



Comunique UFPA¹

Raphael Santos FREIRE²

Keila FUKUSHIMA, Renata DIAS, Lídia KAROLINA, Renata ATAÍDE³

Adelaide OLIVEIRA⁴

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Neste paper, apresentarei é uma produção audiovisual feita por alunos de Jornalismo e Publicidade do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, que decidiram produzir um vídeo o qual prestasse um serviço aos futuros universitários interessados em ingressar em uma das duas habilitações. A idéia é apresentar o que o curso tem de melhor, suas qualidades de maneira diferente e atrativa ajudando a solucionar de forma prática uma deficiência apresentada pelo curso. O trabalho foi orientado pela professora Adelaide Oliveira no ano de 2008.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; publicidade; jornalismo utilitário; serviço, linguagem híbrida.

INTRODUÇÃO

Utilizar num mesmo produto duas linguagens que estão intimamente ligadas por se fazerem presente dentro da Comunicação, mas que ao mesmo tempo apresentam peculiaridades é uma iniciativa ousada e arriscada. Porém, a equipe produtora do vídeo “Comunique UFPA” resolveu apostar na idéia e decidiu se utilizar das duas linguagens para tornar seu produto mais completo, atraente e eficaz.

Sabia-se que o destino do “Comunique UFPA” eram as feiras vocacionais e havia uma noção por parte da equipe em relação ao público que seria atingido pelas informações presentes no vídeo. Seria um público de faixa etária entre 18 e 22 anos, mas não se sabia seus gostos, costumes, ou seja, era um produto que seria feito para pessoas diferentes mas que possuíam uma característica em comum: o interesse (ou curiosidade) pela área de comunicação

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em jornalismo utilitário – Indicador, Roteiro, Serviço ou Cotação.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará, email: rsfjo@yahoo.com.br.

³ Estudantes do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade da Universidade Federal do Pará, email: keilafukushima@gmail.com; renatatd@gmail.com; lidiakarolina@gmail.com; re_ataide@hotmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, email: adela.oliveira@hotmail.com.



Como bem disse Bill Nichols “Públicos diferentes vêem coisas diferentes; apresentar ou promover um filme de uma determinada maneira pode preparar os espectadores a vê-lo de uma forma e não de outras. Essa prática pode ajudar a filtrar interpretações que projetem histórias de experiência pessoal na história do filme”. (NICHOLS, 2007). Com base nisso, decidimos produzir um vídeo informativo que se valesse futuramente como um serviço para o público de feiras vocacionais, porém esse vídeo não seria feito da mesma maneira como se tem observado: um produto meramente apresentativo e institucional. “Vender” o curso era o nosso objetivo, para que os espectadores ao verem o vídeo sentissem a necessidade, a vontade de “comprá-lo” (cursá-lo). Daí surge o “Comunique UFPA”.

OBJETIVO

O vídeo tem como objetivo apresentar aos futuros universitários, interessados na área de comunicação, os cursos que a Universidade Federal do Pará possui dentro do campo comunicacional, a saber, Jornalismo e Publicidade.

JUSTIFICATIVA

Por diversas experiências anteriores dos estudantes do curso de Comunicação Social da UFPA, observou-se que em atividades do tipo ‘Feira de Aptidão’ e ‘Feira Vocacional’ não havia nenhuma forma interessante, rápida e dinâmica de mostrar o curso aos interessados e futuros universitários (leia-se seus objetivos, qualidades, proposições, atrativos, etc). Por esse motivo, os alunos integrantes da equipe optaram pela produção de um vídeo informativo que se utilizasse de técnicas e formas da linguagem publicitária com o objetivo do produto possuir um caráter híbrido, já que se apropria de meios da produção jornalística e publicitária e mistura esses dois vocabulários.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Durante a produção do vídeo tivemos contato com diversas técnicas utilizadas dentro de um estúdio de televisão. A professora orientadora do trabalho nos possibilitou executar atividades de direção, roteirização, produção, edição, cinegrafia, iluminação, também tivemos contato com vários termos usados em gravações audiovisuais.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O vídeo foi produzido de forma bastante caseira pelos próprios estudantes. Nele uma atriz (garota comunique) apresenta as duas habilitações do curso de comunicação, que são



representados por duas latas que contém os conteúdos referentes à publicidade e ao jornalismo. O vídeo é voltado para um público que não conhece ou conhece pouco o que se estuda na área de comunicação, daí o seu caráter de prestação de serviço, já que a Faculdade, até então não possuía uma maneira interessante de apresentar o curso ao público externo.

CONSIDERAÇÕES

A produção deste vídeo nos trouxe diversas contribuições, principalmente no que diz respeito à agilidade de produção, independência na execução das atividades, entre outras.

A experiência trouxe muitas contribuições para um dos integrantes da equipe, o aluno Raphael Freire, esse que vos fala, pois em meio a quatro alunas de publicidade eu pude ver de perto e vivenciar o que venho escutando desde o meu ingresso na universidade, o fato de nós antes de fazermos jornalismo ou publicidade, sermos alunos de Comunicação. Foi na produção deste vídeo que pudemos integrar nossas competências e habilidades para contribuir na solução da problemática de comunicação para com os pré-universitários apresentada pelo curso que faço parte.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, Márcia. **O documentário jornalístico e a prática jornalística**. Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo.

MORAES, Wilma. et al. **O documentário jornalístico, gênero essencialmente autoral**. Artigo apresentado no XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande/MS, 2001.

NEWTON, Cesar. **Direção de arte em propaganda**. São Paulo: Futura, 2000.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Tradução: Mônica Saddy Martins. Campinas: Papirus, 2005.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2. ed., rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.