”⁴, ressalta que: “através da mídia, se observa uma geração de jovens “jornalistas” com a necessidade de cultivar a ética e a tolerância, pluralizando a expressão de idéias e opiniões”.

O desafio da multiprogramação ofertada por canais estatais e TVs online colocou em pauta a discussão sobre o como repensar a cultura e a educação para o contemporâneo, tomando como referência os pilares do conhecimento no século XXI caracterizados pelo Relatório Delors (DELORS, 1998, p.90). Ele postula que aprender a fazer – que sempre esteve ligado diretamente à educação profissional –, tomou rumos diferentes com a revolução tecnológica proposta pela digitalização do conhecimento. Hoje não basta saber fazer, mas saber como saber, adquirir competências para a descoberta e sistematização de conhecimentos novos. Tais competências tornaram-se atitudes estratégicas. Mais complicado do que isso, a criança e o jovem devem ser estimulados para o trabalho em equipe, para o desenvolvimento da capacidade de tomar iniciativas, não temer riscos e saber inovar.

O estado atual do saber-fazer exige do jovem o pensar, projetar e realizar o trabalho entre pares, por meio de uma participação colaborativa, do envolvimento com questões produtivas e da resolução de problemas complexos, seja no âmbito da escola, da casa ou do entorno mais amplo onde está inserido.

O protagonismo juvenil significa que os indivíduos,

[...] atuam como reeditores/multiplicadores através de uma prática de caráter coletivo, de troca de experiências, construções de conhecimentos e desenvolvimento de ações buscando o fortalecimento de uma rede que se organiza em torno de objetivos comuns. (RABÊLLO, 2011, p. 2).

A palavra protagonismo vem do grego: *proto*, que significa principal, primeiro, associado ao sufixo *agon*, que significa luta. Agonista quer dizer

⁴UNESCO , Jovens na Mídia , disponível em :
<http://www.adolesc.br/bvs/adolesc/P/pdf/jovens-midia.pdf>

lutador. Portanto, protagonismo pode ser entendido literalmente como o “lutador principal”. Esse termo era usado também no teatro grego e se referia ao ator que conduzia a cena principal. Aplicado ao universo educativo, implica numa participação do indivíduo de forma colaborativa, não manipulada e normalmente voltada para as questões sociais, fazendo com que o jovem possa exercer sua autonomia e criatividade de forma mais atuante na comunidade em que vive.

Com o protagonismo juvenil, o conjunto dos agentes educativos sai ganhando. O jovem adquire autoconfiança no desenvolvimento de projetos e de ações empreendedoras, e a sociedade ganha cidadãos mais críticos e comprometidos com o coletivo. Segundo Antonio Carlos Gomes, consultor do Instituto Ayrton Senna, no protagonismo juvenil democrático, os jovens transcendem o universo de seus interesses puramente particulares e se defrontam com questões de interesse coletivo. Exercitam sua cidadania ao mesmo tempo em que contribuem para o desenvolvimento da comunidade⁵.

3.3 A linguagem audiovisual e o uso de dispositivos móveis

A comunicação através da imagem sempre foi, simultaneamente, um desafio e uma práxis. A linguagem visual vem acompanhando a evolução do ser humano no decorrer dos séculos, tornando-se cada vez mais complexa e sofisticada, desde as lápides das cavernas até os meios digitais da atualidade. Se a linguagem evoluiu, avançou também a maneira de socializar conhecimento por meio da comunicação. Dondis afirma que “a linguagem é simplesmente um recurso de comunicação próprio do humano, que evoluiu desde sua forma auditiva, pura e primitiva, até a capacidade de significação abstrata e virtual”. E que:

A mesma evolução deve ocorrer com todas as capacidades humanas envolvidas na pré-visualização, no planejamento, no desenho e na

⁵ <http://senna.globo.com/institutoayrtonsenna/home/index.asp>

criação de objetos visuais, da simples fabricação de ferramentas e dos ofícios até a criação de símbolos, e, finalmente, à criação de imagens, no passado uma prerrogativa exclusiva do artista talentoso e instruído, mas hoje, graças às incríveis possibilidades da câmera, uma opção para qualquer pessoa interessada em aprender um reduzido número de regras mecânicas. (DONDIS, 2007, p. 2).

A primeira tecnologia que mecanizou a linguagem visual foi a fotografia. Com o cinema, as imagens estáticas ganharam movimento com as experiências de Edward Muybridge e, posteriormente, Thomas Edison constrói um aparelho chamado cinetoscópio. Entretanto, o cinematógrafo dos irmãos Lumière dá início oficial à era do cinema e da aventura de construção coletiva da linguagem audiovisual.

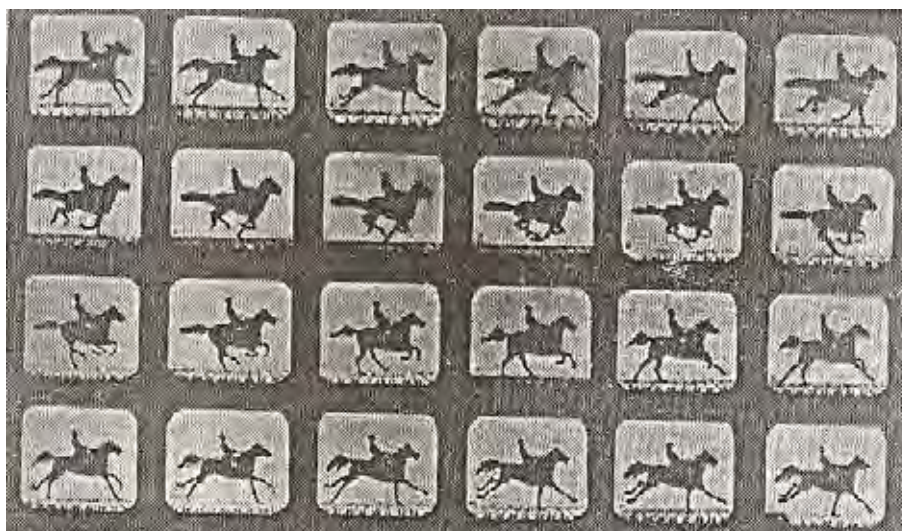


Figura 4 - Experiência de Muybridge

Fonte: A arte do vídeo digital

O desenvolvimento tecnológico concedeu à linguagem audiovisual a dimensão da imagem ao vivo e em cores com a televisão, computadores e atualmente com dispositivos móveis, com resultados imagéticos cujas características narrativas podem nos colocar como protagonistas.

Nos dias atuais, os aparelhos celulares e câmeras digitais fazem parte do cotidiano de grande parcela da população, principalmente jovem, que faz uso desses dispositivos não somente para registros, mas para produzir

conteúdos para blogs, sites e mídias alternativas. Faz isso utilizando a linguagem audiovisual e, para tanto, necessita dominar tanto sua sintaxe quanto a semântica. Dondis nos alerta que os estímulos ambientais por si só não constituem uma boa expressão. Para além do aprendizado instintivo, se faz necessária a aquisição de uma sintaxe consciente.

Da mesma forma que aprendemos a dominar a sintaxe da linguagem escrita, também somos “alfabetizados” na linguagem das cores, das formas, das texturas, dos sons, dos movimentos, entre outros elementos que constituem a linguagem híbrida do audiovisual.

Exatamente por isso que nosso experimento começa pela aquisição e domínio dos elementos que compõem a linguagem audiovisual, por meio das oficinas de roteiro, sintaxe audiovisual e tecnologia de captura e edição.

Capítulo 4

Diário de Bordo: o resultado da experimentação

4.1 Um passo depois do outro

Visto que aprender a fazer e conviver são alguns dos pilares fundamentais para a educação do jovem do século XXI (Ideia 33 UNESCO), passar às mãos dos jovens o poder da informação e da difusão dessa informação foi nossa maior pretensão nesse experimento.

Optamos pela linha de pesquisa qualitativa que permite uma observação participante, na qual são levados em consideração os aspectos culturais e comportamentais do grupo social em questão. Procuramos conhecer os contextos das práticas de comunicação, suas maneiras de se comunicar e seus diferentes interesses e propósitos.

O primeiro passo foi realizar a pesquisa bibliográfica para seleção de materiais, impressos e eletrônicos, tendo em vista o embasamento teórico, em especial sobre a relação entre mídia e protagonismo na chamada geração Y. Pesquisamos sobre o seu comportamento acerca da internet e os novos meios, recorrendo a artigos e teses publicados referentes a esses temas, por serem fontes riquíssimas de pesquisas atualizadas.

Don Tapscott, estudioso da influência das novas tecnologias no mundo atual, define a geração Y como uma geração nascida a partir de 1977, que encara as novas tecnologias como sendo sua “extensão natural”. O autor afirma que se trata de uma geração:

que surge com a revolução digital e que tem grande poder nas mãos. Está a ser cultivada num ambiente interativo, conectivo. Não é uma geração de ouvintes ou expectadores. É uma geração de utilizadores, criadores e comunicadores. (TAPSCOTT, 2010).

O próximo passo foi realizar um estudo de campo de natureza exploratória e descritiva, buscando observar e descrever o comportamento dos jovens com a mídia em ambiente controlado. Para tanto, foram organizadas as oficinas pedagógicas e a visita ao cenário do experimento, descritas adiante. Esse estudo embasou as decisões sobre o formato do programa, bem como a metodologia mais apropriada para sua realização.

4.2 O formato do programa experimental

Observamos que, nas últimas décadas, tem ocorrido um aumento significativo de programas sobre a temática ambiental. Nesta área, os meios de comunicação tornaram-se um elemento essencial para a consecução de caminhos que levem à interpretação dos interesses políticos e econômicos, fornecendo uma visão globalizante do meio ambiente. É por meio da televisão que as questões ambientais têm chegado ao conhecimento de segmentos da sociedade que nunca tiveram acesso ao tema. Isso porque, até então, essas informações circulavam basicamente em espaços restritos, na comunidade científica, em seminários e palestras, em publicações especializadas como revistas e livros (FERNANDEZ, 2001).

Optamos pela proposta de utilização de dispositivos móveis para a realização de conteúdos informativos sobre o meio ambiente, e nos pareceu se revelar como uma ferramenta funcional na construção e compartilhamento de conhecimentos e ações educativas que fortaleçam os princípios da preservação ambiental.

Acreditamos que uma narrativa documental pode estimular a importância da cidadania e da aquisição de valores que, além de desenvolver as habilidades específicas de produtores, faça os adolescentes reconhecerem seu papel na sociedade. Na experiência que propomos, o agente se apropria dos conceitos, realiza o experimento, registra os acontecimentos do entorno e se preocupa em repassá-los de forma interativa, mediante uma retórica que se utiliza do factual para transformá-lo em conhecimento vivenciado e compartilhado.

Com isso, o jovem produtor construirá um conteúdo que, além de resgatar aspectos informativos, divulgará a identidade cultural da sua região.

Tendo isso em mira, articulamos o projeto de produção de programa informativo por meio de dispositivos móveis, acreditando que ele venha ao encontro das necessidades apontadas e forneça subsídios para associar princípios pedagógicos e o aprendizado em sala de aula, a partir de atividades lúdicas e de entretenimento.

Assim, o formato do programa deveria oferecer, simultaneamente, conteúdo informativo sobre aspectos do meio ambiente, conteúdo de entretenimento, aprendizagem e consciência ecológica, além da divulgação da cultura da região, como forma de estímulo à aquisição de conhecimento e do compartilhamento interativo.

Pensamos em um formato de “microdocumentário”, com uma narrativa capaz de ser acessada em diferentes plataformas. Batizamos o experimento com o nome de **Check-list Ambiental**, isso porque tínhamos a intenção de fazer uma expedição cujo objetivo seria o levantamento audiovisual dos componentes ambientais selecionados pelos produtores. As imagens deveriam ser construídas a partir da realidade observada. Isso foi teorizado por Dziga Vertov (1896-1954), que desenvolveu o conceito de cinema verdade, defendendo a ideia da fiabilidade das lentes, a seu ver mais fiéis à realidade que o olho humano. Esse método foi demonstrado no filme *Cine – Olho*, de 1924. Para Dziga Vertov, a cena capturada pelo seu cinema verdade é autêntica e capaz de produzir conhecimento e informação, pois está ligada à ideia de informar (no sentido de dar forma) e não apenas registrar eventos.

Decidido o formato de microdocumentários, eles deveriam ser produzidos e compartilhados de forma simples, sem muito custo e postados para outros dispositivos móveis. A depender da qualidade dos resultados, os programetes, produções de aproximadamente um minuto, também seriam negociados para serem exibidos nas emissoras regionais, canais públicos e TVs Web.

4.3 A escolha dos sujeitos

Após o desenho preliminar do formato e do tema do experimento, realizou-se a etapa da escolha dos produtores. A opção pelos nativos digitais, ou geração Y, foi considerando-se o prévio conhecimento que detinham sobre informática e a facilidade de manuseio de equipamentos digitais, sobretudo dispositivos móveis com capacidade de operar audiovisual.

Após uma explicação prévia sobre os objetivos da pesquisa para um grupo de 20 alunos com idade entre treze e quinze anos, foram selecionados 8 para participar do experimento, os quais se enquadravam na expectativa da pesquisa.

O fato de poder contribuir para a construção de conteúdo a ser compartilhado com o auxílio dos dispositivos móveis facilitou a adesão ao projeto e aguçou a curiosidade do grupo, que foi selecionado levando-se em conta o grau de interesse, a disponibilidade de tempo e por possuir equipamentos adequados para a viabilização do projeto.



Figura 5- Sujeitos da pesquisa

Fonte: Foto do autor

4.4 - O local da pesquisa: o Parque Estadual do Aguapeí

Realizamos uma pesquisa sobre a região e foi constatado que, recentemente, foram criadas duas Áreas de Preservação Permanente (APPs), uma no Parque Estadual do Rio Aguapeí e a outra no Parque Estadual do Rio do Peixe, ambos no oeste do estado de São Paulo. Constatamos que, apesar da importância dessas reservas, a população, principalmente a local, desconhece ou sabe muito pouco sobre as áreas de preservação ambiental.

Acabamos por escolher o Parque Estadual do Aguapeí, dentre outros motivos, pela proximidade e facilidade de acesso ao grupo, pela relevância do Parque no contexto local, regional e estadual, e pelas condições de preservação da diversidade biológica. Entretanto, nossa escolha foi marcada pela possibilidade de estimular, num futuro próximo, a criação de projetos de ocupação sustentável da área por setores produtivos locais, transformando a região num ponto de turismo ecológico.



Figura 6 - Placa indicativa do Parque Estadual do Aguapeí

Fonte: Foto do grupo

O Parque Estadual do Aguapeí foi criado recentemente como medida compensatória, decorrente do enchimento do lago e posterior

funcionamento da Usina Hidrelétrica Sérgio Mota. A reserva está sob a administração da Companhia Energética do Estado de São Paulo (CESP), localizada no município de Porto Primavera. Essa unidade de conservação possui uma área de 9.043,97 hectares, abrangendo os municípios de Castilho, Nova Independência, Guaraçaí, São João do Pau d'Alho, Monte Castelo e Junqueirópolis, localizados no sudoeste do Estado de São Paulo. Assim, o parque cumpre a função de resguardar amostras dos ecossistemas que outrora existiam nas desembocaduras dos rios paulistas que deságuam no Rio Paraná. Esses locais apresentam vegetação e fauna exuberantes e típicas de banhados e varjões. Além disso, a área abriga várias espécies ameaçadas de extinção, como o cervo-do-pantanal, as onças pintada e parda, jaguatirica, tamanduá bandeira, entre outras.



Figura 7 - Veado pantaneiro

Fonte: foto do autor

Essa unidade de conservação e sua área de influência têm sofrido desgaste com a caça e a pesca predatórias, constituindo-se num dos maiores problemas ambientais da região. Ao mesmo tempo, a população local e regional não tem acesso a nenhum tipo de divulgação e informação sobre a criação e instalação do Parque, ressaltando a necessidade urgente de maiores esclarecimentos e conscientização sobre a importância do Parque Estadual do Aguapeí. Constatamos a urgente necessidade da criação de meios multiplicadores desses conhecimentos para que as comunidades possam

desenvolver consciência ambiental, aliada à responsabilidade de possuir na região tão importante unidade de conservação da biodiversidade.

4.5. Execução da oficina de vídeo e roteiro

Como parte dos trabalhos de pré-produção, foi realizada uma oficina de roteiro e captura de vídeo, cujo objetivo, além de despertar o interesse na arte de ver e produzir material audiovisual, e capacitar tecnicamente com o mínimo de rigor no manejo da linguagem audiovisual. Sabemos que, junto com Cannito (2010, p.247), a democratização dos meios de comunicação deve ser acompanhada da realização extensiva de oficinas de formação e atividades de produção específicas para iniciantes.

A oficina tratou das principais técnicas de filmagem, construção de roteiros e linguagem audiovisual. Tomamos como referência o livro *Ver e Ouvir*, de Aloysio Niemeyer Filho (1997), e uma história em quadrinhos da revista *Piauí* (2007), para ilustrar a articulação do tema central da narrativa, as tomadas, movimentos e ângulos de câmera, as noções de corte e continuidade e a questão do desfecho da trama.

A oficina de vídeo e roteiro foi realizada no Laboratório de Informática 2 da Fundec, equipado com 25 computadores conectados à internet pelo provedor da Fundação (Fundecnet), equipamento de multimídia com telão e projetor. Também utilizamos câmera digital com tripé para os exercícios de filmagem, além dos equipamentos pessoais de cada participante. A oficina foi articulada com linguagem simples e direta para que os jovens assimilassem facilmente o conteúdo programado.

Fizemos uma breve incursão sobre a implantação da televisão digital no Brasil, ressaltando a possibilidade de eles se tornarem construtores de conteúdos num futuro próximo. Pincelamos aspectos da história do cinema e da evolução da linguagem audiovisual, além de ressaltar a extrema importância de roteirizar e planejar a produção, sempre permeada pela prática. A duração da oficina foi de três horas e a participação dos adolescentes se revelou muito

satisfatória. Os slides abaixo correspondem à oficina elaborada pela pesquisadora para os sujeitos.



Figura 8 - Slide da oficina de vídeo

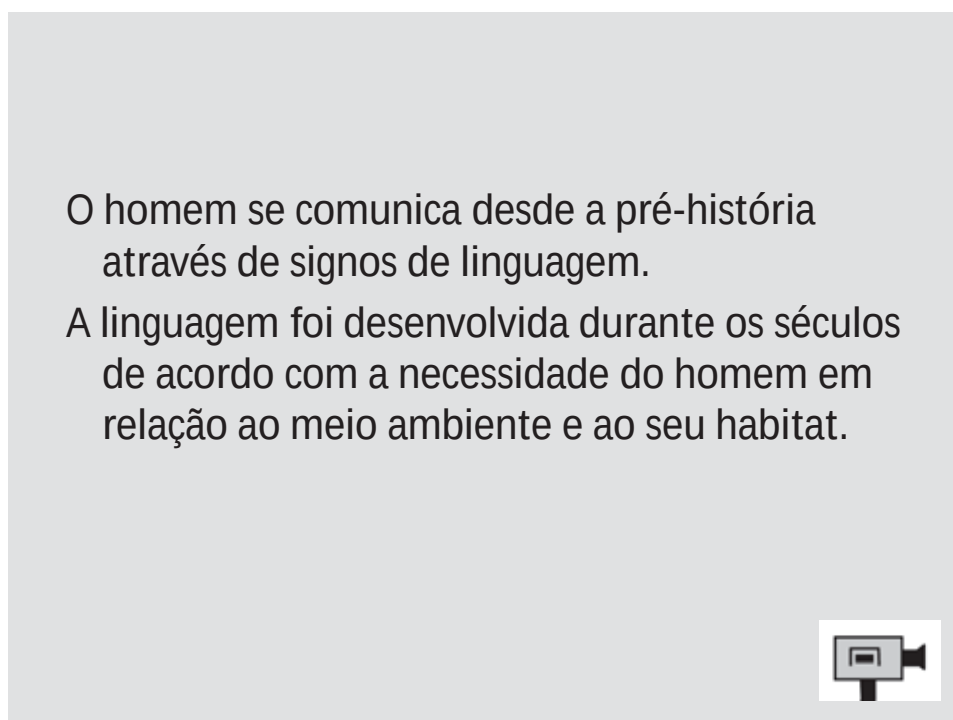


Figura 9 - Slide da oficina de vídeo

O vídeo, primeiramente concebido como um meio de divulgação do cinema, é hoje a base de divulgação da linguagem audiovisual como um todo. Ele tornou acessíveis o registro e a documentação das produções audiovisuais.

A linguagem audiovisual não copia a realidade, mas re-cria;

Tal re-criação se dá de forma fragmentada, em partes que não seguem necessariamente uma sequência linear na apresentação, mas conformam um todo ao final;

Hiperestimula os sentidos, modificando as experiências perceptivas;



Figura 10 - Slide da oficina de vídeo

Pode modificar processos mentais, principalmente os relacionados à capacidade de associação;

-É manifestação da cultura mosaico (desordenada, em oposição à organização da cultura tradicional);

-Imediatismo das informações.

O movimento é a atração visual mais intensa da atenção

A linguagem em vídeo nada mais é que a linguagem do movimento

Persistência Retiniana



Figura 11 - Slide da oficina de vídeo

A FILMAGEM

Filmar é a arte de captar imagens por meio de diferentes dispositivos tecnológicos

Para conseguir bons resultados é preciso um pouco de técnica, vivência, leitura e imaginação.



Figura 12 - Slide da oficina de vídeo

A visão é fornecida pelo autor da ideia, o que ele quis provocar no espectador.

O reflexo das imagens provocam mais que o olhar, provocam a visão que se tem de um acontecimento



Figura 13 - Slide da oficina de vídeo

O ROTEIRO

O roteiro precede qualquer trabalho em vídeo.

Não é necessário ser escrito de maneira formal, a linguagem prática e flexível do vídeo permite que seja despojado, liberte-se dos padrões convencionais.



Figura 14 - Slide da oficina de vídeo

A explicação mais básica para a palavra roteiro é: pré-estabelecer e registrar de forma escrita uma ordem lógica das cenas para a montagem de um filme.

Para cada filmagem existe um tipo de roteiro, todos entretanto têm que apresentar uma ordenação, objetividade e clareza.

A primeira coisa que deve-se ter em mente quando for trabalhar um roteiro é qual o público-alvo.



Figura 15 - Slide da oficina de vídeo

ETAPAS DE UM ROTEIRO

IDEIA GERADORA - Para conseguir a ideia geradora do seu filme é preciso vivência, leitura e imaginação.

Ex: Vivência - só escreva de uma coisa que realmente faça parte da sua vida, de que você tenha conhecimento.

Leitura - é a visualização, atualize-se sempre assista a muitos filmes, fornecem grande fonte de informação .

Imaginação - Responsável pela criatividade do roteiro.



Figura 16 - Slide da oficina de vídeo

- O que desperta interesse?
- Coisas ou temas contestatórios e diferentes
- Assuntos polêmicos ou de interesse social
- Atualidades / o passado
- Históricos
- Saia do comum



Figura 17 - Slide da oficina de vídeo

IDEIA LINEAR

- INTRODUÇÃO
- DESENVOLVIMENTO
- CONCLUSÃO

As informações conduzem quem assiste para a questão principal, que está sempre na conclusão.



Figura 18 - Slide da oficina de vídeo

IDEIA NÃO LINEAR

- Linha de raciocínio quebrado
- Aparentemente sem lógica
- Texto conceitual

Exige uma atenção, um esforço maior do espectador, uma participação mais ativa.



Figura 19 - Slide da oficina de vídeo

STORY LINE

- Capacidade de resumir o roteiro em poucas linhas sem deixar de considerar nenhum aspecto importante



Figura 20 - Slide da oficina de vídeo

SINOPSE OU ARGUMENTO

- Descreve toda ação da história, com começo meio e fim, personagens se houver, tramas, cenários, épocas , mensagens e tudo mais.



Figura 21 - Slide da oficina de vídeo

PERSONAGEM

- O espectador não precisa saber tudo sobre o personagem, mas o roteirista sim.
- Saia dos clichês
- O senso comum geralmente não atrai



Figura 22 - Slide da oficina de vídeo

GANCHOS E PLOTS

- Gancho - artifício usado para prender a atenção do espectador, acontecimento surpreendente, estranho e enigmático.
- Plot - é o núcleo da ação, a principal geradora de conflitos, a alavanca da história. Ex: numa história de amor, a situação que se coloca entre duas pessoas: ódio, vingança, traição e ciúme.



Figura 23 - Slide da oficina de vídeo

CLÍMAX E DESFECHO

- Clímax - ponto culminante do seu filme
- Desfecho ou finalização - Consequências de todas as tramas

Início: começo da história - onde - quando - quem - porquê.

Meio: desenvolvimento - tramas - ganchos - plots - clímax - ação

Fim: desfecho e finalização - resolução de todas as tramas e ações.



Figura 24 - Slide da oficina de vídeo

GÊNEROS DE FILMES

- Publicitários
- Drama (biográficos, bélicos, históricos, religioso, etc.)
- Comédia (irônicas, sarcásticas, leves)
- Policial (investigação, crimes, jornalísticos)
- Espionagem
- Aventura
- Animação
- Terror
- Musical
- Infantil
- Documentário
- Suspense
- Erótico
- Familiar
- Ficção
- Outros



Figura 25 - Slide da oficina de vídeo

Captação de cenas – Regras básicas

Composição (planos ou enquadramentos)

Ao se fazer um enquadramento, o motivo deve ser o fator mais importante a ser levado em consideração. O rosto e o corpo das pessoas deverão estar centralizados (ressalvo o fator concepção)



Figura 26 - Slide da oficina de vídeo

- Centro luminoso- É o ponto luminoso da cena, para onde devem ser conduzidos o olhar e a atenção do espectador, é o que se vê à primeira vista
- Linhas orientadoras- As linhas orientadoras traçam um caminho até o motivo principal
- Peso- como equilibra a imagem, muita informação de um lado e pouca de outro.



Figura 27 - Slide da oficina de vídeo

OS PLANOS DE FILMAGEM

- Para se realizar um bom trabalho, cada tipo de plano deve ter uma intenção definida
- Tanto o assunto quanto a câmera poderão estar em movimento simultâneo
- São oito os tipos de planos mais usados: plano geral, plano conjunto, plano americano, plano médio, plano de detalhe, primeiro plano, primeiríssimo plano ou close-up e plano de corte.



Figura 28 - Slide da oficina de vídeo

ÂNGULOS DE CÂMERA

Ângulo é a posição que a câmera fica em relação ao objeto filmado. Se filmarmos uma pessoa de perfil e logo depois de frente, estaremos mudando o ângulo da filmagem.

Leve em consideração o efeito que deseja dar à nova cena. Devemos ter em mente o sentido de continuidade do roteiro.



Figura 29 - Slide da oficina de vídeo

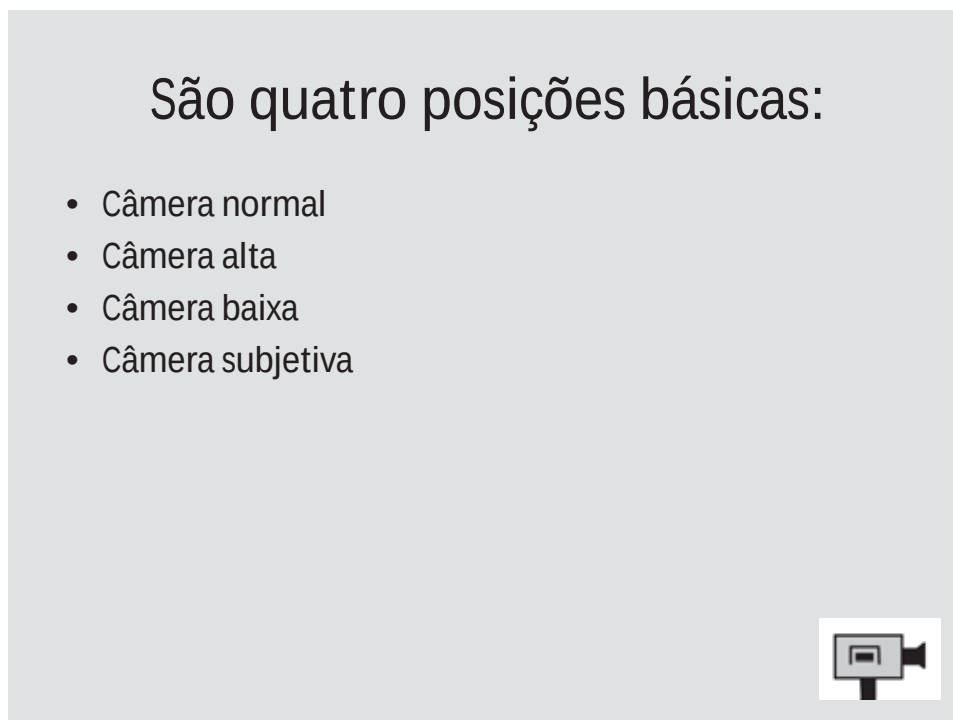


Figura 30 - Slide da oficina de vídeo

Para ilustrar o tema abordado anteriormente sobre os planos e ângulos de filmagem, foi utilizada a Revista Piauí nº. 10, ano I, da Editora Abril Cultural (ISSN 19801750, de julho de 2007), que trouxe na referida edição uma história em quadrinhos bastante divertida e explicativa, servindo como referências aos conteúdos de arte usados em sala de aula.

Enquanto os slides eram mostrados, os participantes revezavam-se para experimentar as posições da câmera de forma prática. Foi sugerido que fizessem esse exercício nas suas casas também, para possibilitar um melhor aproveitamento da oficina.



Figura 31- Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 32 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 33 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 34 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 35 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 36 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 37 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 38 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 39 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 40 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 41 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 42 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 43 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 44 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 45 -Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 46 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 47 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 48 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I

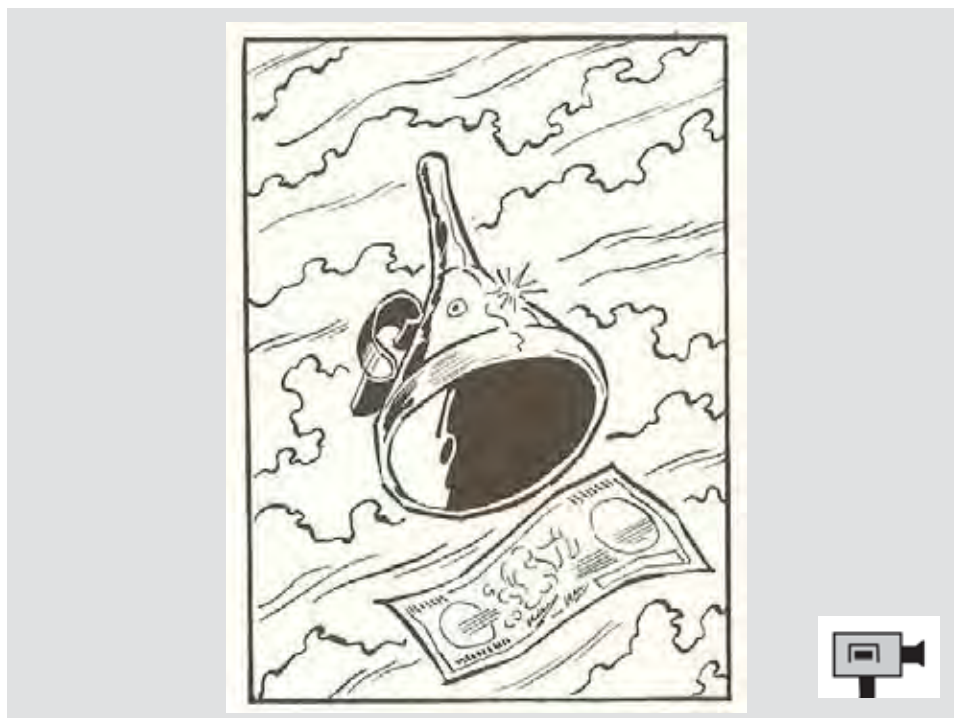


Figura 49 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 50 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 51 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I



Figura 52 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I

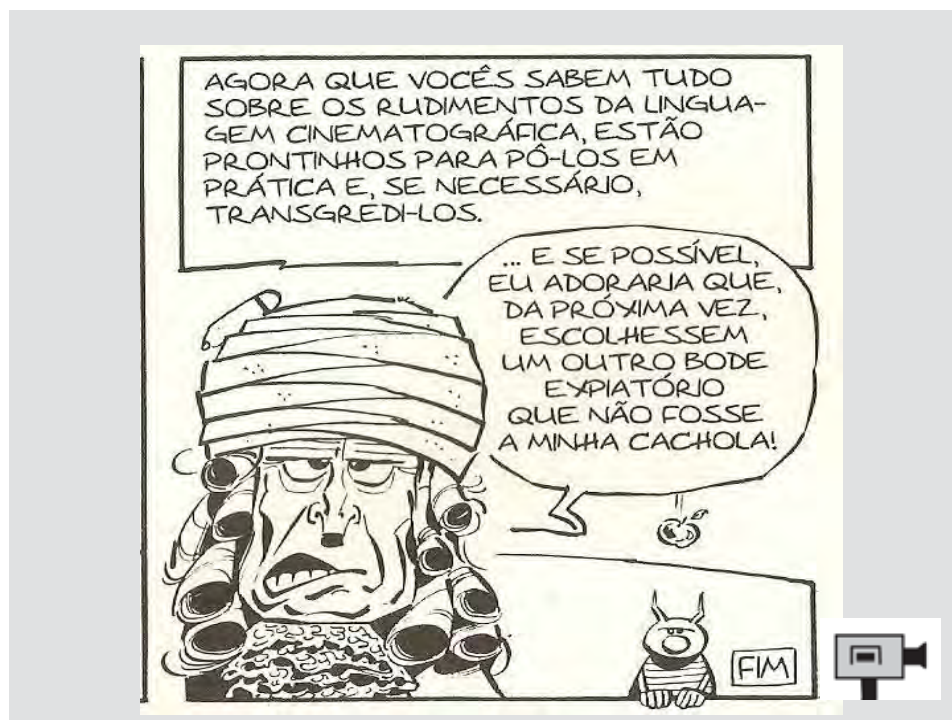


Figura 53 - Ilustração da oficina de vídeo. Fonte: Revista Piauí, nº 10 – ano I

Movimentos de Câmera

Movimentos básicos de câmera

- Zoom in e out (movimento ótico)
- Panorâmica (movimento físico)
- Travelling (movimento físico)
- Dolly (movimento físico)



Figura 54 - Slide da oficina de vídeo

ZOOM IN

- De fora pra dentro

ZOOM OUT

- De dentro para fora



Figura 55 - Slide da oficina de vídeo

Panorâmica

- Pan horizontal- o cinegrafista gira a câmera sobre o próprio eixo, da esquerda pra direita ou vice-versa, é um passeio que a câmera faz na cena, muito usada para paisagem, ajuda a ambientar o espectador, se puder use um tripé, dá maior firmeza ao movimento.
- Pan vertical- é feita de cima pra baixo ou vice-versa, muito usada em desfiles de moda.



Figura 56 - Slide da oficina de vídeo

Travelling ou travel

- A filmadora se movimenta junto com o assunto. A câmera pode perseguir de frente ou de trás. Podemos executar o travelling usando patins, automóveis, skate e até mesmo carrinhos de supermercado (normalmente se usa trilhos). Atenção para os desníveis e irregularidades do terreno, os movimentos devem ser suaves.



Figura 57 - Slide da oficina de vídeo

Travelling óptico

- É feito com a câmera e o operador parados, é o conjunto de uma pan com o zoom.

Figura 58 - Slide da oficina de vídeo

DOLLY

- A câmera se desloca em direção ao assunto, é feito fisicamente, o assunto fica parado e a câmera anda.



Figura 59 -Slide da oficina de vídeo

Efeitos e recursos para edição

- Corte seco- Mudança de cena, recurso mais adequado para dar ritmo e dinamismo no roteiro
- Fade in/out- Escurecimento ou embranquecimento da cena
- Fusão – Mistura de duas imagens simultâneas, uma sobrepondo-se a outra
- Flashback- Recurso onde uma pessoa lembra de um fato ou história que aconteceu no passado



Figura 60 - Slide da oficina de vídeo

- Dissolve- recurso usado em filmes poéticos ou românticos, simulação de desmaio. A imagem vai ficando embaçada nas laterais
- Freeze- Os personagens congelam e tudo ao seu redor se imobiliza por um instante.
- Inserts- Tomadas muito breves, colocadas para criar expectativa (usada com o pc)
- Chicote- Movimento muito rápido de câmera .Usado para marcar a diferença de tempo e ambiente da história.



Figura 61 - Slide da oficina de vídeo

Dicas

- Procure respirar antes de começar uma tomada e continuar suavemente
- Mantenha os músculos relaxados
- Sempre que puder faça uso do tripé



Figura 62 - Slide da oficina de vídeo

Referências

- Revista Piauí, nº 10 , ano 1 , julho 2007.
- NIEMEYER, Aloysio Filho. **Ver e ouvir**. Brasília: Universidade de Brasília, 1997.
- NOGUEIRA, Renato. **A arte do vídeo digital**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.



Figura 63 -Slide da oficina de vídeo

Depois disso, iniciamos o planejamento de produção, no qual os jovens produtores tiraram as dúvidas sobre como seria nossa expedição ao parque, organizaram todos os itens da viagem e realizaram o *check list* dos equipamentos.



Figura 64 - Participantes durante a oficina de vídeo



Figura 65 - Participantes durante a oficina de vídeo



Figura 66 - Participantes durante a oficina de vídeo



Figura 67- Participantes durante a oficina de vídeo -Laboratório de Informática

4.6. A expedição de captura das imagens

A visita ao Parque Estadual do Aguapeí aconteceu no dia 09 de novembro de 2011, um sábado ensolarado. O ponto de encontro foi em frente à Fundec, às 6:30 da manhã. A chegada dos participantes foi pontual. Embarcamos no ônibus da Fundec rumo ao nosso destino, com parada no trevo da cidade de Junqueirópolis, para apanhar o diretor do Parque que lá nos aguardava.



Figura 68 - Equipe da pesquisa



Figura 69 - ônibus da Fundec

O local escolhido para chegada foi a entrada por via fluvial do Parque, que fica 30 km adiante da entrada principal, tornando nossa viagem mais divertida. Diante da euforia pela novidade, percebi que realmente não faziam parte do mundo daqueles meninos e meninas aventuras como essa.

Durante o percurso, pudemos observar algumas das intervenções ambientais que a região sofre, pela concentração de muitas usinas de açúcar e álcool para, em seguida, confrontar com a área de preservação.

Ao longe, avistávamos a exuberância da mata ciliar em contraste com a fumaça da usina queimando a cana e soltando fuligem no céu. Durante o percurso, falamos sobre questões ambientais que estão próximas do nosso cotidiano e que, geralmente, são invisíveis. Discutimos a possibilidade de se compartilhar informações sobre a riqueza do Parque por meio dos nossos vídeos, alertando sobre questões ambientais.

Como uma parte da captação de imagens seria feita com o uso de barco, o diretor do Parque, Sr. Nelson Gallo, nos deixou em uma ponte e foi até a fazenda que serve de apoio para dar prosseguimento à expedição.

Sempre com equipamentos em punho, fizemos o reconhecimento da área, tudo com muita cautela. A cada ponto de parada, o biólogo do Parque fazia uma explanação sobre o comportamento das aves e animais ribeirinhos,

sobre a vegetação e outras informações pertinentes. À vontade para capturar imagens que achassem interessantes, dependendo do ponto de vista de cada um, os jovens produtores se divertiam enquanto aprendiam.



Figura 70 - Chegada à ponte do Rio Aguapeí



Figura 71 - Sujeito da pesquisa



Figura 72 - Sujeitos na captação de imagens



Figura 73 - Pegadas de jaguatirica

Ficamos algum tempo esperando o barco que nos levaria à parte aquática da expedição, enquanto explorávamos as possibilidades das trilhas vizinhas e da beira do rio. Dividimos a viagem em duas turmas, por conta da capacidade da embarcação.

Os jovens pesquisadores-produtores foram acompanhados por mim, juntamente com a equipe técnica da WTV, do diretor do parque e do biólogo responsável. Após o levantamento realizado na biblioteca virtual da FUNDEC de uma lista dos animais e plantas da região que poderiam ser encontrados durante a expedição (daí o nome *Check List Ambiental*), realizamos toda a coleta de imagens durante a visita ao parque. As entrevistas com o diretor, com o biólogo e os esclarecimentos restantes sobre os aspectos da vegetação e da área em geral, foram realizados durante a excursão e registrados em audiovisual.

4.7 Equipamentos utilizados

Entre os equipamentos utilizados estavam celulares, câmeras de vídeo digitais e câmeras fotográficas, tripés e tecnologias que permitem compartilhamento através de redes sociais, como *notebooks* e *ipads* com aplicativos de captação, edição e compartilhamento, tendo em vista o uso da internet para pesquisas necessárias a respeito de animais ou vegetação encontrados, e editar essas informações, fazendo uma pré-edição *in loco* e posteriormente uma finalização em ilha de edição. Também foram necessários equipamentos de primeiros socorros e binóculos para observação.

Citamos aqui algumas especificações dos equipamentos utilizados pelos produtores:

Smartphone Samsung Galax 5 Android possuiu uma câmera de 2mp e grava vídeos em QVGA a 15fps e a saída de áudio é mono. Vem com recursos de GPS, Wi-Fi, 3G, Bluetooth 2.1, navega na internet e possui o Social Hub, função que possibilita a conexão às principais redes sociais com apenas um toque. Possui também a função *all-share*, que permite o

compartilhamento de vídeo, fotos e áudio com televisores, notebooks e outros dispositivos que possuam esta função.



Figura 74 - Galax 5

Fonte: www.google.com.br/configurações-galax-5

O Nokia C3 é um celular de uso fácil e prático, com uma câmera de 2mp captura imagens de vídeo em MPEG-4, QCIF, AVI e WMV, tem suporte para download e streaming, configurações de cena, luz, equilíbrio de branco e tons de cor e zoom de 4x. De compartilhamento simples, utiliza o Java script na versão 1.3 e 1.5. Navega na internet e compartilha *feeds* ao vivo no Facebook e Twitter.



Figura 75 - Nokia C3

Fonte: www.google.com.br/configurações-nokia-c3

MP12 Motorola Motokey EX 112 possui câmera 3mp com zoom digital e reproduz vídeos nos formatos MIDI, WAV, AAC, H.263, compartilhamentos de mensagens SMS e MMS, tecnologia Bluetooth, versão 2.1, acesso à Web 2.0.



Figura 76 - Motorola Motokey EX

Fonte: www.google.com.br/configurações-motokey-ex

Câmera portátil Kodak Easyshare de 12 mp de resolução, zoom óptico de 3x captura e armazena em JPGE e AVI 2.0, compartilhamento direto nos sites Facebook, Youtube, Kodak, Twitter, Flickr, Orkut e e-mail. Possui foco automático e filma com lente grande angular.



Figura 77 - Câmera Kodak

Fonte: www.google.com.br/configurações-câmera

MP!2 é um mini hi phone com câmera de 8.0 mega pixels de resolução, compartilha mensagens multimídia com internet 2.0, Bluetooth, Java *touch screen* e filmadora com áudio.



Figura 78 - MP 12 Hi phone

Fonte: www.google.com.br/configurações-mp12hiphone

O Cha@t 222 Samsung oferece videoplayer, gravador de vídeo, câmera com zoom 2x com resolução VGA, conectividade WAP, Bluetooth, USB, navegador HTML, e-mail com acesso ao Facebook, Twitter, Orkut, Windows Live Messenger e Yahoo Messenger.



Figura 79 - Ch@t 222 - Samsung

Fonte: www.google.com.br/configurações-samsung-ch@t222

4.8 Execução da oficina de edição

De volta à Fundação, continuamos a oficina mostrando algumas opções de softwares para a edição das imagens, utilizando como referência Renato Nogueira(2004) que, no livro “A arte do Vídeo Digital”, nos apresenta uma cartilha passo a passo para a realização de produtos audiovisuais. Discorreremos sobre o Windows Movie Maker, uma ferramenta de edição de imagens disponível no Windows que apresenta quatro áreas básicas: a barra de ferramentas no alto, pela qual acionamos os comandos das operações durante a edição do vídeo, um monitor em que selecionamos o que vamos reproduzir dos arquivos, área de coleções, que é uma pasta na qual estão todos os ícones que podem ser utilizados durante a montagem e a área de trabalho, que é uma linha do tempo em que se visualiza o trabalho como um todo.

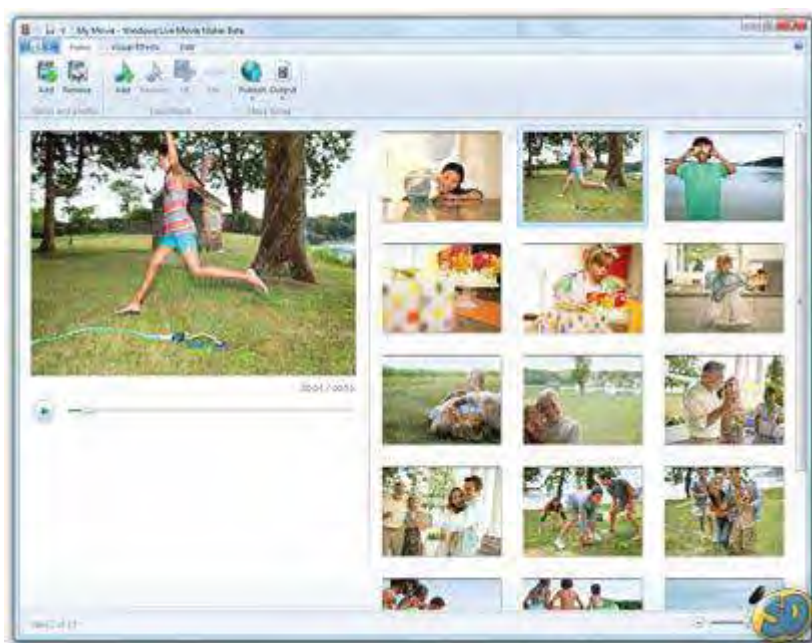


Figura 80 - Desenho do Movie Maker

Fonte: <http://www.google.com.br/imgres?q=tela+do+movie+maker>

Também discutimos sobre o Adobe Premiere, que é considerado um dos melhores e mais usados editores de vídeo. Ele oferece ao usuário duas opções: *A/B Editing*, que é indicada para iniciantes por ser básica e fornecer uma linha do tempo com possibilidades de inserções e transições. A outra

opção é a versão *Single – Track*, um pouco mais complexa, com mais recursos e ferramentas. Nos dois casos, conseguimos visualizar o projeto de maneira sequencial, ficando tanto o áudio quanto o vídeo dispostos em pistas paralelas e exclusivas.

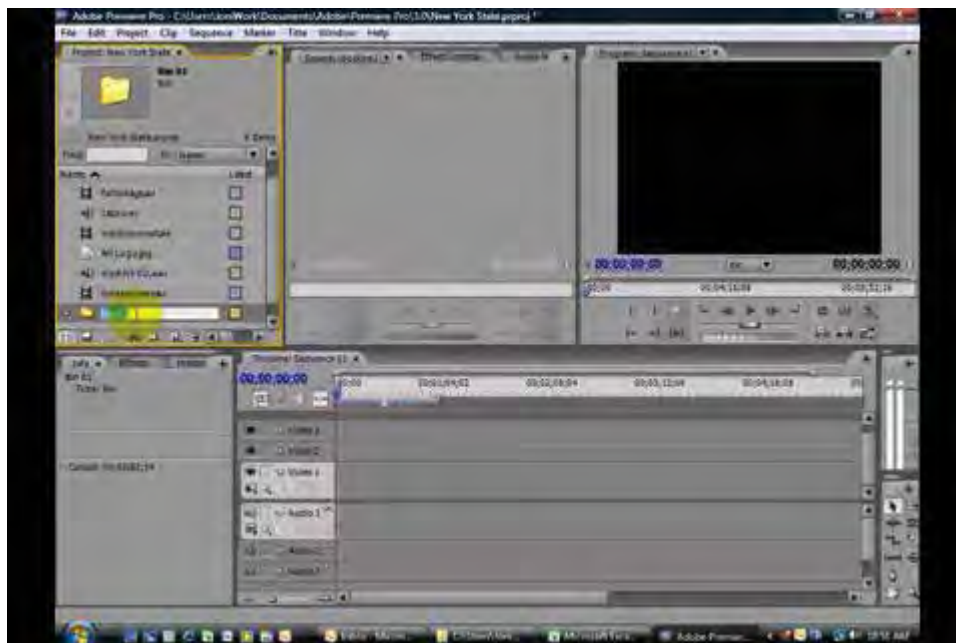


Figura 81 - Tela do Adobe Premiere

Fonte: [www.http://:Google.com.br/imgres?q=tela+do+adobe+premiere](http://www.google.com.br/imgres?q=tela+do+adobe+premiere)

A oficina de edição também ocorreu no Laboratório de Informática 2 da Fundec, onde todos puderam compartilhar conhecimentos sobre a técnica de *stop motion*, que seria utilizada para finalizar o material coletado.

4.9 A pós-produção e o compartilhamento

A realização da seleção das informações para edição e compartilhamento das imagens aconteceu em dias previamente agendados e em grupos alternados, dependendo da disponibilidade de cada participante.

Além do Laboratório de Informática 2, utilizamos o estúdio de gravações da TV Web Fundec, onde realizamos captação de imagens para serem usadas em *Kromakey*.

Cada participante trouxe seu *notebook* e suas imagens já descarregadas em *pen drive* ou DVD e, de acordo com a proposta de roteiro e das informações obtidas durante a oficina de edição, fizeram a escolha de qual software de edição usariam para editar seu microdocumentário.

Durante esse período de pós-produção, a pesquisadora levou até as diretorias da TV Web Fundec e da WTV a possibilidade da veiculação dos conteúdos e obtivemos uma resposta positiva dos dois veículos, deixando todos os participantes muito entusiasmados com o resultado.

Os trabalhos resultaram em conteúdos audiovisuais informativos sobre a importância da preservação do parque estadual do Aguapeí, postados no YouTube, compartilhados no Facebook e enviados por dispositivos móveis para seus colegas, para a TV Web Fundec e para a WTV. Até a finalização deste relatório, já haviam sido editados cinco microdocumentários, restando um grande acervo de imagens para ser trabalhado no decorrer do ano letivo.



Figura 82 - Sujeitos no estúdio da TV Web Fundec

Fonte: foto do grupo



Figura 83 - TV Web Fundec

Fonte: foto do grupo



Figura 84 - Estúdio da TV Web Fundec

Fonte: foto do grupo



Figura 85 - Edição e compartilhamento das imagens

Fonte: foto do autor



Figura 86 - Edição e compartilhamento das imagens

Fonte: foto do autor



Figura 87 - Edição das imagens

Fonte: foto do autor

CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS FUTURAS

Na Era da Informação, diante da democratização do acesso às técnicas de linguagem e tecnologias do audiovisual, os usuários conquistaram a possibilidade de criar, ter ideias, inovar e transformar seu entorno, já que a tecnologia deve estar a serviço do sujeito e ser utilizada de acordo com as suas necessidades.

Embora a democratização dos meios tenha forçado grandes mudanças, principalmente de cunho tecnológico, não se verifica o mesmo quando se trata da formação de novos produtores e leitores críticos.

O impacto do audiovisual digital também tem acarretado grandes mudanças técnicas e comportamentais. Mudou o aspecto de transmissão, da qualidade de imagem, da tecnologia de mídia, do sistema de produção e, sobretudo, do sistema de distribuição de conteúdos e informações. Também os formatos mudaram pelo uso de satélites, cabos, fibras ópticas, integração com a internet e suas redes sociais e pelo uso extensivo de celulares com aplicativos de compartilhamento audiovisual.

Essas novidades, com certeza, se refletem no comportamento da política, da economia e da educação, demandando novas atitudes noutras formas de participação social. Nosso desafio é pensar a televisão digital integrada a esses outros dispositivos digitais móveis, ampliando sua capacidade de comunicação conectada e propondo estratégias de produção de conhecimento compartilhado.

Acreditamos, junto com Libâneo, que as novas tecnologias da comunicação e informação podem ser aplicadas para desenvolver competências cognitivas e operacionais por meio de uma nova racionalidade nos processos de aprendizagem baseada na informática (LIBANEO, 2003). Constatamos isso durante a realização deste trabalho. Foi possível, sem muito esforço, estimular a criação de pequenos núcleos de produção audiovisual, trabalhando a interdisciplinaridade através de estudos realizados com as disciplinas de arte e biologia, na construção do conhecimento mediado pelas

tecnologias contemporâneas. Levando em consideração que a geração Y é comunicadora por essência, pois nasceu envolta num mundo altamente conectado, resta saber se a mesma experiência seria possível e bem-sucedida com os excluídos digitais.

Embora saibamos que as novas tecnologias integram o cotidiano de uma parcela considerável da sociedade, tornando mais eficazes a formulação de conteúdos originais e o compartilhamento de experiências sociais, também sabemos que a maioria dos adolescentes carece dessas oportunidades.

Contudo, nossa pesquisa demonstrou que as possibilidades de formação de jovens produtores são inesgotáveis. Para tanto, bastam vontade política, ambiente e estímulos adequados, além do acesso aos meios de comunicação.

Os resultados obtidos no decorrer da pesquisa e experimentação estão disponíveis e podem ser consultados nos endereços eletrônicos: www.fundec.edu.br/tvwebfundec e www.wtv.com.br, parceiros dedicados desta pesquisa, bem como nas redes sociais Facebook (www.facebook.com) e Youtube ().

As perspectivas futuras são promissoras. Encaminhamos o projeto “Check List Ambiental” para a TV Assembléia da Assembléia Legislativa do Estado do Mato-Grosso, na qual a pesquisadora realizou estágios durante a pesquisa, que prontamente o aceitou. Estamos aguardando o aceite da parceria com a Secretaria da Educação do Estado do Mato-Grosso para ampliar a experiência para dez escolas-piloto da Rede Estadual de Ensino.

Promover novas práticas de cidadania e democratização do conhecimento, ampliando assim novas possibilidades de mercado, mais que um desafio, é uma condição para a pesquisa pós-graduada. Enfrentamos, ainda que timidamente, este desafio na esperança de contribuir com a multiplicação de produtores de audiovisual. Acreditamos que eles estão aptos ao manejo cidadão e consciente dos dispositivos móveis associados à televisão digital e à internet. Dessa forma, damos mais um passo, mesmo que modesto, em direção ao que se vem chamando de Comunicação Transmídia, interando conteúdos em diferentes meios de comunicação através de diversas ferramentas, gerando envolvimento e interesse do maior número de usuários.

REFERÊNCIAS

ALBINO, J. P. Um estudo sobre a influência da comunicação mediada por computador nas relações sociais. **Revista Comunicação Midiática**, v. 5, p. 179-201, 2006.

ANATEL. <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortal> Internet> Acesso em 19 jul.2011.

APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da ciência**: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

ARGAN, G.C. **História da arte como história da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

BARBOSA FILHO, A.; CASTRO, C. **Comunicação digital**: educação, tecnologia e novos comportamentos. São Paulo: Paulinas, 2008.

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo, Paulus, 2007.

BRASIL. **Decreto 4.901**, de 26 de novembro de 2003, Disponível em <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/decreto/2003/D4901.htm>>. Acesso em 16 mar. 2011.

BRASIL. **Decreto 4.901**, de 26 de novembro de 2003, Disponível em <<http://www.mc.gov.br/tvdigital/minuta-de-exposicao-de-motivos-que-institui-o-sistema-de-televisao-digital-de-26-de-novembro-de-2003>>. Acesso em 04 nov. 2011.

BRASIL. **Decreto 5.820**. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/anotada/2446842/decreto-5820-06>>. Acesso em: 03 ago. 2011.

CPQD. **Sistema de TV Digital**. Disponível em <<http://www.cpqd.com.br/ing/historico>>

em<http://www.cpqd.com.br/ing/historico_tv_digital.pdf> Acesso em 17 mar. 2011.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informática: economia, sociedade e cultural**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Cosette; FEITOSA, Deisy Fernanda; VALENTE, Vânia Cristina Pires Nogueira. **Interoperabilidade e interatividade na TV digital na construção da sociedade da colaboração**. Unesp, 2009.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócios**. São Paulo: Summus, 2010.

COSTA, A.C. G. **Protagonismo juvenil: adolescência, educação e participação democrática**. Salvador, Fundação Odebricht, 2000.

CPC da UNE/Manifesto de 1962. In: Fávero, Osmar. (org.). **Cultura Popular e Educação Popular: Memória dos anos 60**. RJ: Editora Graal, 1983.

CROCOMO, Fernando Antonio. **TV digital e produção interativa: a comunidade recebe e manda notícias**. 2004. 189 f. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção –Área : Mídia e conhecimento – Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2004.

DALLARI, D.A.**Direitos humanos e cidadania**.São Paulo:Moderna,1998.

DELORS, J.et al. **Educação: um tesouro a descobrir**. São Paulo: Cortez. UNESCO, 1998.

DONDIS, A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

EBERLINK, (1998). **Computer-mediated communication and it's possibilities for education, rescarch paper,International Institute for Aerospace Survey and Earth Sciences (ITC)**. Neherlands: University of Twente. April.

FDE. Fundação para o desenvolvimento da educação. Diretoria de projetos especiais; **Escola da família**. Séries idéias; nº 32. São Paulo: FDE, 2004.

FERNANDES, F. A. M. O papel da mídia na defesa do meio ambiente. **Revista de Ciências Humanas**. Universidade de Taubaté-UNITAU, 2001.

FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GOMES DA COSTA, A. C. **Tempo de servir**: O protagonismo juvenil passo a passo; um guia para o educador. Belo Horizonte: Editora Universidade, 2001.

IBICT. **Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia**. Disponível em: <http://www.ibict.br>. Acesso em 20 jul. 2010.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. **As tecnologias da inteligência**. São Paulo: Editora 34, 1993.

LIBÂNEO, J. C. **Adeus professor, adeus professora?** Novas exigências educacionais e profissão docente. São Paulo: Cortez, 2003.

MACHADO, A. **O filme-ensaio**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de Belo Horizonte - MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. [cd-rom]

MARTIN.BARBERO, J.G. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac São Paulo, 2001.

_____. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura, hegemonia. 2. Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MCLUHAM, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Cutlrix, 1996.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NIEMEYER, Filho. **Ver e ouvir**. Brasília: Universidade de Brasília, 1997.

NOGUEIRA, R. **A arte do vídeo digital**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.

O'REILLY 2005. O'Reilly, Tim. **What is web 2.0**. Disponível em:
<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30what-is-web-2.0.html>> Acesso em: 9 dez. 2009.

PERDENEIRAS, Murilo. ISBT - **Um sistema de Televisão Digital para o Brasil**. Disponível em<www.teleco.com.br/tvdigital.asp> Acesso em: 19 jul. 2011.

PRENSKY, Marc. **Nativos digitais, imigrantes digitais**. Disponível em
<<http://www.marcprensky.com/2005/09/30what-is-web-2.0.html>> Acesso em: 10 fev. 2012.

Prazo máximo para início de transmissão nas geradoras das cidades.
Disponível em: <[HTTP:// www.teleco.com.br/tvdigital_cronog.asp](http://www.teleco.com.br/tvdigital_cronog.asp)>. Acesso em: 14 ago. 2010.

RABÊLLO, M.E.D.L. **O que é protagonismo juvenil?** Disponível em:
http://www.cedeca.org.br/PDF/protagonismo_juvenil_eleonora_rabello.pdf
.Acesso em: 21 nov. 2011.

RIBEIRO, A. **A TV digital como instrumento para a universalização do conhecimento**. Florianópolis: UFSC, CTC, PPGE, 2004.

REVISTA, CINEMA. **Cine olho**, nº 5/6 jun jul de 1979.

REVISTA, Piauí. **A sétima arte**: linguagem cinematográfica. N.1, M. 10, p.68.
ed. Abril, julho de 1997.

RUDIO, F.V. **Introdução ao projeto de pesquisa**. 20.ed. Petrópolis:
Vozes, 1996.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à
cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, A. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 3 ed. Rio
de Janeiro: DP&A, 2000.

SILVA, R.V.; NEVES, A. **Gestão de empresas na era do conhecimento**. São Paulo: Serinews, 2004.

TEIXEIRA, L. **Televisão digital**: Interação e usabilidade. Goiânia: Ed. UCG, 2009.

TAPSCOTT, D. **Chegou a geração NET** – Resumo . Disponível em <<http://www.janelanaweb.com/geracao/dtlivro.html>> Acesso em: 14 nov. 2011.

UNESCO, **Jovens na mídia**,1999. disponível em : <http://www.adolec.br/bvs/adolec/P/pdf/jovens-midia.pdf> . acesso em 13 out. 2011.

WINCK, J.B. **Quem conta um conto aumenta um ponto**: design de audiovisual interativo. Rio de Janeiro: Garamond, 2007.

WINCK, J.B. **A promessa do audiovisual interativo**. Revista Transinformação, Campinas, set./dez., 2007. O autor cita GUERRA, P. A. Socioeconomía de la solidaridad. Montevideo: Nordan, 2002.

VERGARA, S.C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. Ed. 3. São Paulo: Atlas, 1998.

VILCHES, L. **Televisión digital**: entre la esperanza y el exceptismo. Televisão digital :desafios para a comunicação. Livro da Compós – Porto Alegre: Sulina, 2009

ANEXOS

I Permissão para o passeio no parque

II Autorização dos sujeitos

III DVD – Conteúdos produzidos



PEA-001/2010

AUTORIZAÇÃO

Tendo em vista a necessidade de obtenção de imagens do Parque Estadual do Aguapeí para compor documentário científico sobre o mesmo, **AUTORIZAMOS** os Técnicos e Professores da FUNDEC/UNIFADRA de Dracena, abaixo relacionados, a adentrarem esta Unidade de Conservação no período de desenvolvimento do Projeto.

- Jelsson Emerson Casimiro Ferrari
- Célia de Almeida Lopes Arminio
- Rosi Pando
- Thiago de David
- Daniela Macário Custódio
- Fernando Aparecido Bezerra

Todas as incursões a campo serão agendadas com a Fundação Florestal através do Escritório de Apoio - Parque Estadual do Aguapeí, com sede no Edifício Ouro Verde - 7º andar - sala 701, à Rua Curitiba, nº 1.001 - centro - Jundiaí - SP. Informações: (18) 3841 3419 / (18) 9618 1175.

Jundiaí - SP, 07 de maio de 2010

Nelson Antônio Gallo
Biólogo - Gestor PEA

SECRETARIA DE
MEIO AMBIENTE

Rua do Horto, 201 - Jundiaí - SP - CEP 13117-000 - São Paulo - SP
FAX: (11) 2097-9043 - Fone: (11) 2097-9042 - e-mail:
fundec@fundec.sp.gov.br - www.fundec.sp.gov.br

SÃO PAULO



AUTORIZAÇÃO

fundec

Eu _____ RG _____
_____ autorizo meu filho(a)
_____ a ir para a visita ao Parque Estadual
do Aguapeí, acompanhado da profª Rosimeire A Pando, prof. Geison Ferrari e
o gestor do parque e biólogo Sr. Nelson Gallo, para realização de pesquisa de
mestrado, com saída no dia 03 de dezembro de 2011 às 6:30 horas e retorno
no dia 03 de dezembro de 2011 às 12:00 horas.

Dracena, 20 de Novembro de 2011.

Assinatura do Pai, Mãe ou Responsável

