

MIDIÃ SANTOS¹; ELIANE RUBIM²; LUIZA AFFONSO,³ JOSÉ RICARDO KREUTZ⁴

¹ Graduanda em Design Digital - Universidade Federal de Pelotas –reichowmidi2gmail.com

² Graduanda em Jornalismo – Universidade Federal de Pelotas – losdientesdeava@gmail.com

³ Graduanda em Psicologia- Universidade Federal de Pelotas- luiza.affonso@hotmail.com

⁴ Doutor, Professor do Curso de Psicologia – Universidade Federal de Pelotas – jrkreutz@gmail.com

Vídeo Visita: O áudio visual como instrumento de reconhecimento de sua identidade na economia solidária.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo fará o relato da produção de vídeos junto aos grupos de economia solidária associados à rede Bem da Terra, por meio do projeto de extensão desenvolvido pelo núcleo de tecnologia social - TECSol. Tal intervenção tem como fundamento uma construção horizontal no processo de produção de vídeos que tragam relatos acerca da formação e identidade dos grupos, dando ênfase ao protagonismo dos produtores, tanto no relato das entrevistas quanto na análise e fechamento da edição dos vídeos.

O projeto "Video-Visita" propõe realizar visitas aos grupos, buscando ouvir os relatos dos seus integrantes a respeito da sua formação e do trabalho enquanto grupo, além da sua inserção na economia solidária. Esses vídeos tem como finalidade melhorar a comunicação interna da associação, possibilitando que cada grupo se "apresente" ao restante dos grupos, durante as reuniões mensais.

Tal necessidade se deu através da sensibilidade, por parte dos núcleos de apoio e incubação (Nesol - IF-Sul Pelotas, Nesic - UCPel e Tecsol - UFPel) à Associação Bem da Terra, em auxiliar no processo de melhorar o relacionamento entre os grupos. Tal integração vem sendo provocada graças a possibilidade dos grupos (que totalizam 37 empreendimentos solidários) receberem visitas filmadas em seus locais de trabalho pelo Grupo de Trabalho (GT) Incubação.

Nesse sentido, a produção de vídeos tem um papel não apenas técnico, ou de registro, mas de criação de um dispositivo audiovisual que fortaleça e potencialize as relações, o reconhecimento e o trabalho desses grupos de produtores. Para a captação do material audiovisual nas visitas, a equipe reveza suas funções e busca adentrar o universo dos grupos, conhecendo suas histórias e trajetórias. Tendo um norte estético que direciona a captação, o formato das entrevistas e os planos internos e externos, a equipe do "Video-Visita" intenta produzir um vídeo que expresse com sensibilidade as identidades dos grupos e dos produtores. As visitas consistem em saídas de campos agendadas com produtores rurais e urbanos, onde a equipe tem a oportunidade de experimentar a prática da extensão com horizontalidade, troca de saberes e afetos.

2.METODOLOGIA

Em reunião ordinária da Associação Bem da Terra, no dia 18 de abril, foi proposto ao grupo, de realizar o projeto Vídeo-Visita. A princípio houve uma certa “desconfiança” por parte dos grupos, os quais estavam interpretando a intervenção do TECSol como uma visita que iria “avaliar” a situação dos empreendimentos. A equipe do Tecsol presente fez questão de reinterar o caráter autoral dos vídeos, os quais buscariam reforçar os laços do grupo e da identidade com a economia solidária. Dando destaque aos valores positivos de cada empreendimento no seu modo de produzir. Para tal, considerou-se fundamental por parte da proposta extensionista que se constituísse uma equipe interdisciplinar, onde extensionistas da área da psicologia pudessem trabalhar de forma conjunta com o design, jornalismo e cinema. Nesse aspecto o produto extensionista deste projeto é transdisciplinar que na visão de França (2001, pg 3) compreenderia um movimento diferente: uma determinada questão ou problema suscita a contribuição de diferentes disciplinas, mas essas contribuições são deslocadas de seu campo de origem e se entrecruzam num outro lugar – em um novo lugar. São esses deslocamentos e entrecruzamentos, é esse transporte teórico que provoca uma iluminação e uma outra configuração da questão tratada. É esse tratamento híbrido, distinto, que constitui o novo objeto. (Vera Veiga França)

Tendo em vista o vídeo, como apenas um objeto de comunicação, pode se dizer, como uma ferramenta para agilizar este processo de auto conhecimento, e identificação com o meio e o grupo, notou-se um forte potencial na forma de como manipular, esculpir esse meio para que ele transmitisse toda a mensagem ao receptor com poucas ou quase nenhuma interrupção ou mudança. Contudo sempre tendo em vista, manter a união de todos os produtos finais, dando harmonia em toda a produção, mesmo que cada vídeo tivesse um editor\mediador diferente a linguagem da mensagem se mantivesse, como garantia de sucesso da ideia original. E para garantir o respeito a história desses sujeitos, todas as falas e imagens foram formalmente concedidas através de documentos que autorizam os seus usos.

Portanto, a escolha do GT de utilizar a linguagem videográfica para o registro das histórias dos grupos de produtores se dá pela potencialidade desse formato em dinamizar as relações e criar um canal de comunicação e reconhecimento entre os integrantes da Associação Bem da Terra. O vídeo, em sua especificidade, acaba por fundir concepções estéticas com o imediatismo dos novos dispositivos tecnológicos. Sobre essa relação, o teórico francês Philippe Dubois afirma:

Esta "estetização" do vídeo como imagem me parece no entanto ocultar sua outra face, quase nunca visível: a do vídeo como processo, puro dispositivo, sistema de circulação de uma informação qualquer, "meio de comunicação", tudo isso independentemente do seu resultado visual e do conteúdo das mensagens que ele pode veicular. Neste aspecto, que não é menos importante que o outro, se precisarmos inscrever o vídeo em linhagens históricas, ele me parece ter que ver tanto ou mais com o telefone ou telégrafo do que com a pintura. E é nesse aspecto que ele funciona como

intermediário entre o cinema e as "últimas tecnologias" informáticas e digitais. Se o cinema é, sobretudo, uma arte da imagem e atua sobre o vídeo pelo alto, as "últimas tecnologias" informáticas e digitais são sobretudo dispositivos, sistemas de transmissão (mais do que obras) e o prolongam por baixo.

(DUBOIS, 2004, p.73).

Também, na assembleia da Associação Bem da Terra, do dia 18 de abril de 2016, foi acordado uma agenda prévia de "visitas" aos grupos e de exhibições dos vídeos, que estão sendo apresentados mensalmente nas reuniões ordinárias desde maio desse ano.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As imagens que seguem traduzem algumas das reflexões feitas anteriormente.



"Recorte do vídeo Grupo Labor, Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=xCGSWAn6Ebs>"

Como ilustra a imagem a cima, o enquadramento e angulo dos vídeos tem como foco central os participantes dos grupos, tem também a preocupação de destacar os seus trabalhos e produções, e mostrar sempre com a fidelidade o seu compromisso e dedicação para com o grupo. Como também a convivência e companheirismo dos envolvidos, suas trocas e conversas, gerando ainda mais a união do grupo.



"Recorte do video KiMerengue, entrevistada: "Lidiane Ribeiro"

Suas histórias e depoimentos pessoais, são sempre muito importante, é o primeiro plano de nossas filmagens, cada fala individual enriquece a narrativa de cara

empreendimento. Assim então, se deu a gravação de sete empreendimentos, o que tem gerado conversas positivas entre os empreendimentos, onde eles podem se conhecer e interagir, trocando saber e discutindo novas formas de trabalho e repensar os conceitos e propósitos de se trabalhar a economia solidária, usando essa ferramenta para ajustar as engrenagens. Tornando o convívio e aprendizado mais produtivo e eficaz

4. CONCLUSÕES

A proposta de intervir em um grupo social organizado, através da produção coletiva dos vídeos-visitas, tem dado visibilidade a temáticas que atravessam os saberes e os fazeres construídos na vivência da economia solidária. “Trabalho coletivo”, “autogestão”, “comércio justo”, “cuidado, carinho e respeito” são conceitos que ganham corpo na fala e na ação dxs empreendedorxs visitadxs¹.

E no processo da comunicação, sabe-se que criar um elo perfeito entre todos os seus elementos (emissor, receptor, mensagem, código, canal e contexto) é tarefa árdua, e por dados momentos é difícil definir quais impactos tais vídeos terão na melhoria, ou na facilitação do processo de comunicação interna do grupo. Até o momento há uma avaliação positiva por parte dos grupos que assistiram os vídeos durante as reuniões ordinárias, e muitxs grupos já perderam o receio inicial de estarem sendo “fiscalizados” e inclusive demonstram entusiasmo e ansiedade para também receberem a nossa “visita”.

5. REFERÊNCIAS

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. Cosac Naify, 2004.

FRANÇA, Vera Veiga. **Paradigmas da Comunicação : conhecer o quê?**, 2001

LORENZO, Gilberto. **Manual de assessoria de imprensa**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MOURA, Dione et alli (org.). **Comunicação e cidadania: conceitos e processos**. Brasília: Francis, 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação - Mass media: contextos e paradigmas, Novas tendências, Efeitos a longo prazo e O newsmaking**. Milão, 1985.
Disponível em:
http://jornalismoufma.xpg.uol.com.br/arquivos/mauro_wolf_teorias_da_comunicacao.pdf. Acessado em junho de 2016.

¹ Fazemos questão de colocar aqui o “x” na designação de gênero, pois esta nos parece ser a provocação ao final da exposição do nosso trabalho extensionista por entendermos que a economia solidária permeia um respeito a democracia de gênero.