

---

## PernambuCultural - Convergindo a Cultura Pernambucana<sup>1</sup>

Gustavo Henrique Gomes Tiné<sup>2</sup>

Juliane Marina Marinho<sup>3</sup>

Tainá Milena Alves da Silva<sup>4</sup>

Luiz Carlos Pinto da Costa Júnior<sup>5</sup>

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

### RESUMO

O Projeto PernambuCultural foi desenvolvido como uma experiência de aprendizagem e de publicização de aspectos da cultura pernambucana. O processo envolveu um web documentário e a gestão de uma conta na rede social (o Instagram). O perfil da rede social foi usado para mostrar os bastidores de gravações e difundir a cultura pernambucana através de postagens sobre todas as manifestações culturais do estado de Pernambuco: música, dança, gastronomia, pontos turísticos, costumes, religiosidade e artesanato. Esse artigo é uma reflexão dessa experiência.

**PALAVRAS-CHAVE:** PernambuCultural; Cultura pernambucana; Web documentário; Rede social.

### 1 INTRODUÇÃO

O PernambuCultural é um projeto desenvolvido por estudantes do curso de Jornalismo, da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), na disciplina de Cultura Digital, no segundo semestre de 2017. A proposta inicial era difundir a cultura pernambucana. Para isso, foram desenvolvidos um web documentário e um perfil no Instagram.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao II – XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup> Estudante de graduação 3º semestre do curso de jornalismo da Unicap, e-mail: [gustavohenriquetine@gmail.com](mailto:gustavohenriquetine@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de graduação 3º semestre do curso de jornalismo da Unicap, e-mail: [juliane-marina1@hotmail.com](mailto:juliane-marina1@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de graduação 3º semestre do curso de jornalismo da Unicap, e-mail: [tainamilenaaaah@gmail.com](mailto:tainamilenaaaah@gmail.com)

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Unicap. e-mail: [lula\\_pinto@riseup.net](mailto:lula_pinto@riseup.net)

O documentário tem o nome de “Locomotiva Fervente” e está disponível no Youtube. A produção procurou abordar a cultura do frevo vivenciada de forma muito intensa na cidade do Recife. Foram recolhidas imagens e depoimentos de pessoas ligadas a esse ritmo musical: na história, na música e na dança. No Instagram foram feitas postagens dos bastidores da produção com os entrevistados. Nesse sentido, a rede social serviu como um canal para aproximar a produção do público, fazendo making off e disponibilizando esse conteúdo na medida em que a produção acontecia.

Depois de concluído o trabalho de produção áudio-visual, a conta do Instagram continua ativa. Atualmente são feitas postagens de trechos de músicas, poemas, cordéis, gastronomia, religiosidade, museus, personalidades da cultura pernambucana e dicas de lugares para conhecer no estado.

A interação entre o documentário e o perfil no Instagram foi planejada para analisar a efetividade da “cultura da convergência”, descrita por Henry Jenkins. Nessa estratégia, procurou-se investigar como elementos de convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva poderiam ser acionadas e retroalimentar a produção audiovisual que acontecia ao mesmo tempo em que o documentário era produzido.

## **2. OBJETIVOS**

Certamente é possível dizer que entre os principais objetivos do projeto estava a disseminação de aspectos da cultura pernambucana em plataformas web. Mas outras metas se colocaram de maneira mais oblíqua e indireta. Na verdade, a riqueza da cultura pernambucana foi o principal gancho para o exercício de uma experiência mais aguda, que associou a necessidade de atender aos pré-requisitos da disciplina de Cultura Digital e também aos interesses do grupo de trabalho.

É assim que o projeto PernambuCultural serviu também para que os estudantes envolvidos fizessem convergir seus interesses, seus afetos, os elementos que mais tocassem cada um e que pudessem, ao mesmo tempo, ser tratados com o viés do interesse público.

A construção dos objetivos seguiu esse caminho – aliar interesses compartilhados pelos integrantes com temas necessários ao debate público. Sobre essa base é que se partiu para definir os formatos e a investigação subjacente ao trabalho já mencionada.

Por esse lado, a definição do que fazer e de onde alcançar estiveram ligadas, desde o início, ao conteúdo disciplinar relacionada a temas caros à Cultura Digital. É assim que as questões relacionadas à Cultura da Convergência também foram consideradas na escolha da narrativa e de seu objeto.

O esforço subjacente a essa associação foi tentar articular o aprendizado teórico acerca de temas importantes da Cultura Digital (e a convergência é um desses) ao aprendizado prático, à produção de mídia, ao processo de construção. Entendemos que quanto mais articulada a relação entre teoria e prática, mas se fortalecem as relações entre os sujeitos e destes com os conhecimentos e com os frutos do conhecimento.

### **3. METODOLOGIA DO APRENDIZADO COLETIVO**

Ao conteúdo teórico foram associados os cuidados na criação de conteúdos para web – sites e redes sociais. Foi assim que o grupo definiu a criação dos produtos mesmo: um webdocumentário sobre o ritmos do frevo e suas influências estéticas e a divulgação do processo de produção. Também foi um objetivo trabalhar a convergência digital nas plataformas usadas para dar seguimento ao projeto.

As definições do conceito, das pautas, das redes sociais usadas foram feitas também em conjunto com a turma da disciplina, num exercício coletivo de trocas e de sugestões. Com isso procurava-se colocar à prova a ideia de inteligência coletiva analisada por Henry Jenkins e fortalecer com mais e melhores ideias as propostas dos grupos individuais.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 29).

A produção foi dividida nas seguintes etapas: vivências e orientações em sala de aula, a escolha e pesquisa sobre o tema, roteirização, filmagem e edição.

E para esse fim foram usados, tanto para captação de imagens, quanto o upload na rede social, aparelhos de telefonia celular. A imersão dos veículos nas redes sociais, como Youtube e Instagram, foram utilizadas para promover e mostrar, em outro espaço, a grandiosidade cultural do estado.

Utilizando o nome PernambuCultural, a proposta foi convergir os conteúdos temáticos nessas duas redes sociais já citadas, de maneira que pudéssemos chegar ao nosso público-alvo - que já contabiliza mais 2 mil seguidores no instagram, sem nenhum tipo de impulsionamento monetário. O documentário já foi visualizado mais de 200 vezes.

É interessante observar que o conteúdo compartilhado quase não faz parte da programação da mídia comercial veicular no estado em geral e na cidade do Recife em particular – salvo um programa diário da Rádio Universitária da Universidade Federal de Pernambuco. O bom nível de engajamento alcançado parece indicar, então, essa demanda reprimida. O tratamento de imagens, em forma de ensaio temático, do mesmo modo, reforçaram a procura por fornecer um conteúdo diverso que atendesse a esse contexto e por isso tiveram uma boa aceitação.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS**

Durante o período letivo do segundo semestre de 2017, foi trabalhado em sala a criação de um projeto de comunicação em ambiente web, no qual cada uma das equipes foi orientada a criarem seus respectivos trabalhos.

A cada etapa concluída, as definições e avanços de cada um dos grupos eram compartilhados entre os grupos que formavam a turma, assim todos os grupos interagiram entre si e aprendiam as soluções, ideias e experiências comunicadas.

Jenkins descreve como a cultura da convergência está mudando a as formas de produção dos conteúdos. O autor traz o exemplo da produção cinematográfica de Matrix. Para o autor, a franquia “é entretenimento para a era da inteligência coletiva”(JENKINS, 2009, p.137).

Tendo em vista essa perspectiva, a interação coletiva, as trocas e aprendizados a partir do que cada um dos integrantes da turma sabia, permitiu uma experiência localizada de coletivização do conhecimento.

Considerando isso, nossa expectativa era que o grupo pudesse gerar narrativas mais depuradas e testadas pelo processo de olhar e de construção coletiva, na medida em que as ideias, pautas, concepções trocadas o permitissem.

---

Castells considera que “a internet é o tecido das nossas vidas, dada sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana”(CASTELLS; 2003, p. 15).

A internet torna-se necessária em todas as áreas, pois ela “constitui atualmente a base tecnológica da forma organizacional que caracteriza a era da informação: a rede”(idem). A partir das orientações, leituras e debates, todos os grupos formaram suas ideias e começaram a colocar em prática a busca pela compreensão teórica e prática do trabalho desses analistas.

O grupo signatário deste artigo chegou à conclusão que queria trabalhar a cultura do estado de Pernambuco. O passo seguinte foi decidir o que seria feito, diante de diversas redes que permitissem o conhecimento de costumes populares.

Então surgiu a ideia de produzir um audiovisual sobre o frevo que pudesse ser veiculado Youtube e usar um perfil no Instagram para mostrar os bastidores e coisas relacionadas a vivências dos pernambucanos. Foi assim que surgiu o “PernambuCultural” e a proposta de criar um web documentário “Locomotiva Fervente”. E o título da produção audiovisual une um passo da dança e a origem do ritmo.

O roteiro de gravações procurou atender a necessidade de cobrir o surgimento do ritmo, a música e a dança. A primeira fase foi estudar sobre o assunto e em seguida entrar em contato com pessoas para falar sobre as três áreas. A segunda fase encontrar locais significativos para fazer as imagens. Uma das locações é o museu Paço do Frevo, localizado no bairro do Recife Antigo - , um local dedicado ao conhecimento, pesquisa, diversão e desenvolvimento dos passos e da música do frevo, ou em ambientes onde estava acontecendo à prática da dança.

Além disso temos imagens de diversos lugares da cidade de Recife e Olinda. A terceira fase foi realizar as entrevistas e desenvolver as perguntas específicas para cada entrevistado. Por último, fizemos as filmagens das entrevistas, captamos as demais imagens utilizadas e escolhemos músicas. Enquanto isso, criamos o perfil no Instagram e foi dado início ao fluxo de postagens que variavam entre aspectos gerais da cultura nordestina e pernambucana e informações sobre a produção áudio-visual em andamento.

As filmagens foram realizadas apenas por um aparelho de celular de sistema IOS. A edição levou sete horas e foi realizada por um editor do laboratório de TV da

Universidade. Antes da publicação oficial, disponibilizamos um teaser do audiovisual, no Youtube, que tinha a função de despertar a curiosidade dos seguidores.

Na noite da publicação do web documentário, realizamos uma chamada com uma publicação no Instagram e instastory para que os seguidores lembrassem. A ideia era seguir as indicações de Henry Jenkins. O autor observa que os indivíduo(s) ou grupos de pessoas não agem de maneira passiva aos produtos que são expostos na internet, eles interagem totalmente, fomentando a habilidade de uns mais do que as dos outros.

“A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros”(JENKINS; 2009, p.30)

## **5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O PernambuCultural se divide em duas partes, na primeira com a produção do documentário presente no YouTube, chamado de “Locomotiva Fervente”, com 19 minutos e 40 segundos de duração. Ele traz falas de personagens que vivem e representam o Frevo. Durante a produção do vídeo foram realizadas entrevistas com cantores pernambucanos como Almir Rouche, Geraldinho Lins e Nádia Maia.

E ainda depoimentos com o radialista Hugo Martins que apresenta o programa “O Tema é Frevo”, na Rádio Universitária da UFPE, há 50 anos, e professores e passistas do ritmo.

O perfil no Instagram (@pernambuculturaloficial) mostrou as etapas do documentário, através de postagens dos entrevistados, bastidores e pesquisas sobre o ritmo. Na rede social também estão presente publicações de lugares para conhecer que vão da capital ao sertão pernambucano, entre praias, museus, igrejas, reservas ecológicas e cinemas. Postagens de trechos de músicas, ditados populares, comidas, poesias, vídeos e fotos também são encontradas no perfil. Nas datas comemorativas são realizados ensaios fotográficos com pessoas anônimas para demonstrar a alegria do povo pernambucano. O PernambuCultural tem como foco produzir seus materiais, dando preferência a exclusividade nas postagens.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente projeto leva a difusão da cultura popular do estado de Pernambuco, através das músicas, das danças, costumes e obras pernambucanas. Através do

documentário “Locomotiva Fervente” e do instagram “@pernambuculturaloficial” foi possível divulgar a tradição para o público. Além de mostrar a importância e dar visibilidade aos artistas, pessoas anônimas e especialistas que vivem uma relação com o saber, o conhecimento da tradição regional.

Dessa forma, o PernambuCultural cumpriu o papel de levar adiante a cultura local de Pernambuco, seja nos depoimentos com cantores e especialistas do Frevo, seja nos trechos das canções, e também, a opinião do público ao respeito do que é ser pernambucano, do que esses costumes representam nas vidas das pessoas.

Durante a elaboração do PernambuCultural também foi possível o desenvolvimento das práticas jornalísticas, como entrevista, procura das fontes, filmagem e edição de vídeo, e o aprendizado e atualização no Instagram, da rede social utilizada.

A experiência permitiu, finalmente, experimentar os elementos que formam o conceito de Cultura da Convergência. A associação de categorias teóricas e da experimentação com narrativas web mostrou a riqueza que a aproximação entre as duas nos processos criativos. Mas também evidenciou como o acesso a determinada narrativa pode acontecer por múltiplas portas.

A disponibilização de conteúdo que “dialoga” e se auto-refere, a partir de diferentes plataformas, abre a possibilidade para se consumir de forma mais rica tais narrativas e contextos.

## 7. REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. Galáxia da Internet. Lisboa, 2004.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

UFRGS. Métodos de pesquisa. Disponível em >  
<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> < Acesso em 15.04.18 às 15h30.