

A cultura popular nas plataformas de *streaming*: a experiência folkcomunicação na série *Sou cultura popular* da Globoplay

Oma Roxana Cordeiro de Oliveira¹

Ermaela Cícera Silva Freire Batista²

Itamar de Moraes Nobre³

Submetido em: 18/09/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

O trabalho propõe-se a compreender a cultura popular pelo viés da sua televisualidade por meio da análise da série documental *Sou cultura popular* (2023), produzida numa parceria entre a UERN TV e o canal Futura e distribuída pela Globoplay. O aporte teórico é fundamentado nos estudos de *streaming* (Bahia et al., 2022), nas reflexões acerca de televisualidades (Rocha, 2019) e em pesquisas folkcomunicaçãois (Trigueiro, 2019 e 2008; Macedo; Furtado, 2018 e Marques de Melo, 2008). Metodologicamente, este resumo aplicou a Análise Televisual Convergente (ATC) proposta por Becker (2019), ampliando o esquema analítico da Análise Televisual (Becker, 2012, 2016b, 2019), para compreender como a série documental se insere no âmbito televisivo. A partir de um *corpus* constituído por 4 episódios observados de outubro a novembro de 2023, esta investigação aponta para a presença de brincantes e artesãos na produção audiovisual, que é disseminada em *streamings*, como o Youtube e em aplicativos.

PALAVRAS-CHAVE

¹ Jornalista e Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Membro do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Transformadoras em Comunicação, Cultura e Mídias (Ecomsul/UFRN). Correio eletrônico: omaroxan10@gmail.com.

² Jornalista e Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Correio eletrônico: ermaelacicera@gmail.com.

³ Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) e do Departamento de Comunicação Social da Universidade do Rio Grande do Norte (UFRN). Coordenador do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Transformadoras em Comunicação, Cultura e Mídias (Ecomsul/UFRN). Correio eletrônico: itanobre@gmail.com.

Cultura popular; *Streaming*; Folkcomunicação; Televisualidades; Globoplay.

The popular culture on streaming platforms: the folkcommunicational experience in the series *Sou cultura popular* of Globoplay

ABSTRACT

The work aims to understand popular culture through the bias of its televisualidade through the analysis of the documentary series *Sou cultura popular* (2023), produced in a partnership between UERN TV and the channel Futura and distributed by Globoplay. The theoretical contribution is based on streaming studies (Bahia et al., 2022), reflections about televisions (Rocha, 2019) and folkcommunicational research (Trigueiro, 2019 and 2008; Macedo; Furtado, 2018 and Marques de Melo, 2008). Methodologically, this summary applied the Convergent Television Analysis (ATC) proposed by Becker (2019), expanding the analytical scheme of the Becker Television Analysis (2012, 2016b, 2019), to understand how the documentary series is inserted in the television context. From a corpus consisting of 4 episodes observed from October to November 2023, this investigation points to the presence of players and artisans in audiovisual production, which is disseminated in streamings, such as YouTube and applications.

KEY-WORDS

Popular culture; Streaming; Folkcommunication; Televisions; Globoplay.

La cultura popular en las plataformas de streaming: la experiencia folkcomunicacional en la serie *Soy cultura popular* de Globoplay

RESUMEN

El trabajo se propone comprender la cultura popular por el sesgo de su televisualidad a través del análisis de la serie documental *Soy cultura popular* (2023), producida en una asociación entre UERN TV y el canal Futura y distribuida por Globoplay. El aporte teórico se fundamenta en los estudios de streaming (Bahia et al., 2022), en las reflexiones sobre televisualidades (Rocha, 2019) y en investigaciones folkcomunicacionales (Trigueiro, 2019 y 2008; Macedo; Furtado, 2018 y Marques de Melo, 2008). Metodológicamente, este resumen aplicó el Análisis Televisual Convergente (ATC) propuesto por Becker (2019), ampliando el esquema analítico del Análisis Televisual Becker (2012, 2016b, 2019), para comprender cómo la serie documental se inserta en el ámbito televisivo. Desde un corpus constituido por 4 episodios observados de

octubre a noviembre de 2023, esta investigación apunta a la presencia de jugadores y artesanos en la producción audiovisual, que se difunde en streamings, como YouTube y en aplicaciones.

PALABRAS-CLAVE

Cultura popular; *Streaming*; Folkcomunicación; Televizialidades; Globoplay.

Introdução

Refletir sobre a televisão como um fenômeno cultural implica compreender como as narrativas apresentadas nas várias telas se tornam espaços de construção de sensibilidades coletivas, que estão intrinsecamente ligadas a um contexto sociocultural. A televisão, além de ser um dispositivo tecnológico, representa um campo de interações e conflitos políticos, sociais e culturais que influenciam a forma como nos comportamos e interpretamos o mundo ao nosso redor.

Nesse aspecto, o serviço de *streaming* emerge como definidor da transformação da forma como o público interage com os conteúdos de entretenimento, essa nova configuração não apenas muda a indústria, mas também impacta significativamente a sociedade e a cultura. A possibilidade de acessar conteúdos a qualquer momento e de qualquer lugar revolucionou os hábitos de consumo, modificando a forma como as pessoas se relacionam, e hoje os fenômenos culturais dispõem de um meio de propagação instantâneo que ultrapassa fronteiras geográficas e culturais.

O processo de digitalização e, mais especificamente, a expansão do VOD⁴ e do *streaming* causaram mudanças significativas nas condições de produção, distribuição, exibição e experiências do público no que diz respeito às obras audiovisuais, ao mesmo tempo em que os mecanismos de apoio e proteção do setor se mantêm estruturados segundo um paradigma em crise, baseado na exploração de diferentes canais de mídia (TV paga, VOD, TV aberta) e ancorado nas salas de cinema (Bahia et al., 2022).

A maneira como a relação entre o público e a televisão é configurada permite que compreendamos as transformações nas vivências cotidianas, não apenas no que diz respeito à

⁴ VOD é a sigla para a expressão *video on demand* é um sistema de distribuição de mídia que permite aos usuários assistir conteúdo de vídeo como quiserem, sem as restrições de programações de transmissão estática ou de dispositivos de reprodução de vídeo específicos.

modificação do espaço físico com a introdução de aparelhos, mas também na forma como passamos a construir nossas identidades por meio de mediações televisivas. Nesse cenário, o mercado de *streaming* surge como um importante influenciador na produção e distribuição de conteúdos televisivos *on demand*, isso nos leva a refletir sobre os tensionamentos que surgem nas parcerias entre TVs universitárias e canais de grande alcance nacional.

Na era da *internet*, os serviços televisivos surgem com novas formas de circulação e interação possibilitadas por diferentes estruturas digitais como Netflix, Prime Video, HBO, Disney Plus e Apple TV, por exemplo. O campo dos estudos televisivos aponta para “o interesse acentuado em formatos ficcionais em circulação nas grades de programação televisivas” (Médola; Pereira, 2020, p. 69). Após realizar um levantamento da produção científica do GP de Televisão e Televisualidades da Intercom, entre os anos de 2010 e 2019, os autores concluem que:

o caráter dinâmico dos objetos de comunicação faz emergir novos focos de investigação sob novas epistemologias, diante de uma ecologia midiática forjada pela coexistência dos meios massivos com as plataformas que permitem aos consumidores o acesso aos conteúdos por demanda, em tempo e espaço não mais atrelados a programações organizadas e disponibilizadas pelas emissoras (Médola; Pereira, 2020, p. 69).

Em consequência dessas circunstâncias, uma questão indicativa que aparece nesse cenário é a assimilação dos elementos da cultura popular que a grande mídia televisiva faz da tradução popular. Podemos observar como as classes populares resistem aos impactos da mídia globalizada e repassam seus valores culturais por meio dos novos suportes midiáticos. Nas palavras de Trigueiro (2008), a cultura nordestina experimenta a recriação de suas tradições, e a televisão, especialmente, é considerada um dos principais agentes dessas transformações.

Isso não quer dizer que a cultura popular seja fechada a segmentos de outras sociedades e, muito menos, a novos significados; pelo contrário, assim como as demais culturas, ela não se fecha em si mesma: seus significados estão sempre abertos às novas práticas sociais e aos novos sistemas de comunicação, notadamente da televisão (Trigueiro, 2008, p. 25).

Macedo e Furtado (2018) desenvolveram uma pesquisa trabalhando a relação entre televisão regional e folkmídia e apontam para as peculiaridades de emissoras regionais como a TV TEM, que apesar de sua afiliação à TV Globo, possui um caráter de regionalização. Isso é

utilizado para obter identificação com o público e consequente aumento do consumo de sua programação, o que resulta em produções voltadas à realidade local, logo também à cultura local.

No Brasil, o conteúdo disponibilizado nas principais plataformas de streaming é de origem estrangeira, totalizando 86% das produções, enquanto o audiovisual nacional ocupa 14% desse total, segundo dados da Agência Nacional do Cinema (Ancine), esse cenário deixa clara a necessidade de aumento das produções locais nesses espaços. Em contrapartida, podemos destacar uma expressiva oferta de conteúdo brasileiro em plataformas de serviços de telecomunicações como a Vivo Play e a Claro TV, a Plataforma Pública de *Streaming* do MinC⁵ e a Globoplay. Esta última, nosso objeto de estudo, se destaca na produção de conteúdos brasileiros distribuídos em programas de TV, filmes, séries e novelas inclusive por produções em parceria com TVs universitárias, que tratam de temas regionais e comunitários.

Partindo destas reflexões, os questionamentos que serviram de guia para a construção desse artigo, elencamos os seguintes: de que forma as novas plataformas de *streaming* retratam a cultura popular nordestina? Como é possível compreender a cultura popular através da sua inserção nas novas plataformas de *streaming*?

Procurando responder nossas perguntas, sem a intenção de esgotar o tema profícuo que se apresenta, estabelecemos um objetivo central, compreender a cultura popular pelo viés da sua televisualidade por meio da análise da série documental *Sou cultura popular (2023)*, uma produção da UERN TV e do canal Futura, sendo distribuída pela plataforma Globoplay. Para tanto, apresentamos três objetivos específicos: a) compreender as formas de divulgação da cultura popular dentro da grade de programação do *streaming* Globoplay; b) identificar elementos da cultura popular existentes na produção que reforçam as identidades culturais e locais tendo como base a taxionomia da folkcomunicação (Marques de Melo, 2008) e c) investigar a presença do ativismo midiático e do midiativismo na série pesquisada.

No que diz respeito ao trabalho do artigo, ao observar a parceria entre as TVs pesquisadas, percebemos um resultado significativo e isso se evidencia por outras séries e

⁵ Criada para a difusão gratuita de obras audiovisuais, a plataforma visa formar novos públicos e impactar o setor audiovisual nas dimensões simbólica, cidadã e econômica. Herdeira do pensamento e iniciativas como a Programadora Brasil, a plataforma atualiza tecnologicamente as condições de difusão de filmes brasileiros, objetivando familiarizar a sociedade brasileira com a diversidade de nossa produção audiovisual. Fonte: <https://www.gov.br/cultura>

programas produzidos em conjunto, como é o caso do *Alô, Comunidade*⁶ (2023), com foco em ações extensionistas desenvolvidas pelas universidades e institutos federais em diálogo com comunidades. Na semana da estreia, o programa alcançou mais de 12,5 milhões de pessoas, sendo o segundo programa mais assistido no Futura, no primeiro semestre de 2023. A título de exemplo, destacamos outras produções da parceria como *Sou Palhaço*⁷ (2023), *Sou Chorinho*⁸ (2023), *Georoteiros*⁹ (2022) e *Sou Xaxado*¹⁰ (2018).

Além das séries apontadas, o Globoplay também oferece produções similares à pesquisada como: *Sou Poesia Popular* (2021)¹¹, *A Cor da Cultura* (2023)¹², *Sou Carimbó* (2023)¹³ e *Cordel da Gente* (2022)¹⁴. Embora essas produções explorem aspectos significativos da cultura brasileira e tenham relevância social televisiva, nenhuma delas abrange a diversidade de expressões culturais nordestinas com a amplitude de *Sou Cultura Popular*. Por esses motivos e conforme os argumentos anteriores, essa foi a série escolhida para estudo.

Ao perceber que há poucas pesquisas acadêmicas sobre os processos folkcomunicativos nas plataformas de *streaming*, fica claro que é possível desenvolver um trabalho com foco nesse tema. Considerando a importância de buscar e compreender o atual estado do conhecimento sobre esse assunto no campo científico, começamos a explorar as discussões relacionadas à difusão da cultura popular nordestina tanto em âmbito local quanto nacional.

Um outro aspecto no qual podemos perceber a importância da pesquisa é o tema da preservação das expressões culturais populares, as quais são incorporadas às demandas televisivas tanto das emissoras universitárias, como a UERN TV, quanto das grandes redes de televisão, como a Rede Globo. Nesse sentido, o caráter comunicativo e sociocultural do povo nordestino torna-se relevante para esta investigação, pois a força da tradição popular passa a ser consumida também em diversos espaços de distribuição audiovisual nos novos dispositivos

⁶ Disponível em: <https://futura.frm.org.br/conteudo/programacao/alo-comunidade>

⁷ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-palhaço/t/DJmbGSJmKt/>

⁸ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-chorinho/t/wXwcLdKSng/>

⁹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/geo-roteiros/t/wMW9VqkVgy/>

¹⁰ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-xaxado/t/JjXjB7sXL7/>

¹¹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-poesia-popular/t/pZsnsPSMYG/>

¹² Disponível em: <https://globoplay.globo.com/a-cor-da-cultura/t/bRTZ5xMPkd/>

¹³ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-carimbo/t/CBQgVRmb1j/>

¹⁴ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/cordel-da-gente/t/9SLBnZkgK2/>

digitais. Essa realidade revela a diversidade das narrativas visuais e orais, dos processos de sociabilidade e de comunicação próprios das manifestações estudadas.

Análise Televisual Convergente

A Análise Televisual Convergente (ATC) é um procedimento metodológico que possibilita observar cinco dimensões dos processos comunicativos de telejornais e programas de televisão: os sentidos do texto, as singularidades das ambiências (e/ou dispositivos), a circulação, a produção e as interações das audiências (Becker, 2019). Este esquema analítico é derivado da Análise Televisual¹⁵ (AT) (Becker, 2012, 2016b, 2019).

Nesse sentido, o esquema analítico da Análise Televisual Convergente (ATC), é um procedimento metodológico possível para a leitura crítica dos textos audiovisuais nas pesquisas em comunicação e em processos de aprendizagem num momento de transformação da produção e consumo de conteúdos e formatos em áudio e vídeo decorrentes da digitalização dos meios.

Apontamos que esse procedimento metodológico permite tanto compreender outras faces dessa cultura popular quanto as rupturas e ressignificações dessa cultura marginalizada. Portanto, optar por esse caminho contribui para revelar as potencialidades que estão fora da sazonalidade da programação televisiva direcionada à cultura do Nordeste.

¹⁵ A AT é formada por três etapas: a Descrição ou Contextualização do objeto de estudo, a Análise Televisual propriamente dita, formada por um estudo quantitativo e qualitativo do texto em áudio e vídeo, e a Interpretação dos Resultados. Seis categorias (Estrutura Narrativa, Temática, Enunciadores, Visualidade, Some Edição) e três princípios de enunciação (Fragmentação, Dramatização e Definição de Identidades e Valores) são aplicados na segunda etapa da análise televisual (Becker, 2012). Este percurso metodológico é utilizado por pesquisadores de diferentes níveis de formação na Graduação e na Pós-Graduação para auxiliar o entendimento da complexidade dos códigos audiovisuais na elaboração e ressignificação dos sentidos dos discursos midiáticos de obras televisivas ficcionais e não ficcionais (Becker, 2019).

Figura 1 - Gráfico da análise Televisual Convergente (ATC)



Fonte: (Becker, 2019).

De acordo com a pesquisadora, como uma ferramenta flexível para a análise de telejornais e de programas televisivos, a escolha da aplicação da ATC implica observar:

(1) singularidades da ambiência, destacando determinantes tecnológicos e econômicos que a atravessam e experiências de fazer ver e poder agir específicas, e/ou do dispositivo onde um determinado texto está localizado, ou ainda, os aspectos de um meio que intervêm na forma textual e viabilizam ações interativas;

(2) características das organizações e das práticas produtivas, buscando evidenciar as historicidades, os interesses ideológicos, as formas de comercialização e os modelos de negócio de uma emissora de TV, de um canal ou de uma plataforma, bem como atuações e desafios de seus profissionais e/ou colaboradores;

(3) os modos como os textos em áudio e vídeo são estruturados, inseridos ou não em uma grade de programação e produzem sentidos e representações, visibilidades e invisibilidades permeados por jogos discursivos em contextos socioculturais e políticos específicos, dimensão esta viabilizada pela aplicação da Análise Televisual;

(4) as maneiras como um programa ou um conjunto de conteúdos e formatos audiovisuais circulam no ambiente convergente e estabelecem relações com outros produtos televisuais similares; e

(5) as interações das audiências, os modos como atribuem significações às narrativas de gêneros televisivos distintos e se sentem motivadas para estabelecer os seus agenciamentos.

Foram analisados 4 episódios da série, totalizando 105 minutos de material audiovisual. O tempo de duração dos episódios analisados variou de 26 a 27 minutos, o conteúdo foi observado durante os meses de outubro e novembro de 2023, na plataforma Globoplay, serviço televisivo das Organizações Globo. A análise foi realizada com base nas dimensões da ATC: contextualização da série documental, singularidade da ambiência, características das organizações e das práticas produtivas, maneiras de circulação e interações da audiência.

Contextualização da série documental

A série documental *Sou cultura popular (2023)*, dirigida por Fabiano Morais, foi produzida pela UERN TV (Canal 21) em parceria com o Canal Futura e foi posteriormente disponibilizada na plataforma de *streaming* Globoplay. Este projeto foi lançado oficialmente em 19 de março de 2023, ocupando o horário nobre das manhãs de domingo, às 10 horas até o dia 09 de abril. Além do diretor, a equipe de produção foi composta por: Plínio Sá (cinegrafista e diretor de fotografia), Luiza Gurgel (*Still* e imagens), Danilo Queiroz (Editor de vídeo), Zenóbio Oliveira (Cinegrafista), contando ainda com os estudantes Érika Souza (Redes Sociais) e Daniel Frota (Operador de áudio).

Este conteúdo está disponível no catálogo tanto para assinantes quanto para não assinantes da plataforma, categorizado na seção "Nossa Gente", o produto audiovisual apresenta manifestações culturais dos estados do Rio Grande do Norte e Pernambuco. O documentário possui uma temporada composta por quatro episódios com os seguintes títulos: Rabeca, Teatro de Bonecos, Pífano e Maracatu, que são exemplos marcantes da cultura popular nordestina.

A produção traz quatro capítulos que retratam parte da manifestação cultural nordestina, dentro da obra, além de mergulhar na musicalidade e na comunicação desses fenômenos culturais, a série destaca também os artesãos responsáveis pela confecção desses instrumentos, oferecendo uma visão mais detalhada do universo destes eventos.

Na plataforma, a ficha técnica da série traz algumas informações: direção de Fabiano Morais, gênero que está classificado como variedades, história, artes e cultura, classificação AL,

ou seja, a produção é livre para todos os públicos. Uma breve sinopse também pode ser encontrada com as seguintes informações: *A série apresenta importantes manifestações artísticas do Nordeste. A produção narra histórias e personagens do maracatu, do pífano, do teatro de bonecos e da rabeca.*

Singularidade da ambiência

Essa dimensão da ATC possibilitou identificar como a série, lançada e veiculada no canal Futura, se desdobra para a ambiência do *streaming*, estando disponível em duas plataformas, um canal do Youtube e um aplicativo. São eles: Globoplay, Futura Play, Canal Futura e Globoplay (App).

A análise revelou ainda a identificação de personagens e processos significativos dentro do sistema folkcomunicacional (Marques de Melo, 2008), os comunicadores (personagens da cultura popular), os intermediadores (artesãos e vendedores de peças) e o processo de apropriações das manifestações da cultura popular pelo sistema de comunicação massiva e pelos circuitos de difusão da cultura popular (arte, música, dança, teatro, artesanato). O quadro 1 demonstra a identificação citada acima.

Quadro 1 - Divisão dos brincantes e artesãos por episódio

Personagens	Episódio Rabeca	Episódio Teatro de bonecos	Episódio Pífano	Episódio Maracatu
Comunicadores	Cláudio Rabeca, Caio Padilha (Rabequeiros)	Catarina Calungueira, Marcelino Zé Limão, Shicó (Mamulengueiros)	Zé Gago, João do Pife, José Wanderson, João Vitor Barros (Tocadores de pífano), Mozart Vieira (Maestro de Pífano)	Mestre Bi, Nailson Vieira, Joelson Alexandre, Josenildo Estevão, José Lourenço, José Luis da Silva, Zilmara Valentino. Malena Mariana (Brincantes)

Intermediadores	Zé de Nininha ou Zé da Rabeca (Luthier), Cláudio Rabeca (Luthier)	Miro dos Bonecos (Mamulengueiros)	João do Pife (Luthier)	Manoel Salustiano (Bordador)
Manifestações em grupo	-	-	Banda de Pífano Nossa Senhora das Graças, Banda de Pífanos Vitoriano Jovem, João do Pife	Maracatu Nação Pernambuco, Maracatu Estrela de Ouro Aliança, Maracatu Cambimba Brasileira

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Além da apropriação da cultura popular a partir de seu conteúdo, outro ponto relevante é a presença de características da região Nordeste na narrativa como o sotaque dos entrevistados, pois no geral o sotaque nordestino é representado por atores e atrizes em produções audiovisuais da Globo, assim a série passa a ser um canal autêntico da cultura nordestina. Percebemos que há outras referências como uso de linguagem informal e a própria trilha sonora composta por instrumentos típicos da cultura popular. As manifestações artísticas voltadas para a série são de cunho imagético e sonoro, por isso, a ambiência de todos os episódios são direcionados a esses elementos, como por exemplo, no episódio piloto da rabeca é apresentado o foco no instrumento e rabequeiro ou rabequista.

Figura 2 - Rabeca



Fonte: Globoplay, 2023.

No episódio sobre Teatro de Bonecos, o foco recai sobre os próprios bonecos, e sobre os mamulengueiros que os manipulam e os produzem. *“A cultura popular é o cuscut com leite da gente, é o cuscut com rapadura que tem força, ela tem muito nutriente”* (Shicó, mamulengueiro da cidade de Assú-RN).

Figura 3 - Teatro de bonecos



Fonte: Globoplay, 2023.

Já no terceiro episódio, intitulado "Pífanos", o destaque recai na atmosfera de socialização em torno do pífano, abrangendo não apenas o instrumento, mas o contexto completo. *"A maior expressão aqui do agreste a nível de música instrumental é o pífano, um instrumento poderosíssimo. A banda de pífano tem uma importância aqui, ela é uma instituição viva da cultura universal, ela tá em batizado, em casamento, ela tá no reisado, ela tá na procissão, ela tá nos cultos religiosos da igreja católica"* (Mozart Vieira, Maestro de Pífano).

Figura 4 - Pífano



Fonte: Globoplay, 2023.

Por último, no quarto episódio, "Maracatu", a narrativa é também visual, não apenas por meio das performances, mas também pelas vestimentas e movimentos realizados. No episódio, é mostrada a dança folclórica de origem afro-brasileira, típica do estado de Pernambuco, que surgiu em meados do século XVIII, aparecem os dois tipos de maracatus: Rural ou Maracatu do Braque Solto e Nação Maracatu do Braque Virado.

Figura 5 - Maracatu



Fonte: Globoplay, 2023.

Observamos que a produção apresenta os ativistas midiáticos, que são narradores da cotidianidade, guardiões da memória e identidade local, personagens que transitam entre as práticas tradicionais e modernas e apropriam-se das novas tecnologias de informação e comunicação. Como afirma Trigueiro (2008) o ativista dos sistemas folkcomunicacionais, entre muitos outros produtores-criadores-culturais da rede de comunicação cotidiana, toma para si e usa o cordel, a cantoria, o teatro, as danças dramáticas populares, o jornal mural, os grafites, o artesanato, a culinária, entre outras tantas manifestações do saber popular; potencializa, dá visibilidade a esses produtos culturais, recolocando-os nas redes globais de comunicação, notadamente o rádio, a televisão e a internet como estratégia de inclusão social (Trigueiro, 2008).

Características das organizações e das práticas produtivas

A UERN TV, uma iniciativa da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, oferece uma programação acessível por meio do *YouTube* e do canal universitário TCM Telecom. Além disso, a emissora não só produz sua própria grade de programação, mas atua como retransmissora do Canal Futura no estado do Rio Grande do Norte. É importante salientar que o Futura é parte da Fundação Roberto Marinho, uma entidade vinculada às Organizações Globo e, por extensão, à plataforma de *streaming* GloboPlay.

Em entrevista à UERN TV, em março de 2023, Fabiano Moraes, o diretor da série e da TV universitária, explicou que o programa é mais um resultado da parceria com o canal Futura, que já conta com oito produções. Nessa nova produção, a equipe produziu conteúdo dos estados do Rio Grande do Norte, em Ipueiras, Assú, Cruzeta e Natal, e do Pernambuco, em Caruaru, Carpina, Ferreiro, Araçoiaba, Nazaré da Mata e São Caitano, destacando quatro grandes expoentes da cultura popular nordestina. De acordo com Fabiano Moraes, as manifestações culturais são retratadas no seu lugar de origem e destaca a série como uma oportunidade de as pessoas adentrarem cada vez mais nessa cultura popular.

Fundado em 1997, o Canal Futura é um projeto de comunicação e educação com finalidade social, que conta com o apoio de parceiros da iniciativa privada e do terceiro setor. Surge com o objetivo de colaborar com a rotina das pessoas, proporcionando entretenimento e conhecimentos práticos para a vida cotidiana. O canal desenvolve conteúdo televisivo em conjunto com instituições, comunidades e redes da sociedade civil, mobilizando grupos que desenvolvem projetos de forma colaborativa com equipes de mobilização e programação. O público do canal é composto por crianças, jovens, famílias e trabalhadores, assim adota uma linguagem inclusiva para tratar de assuntos de relevância e interesse coletivo, como saúde, trabalho, juventude, educação, meio ambiente e cidadania.

Modos como os textos em áudio e vídeo são estruturados

Os episódios da série documental *Sou cultura popular* compartilham uma familiaridade na estrutura narrativa, cada um começa realçando uma expressão cultural específica, como a rabeça, o teatro de bonecos, o pífano e o maracatu. Em seguida, mostram cenas das cidades onde essas expressões se manifestam, enquanto o instrumentista ou artista compartilha um pouco da história, experiência e vivências relacionadas à manifestação cultural em foco. Outro ponto a ser ressaltado é a exibição não apenas da expressão cultural, mas explora o processo de sua confecção, seja por meio da costura ou da marcenaria, isso demonstra a forma artesanal e própria como são construídos os materiais.

A partir disso, os textos explanados no produto são de personagens que narram histórias por meio de uma linguagem popular para entendimento de todos. Essa abordagem utilizada é veiculada de maneira espontânea, semelhante a estrutura de um documentário,

revelando parte da realidade por meio de sequências de imagens e sons que complementam o discurso. Nesse contexto, o aporte de texto, áudio e vídeo são construídos por meio da cultura sonora e visual, visto que, ambas as manifestações culturais são voltadas para tal narrativa.

Maneiras de circulação

O produto audiovisual analisado é fruto da parceria entre uma TV universitária e uma TV aberta, e está disponível na Globoplay e no canal do Youtube do Futura, todavia, é importante apontar que a série não pode ser encontrada no canal do YouTube da UERN TV. Ao realizarmos uma pesquisa no *streaming* do Canal Futura, a série é listada, mas ao clicar, o direcionamento ocorre para a plataforma da Globo, sendo a Globoplay a única que oferece a série e a distribui para o Futura Play e o Youtube do canal. Apesar de o acesso ser gratuito, é necessário efetuar um cadastro, conforme o procedimento padrão para outras séries gratuitas na plataforma.

Nesse contexto, a circulação ocorre por meio do serviço de plataforma Globoplay, acessado por assinantes em todo o Brasil. Esse serviço alcança uma audiência diversificada, abrangendo pessoas de todos os estados e diferentes faixas etárias. Essa amplitude contrasta com o público mais limitado do canal do YouTube da UERN TV e do *streaming* do Canal Futura, os quais não veiculam a série.

O Canal Futura busca realizar uma articulação em rede por meio de parcerias com universidades, institutos e centros universitários do Brasil, que somados contabilizam 134 instituições distribuídas nas cinco regiões do país. Desse modo podemos perceber ampla disseminação da série, uma vez que, o modo de circulação do canal abrange as principais operadoras de TVs brasileiras por assinatura, uma rede de TVs universitárias com sinal de TV aberta e parabólica digital. De acordo com o site futura.frm.org.br a rede de circulação é constituída por 17 TVs universitárias e cinco TVs por assinatura.

Interações da audiência

A série discutida no artigo científico é destacada por meio de um perfil no *instagram* denominado @souculturapopular gerenciado por uma profissional da equipe de produção. Nessa rede social, são disponibilizados não apenas trechos e momentos marcantes do produto

em questão, mas também comunicados oficiais e informações sobre seus lançamentos mais recentes. O perfil também oferece a compreensão sobre os personagens que desempenharam papéis importantes no documentário, proporcionando aos seguidores uma visão sobre a estrutura, organização e traz a identidade visual da série.

Considerando esses aspectos, o perfil fez sua primeira postagem em 21 de setembro de 2022, pouco antes do lançamento efetivo, esse *instagram* costuma receber de 20 a 80 curtidas por postagem, com uma quantidade limitada de interações no *feed*, variando entre um e 10 comentários.

Na página foram construídos mini perfis dos brincantes, artistas e grupos populares, sendo divulgado também 14 perfis do *instagram*, sendo eles: @cambimbabrasileiraoficial, @nailsonvieira, @mestre_bi, @vitoriadopife, @mozartviveiraoficial, @catarinacalungueira, @banda_nossa_senhora_das_gracas, @joãodopifecaruaru, @nacaopernambuco, @mirosdosbonecos, @vitoriano_jovem, @mbs_estrela_de_ouro_de_alianca, @claudiorabeca, @manoelzinhosalustiano e @fotosdepadilha.

Trigueiro (2019) já aponta que na atualidade é quase impossível desconectar as manifestações da cultura popular e o folclore das novas tecnologias da comunicação e da informação, até porque os brincantes dessas manifestações culturais estão, também, quase sempre conectados na internet, no tablet, no iPad, no smartphone, no WhatsApp, no Youtube, no blog, no Facebook e em tantas outras mídias que registram, que gravam, que divulgam e que até transmitem ao vivo os acontecimentos da vida cotidiana e das suas festas. Ou seja, já não são totalmente dependentes do apoio da exterioridade ou do profissional para documentar os acontecimentos midiáticos no seu grupo social e na sua comunidade urbana.

Considerações finais

Desde a década de 50 no Brasil, época do surgimento da televisão no território nacional, como testemunhamos, o progresso da tecnologia resultou em uma evolução nas formas de produção, na proliferação de telas e na conversão dos dados para o formato digital. Atualmente, no contexto da diversidade de serviços televisivos e diante da figura do consumidor multitelas, a TV acompanha as mudanças sociais e tecnológicas, buscando assim traçar estratégias para fortalecer seus produtos e serviços ofertados. “O público tem liberdade para escolher o que vai

assistir e quando vai assistir. Na mesma medida, as empresas de televisão já conseguem saber quais de seus produtos fazem mais sucesso e quais não agradam tanto” (Scalei; Finger, 2020, p. 327).

Nos propomos com este trabalho entender a dinâmica de quatro manifestações da cultura nordestina dentro da ambiência convergente e plural do *streaming* a partir da perspectiva folkcomunicacional para dimensionar o fenômeno pesquisado. Este artigo científico revelou não apenas a presença de brincantes e artesãos na esfera da produção audiovisual, mas também realçou a disseminação dessas expressões artísticas por meio de plataformas digitais como o *streaming*.

Desse modo, salientamos que existe uma incorporação de características da região nordeste na narrativa, singularmente através das vestimentas, instrumentos musicais, expressões populares e sotaques dos entrevistados. Historicamente, o sotaque nordestino tem sido mostrado por atores e atrizes muitas vezes ligados à TV Globo, contudo, a série destaca um sotaque natural dos próprios habitantes da região. Com base nisso, a presença desses elementos culturais não apenas amplia a diversidade de conteúdo nas plataformas digitais, mas também ocupa um papel na desconstrução de estereótipos ligados à indústria audiovisual sobre a cultura nordestina.

Paralelamente ao conteúdo discutido, é notável uma ampla disseminação da série, visto que o canal abarca as grandes operadoras televisivas brasileiras por assinatura, além de uma rede de TVs universitárias. Apesar disso, o *streaming* da Globoplay e o canal do Youtube do Futura são os únicos locais onde é possível assistir ao produto em discussão, isso mantém a distribuição da produção atrelada ao controle da TV Globo, mesmo a UERN TV dispendo de canais de distribuição próprios.

Portanto, a obra audiovisual *Sou Cultura Popular* transcende a missão de entreter, emergindo como uma preservação cultural do Nordeste. Por fim, é imperativo reconhecer que o documentário apresenta apenas uma amostra da rica cultura que compõe a identidade regional, servindo, no entanto, como um ponto de partida para uma representação mais abrangente e aprofundada.

Referências

BAHIA, L.; BUTCHER, P.; TINEN, P. O setor audiovisual e os serviços de streaming: da necessidade de repensar a regulação e as políticas públicas. **Eptic**, Aracaju, v. 24, n. 3, set-dez, 2022. DOI 10.54786/revista.eptic.v24i3.17814. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/17814>. Acesso em: 30 nov. 2023.

BECKER, B. Jornal Nacional: estratégias e desafios no seu cinquentenário. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 40, jan-jul, p. 206-225, 2020. DOI 10.46391/Alceu2020.20.40. Disponível em: <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v20.ed40.2020.54>. Acesso em: 30 nov. 2023.

BECKER, B. Análise Televisual Convergente: um procedimento metodológico para leitura crítica dos processos comunicativos de telejornais e programas televisivos. **Galáxia**, São Paulo, n. 42, set-dez, p. 69-81, 2019. DOI 10.1590/1982-25532019339781. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532019339781>. Acesso em: 30 nov. 2023.

Eu sou cultura popular. [série vídeo]. Produção: TV UERN e Canal Futura, Natal, 2023. son., color. Série exibida pela Globoplay. Acesso em: 18 out. 2023.

KELLNER, D. **A cultura da mídia - estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC: 2001.

MACEDO, T. B.; FURTADO, K. W. K. Televisão Regional e Folkmídia: Cultura Popular no Revista de Sábado. **Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF)**, Ponta Grossa, v. 16, n. 36, p. 234-250, 2018. DOI 10.5212/RIF.v.16.i360014. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19130>. Acesso em: 29 nov. 2023.

MARQUES DE MELO, J. M. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

MÉDOLA, A. S. L. D; HENRIQUE, S. P. Uma década do GP Estudos de Televisão e Televisualidades da Intercom: olhares sobre os objetos em transformação. In: MARQUIONI, C. E. et al. (org.). **Da televisão às televisualidades**: continuidades e rupturas em tempos de múltiplas plataformas. Belo Horizonte: Olhares Transversais, 2020. cap. 3, p. 57-72. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/publicacao/da-televisao-as-televisualidades-continuidades-e-rupturas-em-tempos-de-multiplas-plataformas/>. Acesso em: 30 nov. 2023.

MUNGIOLI, M. C. P., IKEDA, F. S. M; PENNER, T. A. Estratégias de streaming de séries brasileiras na plataforma Globoplay no período de 2016 a 2018. **GEMINIS**, Santa Catarina, v. 9, n. 3, p. 52-63, 2019. DOI: 10.4322/2179-1465.024. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/413>. Acesso em: 20 nov. 2023.

SCALEI, V; FINGER, C. Televisão, Big Data e algoritmos: o que fazer com tantos dados sobre audiência? In: MARQUIONI, C. E; FISCHER, G. D. (orgs). In: MARQUIONI, C. E. et al. (org.). **Da**

televisão às televisualidades: continuidades e rupturas em tempos de múltiplas plataformas. Belo Horizonte: Olhares Transversais, 2020. cap. 3 , p. 57-72. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/publicacao/da-televisao-as-televisualidades-continuidades-e-rupturas-em-tempos-de-multiplas-plataformas/>. Acesso em: 30 nov. 2023.

TRIGUEIRO, O. M. Os agentes intermediários culturais e os processos de atualização na folkcomunicação. *In*: NOBRE, I. M; OLIVEIRA, M. E (org.). **Cartografia da folkcomunicação: o pensamento regional brasileiro e o itinerário da internacionalização**. Campina Grande: EDUEPB, 2019. Disponível em: <https://www.redefolkcom.com.br/livros>. Acesso em: 20 nov. 2023.

TRIGUEIRO, O. M. **Folkcomunicação e Ativismo midiático**. João Pessoa: Editora universitária UFPB, 2008.

WOLTON, D. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Editora Ática, 1996.