

Catucando: Comunicando a cultura potiguar¹

Jhancy Richelm Lima de OLIVEIRA²
Maria Luiza Dionísio de MEDEIROS³
Fábio José da SILVA⁴

Universidade Potiguar, Natal, RN.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo evidenciar por meio de um programa audiovisual, na Internet, as várias formas de manifestações do povo Norte rio-grandense. A ideia de apresentar o contexto da cultura potiguar, de maneira inovadora e diferenciada, que foge do convencional, através de um canal exclusivo sobre o gênero no *YouTube*, surgiu a partir de pesquisas fundamentadas na carência de informação sobre a cultura do Estado. O programa foi pensado e desenvolvido no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de comunicação social com habilitação em jornalismo, da Universidade Potiguar (UnP). O estudo anseia contribuir para que a sociedade possa ter mais acesso à cultura de sua origem.

Palavras-chave: cultura; comunicação; jornalismo; audiovisual; internet.

1. INTRODUÇÃO

A trajetória acadêmica nos incentivou a busca por unir a experiência de atuação em telejornalismo, e a afinidade com a temática ‘Cultura Potiguar’, com interesse em oferecer ao cidadão Norte rio-grandense um conteúdo cultural de qualidade, bem como, conhecer um pouco mais sobre a cultura na qual estamos inseridas.

Com o apoio do diretor do curso de cinema da Universidade Potiguar, Fábio Silva, nosso professor orientador, as afinidades com o objeto de pesquisa e, principalmente, a linguagem que buscávamos, foi se desenhando o aprimoramento do projeto experimental, intitulado ‘Catucando: comunicando a cultura potiguar’.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção Laboratorial em videojornalismo e Telejornalismo (avulso/conjunto ou série).

² Aluna do 8º Período de Comunicação Social com habilitação em jornalismo pela Universidade Potiguar em 2015. Email: jhancyoliveira@gmail.com

³ Aluna do 8º Período de Comunicação Social com habilitação em jornalismo pela Universidade Potiguar em 2015. Email: malumedeiros40@gmail.com

⁴ Professor da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Potiguar, orientador do trabalho. Email: desilva@unp.br

O desenvolvimento da pesquisa nos abriu um leque de novas possibilidades, dentre as quais, a construção de um programa na Internet, tendo em vista ser um veículo que apresenta como forte característica ser um ambiente democrático, no sentido de que, é um espaço no qual se pode escolher as informações consumidas, ultrapassando as fronteiras da informação de forma veloz e, principalmente, pela carência de um programa do gênero na rede.

Diante disso, os estudos estão relacionados à cultura no mundo, no Brasil e no Estado do Rio Grande do Norte, com foco na discussão acerca da indústria cultural. Contudo, o estudo perpassa assuntos e áreas de pesquisa relativas à Comunicação, ao Telejornalismo e ao Ciberespaço, como abordam Lemos e Cunha (2003).

A proposta de trabalho ora apresentada assume relevância pessoal pelo nosso interesse e afinidade com as referidas temáticas e importância para o cenário cultural do RN, considerando o potencial de ampliar sua visibilidade e aceitação pelo público. Assim, o presente trabalho foi construído com o intuito de evidenciar e valorizar a cultura Norte rio-grandense em uma das mídias (videojornalismo) utilizadas nos dias atuais, a *Internet*. O programa pensado para exibição na *web* funcionará como facilitador de acesso e dimensionará relatos e serviços no tocante ao conteúdo.

O programa jornalístico, como dito, é intitulado “Catucando”, em referência à expressão popular⁵ derivada da palavra “cutucar” – que significa tocar ou espetar levemente alguém com um dedo, cotovelo, ou objeto pontiagudo, como um chamado, sinal de advertência ou de alerta. A escolha do título pautou-se nos próprios objetivos do Programa, que propõe mobilizar a atenção e o interesse do público para a cultura local, de sorte que “Cutucar” representa tal ação e, ao mesmo tempo, um elemento que é, genuinamente, parte do dialeto potiguar.

2. OBJETIVO

A principal intenção da proposta é contribuir com a cultura Norte rio-grandense, de modo a oferecer conteúdo de caráter informativo que acrescente para a formação de vida dos cidadãos, propondo trazer ao conhecimento público os elementos positivos inseridos na diversidade de manifestações artísticas do cenário potiguar.

3. JUSTIFICATIVA

O programa "Catucando" foi elaborado para atuar no diálogo entre comunicação e cultura, de uma maneira diferenciada do convencional. A abordagem da temática na internet, especificamente no *YouTube*, busca despertar a curiosidade e o interesse dos internautas. A ideia é mostrar que o Estado, dispõe de inúmeros movimentos culturais, citando a sua dimensão simbólica, por meio dos costumes, culinária, linguagem e criações, especialmente artísticas (música, teatro, artes visuais, dança, literatura e outros), aspectos e modelos presentes na capital e no interior.

O tema torna-se importante por entendermos que atrelar cultura à comunicação, enriquece o conteúdo e agrega valor dentro de um canal criado na *Internet* com esta proposta. A pretensão é utilizar o poder de alcance desse veículo, por ser uma mídia que forma opinião, dita tendências, influencia hábitos e costumes, de modo a fazer ecoar as expressões culturais existentes nos 167 (cento e sessenta e sete) municípios que compõem o território do Rio Grande do Norte, com informações que antes ficavam restritas a pequenos grupos.

O enfoque é incluir a população em um espaço antes desconhecido e de pouco acesso, despolarizando a cultura. Com base nos conceitos de Jenkins (2009), pretendemos desenvolver o jornalismo na web, adotando as novas tendências da comunicação contemporânea como forma de facilitar a aproximação do público, não apenas da sua realidade cultural, mas do produto que lhes será apresentado, por meio da convergência midiática. A cultura participativa possibilitará ao indivíduo se inserir no contexto e praticar a inteligência coletiva, contribuindo diretamente com a feitura do produto, opinando sobre o que ele gostaria de ver.

O potencial da nova mídia tornou-se um instrumento essencial para o jornalismo contemporâneo e, por ser tão gigantesco, está começando a moldar produtos editoriais interativos com qualidades atraentes para o público: custo zero, grande abrangência de temas e personalização (FERRARI, 2010, p. 35).

A escolha de uma mídia atual está atrelada a participação e interatividade, além da multimídia, personalização e memória. Tem-se, através da Internet e de seus espaços de divulgação de vídeos, uma zona em que existe relação direta com o público, havendo possibilidades de retorno imediato (*feedback*), funcionando, até mesmo, como uma espécie

de termômetro para as primeiras experiências desse tipo de projeto. Esse contato mais próximo, por sua vez, contribui tanto para a difusão do programa quanto para a aproximação com o público por outros canais de comunicação, que não apenas o vídeo.

O programa proposto, em termos ampliados, possui relevância social, uma vez que pode contribuir para o registro e preservação da história e das formas de expressão do povo potiguar, além de fomentar o fortalecimento da cena artística do Estado e dos elos estabelecidos entre os sujeitos e a cultura local.

Considera-se também haver importância econômica, dado que a divulgação mais aprofundada e consistente da produção cultural da região é um fator que favorece o seu consumo. Em síntese, entendemos que a valorização da cultura propicia o vínculo direto dos indivíduos com seu lugar de origem ou de permanência, fortalecendo laços capazes de promover o desenvolvimento cultural do Estado, que, por sua vez, possibilita gerar maior consumo de arte local, movimentando a economia. Importa ainda destacar que o Programa Catucando é uma proposta viável em questões de custo e estrutura, os quais são significativamente menores do que os de uma emissora televisiva. Além disso, a web é um espaço aberto que confere mais liberdade de produção e de disponibilização de conteúdos, sem grandes restrições ou imposições mercadológicas.

O Catucando ganha relevo, sobretudo, em função de se tratar de um programa pioneiro na internet, no que diz respeito ao formato, ao conteúdo e à abrangência. É assim, um produto diferenciado e inovador, com elevadas possibilidades de ocupar e fixar seu espaço na rede.

4. METODOLOGIA

Inicialmente, buscamos fundamentar o projeto, de modo a desenvolver o referencial teórico. Realizamos pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, que segundo Gil (2002), este tipo pesquisa tem por finalidade o "aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos ao fato estudado".

Com o objetivo de nos colocarmos em contato direto com o que já foi produzido, escrito ou falado sobre o assunto em questão, exploramos acervos literários, audiovisuais e fontes disponibilizadas na internet, fazendo uma análise qualitativa e observando o universo de significados, valores, crenças e atitudes.

Em relação ao delineamento da pesquisa, ela foi classificada como estudo de campo. Neste sentido, Gil (2002) relata que “não há como definir a priori as etapas a serem seguidas em todas as pesquisas dessa natureza. Isso porque, a especificidade de cada estudo, acaba por ditar seus próprios levantamentos”. Porém iniciaremos com um plano geral, levando em consideração os objetivos da pesquisa.

Fizemos um mapeamento dos programas existentes sobre a temática, nas emissoras de TV, dos canais abertos fechados, da Região e do Estado, bem como na *web*, com a pretensão de diagnosticar, quantos programas se inserem no contexto que pretendemos abordar, e se de fato a aprofundamento de conteúdo, ou se as produções são apenas superficiais. Com o a pesquisa em mão, daremos início à montagem da estrutura do programa.

Como a *Internet* é o espaço onde o produto será exibido, não fugiremos a responsabilidade de pesquisar as possibilidades que essa ferramenta nos possibilitará para a constituição do mesmo. Ela tanto será uma das bases de pesquisa, quanto o seu formato para o que pretendemos estará inserido nela, no que se refere ao avanço tecnológico comunicacional, especialmente em função da linguagem audiovisual. Após a coleta dos dados, começamos a montagem e gravação do projeto experimental.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O programa “Catucando - Comunicando a cultura potiguar”, foi pensado para ser exibido na *Internet*, utilizando elementos audiovisuais, dentre outras ferramentas, características da *web*, de forma a atrair a atenção dos internautas, para o universo cultural do RN por meio de um canal no *YouTube*. A proposta é apresentar conteúdos de cunho jornalístico pautados por aspectos que permeiam esse cenário, com olhos voltados para as tradições folclóricas, culinárias, religiosas, celebrações e eventos populares.

Com duração de cinco minutos no formato de “Drops Culturais” dando ao espectador pequenas porções de conteúdo, cada programa será produzido para mostrar a cultura local, desvendando lugares, descobrindo histórias e resgatando tradições, com o objetivo de aproximar o expectador, da realidade cultural a sua volta. O jornalismo será humanizado, com relatos do cotidiano, tornando pessoas, até então, anônimas, em personagens conhecidos, o que podem gerar, maior expectativa, quanto ao (feedback)

imediatamente, do público que se pretende atingir, ou seja, pessoas interessadas em conhecimento e cultura.

A estrutura do Catucando tem escalada, vinheta de abertura, matéria produzida com o tema escolhido para o episódio e vinheta de encerramento, tudo de forma dinâmica, através de uma mídia de fácil acesso e utilização, com o conteúdo cultural e histórico completo. O programa piloto, foi gravado na cidade de Ceará-Mirim, Região Metropolitana do Estado, localizada a 28 km da capital potiguar. Uma escolha pautada, pelos fortes aspectos culturais e suas boas histórias que contribuíram para o desenvolvimento do município, que está prestes a completar 158 anos de Emancipação Política. Nesta edição específica, apresentamos a lenda da serpente, contada pelo historiador, o professor Gerinaldo Moura da Silva, a música de Tita dos Canaviais, o teatro de Múcio Vicente e o artesanato feito de material reciclável, pela artesã Vera Lúcia Barreto, tudo produzido num formato compilado de maneira a permitir um entendimento rápido, de um dos pontos culturais mais ricos do Rio Grande do Norte. Portanto, ratificamos através desta exibição, que o “Catucando”, é um produto audiovisual contemporâneo desafiador e viável, motivado pelo processo de transformação estética, de novos meios de comunicação que impulsionam a atuação criativa da prática do jornalismo na Internet.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fato de observarmos, que a TV do Rio Grande do Norte aborda o tema cultura potiguar de maneira superficial, confirmou o propósito da pesquisa e a elaboração do projeto, de modo a impulsionar o interesse de contribuir com a sociedade no tocante à informação sobre o assunto, assim como a valorização acadêmica pelo serviço a ser prestado à sociedade, quanto ao quesito informação. O conhecimento adquirido e transmitido nas linhas do referido estudo, foi pautado principalmente por autores referenciados no que se refere à cultura de um modo geral, comunicação e mídias atuais.

Durante meses de pesquisa, analisamos as abordagens sobre a temática, tanto na TV, quanto na Internet, chegando à conclusão de que precisaríamos criar um produto que fugisse do modelo convencional que vem sendo utilizado, ao mesmo tempo em que difundisse a cultura, prendendo a atenção do internauta para o que lhe é mais genuíno, sua identidade cultural.

Desse modo apresentamos o *Catucando*, programa gerado com uma nova perspectiva de comunicar a cultura potiguar, pensado para exibição em um canal do *YouTube*, vislumbrando a interação com o público que se pretende atingir, ou seja, diversificado, assim como a denominação “cultura”. Com tudo, somos conscientes que o amadurecimento do produto, ocorrerá, conforme a construção de cada episódio que percorrerá os caminhos do Estado, na busca de novas histórias, personagens e da multiculturalidade transmitida tradicionalmente se inovando ao longo dos séculos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010. (Coleção Comunicação)

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**, A colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação. Tradução Suzana Alexandria. - 2ª Ed. São Paulo: Aleph. 2009.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003; p. 11-23