



Encontro Inter-regiões - Nordeste

Região Nordeste - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00312
INSTITUIÇÃO	Universidade Federal do Ceará
CAMPUS	Pici
CIDADE	Fortaleza
UF	CE
CATEGORIA	PT
MODALIDADE	PT10
TÍTULO	UFC e Fundação Casa Grande pela Chapada do Araripe como Patrimônio da Humanidade
ESTUDANTE-LÍDER	Thayanne Simão de Lima Matos
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Mailca Marques Nascimento dos Santos (Universidade Federal do Ceará); Andrea Pinheiro Paiva Cavalcante (Universidade Federal do Ceará)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O presente texto apresenta o processo de trabalho conjunto dos estudantes da Universidade Federal do Ceará e da Fundação Casa Grande durante o I Seminário Internacional Patrimônio da Humanidade Chapada do Araripe. Esse feito inspirado na relação histórica, cultural e social, da Fundação e da Chapada. Através dos versos de Rosiane Limaverde, em A Casa Azul, a Fundação Casa Grande é apresentada: "era uma vez uma casa azul, no meio do sertão, uma casa de brinquedo, morada da lenda, memória do povo kariri, memorial do Homem Kariri". Localizada em Nova Olinda, na região do Cariri ao sul do estado, a Fundação tem um compromisso histórico e cultural com seu entorno. Rosiane Limaverde, na tese Arqueologia Social Inclusiva: a Fundação Casa Grande e a Gestão do Patrimônio Cultural da Chapada do Araripe (Universidade de Coimbra, 2014), fala que a cidade "teve a sorte de ser o palco de uma ação protagonizadora com as suas bases firmadas no patrimônio arqueológico como uma ferramenta de inclusão social galgada na experiência de protagonismo juvenil das crianças e jovens, como cenário o patrimônio cultural da Chapada do Araripe". Localizada em três estados brasileiros, Ceará, Pernambuco e Piauí, a Chapada do Araripe é uma formação geográfica com muitas peculiaridades. Considerada um oásis no sertão, possui uma grande diversidade ao seu redor de tradição popular, histórias e lendas. É nesse contexto que a Fundação Casa Grande se encontra, pois possui o intuito de preservar memórias e histórias. Como diz Rosiane Limaverde, fundadora da Casa Grande, na tese citada (2014), "a missão definida na origem da Fundação foi de guardar em acervo e promover a cultura material, os vestígios arqueológicos do homem pré-histórico da Chapada do Araripe e também a cultura intangível desse homem mantendo viva sua memória. Foi no ano de 1992 o qual o primeiro patrimônio a ter significância passou a ser a própria Casa, como o portal de entrada de volta ao passado, um Lugar de Memória". Então é inevitável a conexão da Casa Grande com a Chapada do Araripe e vice-versa, pois tudo que existe ao redor da chapada é a sua representação. Esse vínculo resultou em uma participação ativa da Fundação Casa Grande no I Seminário Internacional Patrimônio da Humanidade Chapada do Araripe. A aproximação da FCG e a Universidade Federal do Ceará começa em 2014 por meio da disciplina de Educomunicação. Desde então tem acontecido aulas-viagem com a intenção de conhecer de perto o trabalho educacional feito com crianças e adolescentes envolvendo comunicação, memória e artes. A equipe que esteve na Fundação Casa Grande em 2019, para fazer a cobertura do I Seminário Internacional Patrimônio da Humanidade Chapada do Araripe, foi coordenada pelas professoras Andrea Pinheiro e Inês Vitorino e contou com a participação de doze alunos, tanto de Publicidade e Propaganda quanto Sistemas e Mídias Digitais, através da disciplina de Produção Audiovisual para Crianças e Adolescentes. Nesse contexto, entramos com o objetivo de auxiliar a equipe da Fundação Casa Grande na cobertura do evento, dando suporte para gerir as redes sociais, documentar os encontros, divulgar o evento, compartilhar equipamentos e produzir conteúdos. O seminário aconteceu para apresentar às pessoas e às instituições as motivações pelas quais a Chapada do Araripe deve e merece ser um patrimônio da humanidade. Então foi um evento que precisou ser amplamente divulgado para ter uma boa participação, tanto de instituições quanto das pessoas da região e de toda parte do país. O evento em questão foi promovido pelo Sistema Fecomércio e ocorreu de 06 a 09 agosto de 2019, nas cidades de Crato, Nova Olinda e Juazeiro do Norte. Tendo em vista a experiência de vivenciar atividades fora dos muros da universidade, é válido dizer que o aprendizado vai além

dos elementos técnicos, a experiência permite vivenciar a diversidade da cultura popular: os rituais religiosos, as festas, as danças, a gastronomia local, a dimensão do que é local e comunitário.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O trabalho contou com um cuidadoso planejamento feito durante reuniões prévias, através de pesquisas e distribuição de funções para cada pessoa. Um cronograma foi montado previamente, com base nos dias e horários já estabelecidos pelos organizadores do evento e com isso também foram feitas escalas de trabalho para cobertura fotográfica. A tabela foi preenchida com as informações essenciais: hora do evento, nome da programação, fotógrafo escalado, responsável por descarregar a câmera e editar as fotos, e responsável pela publicação nas redes sociais, que já deveria providenciar a legenda da publicação. Como cada dia era um local com programações diferentes, cada dia tinha uma tabela com toda a programação prevista para o dia. Além disso, foram feitas diversas reuniões de feedback durante os processos entre a equipe para pôr em ordem o que estava sendo feito e o que estava pendente. O evento ocorreu em três cidades do Cariri, Crato (no SENAC), Nova Olinda (onde fica a Fundação e serviu como sede para as atividades) e Juazeiro do Norte (no SESC), todo dia era um novo contexto de trabalho em um lugar diferente. Como estavam sendo coletados vários materiais para diferentes conteúdos, foi necessário delegar diferentes funções para cada pessoa se ocupar em uma atividade, que se dividia em entrevistas, cobertura fotográfica, gravação de vídeos, coleta de informações e arquivos para o dossiê que será enviado para a UNESCO, produção/edição de material para o podcast e o trabalho de identidade visual para as postagens nas redes sociais da Casa Grande. O mais interessante é ter a participação das crianças em todos esses processos, a Letícia Diniz, de 15 anos, por exemplo, diretora da TV Casa Grande, sempre estava dando suporte e feedback nas fotografias, verificando os equipamentos e cuidando das demandas junto conosco. Sem contar o clima extrovertido de trabalho por estar com pessoas tão leves e divertidas, isso de fato é a magia da Casa Grande. Para conseguir produzir os materiais foi necessária análise das redes sociais da Fundação Casa Grande, pesquisa de formatos de conteúdos, pesquisa das características da região, pesquisa de referências para os conteúdos que foram produzidos, pesquisa de identidade visual, diálogo com as pessoas da Casa Grande sobre as peculiaridades do local e referências para produzir materiais gráficos, sonoros e audiovisuais. Ressaltamos a importância da Fundação Casa Grande ter sua própria equipe de cobertura, tendo em vista sua importância na história local. Mônica Pegurer Caprino, no texto Mídia-educação, inclusão digital e comunicação comunitária: espaços de interconexão (2016), fala da importância do uso da internet como ferramenta de empoderamento social, muito presente e perceptível na cultura local quando observamos a forte presença da FCG nas mídias. Além disso, a autora fala de como é mais interessante fazer o uso da internet como canal auxiliar dos objetivos dos projetos, que nesse caso foi fundamental para propagação da proposta do seminário. A tese de Rosiane Limaverde intitulada Arqueologia Social Inclusiva: a Fundação Casa Grande e a Gestão do Patrimônio Cultural da Chapada do Araripe (Universidade de Coimbra, 2014) também teve um papel fundamental na construção desse trabalho, pois é um trabalho extremamente detalhado e rico. Limaverde (2014) nos apresenta com muita clareza a relação da Fundação com a Chapada do Araripe e toda a cultura em volta. Ela fala que a "Casa Grande simboliza um marco entre o passado pré-histórico da Chapada do Araripe e a tardia história colonial do interior do nordeste brasileiro que só chegou ao mais profundo sertão do Cariri no início do século XVIII, percorrendo o Caminho das Boiadas, apagando o rastro das trilhas indígenas no caminho das águas, caminhos outrora percorridos pelo homem pretérito". Várias passagens desse texto foram fundamentais para a equipe se inspirar e entender o que significa e representa aquele lugar para poder produzir materiais que fizessem sentido.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Ainda na fase de planejamento da viagem e das atividades que executamos, pensamos que conteúdos estariam ao nosso alcance com base nos recursos que tínhamos disponíveis, então foi o momento de pensar nos equipamentos para as equipes poderem trabalhar. Fizemos uma lista com os nomes da equipe e cada pessoa anotou os equipamentos que levaria para a viagem. Foi um processo importante pois a partir daí cada um já tinha em mente o que provavelmente ia fazer e como poderia colaborar. Uma vez listado o que teríamos de equipamentos, planejamos as atividades com base no cronograma do evento, o que organizamos em tabelas: para a escala fotográfica e para as publicações nas redes sociais. Toda a comunicação foi construída através de uma identidade visual própria para a cobertura da Fundação Casa Grande. Já que muitas instituições estavam também coletando materiais a respeito do seminário, foi necessário pensar em elementos que se destaquem das demais coberturas feitas por outros parceiros. A ideia de fazer a identidade visual inspirada na técnica de colagens surgiu durante as pesquisas de referências visuais, uma vez que estava sendo uma tendência em 2019. Esse estilo visual possibilitou trazer muitas referências locais levando em consideração toda a diversidade da fauna, da flora, da gastronomia e da cultura da região do Cariri. As colagens foram feitas a partir de fotografias da Fundação Casa Grande, do Google Imagens e também das fotos que estavam sendo feitas durante o seminário. Algumas molduras padrões foram criadas para serem aplicadas nos diferentes tipos de conteúdos que foram postados. Os layouts foram pensados para diferenciar os conteúdos que estavam sendo postados: as publicações diárias no feed com a programação do dia, o relato pessoal (foram posts feitos no blog em que cada estudante da UFC que estava na equipe de trabalho escrevia seu relato de experiência no dia em questão), as curiosidades da chapada (foi uma hashtag pensada para contar as histórias, lendas e costumes da Chapada do Araripe), os posts falando do podcast e o filtro do Facebook; além disso, também teve layout padrão para os stories do Instagram e do Facebook, tudo seguindo uma identidade visual. A estratégia de utilizar colagens foi para reunir todos os elementos que representam a Chapada, dando mais significado às peças produzidas e evidenciando as riquezas das regiões. As fotos, os vídeos, as captações de áudio e todo os materiais que foram coletados para serem publicados nas redes sociais da Casa Grande foram produzidos durante o evento, são arquivos originais produzidos pela equipe de trabalho que estava representando a Fundação. Entre as cores principais usadas para produzir esses materiais foi utilizada uma escala de azul, que representa a Fundação Casa Grande, com acréscimo de um tom de vermelho que remete ao Soldadinho-do-Araripe, um pássaro que é símbolo da Chapada. As cores secundárias foram escolhidas com base em outros elementos que são considerados simbólicos e característicos da região do Araripe, levando em consideração a fauna e a flora. Com a identidade visual definida, chegamos aos seguintes produtos finais: a) Material gráfico: redes sociais, identidade visual para o podcast, filtro para o Facebook e crachá utilizado pela equipe; b) Produção de postagens para as redes sociais da Fundação Casa Grande no período de 06 a 09 de agosto; c) Cobertura fotográfica de todos os dias do evento; d) Criação de enquete no Instagram: Por que a Chapada do Araripe como patrimônio da humanidade? e) Criação, produção, gravação e edição do Bodecast da Chapada (08 episódios); f) Gravação de vídeo-depoimentos sobre a importância da Chapada do Araripe como patrimônio da humanidade (29 depoimentos). Esses arquivos são encontrados em anexo a este texto e nele estão os links para acesso em todos os trabalhos e materiais produzidos.