

“Égua da Música”: hibridização cultural de gêneros musicais em um mesmo palco¹

Fernanda Danielly LIBDY Miranda²
Amanda de Oliveira Silva³
Allan Fernandez Wanderley Pinheiro⁴
Brunella Lago Velloso⁵
Camille Nascimento Silva⁶
Deborah Cabral Rabelo⁷
Karina Lanarc da Costa Pinto⁸
Kamilla Cristina da Cunha Santos⁹
Kleyton Roberto Souza da Silva¹⁰
Fernando Henrique Gomes Oliveira¹¹
Jhonnatan Pablo Roxo Azevedo¹²
João Batista Chaves da Cunha¹³
João Bruno Rocha de Souza¹⁴
João Marcos Rodrigues Carvalho¹⁵
Joice Ribeiro da Costa¹⁶
Juliana de Kassia de Oliveira Angelim¹⁷
Julieth Correa Paula¹⁸

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, Tv e Internet, modalidade Programa Laboratorial de Tv.

² Aluna líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (Facom/ UFPA), email: f.libdy.miranda@gmail.com

³ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: amanda.oliveiras2@hotmail.com

⁴ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: allan-jornalismo@hotmail.com

⁵ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: brunellavelloso@gmail.com

⁶ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: millenascimento@yahoo.com.br

⁷ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: debbrabelo@gmail.com

⁸ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: lanarc_jornalismo@hotmail.com

⁹ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: kamillasantos160@hotmail.com

¹⁰ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: kleysil18@gmail.com

¹¹ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: fernando_hgo@hotmail.com

¹² Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: pabloazevedo@ymail.com

¹³ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: joao.ccunha@hotmail.com

¹⁴ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: jbrunorochoa@gmail.com

¹⁵ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: marcosoak@live.com

¹⁶ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: johiceribeiro@gmail.com

¹⁷ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: jhangelim@gmail.com

¹⁸ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: juhcorreaor@gmail.com

Lucas Duarte Matos¹⁹
Raquel Sales Trindade²⁰
Rodrigo Wallace Cordeiro dos Santos²¹
Savio Senna Rocha de Oliveira²²
Wanessa Alexandrino Viana²³
Célia Regina Trindade Chagas AMORIM²⁴
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

O “Égua da Música” é um programa de auditório produzido pelos alunos do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA) com a finalidade de apresentar aos telespectadores o desafio de artistas locais de tentarem tocar, em um palco, gêneros musicais diferentes. No programa há uma mescla entre o rap e o forró universitário com a participação da plateia. A idéia é proporcionar a interação entre ritmos diferentes, que quando se hibridizam, transformam-se em um novo elemento cultural. A produção musical feita pelos artistas paraenses no palco do “Égua da Música” culminou ao final do programa com uma homenagem ao centenário do rei do forró, Luiz Gonzaga.

PALAVRAS-CHAVE: Égua da Música; Programa de auditório; Gêneros musicais; cultura; hibridismo.

1 INTRODUÇÃO

O programa “Égua da Música” tem por finalidade mostrar ao público, principalmente jovem, a possibilidade de se estabelecer um diálogo entre artistas de dois gêneros musicais diferentes, eliminando – ou, ao menos, minimizando – o (pré) conceito sobre o que é “cultura” perante o público em geral, pois, algumas pessoas dizem ter “cultura” por apreciarem determinados ritmos e esnobam outros, que não são tão evidenciados pela maioria dos meios de comunicação massivos:

“[...] a maioria das pessoas associa ‘cultura’ a algo intangível, exclusivo dos que leem muitos livros e acumulam muitas informações, algo sério,

¹⁹ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: lucasduarte_ldm@hotmail.com

²⁰ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: raqueltrindade90@gmail.com

²¹ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: rodrigo.wcsantos@yahoo.com.br

²² Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: oliveirasavio91@yahoo.com.br

²³ Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará. Email: wanessa.alexandrino@yahoo.com.br

²⁴ Orientador do trabalho. Professora Dra do Curso Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (Facom/ UFPA), email: celia.trindade.amorim@gmail.com

complicado, sem a leveza de um filme-passatempo. [...] Mas na verdade o resultado dessa visão, desse preconceito às avessas, é evidentemente um bloqueio, é a desistência, o ‘nunca vou chegar lá’.” (PIZA, 2009, p. 46-47)

Por isso a primeira proposta era convidar um grupo que é apreciado por um público mais elitista – “o chorinho” – e um que surgiu nas periferias como forma de criticar os aspectos sociais, o rap. Mas, como isto não foi possível, optamos pelo último e por um ritmo que fosse bastante popular na região Norte, o forró.

Outro ponto importante a ser levado em consideração foi a escolha dos cantores ou grupos musicais a serem convidados para participarem do programa: optou-se por escolher artistas que não tivesse tanta divulgação e repercussão na mídia local. Falta de divulgação, causada, às vezes, por falta de recursos financeiro e humano – sem o auxílio de agentes, empresários, profissional de relações públicas é mais difícil de “ser lançado no mercado” pelas empresas de Comunicação mais influentes na região – ou, segundo Piza (2009), por temor que alguns destes programas de auditório, transmitidos por certas emissoras (filiais, principalmente), percam audiência e o público que já possuem, caso coloquem artistas não tanto conhecidos em sua programação e que poderiam não agradar os seus telespectadores.

Outra explicação para a escolha desses gêneros também está relacionada ao fato de os alunos optarem por um produto final híbrido feito por ambos os gêneros que produzem no estado:

“Menos que superação, (a hibridização cultural) é na verdade um campo de cruzamentos férteis, gerador de fluxos que põem em interação as instâncias produtora e receptora. Tais processos se exprimem especialmente no campo da comunicação, que tem assumido uma postura de mediadora social, constituindo-se num novo espaço público: o midiático. (DALMONTE, 2002, p. 68)

Em síntese, ao produzir este programa, buscou-se um caminho que promovesse uma verdadeira “cultura de paz”, entre pessoas que gostam de diferentes gêneros musicais, às vezes, por não conhecerem outros ritmos de maneira mais aprofundada, o que foi possibilitado pelo programa devido às entrevistas feitas com os artistas convidados.

2 OBJETIVO

Este programa de auditório, produzido no “Laboratório de Telejornalismo”, foi baseado em um pré-projeto produzido por um grupo de alunos na disciplina – “Introdução ao Telejornalismo” – que antecedeu o laboratório, e sua proposta inicial era compor um programa de auditório, com duração de aproximadamente 45 minutos (divididos em 3 blocos, com 15 minutos cada). O objetivo inicial é, por meio deste produto, integrar cantores e/ou bandas de diferentes gêneros musicais, os quais possuísem produção e repercussão no estado do Pará.

A partir deste propósito inicial, outros objetivos foram traçados: partindo do pensamento de que o indivíduo, já dotado de sua bagagem cultural, ao assistir a um programa gosta de interatividade (DALMONTE, 2002), convidamos um público “jovem” para fazer perguntas que julgassem pertinentes aos artistas presentes e, também, foi proposto aos artistas que, em conjunto, fizessem um produto musical híbrido (cada um com seu respectivo ritmo) para mostrar ao público no final do programa.

O programa, tratando-se de tipo de público a atingir, tem como foco principal telespectadores jovens, como afirmação desta proposta há um apresentador e plateia jovem, para que o público paraense jovem se identificasse com o programa. Mas, isto não exclui o interesse de outros paraenses (ou de outras naturalidades), de diferentes faixas etárias no programa, afinal, a proposta principal do programa é mostrar ao público a riqueza do cenário musical regional, fazer com que os telespectadores conheçam artistas que possuem uma produção musical significativa, mas que ainda não tiveram seu trabalho amplamente divulgado – devido falta de recursos humano e financeiro para esta divulgação –, sem se prender apenas aos ritmos típicos, de fácil “identificação” ao nosso estado, como por exemplo, o Carimbó, o Siriá, etc. estar. Mostrando, através deste produto midiático, que a cultura não possui barreiras, ou fronteiras que não possam ser transpostas pelos meios de comunicação utilizados atualmente (DALMONTE, 2002).

3 JUSTIFICATIVA

O pré-projeto do programa foi proposto inicialmente devido à ausência de programas de auditório voltada para um público jovem que buscasse além do puro entretenimento, informar as pessoas sobre o cenário musical paraense - sem cair em uma “venda” do artista ao público, visto como “consumidor em potencial” - somado à questão da produção local de artistas não ser tão divulgada nas emissoras afiliadas que têm sua audiência no estado devido às estas reproduzirem, em sua maioria, a produção vinda das suas respectivas cabeças de redes, por questões de custos altos para a produção local (E.R. BAZI. In: FADUL & GOBBI. Org. 2007. p 78), foram fatores relevantes para a concretização deste projeto.

A escolha pela realização deste pré-projeto em detrimento dos outros produzidos durante a disciplina Introdução ao telejornalismo, foi quanto ao seu objetivo proposto inicialmente e ao fato dele poder ser utilizado como um quadro dentro de um telejornal cultural – mencionado anteriormente e citado em nota de rodapé – caso não houvesse tempo disponível para executá-lo (com todas as etapas de produção: pré-produção, produção e pós-produção) dentro do prazo, a priori, de aproximadamente 4 meses consecutivos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

No período de pré-produção do programa, foi montado um *script* sobre a estrutura do programa de variedades: quantos blocos teriam, se incluiriam VTs gravados e inseridos ao longo do programa, se haveria como interação entre artistas e público espaço para que pessoas da plateia fizessem perguntas aos convidados, etc. A partir desta composição o segundo passo foi pensar nas “pessoas” que mostrariam seus trabalhos, a fim de tecerem uma narrativa que possibilitasse a interação:

“Vimos que a distinção básica, quando consideramos a narrativa, é entre o enredo (que a fita ou o filme fornece) e a história (que nós juntamos a partir dos elementos do enredo). Da mesma maneira, ao considerarmos a questão do endereçamento, a divisão fundamental ocorre entre os aspectos da realidade registrados no filme ou na fita (‘o que acontece na frente da câmera ou do gravador’) e o ‘mundo’ ficcional ou não-ficcional que esses aspectos nos incentivam a construir”. (ARMES, 1999, p. 156)

As sugestões de possíveis convidados, cada um com seu ritmo musical, foram feitas e, depois, votadas entre os alunos antes da pré-produção do programa de variedades – com a orientação da professora-ministrante – começar.

Vale salientar que o fator “tempo”, disponível para realização de um programa de variedades – no caso, o “Égua da Música” –, mais um programa de telejornal em um semestre (duração desta disciplina laboratorial), era algo que poderia não ocorrer dentro do prazo estabelecido, então, a princípio, optou-se por fazer do “Égua da Música” um quadro dentro do telejornal, já que o jornalismo produzido neste era o cultural . Entretanto, devido à captação, produção e, posterior, edição de um material significativo referente ao conteúdo e ao tempo de duração (26’40’’), foi possível concretizar o programa de auditório, fazendo um recorte para que ele, também, fosse inserido como quadro no telejornal, mantendo a proposta inicial colocada durante a disciplina.

Além disto, o programa possui um vínculo temporal: ao final, foi proposto que os artistas misturassem seus gêneros e fizessem um único som, e como, no ano passado, era comemorado o centenário do Luiz Gonzaga, os artistas optaram por fazer um produto musical, homenageando este artista.

As gravações e edição foram feitas mediante os equipamentos e apoio técnico da Academia Amazônia, projeto de extensão da Universidade Federal do Pará, vinculada à Faculdade de Comunicação (Facom/ UFPA), com o auxílio dos alunos desta disciplina no processo de pré-produção (agendamento com os locais para que o corpo técnico da Academia pudesse fazer os testes de iluminação, áudio, captação das imagens), de produção (locação do espaço, horário de gravação e posterior decupagem²⁵ do material) e de pós-produção, auxiliando na edição do material, o que ia ou não constituir o produto final.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Mediante os impasses já mencionados anteriormente, as apresentações individuais de cada artista ou grupo, assim como a entrevista realizada com estes de acordo com

²⁵ Segundo o glossário de “A organização da Produção em TV” de Willians Cerozzi Balan, decupagem é a “leitura detalhada de um roteiro, nas entrelinhas, anotando-se os fragmentos necessários para a produção” (p. 44).

seus respectivos gêneros musicais, perguntas feitas pela plateia aos convidados e apresentação final dos dois gêneros “fazendo um mesmo som” foram todas realizadas em um mesmo dia de gravação, em um estúdio musical localizado na loja Ná Figueredo²⁶, o qual foi cedido por seu proprietário após agendamento de uma data para teste do corpo técnico da Academia Amazônia e outra, para a gravação com os artistas, apresentador, plateia e os demais produtos – discentes e a docente orientadora do trabalho.

5.1. Identidade Visual do programa

Mas antes do dia da gravação em si, a identidade visual do programa – vinheta de abertura, logomarca, tipo de fonte a ser usada nas tituleiras – precisava estar pronta para que, no cenário do programa, nas canoplas dos microfones e fichas do apresentador essa identificação do programa estivesse presente.

5.1.1 Logomarca do programa

Referente à identidade visual, a primeira parte desta a ser pensada foi a logomarca do programa. Como os alunos produtores eram de jornalismo, eles contaram com a colaboração de um aluno de “Publicidade e Propaganda”, cursando o mesmo semestre letivo, para ajudar a compor esta “ID” (identidade visual).

A ideia inicial era usar uma logo bem simples com fontes que poderiam ser utilizadas em estêncil, caso o orçamento final para compra de adesivos e banners com a logo do programa ficassem muito dispendiosos, e com duas cores primárias diferentes a fim de reforçar o caráter de dois ritmos também diferentes. Esta logo também foi utilizada nas tituleiras – palavras em forma de título que identificam o nome das pessoas que aparecem em uma cena, das músicas que elas cantam, etc. – do programa.

²⁶ A loja Ná Figueredo, situada na Av. Gentil Bittencourt (n. 449, bairro: Nazaré – Belém, PA), possui um estúdio onde funciona o projeto “Ensaio aberto” que aos sábados, a partir das 18h, cede seu espaço para uma banda paraense, de qualquer estilo musical, se apresentar, e foi neste espaço que os alunos produtores do “Égua da Música” gravaram o referido programa. Informações contidas neste endereço: <<http://yourcitybelem.blogspot.com.br/2011/05/lojas-na-figueredo.html>>



Figura 1: por: Heijy Okada, aluno de Publicidade e Propaganda da Facom/ UFPA. Primeiro esboço da logo.



Figura 2: por: Heijy Okada, aluno de Publicidade e Propaganda da Facom/ UFPA. Versão final da logo.

5.1.2. Vinheta de abertura:

Ao tomar a clave de Sol contida na logomarca como um símbolo a ser repetido durante a vinheta para que mantivesse a unidade da identidade visual do programa, um grupo de alunos produtores deste emprestou um estúdio que um amigo deles possuía na sua casa e filmaram alguns instrumentos, mesa de som, cabos elétricos que estavam neste espaço. Com um instrumental produzido por mixagem de diferentes instrumentos eletrônicos, como bateria, baixo, guitarra e teclado, a filmagem terminou em um cabo que formava a clave de sol – com um som de gongo ao fundo – para que em cima desta forma aparecesse a logomarca do programa. A vinheta tem duração de aproximadamente 17 segundos e é inserida após uma sucinta fala do apresentador resumindo de maneira espontânea a programação desta edição do “Égua da Música”.

5.2. Divisão dos blocos

Como o programa foi gravado em um mesmo dia, a maioria dos *frames* editados estavam na mesma ordem de gravação, então, como aproximação dos assuntos de cada bloco, a divisão inicial ficou assim: primeiro bloco contendo chamada do apresentador e apresentação artística da “Banda Kfullné” tem duração de aproximadamente 3 minutos e 45 segundos; segundo, com a entrevista feito pelo apresentador aos artistas a fim de conhecer o trabalho de cada um, mais as perguntas feitas pela plateia presente e a apresentação artística do Mc Bruno B.O, possui cerca de 18 minutos e 52 segundos – é

o bloco mais longo do programa; o terceiro bloco contém um pouco mais que 4 minutos e meio, além de 30 segundos com os créditos finais e imagens dos bastidores.

Como é possível notar, a divisão dos blocos não está feita de modo proporcional, devido à sequência gravada ter sido seguida também no processo de pós-produção (edição do material). Entretanto, se tratando de um trabalho experimental, há outras possibilidades de divisões mais equilibradas dos blocos ao rever o produto final. Uma alternativa seria o primeiro bloco ser o mais curto, com aproximadamente 7 minutos e 15 segundos contendo a fala do apresentador, vinheta de abertura, apresentação da banda Kffulné e a entrevista dirigida a esta. O segundo possuiria no máximo 8 minutos editando para que o aluno apresentador chamasse a apresentação musical de Bruno B.O., depois teria uma transição já com a entrevista direcionada a este artista. E o último bloco também duraria no máximo 7 minutos e meio – devido 30 segundos extras serem destinados aos créditos do programa –, e conteria algumas perguntas da plateia e, finalizando, o trabalho musical realizado pelos artistas em conjunto.

Vale ressaltar um aspecto importante correspondente ao primeiro bloco: Ele é iniciado já com a fala do apresentador, a fim de que o espectador pudesse se situar deste o início sobre a proposta do programa, pois, segundo Maingueneau (2011), todo o discurso objetiva por uma mudança na situação presente, ou seja, “essa finalidade se define ao se responder à questão implícita: ‘Estamos aqui para fazer o quê?’”. Começar uma conversa tem por objetivo manter laços sociais” (p. 66). Ao formar este laço desde o início, o telespectador se veria não apenas como um mero “receptor”, mais como um produtor ativo de sentido.

6 CONSIDERAÇÕES

A partir do nome deste programa, “Égua da Música”, é possível notar que, ao menos inicialmente, ele tem um caráter regionalista e que, portanto, visava a atender um público de determinada região. Haja vista que este título “seria decifrado por um receptor que dispõe do mesmo código, que fala a mesma língua” (MAINGUENEAU, 2011). Entretanto, como é possível notar neste século, o regional está ultrapassando as fronteiras do local e atingindo outras localidades e a partir de uma linguagem objetiva, simples e jovem, o “Égua da Música” poderia pertencer ao local, sem se restringir a ele. Pois, o telespectador é capaz de se adaptar a outras culturas, se “territorializando” a um

ambiente onde tudo está em constante mutação, exemplo que traduz o conceito de hibridização cultural (Ortiz (1994) *apud* DALMONTE, 2002). Outro fato que o desvincula apenas do local é a homenagem feita aos 100 anos do “rei do baião nordestino”, e, em uma dimensão maior, brasileiro, o Luiz Gonzaga.

Outro ponto a ser ressaltado é o referente ao que Maingueneau (2011) denominou de “validade presumida”, pois, como o produto final feito pelos artistas era uma homenagem ao Centenário de Luiz Gonzaga, comemorado no ano de 2012, o roteiro dá certa temporalidade ao programa – temporalidade esta bastante explorada, pois, além da mostra do produto final aos alunos houve uma exposição a um público maior no Cine Olympia, o qual também estava fazendo 100 anos de existência.

Ao propor uma “cultura de paz” entre diferentes artistas cada qual com o seu gênero musical, o “Égua da Música” reforça a ideia de que a cultura paraense é plural, diversa e híbrida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARMES, Roy. **On Vídeo**: o significado do vídeo nos meios de comunicação. Tradução: George Schlesinger. São Paulo: Summus, 1999.

BALAN, Willians Cerozzi. **A organização da produção em TV**. São Paulo: Unesp, 2003. Disponível (para *download*) em: <http://www.willians.pro.br/disciplinas/organizacao_producao.htm>. Acesso 28 mar. 2013.

DALMONTE, Edson Fernando. **Estudos culturais em comunicação**: da tradição britânica à contribuição latino-americana. São Paulo: Idade Mídia, ano I, n. 2, nov. 2002.

E.R. BAZI, Rogério. **Dilemas e perspectivas da televisão regional**. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina *et al* (org.). *Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática*. São Paulo: Arte & Ciência, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 6 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2009.