

É bem capaz! A websérie como um registro contemporâneo das lendas amazônicas¹

Daniele Teixeira GONZAGA²

Afonso Silva LEMOS³

Mariana de Carvalho MACHADO⁴

Edilene MAFRA Mendes de Oliveira⁵

Centro Universitário do Norte – Uninorte, AM

Resumo

Baseado no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Rádio, TV e Internet da Uninorte Laureate, este artigo propõe apresentar resultados na área experimental de audiovisual para a internet, na perspectiva global da convergência midiática. A pesquisa resultou em uma websérie sobre cultura amazônica, envolvendo adaptações das lendas para uma linguagem contemporânea, a fim de promover um resgate da cultura. A websérie traz um conceito relativamente novo e visa promover uma interação mais adequada com o público jovem, pela eficácia da comunicação e as interações com os novos dispositivos midiáticos da era digital.

Palavras-chave

Websérie; Convergência Midiática; Cultura Amazônica; Lendas Amazônicas; É bem Capaz.

Introdução

Este artigo é parte do trabalho de conclusão de curso apresentado em 2015 no qual propomos estudar a websérie como objeto de influência no cenário da convergência midiática. Após um levantamento sobre webséries produzidas na região amazônica, identificamos a ausência do formato e que não há webséries com conteúdo de segmento cultural regional. Neste contexto, surgiu a ideia de promover o resgate da valorização da cultura amazônica por meio de contos e lendas do nosso folclore.

Optamos por criar uma websérie voltada para o conteúdo regional tendo em vista que atualmente 65% dos jovens acessa a internet todos os dias, de acordo a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM). A pesquisa também aponta que a audiência da internet cresce diariamente e facilita a troca de experiências culturais, inclusive. Ainda dentro desse

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 06 a 08 de julho de 2016.

² Aluna líder do grupo e recém-formada no curso de Rádio, TV e Internet. E-mail: adanigonzaga@hotmail.com

³ Recém-formado no curso de Rádio, TV e Internet. E-mail: afonso.lemos@hotmail.com.br

⁴ Recém-formada no curso de Rádio, TV e Internet. E-mail: marianacarvalho486@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora: MsC. Edilene Mafra. E-mail: Edilene.mafra@uninorte.com.br

contexto, a popularidade das webséries vem crescendo cada vez mais. Apesar de não ser um conceito relativamente novo, trata-se de um meio de interação dos mais adequados para a concretização do objetivo do nosso projeto, por se tratar de pela eficácia da comunicação e as interações com os novos dispositivos midiáticos da era digital.

Um dos maiores motes da pesquisa é incentivar a valorização da nossa cultura propagando histórias e credences do povo dos trópicos amazônicos para as novas gerações. Adeptamos as lendas amazônicas para uma nova linguagem e para um “novo” formato do audiovisual, com o intuito de haver uma adaptação da difusão da cultura regional, satisfazendo a necessidade do público contemporâneo.

Relacionando a mídia como objeto de persuasão, é imprescindível evidenciar a relevância dos processos de construção de imagens, uma vez que os meios de comunicação conseguem com que a sociedade visualize o objeto, garantem a sua solidificação e transformação em objeto de persuasão. Apresentamos a presente pesquisa, com o intuito de utilizar o formato da websérie como objeto de influência, para resgatar e adaptar a cultura regional satisfazendo a necessidade do público contemporâneo, porém, sem perder as raízes culturais.

Para alcançar os objetivos da pesquisa, foi necessário buscar maior compreensão sobre a cultura amazônica; a folkcomunicação; a comunicação via dispositivos da internet – como a websérie. O grande desafio foi a proposta da criação de um novo produto: a websérie ‘É bem capaz! ’.

A cultura e o folclore no cotidiano do Amazônida

A cultura é composta por uma infinidade de elementos, como as crenças, os costumes e os hábitos adquiridos pelo homem ao longo de sua existência. Introduzindo-se no campo da Sociologia, que é a ciência de estudos do comportamento humano dentro de um determinado grupo social, trata-se de tudo aquilo que o homem cria para se relacionar com outros homens, com o meio físico e com o mundo transcendente. Conforme Hilário Júnior (2001, p. 138) é:

Tudo aquilo que o homem encontra fora da natureza ao nascer. Tudo que foi criado, consciente e inconscientemente, para se relacionar com outros homens (idiomas, instituições, normas), com o meio físico (vestes, moradias, ferramentas), com o mundo extra-humano (orações, rituais, símbolos). Esse relacionamento tem caráter variado, podendo ser de expressão de sentimentos (literatura, arte), de domínio social (ideologias*), de controle sobre a natureza (técnicas), de busca de compreensão do universo (filosofia, teologia). (HILARIO JUNIOR, 2001, p.138)

Vários conceitos são propostos, ao longo dos anos, por antropólogos e estudiosos da Cultura, porém, o presente artigo irá se nortear pela definição de Cultura à luz de Santaella (2003 p.31), que define cultura como parte do ambiente que é feita pelo homem. Subtende-se que a vida humana é vivida num contexto duplo, o habitat natural e seu ambiente social. A cultura é mais que um fenômeno biológico, ela inclui todo o legado humano maduro que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente.

A cultura é uma corrente incessante de tradições, é necessário a sua disseminação, transmitindo as suas experiências e credos dentro de gerações. Podemos afirmar que se houver um rompimento na generalização das tradições entre as gerações acarretará sua desaparecimento.

As tradições culturais se acumulam sem quebras de continuidade. Elementos culturais, uma vez inventados, passam de um indivíduo para o outro através do aprendizado. Eles são compartilhados de uma geração a outra. Qualquer ruptura na corrente do aprendizado levaria o seu desaparecimento. (SANTAELLA, 2003, p.46)

Desse modo, quanto mais ferramentas forem utilizadas para a conscientização da importância desse tipo manifestação, mais a cultura brasileira é enriquecida e reconhecida pelos próprios brasileiros.

A tradição e a cultura amazônica estão ligadas ao passado e à formação social de um povo. Horta (2004, p. 5) afirma que “o folclore, é também, durável, persistindo ao longo de gerações e de grupos que sucedem, passando em casos, a exercer até um papel social de resistência, mesmo inconsciente, a modismos de cada tempo”. Um exemplo é a propagação das lendas amazônicas, como forma de texto cultural e social.

O envolvimento da mata com o povo amazônico é simbiótico. A floresta faz parte da vida do caboclo e gera sua subsistência. O imaginário dos povos da floresta, suas crenças e costumes fazem parte de uma estrutura de educação e conscientização, muitas vezes inspirada nas lendas, podendo ser comparada a formas de domínio e controle.

A mata produz ruídos, os quais a mente humana logo associa à presença do todo-poderoso senhor das florestas, Jurupari. Ou, então, os passos cadenciados de Anhangá, protetor das árvores e bichos, sempre a desnortear os caçadores, especialmente os que caçam apenas por divertimento e não para sobreviver. (HORTA, 2004, p.19)

As lendas, que perpetuam através do tempo, são narrativas fantasiosas que

combinam fatos irreais e históricos com a imaginação humana. Fornecem explicações para acontecimentos que, até então, são inaceitáveis cientificamente, como acontecimentos misteriosos e sobrenaturais⁶.

No Brasil, as lendas são influenciadas pela miscigenação da origem do povo brasileiro. Não é considerada uma mentira, mas também não é uma verdade absoluta. São histórias que sobrevivem na memória das pessoas e consideradas, pela maioria histórias verídicas.

Esse meio invisível, que muitas vezes se manifesta em ações visíveis, é consequência natural de fatores como o meio geográfico, a formação histórica, as condições materiais, a realidade socioeconômica, as influências políticas e uma longa série de outros que, examinados nesse contexto, ajudam nos fazer entender melhor o fator folclórico. (HORTA, 2004, p.7)

Acredita-se que a região amazônica sempre foi povoada por mitos e seres “mágicos”. Conforme Horta (2004) as lendas amazônicas têm seu berço nos igarapés, igapós e ao longo dos rios. Algumas se destacam dentro do folclore, tais como: Iara, Boto, Saci-pererê, Cobra grande, Vitória Régia, Curupira, Uirapuru e Mapinguari.

Para muitos, a tradição oral ainda é sinônimo de transmissão de ensinamentos e comunicação. A era digital facilita a divulgação de informações ao redor do mundo. E a cultura midiática é a ferramenta de difusão cultural que vem a agregar esforços juntamente com os estudos da área discutida. De acordo com Santaella (2003, p. 59)

De fato, a cultura midiática propicia a circulação mais fluida e as articulações mais complexas dos níveis, gêneros e formas de cultura, produzindo o cruzamento de suas identidades. Inseparável do crescimento acelerado das tecnologias comunicacionais, a cultura midiática é responsável pela ampliação dos mercados culturais e pela expansão e criação de novos hábitos no consumo de cultura. (SANTAELLA, 2003, p.59)

Melo (1998) afirma que é por meio da comunicação que as gerações transmitem o seu acervo de experiências entre si, adaptando a cultura diante da evolução da sociedade. Diante do exposto, é possível afirmar que a cultura midiática é imprescindível no processo de propagação da cultura, uma vez que esta pode estar presente em qualquer plataforma de mídias, facilita à preservação e as transmissões das tradições culturais.

Websérie: um novo formato de televisão na internet

⁶ Site Oficial Só História. Disponível em: <http://www.sohistoria.com.br/lendasemitos/> Acesso em 24/09/15

Com o surgimento de uma nova realidade de convergência midiática têm se discutido o desaparecimento das mídias tradicionais, como impresso, rádio e televisão e buscado outras possibilidades. Jenkins (2009, p.30) conceitua como convergência, a capacidade das novas mídias se relacionarem com as mídias tradicionais. Para o Jenkins, este processo não acontece nos dispositivos, mas, no cérebro e por meio das interações sociais dos indivíduos. Assim sendo, uma nova mídia não destrói as mídias tradicionais, elas se agregam. Corroborando com Jenkins (2009, p.30), Cannito (2010, p.17)

Tal hipótese é sempre aventada quando surge uma nova mídia, mas nunca se efetivou. O cinema não eliminou o teatro, a televisão não eliminou o cinema. Da mesma forma, a internet não vai eliminar a televisão. Todas as mídias permanecem, interagem e se complementam. (CANNITO, 2010, p.17)

Segundo Jenkins (2009, p.206), “a web representa um lugar de experimentação e inovação, onde os amadores sondam o terreno, desenvolvendo novos métodos e temas e criando materiais que podem atrair seguidores, que criam suas próprias condições. ” Gosciola (2003, p.17) complementa, alertando que:

As novas tecnologias de comunicação e de informação, ou as novas mídias, abriram-se também para as possibilidades de contar histórias. Assim como no caso do cinema, no período inicial do contar histórias através das novas mídias, as histórias eram mais simples. Porém, agora, elas são contadas de maneira complexa, isto é, graças aos recursos das novas mídias, podem ser apresentadas por diversos pontos de vista, com histórias paralelas, com possibilidades de interferência na narrativa, com opções de continuidade ou descontinuidade da narrativa e muito mais. (GOSCIOLA, 2003, p.17)

Em se tratando da plataforma de mídia do Youtube, Green (2009, p.17) afirma que a esta foi criada para tentar eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet. Ela conta com uma interface bastante simples e integrada, sem necessidade de conhecimentos técnicos.

Desde sua criação, em 2005, utiliza-se outras funções, como fazer upload, publicar e assistir vídeos. Green (2009) identifica a cultura participativa impulsionada pela plataforma, ao afirmar que é a aparente ligação entre tecnologias digitais mais acessíveis, conteúdo gerado por usuários. Essas novas possibilidades promovem uma alteração, inclusive, nas relações de poder entre os segmentos de mercado da mídia e seus consumidores.

É notório que a evolução da produção de conteúdos gerados por usuários cresce a cada dia mais. Dentre os inúmeros formatos de conteúdo do Youtube, este trabalho ateve-se à compreensão do formato da websérie.

Na era da convergência midiática surgiram vários novos formatos no segmento do audiovisual, dentre eles surgiu a websérie. O que difere websérie de seriado é que as webséries são produzidas exclusivamente para internet. Em conformidade com Aeraphe (2013, p.17) “Na verdade, em sua essência, as webséries nada mais são do que a fórmula clássica das séries televisivas aplicadas ao universo multiplataforma da internet”.

A internet deixou de ser apenas um suporte para se tornar um meio de propagação de conteúdos. Em seu período inicial, as webséries eram criadas como complemento a séries de televisão, apresentando histórias paralelas ou complementares da história principal⁷.

Ainda há muitos que pensam que internet é o fim, quando na verdade a internet é o meio. Isso porque hoje temos que pensar a internet não somente como um navegador que abrimos para digitar endereços de sites, mas como um meio de propagar conteúdos, uma vez que praticamente não há mais barreiras para se desenvolver equipamentos que sejam capazes de se conectar a rede e principalmente transmitir imagens em movimento e de alta definição. (AEREPHE, 2013, P.09)

O formato websérie está em constante evolução, deixaram de ser apenas um complemento da história principal para se tornar referência no audiovisual. Conforme Aeraphe (2013) o formato de websérie tem aumentado sua participação no mercado, alcançado marcas expressivas e constituindo-se como referência quando trabalhamos com produtos audiovisuais.

O seriado *Once Upon a Time* como estudo da arte

Once Upon a Time é uma série americana do gênero conto de fadas criada por Edward Kitsis e Adam Horowitz que já chegou a sua 5ª temporada. Sua estreia foi dia 23 de outubro de 2011 nos Estados Unidos, porém no Brasil a série só passou a ser exibida no dia 02 de abril de 2012.⁸

O enredo se trata dos personagens dos contos de fadas que ficaram presos no “Mundo Real” (nosso Mundo), depois de uma maldição lançada pela Rainha Má no dia do casamento do Príncipe Encantado e Branca de Neve. A maldição se trata dos personagens esquecerem quem eles realmente são a fim de esquecer os seus finais felizes. Porém cabe a

⁷ AEREPHE, Guto. Webséries: criação e desenvolvimento. Belo Horizonte, 2013.P.16

⁸ Site oficial do *Once Upon a Time* Brasil:

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Once_Upon_a_Time_\(s%C3%A9rie_de_televis%C3%A3o\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Once_Upon_a_Time_(s%C3%A9rie_de_televis%C3%A3o))

filha da Branca de Neve e o Príncipe Encantado que conseguiu escapar da maldição através de um armário mágico, salvar os personagens e levá-los de volta para a floresta encantada.

Além de contar as histórias que já conhecemos dos contos de fadas, *Once Upon a Time* desperta no telespectador a possibilidade de não conhecermos de fato esses contos. A série retrata que tudo tem um motivo, um grande exemplo disso é a forma que eles abordaram a história por trás do ódio que a Rainha Má sente pela Branca de Neve, trazendo a possibilidade que talvez a Branca de Neve não seja tão inocente assim como pensamos.

A exemplo da “*Once Upon a Time*”, a websérie “*É Bem Capaz*” adentra o universo do imaginário. O objetivo principal da websérie amazônica é dar uma nova versão as lendas, mostrar sua relevância social cultural contemporânea.

Metodologia

Devido a popularização dos meios de comunicação e a sua influência sobre os indivíduos, deu-se início aos estudos relacionados à comunicação. Para Martino (2012, p.19), “após um momento de perplexidade, cientistas sociais, filósofos e psicólogos se debruçaram sobre a Comunicação para tentar explicá-la. Os meios de comunicação de massa alteravam a face do mundo e era hora de entender o que acontecia.”. Corroborando com Martino (2012, p.19), Marques de Melo (1998, p.22) reflete sobre os efeitos sobre o indivíduo.

Os jornais, os livros e os folhetos de circulavam intensamente em todo mundo, e passavam a desempenhar um papel fundamental nos destinos da civilização. Em função disso, suscitaram o interesse de alguns filósofos sociais pela análise da sua importância e dos seus efeitos. (MELO, 1998, p. 22)

É imprescindível que os meios de comunicação desde sua descoberta e início dos seus estudos, representam certa importância e influência sobre os indivíduos. Os meios de comunicação também são textos culturais que têm a responsabilidade de garantir as transmissões culturais entre as gerações.

Os meios de comunicação seriam responsáveis por garantir a continuidade do sistema a partir da transmissão dos conhecimentos e valores de uma geração para as seguintes. A ideia de “herança social” está ligada à transmissão dos significados culturais, das práticas e concepções de mundo entre as gerações. (MARTINO, 2012, p.25)

Marques de Melo (1998, p.285), também afirma que é por meio da comunicação que as gerações transmitem o seu acervo de experiências entre si adaptando a cultura diante da evolução da sociedade.

Adentrando ao campo de estudo da Folkcomunicação, buscou-se compreender como a comunicação se utiliza de elementos culturais. Para Marques de Melo (2008, p.1), “a folkcomunicação é uma disciplina que se dedica ao “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”.”

Hohlfeldt *apud* Carvalho (2014, p.111) complementa a compreensão, ao afirmar que:

A folkcomunicação pode ser entendida como o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se socializam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada, ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. (HOHLFELDT, p.202, 2014).

Para Carvalho (2014, p.111), “esta nova concepção incluiu, entre os objetos a serem trabalhados pela pesquisa folkcomunicacional, as manifestações da mídia que adota, em sua difusão, os elementos simbólicos e o universo linguístico da cultura popular”.

A pesquisa tomou como base a folkcomunicação para a compreensão do fenômeno por meio dos critérios fundamentais propostos por Beltrão *apud* Melo (2008, p.90): oral, musical, escrita, icônica e cinética. Esses elementos também são conhecidos como gêneros folkcomunicacionais e a oralidade envolve diretamente as narrativas do produto desenvolvido.

Como a internet é um ambiente que tem potencial para assegurar a disseminação da cultura popular por meio de uma plataforma de mídia, a trajetória da folkcomunicação nos espaços propiciados pela internet tem se expandido de uma forma significativa. Essa plataforma se tornou um ambiente fértil para sua propagação. (MARQUES DE MELO, 2008)

Além de garantir a sobrevivência de vários gêneros ou formatos de expressão popular, a *web* permite multiplicar os seus interlocutores, bem como ensejar o intercâmbio entre grupos e pessoas que possuem identidades comuns, mesmo distanciados pela geografia. (MARQUES DE MELO 2008, p.97)

Diante dessa compreensão, acredita-se que o youtube, como plataforma de mídia, possa influenciar o interesse do jovem pela cultural regional. Optamos por criar uma

websérie voltada para o conteúdo regional tendo em vista que atualmente 65% dos jovens com até 25 anos acessam a internet todos os dias, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia⁹ (PBM 2015). Por ser um meio prático e rápido de comunicação, a websérie promoverá a relação dos jovens com as lendas que, por algum motivo, são desconhecidas pela maioria das pessoas.

O método que utilizamos na pesquisa é o método dedutivo. De acordo com Gil (2009) o método dedutivo “parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e possibilita chegar a conclusões de maneira puramente formal, isto é, em virtude unicamente da sua lógica”. Corroborando com Gil (2009), Barros; Lehfeldestacam o nível de compreensão da metodologia proposta:

A dedução consiste em um recurso metodológico em que a racionalização ou combinação de idéias em sentido interpretativo vale mais que a experimentação de caso por caso. Em termos mais simples, pode-se dizer que é o raciocínio que caminha do geral para o particular. (BARROS AIDIL; LEHFELD NEIDE, 2000, p.63-64)

Optou-se pela abordagem qualitativa, que para Gil (1999, p.4), é composta por “métodos de pesquisa qualitativa estão voltados para auxiliar os pesquisadores a compreenderem as pessoas e seus contextos sociais, culturais e institucionais.” Por ser uma pesquisa de caráter exploratória e descritiva, proporcionou o aprofundamento necessário na presente pesquisa.

O interesse do jovem manauara pela sua cultura regional e a interferência da internet no mesmo também foram analisados por meio de questionários de pesquisa. Examinamos se é possível influenciar o interesse pela cultura regional através de uma websérie. Para isso utilizamos as pesquisas descritivas que “têm como objetivo a descrição das características de determinada população. Podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis”. (GIL, 2010, p.27)

Os procedimentos técnicos abordados na pesquisa foram: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e levantamento (Gil, 2009, p.50). As pesquisas bibliográfica e documental ocorreram durante o processo de estudo, sendo consultadas e analisadas obras de autores do assunto, artigos, sites, webséries com o objetivo de fundamentar o projeto teoricamente.

⁹ Site oficial: PBM. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> Acesso em: 05/10/2015

Análise de Dados

Analizamos os dados obtidos na pesquisa de opinião que aplicamos em 100 universitários em uma faixa etária entre 18 à 25 anos. Com objetivo de saber se os jovens manauaras teriam interesse em assistir uma websérie com a temática das lendas amazônicas.

1 – Acesso a Internet

Entres os entrevistados 100% possuem o hábito de acessar a internet

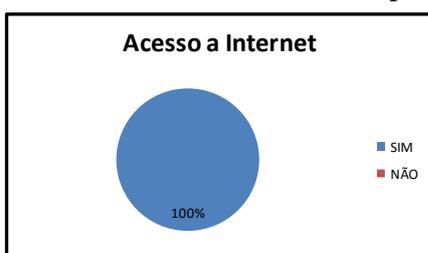


Gráfico 1 – Acesso a Internet

2 – Acesso Youtube.

Entres os entrevistados obtivemos um resultado de 100% de pessoas que acessam a plataforma de mídia Youtube.

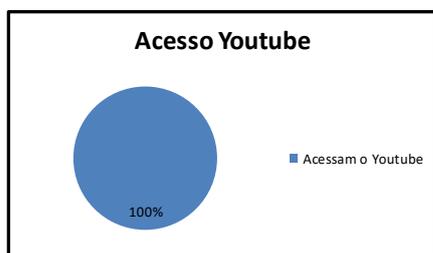


Gráfico 2 – Acesso ao Youtube

3 – Frequência de acesso ao youtube

Entres os entrevistados obtivemos um resultado de 97% que acessam a plataforma de mídia o Youtube todos os dias.

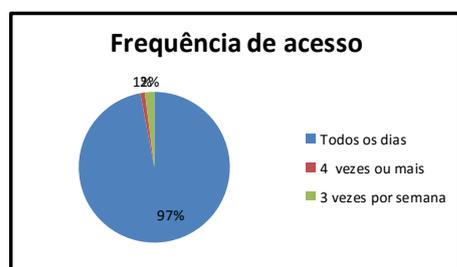


Gráfico 3 – Frequência de acesso ao Youtube

4 – Canal no Youtube

Entres os entrevistados obtivemos um resultado de 90% possuem um canal no Youtube e os outros 10% não.

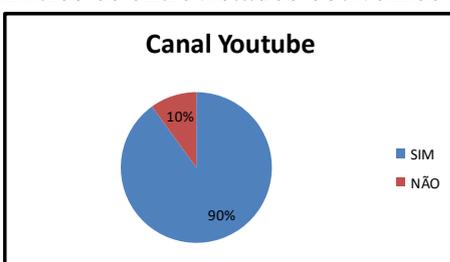


Gráfico 4 – Canal no Youtube

5 – Acompanha canal do Youtube

Entres os entrevistados obtivemos um resultado de 70% que acompanham um canal o outros 30 % falaram que não acompanham.

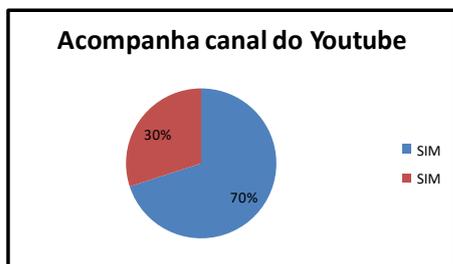


Gráfico 5 – Acompanha canal do Youtube

6 – Websérie

Na presente pesquisa observamos que 85% dos entrevistados conhecem o termo websérie e outros 15% não conhecem.

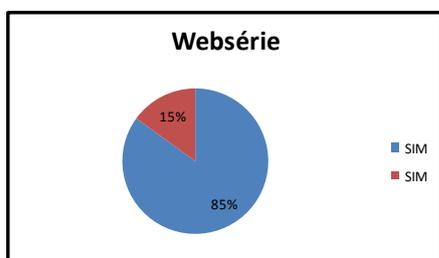


Gráfico 6 – Websérie

7 – Acompanha produções regionais

Na presente pesquisa observamos que 90% dos entrevistados acompanham produções regionais, os outros 10% não acompanham.

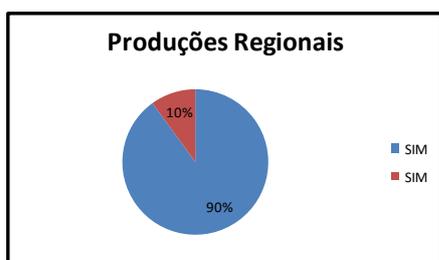


Gráfico 7 – Produções Regionais

8 – Lendas Amazônicas

Na presente pesquisa observamos que 100% dos entrevistados conhecem alguma lenda amazônica.

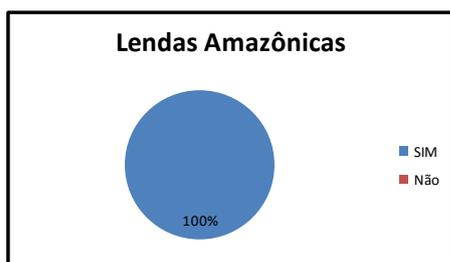


Gráfico 8 – Lendas Amazônicas

9 – Veracidade das Lendas

Na presente pesquisa observamos que 90% dos entrevistados não acreditam nas lendas apenas 10% acreditam.

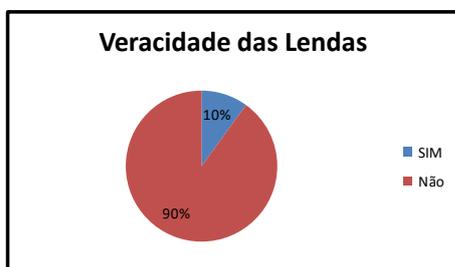


Gráfico 9 – Veracidade das Lendas

10 – Websérie Lendas Amazônicas

Na presente pesquisa observamos que 92% dos entrevistados têm interesse em ver uma websérie que aborde as lendas amazônicas, 5% dos entrevistados responderam talvez e 3% responderam que não tem interesse.



Gráfico 10 – Websérie Lendas Amazônicas

Websérie: É Bem Capaz!

A websérie “É bem capaz” é pertence ao gênero de ficção e que tem o intuito de propagar a cultura amazônica. Adaptamos as lendas sem perder a sua essência, a fim de resgatar e adaptar a cultura regional satisfazendo a necessidade do público contemporâneo. Barbero *apud* Borelli (2002, p.76)

Pela memória de falas, textos, velhas histórias, contos e lendas – um dia narrados e ouvidos -, o passado reencontra no presente o sentido e permite a convergência de expectativas no processo de restauração de experiência. Seria possível afirmar que a reposição de matrizes culturais tradicionais, por meio dos gêneros ficcionais, colabora na “salvação” das “origens”, resgata da memória individual e coletiva a restauração da “experiência”, que na modernidade vai se fragilizando em meio ao torvelinho das meras “vivências”. ¹³ (BORELLI, 2002, p.76)

Optamos pelo Youtube como plataforma de mídia de veiculação da websérie por ser uma mídia de massa que mudou completamente nossa forma de absorver conteúdo e produzir conteúdo. Para Mota e Pedrinho (2009, p.07) O momento agora não é de aguardar

o próximo Youtube, mas de descobrir o que essa ferramenta fará daqui para frente e o que podemos fazer com elas.

Baseado nos métodos necessários propostos por Aerephe (2013) para que uma websérie obtenha êxito. A websérie “É bem capaz” terá duração de 10 minutos no primeiro episódio por ser a estreia da temporada, os demais episódios terão duração de 8 minutos que serão lançados no domingo, cada temporada terá 8 episódios e o intervalo de uma temporada a outra será de três meses.

Para que suas futuras produções tenham êxito, é importante observar algumas dicas: A primeira delas é o tempo de duração das webséries. Particularmente eu acredito que 8 minutos seja o ideal, mas dependendo da sua história você pode utilizar mais ou menos. O importante é que nunca seja menor ou maior que o necessário, com a pena de não conseguir o entendimento da história ou perder o seu webespectador pelo tédio na demora dos episódios. E aqui também cabe um toque sobre a sazonalidade. Já mencionei que os webespectadores não são presos a datas de lançamentos, mas eles sempre gostam de novidades. Então, nunca os deixe com um intervalo grande entre uma produção e outra. (AEREPHE, 2013, P.45-46)

A produção do primeiro episódio conta com três personagens principais: Victória, André e Caio. Victória a lenda da Vitória Régia, uma menina sonhadora, meiga e que tem o objetivo de conhecer seus pais. André representou a lenda do boto, um homem charmoso e rico que esconde um segredo que poucas pessoas sabem. Caio a lenda do Saci-Pererê um rapaz brincalhão, esperto e malandro que sempre esta metido em confusão.

Considerações

Através desta pesquisa confirmamos que uma websérie de segmento cultural é um formato que contribui com a valorização da cultura amazonense por meio da internet. Percebemos que a convergência midiática mudou completamente, a forma de absorver e produzir conteúdo. Nessa nova Era todos somos capazes de produzir conteúdo, é nosso dever cultural disseminar o “amazonês”.

A websérie “É Bem Capaz” é uma proposta que se baseou em métodos e estudos para definir o melhor caminho de se produzir um conteúdo para o jovem de segmento cultural, é necessário adaptar o conteúdo para Era dos conectados. O objetivo principal da nossa pesquisa, era mostrar uma nova alternativa de segmento do audiovisual, afim, de difundir a nossa cultura amazonense. Após todas as pesquisas bibliográficas, documentais, experimentais e de campo, foi verificado que é possível disseminar a cultura regional para o

jovem através de uma websérie. Podemos concluir que “É Bem Capaz” é importante para a disseminação da cultura.

Finalizamos este projeto propondo a valorização da cultura amazonense, inicialmente pelos manauaras a fim de conhecer, valorizar e preservar esse bem precioso. A Internet é a janela do mundo, através dela podemos ensinar e aprender, proporcionando a troca de experiências, é por meio dessa troca que compartilhamos cultura. Portanto podemos afirmar que disseminar a cultura é garantir que a nossa verdadeira identidade será repassada para as gerações futuras.

O trabalho de conclusão de curso (TCC) nos proporcionou além de conhecimentos técnicos e teóricos, permitiu a descoberta de um novo universo enquanto acadêmicos. Universo esse que só foi possível descobrir através de inúmeras pesquisas a fim de escolher o melhor caminho para a realização dos objetivos do nosso projeto. Por meio da websérie “É Bem Capaz” foi possível inovar, ter experiências e enfrentar desafios como universitários, com o propósito de formar radialistas capacitados para o mercado que exige de nós um perfil cada vez mais criativo e adepto a desafios.

Referências bibliográficas

AEREPHE, Guto. **Webséries: criação e desenvolvimento**. Belo Horizonte, 2013.

BARROS, Aidil / LEHFELD, Neide. **Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica**. São Paulo: Makroon Books, 2000. 2 edição.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010

GIL, Antonio. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010. 5 edição

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2009. 6 edição

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas**. São Paulo: SENAC, 2008. 2 edição

GREEN, Joshua/ BURGESS, Jean. **Youtube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

HORTA, Carlos Felipe de Melo Marques. **O grande livro do folclore**. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: ALEPH, 2006.

JUNIOR, Hilário. **A Idade Média: Nascimento do Ocidente**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

MARTINO, Luís. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2012.

MELO, José. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos**. Universidade do Texas: Vozes, 1998.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PBM. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> Acesso em: 05/10/2015

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: PAULUS, 2008.