

RECANTAR CARUARU: PRODUÇÃO TRANSMÍDIA DE CONTEÚDOS PARA TV PERNAMBUCO¹

Rodrigo Miranda Barbosa²

Amilcar Bezerra³

Diego Gouveia⁴

Resumo

A TV Pernambuco é uma empresa pública estatal de comunicação e, em 2018, lançou um edital para pesquisa sobre TV digital, novas mídias e inovação na comunicação pública. O curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco em Caruaru (PE) foi um dos ganhadores com um projeto que se propôs a contar histórias sobre a cidade a partir de músicas. Para isso, foi criada uma proposta transmídia, em uma pesquisa-ação, centrada em interprogramas para televisão que têm seus conteúdos lançados em um site e também nas redes sociais on-line. A proposta deste artigo é apresentar os resultados do trabalho. Para isso, além de uma revisão bibliográfica sobre televisão e cultura da convergência, também são mostrados os produtos gerados. Por fim, considera-se a iniciativa importante por estimular a participação social em uma emissora pública.

Palavras-chave: Comunicação Pública; Cultura Participativa; Recantar Caruaru; TV Pernambuco; TV transmídia.

Abstract

TV Pernambuco is a state public communication broadcaster and, in 2018, launched a public notice for research on digital TV, new media and innovation in public communication. The course of Social Communication of Federal University of Pernambuco in Caruaru was one of the winners with a project that set out to tell stories about the city through songs. To this end, a transmedia proposal was created, in an action research, centered on interprograms for television that have their contents launched on a website and also on social media. The purpose of this paper is to present the results of this project. For this, in addition to a bibliographic review on television and convergence culture, the products developed are also presented. Finally

Keywords: Public Communication. Participatory Culture. Recantar Caruaru. TV Pernambuco. Transmedia TV.

1 INTRODUÇÃO

Neste século, tem sido observado o avanço das mídias digitais e também o processo de adaptação dos meios de comunicação tradicionais. A televisão mudou

consideravelmente, não apenas em aspectos técnicos com o processo de digitalização, mas também a partir das demandas da cultura da convergência. Com esse termo, Jenkins (2008) estuda o conteúdo que circula

por múltiplos suportes e mercados midiáticos, considerando o comportamento do público, que utiliza diversos canais em busca de novas experiências de entretenimento.

1 | Uma versão deste artigo foi apresentada no DT07 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019 e consta nos anais do congresso.

2 | Doutorado Comunicação Social. E-mail: rmbdesign@gmail.com Professor do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco.

3 | Doutorado Comunicação Social. E-mail: amilcar.bezerra@gmail.com Professor do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco.

4 | Doutorado Comunicação Social. dgmgouveia@gmail.com Professor do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco.

O autor ressalta outros dois importantes princípios: o da inteligência coletiva e o da cultura participativa. A inteligência coletiva está relacionada à nova forma de consumo, que se tornou um processo conjunto e pode ser considerada uma nova fonte de poder. Já a expressão cultura participativa serve para caracterizar o comportamento do consumidor midiático contemporâneo. A cultura participativa seria, portanto, o cenário e o conjunto variado de possibilidades abertas aos consumidores de maior acesso, produção e circulação de conteúdos midiáticos, a partir da digitalização e convergência dos meios (FECHINE et al., 2013).

No Brasil, a TV tem desenvolvido estratégias para se manter atrativa para os consumidores. A principal alternativa encontrada é o lançamento de conteúdos em múltiplas plataformas de mídias.

Esse novo modelo televisivo consiste em uma produção transmídia, ditado, portanto, pela articulação dos conteúdos da programação com outros disponibilizados em outros meios de comunicação.

Assim, compreende-se a convergência de meios como pilares para as reconfigurações da televisão na contemporaneidade. Graças às facilidades de comunicação proporcionadas pela cultura da convergência, foram ampliados os canais de participação. Hoje, os telespectadores ajudam a construir roteiros de programas, enviam vídeos para telejornais, participam de enquetes, acessam conteúdos online, postam materiais audiovisuais diante de concursos, além de outras oportunidades que têm sido criadas para atender às novas

demandas. Essas estratégias constituem o que vem sendo chamado de TV transmídia, referindo-se, justamente, a uma lógica de produção, distribuição e consumo de conteúdos televisivos, apoiada nas propriedades técnico-expressivas das mídias digitais e nas possibilidades por elas abertas de uma maior participação do espectador.

No primeiro semestre do ano passado, de olho nesse movimento, a TV Pernambuco, uma empresa pública de comunicação, lançou, por meio da Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (Facepe), o edital 03/2018 "TV digital, novas mídias e inovação na comunicação pública". O objetivo era apoiar, com cotas de bolsas, a participação de pesquisadores doutores das universidades públicas e privadas, sem fins lucrativos, sediadas no estado, em projetos de pesquisa e desenvolvimento tecnológico de novas formas de integração entre os canais públicos da Empresa Pernambuco de Comunicação S.A. (EPC), sede em Caruaru-PE, que visem produzir estudos, experimentos, ferramentas e soluções para a integração entre os canais públicos da TVPE, em fase de digitalização, o Portal da EPC na Internet, e a produção independente de conteúdo, com vistas à estruturação de novas iniciativas de democratização do direito à comunicação e negócios inovadores na região e no estado.

Lançado o edital, professores do curso de Comunicação Social do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco e autores deste trabalho submeteram o projeto "Crôni-

cas musicais de Caruaru: produção participativa de conteúdos para TV Pernambuco a partir da integração de canais de comunicação".

O projeto foi desenvolvido a partir da constatação de que existem muitas canções cujos versos citam Caruaru, o que, segundo (PASCOAL, s/d), faz da cidade uma das mais cantadas do mundo. Embora a pesquisa não tenha paralelo com esforços similares envolvendo outras cidades, o que dificulta a comprovação da assertiva de "mais cantada do mundo", os números absolutos que apresenta são bem impressionantes, resultando num rico acervo a ser investigado. Foram encontradas mais de 1500 gravações. A partir de uma pesquisa sobre essas canções, foi empreendida uma busca por histórias e personagens que estão por trás das composições, no intuito de garimpar fragmentos de memória afetiva sobre a cidade e tornar mais palpáveis e conhecidas, com a ajuda da população, as diversas visões sobre Caruaru expressas nos versos.

A proposta foi aceita e, diante disso, o projeto de pesquisa problematizou como uma iniciativa, em uma pesquisa-ação, envolvendo música, memória e cultura caruaruense, poderia ser desenvolvida na TV Pernambuco a partir de estratégias transmídias com estímulo à cultura participativa.

A pesquisa-ação, de acordo com Severino (2015), é aquela que, além de compreender, visa intervir na situação, com vistas a modificá-la.

O conhecimento visado articula-se a uma finalidade intencional de alteração da situação pesquisada. Assim, ao mesmo tempo que realiza um diagnóstico e a análise de uma determinada situação, a pesquisa-ação propõe ao conjunto de sujeitos envolvidos mudanças que levem a um aprimoramento das práticas analisadas (p. 120).

Pretendeu-se, então, com esta proposta desenvolver um experimento em parceria com a EPC Pernambuco cujo objetivo foi produzir conteúdos transmídias com uma série de interprogramas para TV com estímulo à participação da audiência e um site que busca resgatar as relações entre a vivência e memória afetiva que as pessoas têm com a cidade e as músicas que cantam a cidade. Antes, no entanto, de conhecer o desenvolvimento da pesquisa, é importante compreender a importância da cultura da convergência para uma TV pública.

2 POTENCIALIDADES DA TRANSMÍDIA PARA UMA EMISSORA PÚBLICA DE COMUNICAÇÃO .

O modelo televisivo de produção transmídia, ditado pela articulação dos conteúdos da programação com outros disponibilizados em outros meios de comunicação, começa a ser descrito por Jenkins (2008), a partir da identi-

ficação na TV norte-americana, sobretudo, das chamadas transmedia storytelling ou narrativas transmídias. A transmídiação é:

[...] um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pela digitalização e convergência dos meios (FECHINE et. al., 2013, p. 26).

Assim, compreende-se a convergência de meios como pilares para as reconfigurações na televisão. Como sugere Fechine (2014), muitos estudiosos da televisão, já adotam a expressão “televisão transmídia”, referindo-se a uma lógica de produção, distribuição e consumo de conteúdos televisivos, apoiada nas propriedades técnico-expressivas das mídias digitais e nas possibilidades por elas abertas de uma maior participação do espectador (p. 1).

A comunicação pública tem como principal característica a busca pela independência de governos e mercados. Diferentemente de empresas de mídias privadas, as públicas são coordenadas por organizações da sociedade civil e se propõem a estimular debates e reflexões que contribuam para a valorização da diversidade social. Ela também não é sinônimo de mídia estatal, visto que esta responde diretamente a interesses dos governos aos quais está vinculada. Sendo uma empresa pública de comunicação, a TV Pernambuco

tem na transmídiação a oportunidade de aumentar o alcance de seus conteúdos, além de permitir a participação direta da sociedade na produção de conteúdos.

A Empresa Pernambuco de Comunicação S.A. – EPC é uma empresa pública criada através da Lei Estadual nº 14.404/2011 e regulamentada pelo Decreto nº 39.073/2013, com a finalidade de prestação de serviços de radiodifusão pública e de serviços conexos. A TV Pernambuco (TVPE), desde 1984, produz e veicula conteúdo audiovisual de interesse público em todo o estado. A geradora da TVPE funciona em Caruaru e conta com cerca de 70 concessões de retransmissão espalhadas pelo Estado.

A cultura participativa foi bastante festejada quando surgiu como possibilidade na interação com os meios de comunicação. Com a televisão, meio que precisou se transformar e assumir um novo estatuto diante de sua audiência, não foi diferente. Esperava-se que o espectador tivesse mais possibilidade de intervir nos conteúdos.

O que não se dimensionou, no frenesi da possibilidade de participação mais ativa, foi a incompatibilidade de interesses entre empresas e público. Jenkins (2008) salientou esse ponto de tensão entre o desejo de intervenção da audiência sobre os conteúdos das companhias de comunicação e o interesse da emissora em gerar lucro.

Em toda parte e em todos os níveis, o termo “participação” emergiu como um conceito dominante, embora cercado de expectativas conflitantes. As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender. As proibicionistas estão tentando impedir a participação não autorizada; as cooperativistas estão tentando conquistar para si os criadores alternativos. Os consumidores, por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem. Esse consumidor, mais poderoso, enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar (p. 236).

Nesse ponto, a proposição de um projeto como este em uma empresa pública de comunicação tem um diferencial. Além de não haver um forte engajamento para geração de lucro como nas comerciais, um meio público de comunicação trata dos processos de comunicação realizados pela sociedade civil organizada, Estado, governo e terceiro setor, com foco no interesse público, na formação de uma sociedade cidadã e democrática, em encurtar distâncias sociais, reduzindo as diferenças e em ampliar a capacidade analítica individual em prol do coletivo. Esse modelo cria uma atenuação das fronteiras entre o público e o privado, abre espaço para a atuação da sociedade e de suas organizações em áreas tidas até então como exclusivas do Estado e exige dos cidadãos uma postura atuante, crítica e responsável.

Contribui, dessa forma, para uma perspectiva que preza pela democratização da comunicação e contribui para efetivação do direito humano à comunicação, entendido não apenas como a possibilidade de receber conteúdos, mas também de produzir e interferir na produção.

Na próxima seção, será possível compreender a relação entre a música e a cidade de Caruaru.

3

CARUARU CANTADA EM VERSOS

É difícil encontrar alguém que nunca tenha ouvido os seguintes versos: "A feira de Caruaru/ Faz gosto da gente ver/ De tudo que há no mundo/ Nela tem pra vender/ Na feira de Caruaru/ Tem massa de mandioca/ Batata assada/ Tem ovo cru...". Consagrada na voz de Luiz Gonzaga, "A Feira de Caruaru" ganhou o mundo contando histórias sobre uma das mais conhecidas feiras do Brasil.

No entanto, não é apenas essa canção que fala sobre a cidade. Onildo Almeida, compositor da referida música, fez muitas outras ressaltando as belezas da terra. Além dele, são muito importantes as obras de Janduhy Finizola, Juarez Santiago, Nelson Barbalho e Carlos Fernando. No forró, destacam-se: Azulão, Petrucio Amorim e vários outros artistas que, mesmo sem ser de Caruaru, homenagearam eventualmente a cidade em suas canções.

É importante também destacar o papel de Carlos Fernando nesse processo. Em 2007, Carlos

Fernando produziu um CD conceitual intitulado Crônicas Musicais de Caruaru, em homenagem aos 150 anos de emancipação de sua cidade-natal, com patrocínio do Fundo de Incentivo à Cultura (Funcultura) do estado de Pernambuco. Participam do CD alguns parceiros de longa data do compositor, como Alceu Valença, Paulo Rafael, Geraldo Azevedo, Geraldo Amaral e Geraldo Maia, entre outros. São onze canções de sua autoria, a maioria em tom saudosista, que trazem recortes ora cômicos, ora elegantes, de uma Caruaru retratada como “cidade-luz”, ponto de convergência de artistas e intelectuais da região e de uma elite política e econômica deveras boêmia. Com esmerada produção musical, traço comum em seus trabalhos, Carlos Fernando recompõe a paisagem urbana de Caruaru com os fragmentos de sua memória afetiva desconstruindo clichês sobre a cidade e atribuindo novos sentidos à identidade local. Hoje, o CD encontra-se esgotado. Os poucos exemplares remanescentes encontram-se nas mãos de alguns amigos e colecionadores.

Hoje, a cena musical do Agreste atravessa uma excelente fase, com talentosas revelações de peso, a exemplo de Almério, Isabela Moraes, Gabi da Pele Preta, Rogéria, Valdir Santos e outros artistas que vêm despontando nacionalmente, como Orinho e Junior Barreto.

A seguir, será explicado como a partir desse contexto de memória, música e cidade desenvolvemos o projeto e sua estratégia transmídia.

4 ESTRATÉGIAS DE TRANSMIDIAÇÃO NO PROJETO RECANTAR CARUARU

Após aprovação do projeto no edital da Facepe, os autores deste artigo ofereceram, no semestre 2018.2, a disciplina Projetos de Comunicação Integrada. A turma contou com 25 estudantes do curso de Comunicação Social do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. O objetivo da disciplina foi formar os alunos para o desenvolvimento de estratégias e ações de comunicação integrada, percebendo a importância da mixagem de ferramentas, plataformas e linguagens de forma estratégica.

No mês de agosto, então, os discentes se envolveram no projeto elaborado para a EPC. A metodologia de execução empregada para realização da iniciativa esteve centrada nas rotinas de produção de conteúdos audiovisuais nos meios de comunicação, passando pelas reuniões de equipe com planejamento das atividades, pesquisa histórica e iconográfica, produção dos conteúdos e dos materiais audiovisuais, incluindo agendamento com artistas, produção de documentos de cessão de direitos de imagem e direitos autorais para veiculação da imagem e da obra musical de artistas, locações e equipamentos para filmagem, edição e divulgação dos produtos audiovisuais.

O projeto que tinha nome inicial “Crônicas musicais de Caruaru” foi alterado uma vez que já era o nome do álbum gravado por

Carlos Fernando. Assim, em sala de aula foi realizado um brainstorm e o nome escolhido para o projeto foi Recantar Caruaru. O nome representa a relação da memória afetiva de lembrar os grandes momentos de vivência das pessoas, da cidade e suas músicas e que agora seriam cantadas em uma nova roupagem.

O projeto então foi planejado com as seguintes etapas de desenvolvimento: a) Criação da assinatura visual do projeto; b) Escolher personagens que tenham histórias para contar sobre a cidade e suas músicas; c) Identificar músicos que tenham composto ou interpretado canções sobre a cidade; d) Pesquisar fotos antigas da cidade a partir dos arquivos históricos e arquivos pessoais de pessoas; e) Escolher historiadores que possam colaborar ao lembrar histórias antigas de locais e acontecimentos da cidade; f) Gravar entrevistas com estes personagens; g) Produzir os programas para a TV Pernambuco; h) Produzir o site do projeto e estratégias para sua divulgação e interação.

O segundo passo foi a criação da assinatura visual desenvolvida pelo estudante Ayrton Hasenbergl. E a criação de cartazes para a primeira ação de rua do projeto.

No dia 12 de setembro de 2018, alunos e professores ocuparam as ruas de Caruaru com cartazes e equipamentos de filmagem para conversar com moradores e gravar depoimentos. O objetivo dessa ação foi justamente o de pesquisar possíveis personagens para o projeto e que seriam então levados posteriormente para gravar entrevistas no estúdio de

gravação.

Figura 1 - Consulta nas ruas para participação das pessoas



Fonte: Os autores

Logo depois desse dia, foram criados os perfis do Recantar Caruaru no Facebook (facebook.com/recantarcuaru), Instagram (@recantarcuaru). Nessas redes sociais, foram lançados os vídeos promocionais chamando as pessoas para contarem sua relação com as músicas que falam sobre Caruaru. As chamadas dos cartazes usados na rua ocuparam também o Facebook e Instagram. Com mensagens como: "Vamos cantar nossa terra", "Você conhece alguma música sobre Caruaru" e "Cante uma música sobre Caruaru", o Recantar Caruaru se voltou, já em sua primeira ação, para integração com as pessoas, estimulando a participação de quem quisesse contribuir.

Após a ação realizada no centro de Caruaru, foram formadas equipes e os estudantes fizeram um trabalho de selecionar as histórias que seriam contadas nos interprogramas. Determinados os personagens, o passo seguinte foi agendar as gravações com artistas e

moradores. A produtora caruaruense Vertigo foi parceira no projeto e disponibilizou estúdio e equipamentos para realização das gravação.

O roteiro era claro: ouvir histórias sobre os personagens e suas relações com música e Caruaru. Além disso, pedir para que as pessoas cantassem essas músicas.

As gravações foram realizadas nos dias 31 de outubro, 7, 14, 21, 28 de novembro, 5 e 12 de dezembro. Os entrevistados foram: Gabi da Pele Preta (cantora), Tuta Filho (cantor), Murilo Carmo (cantor), Azulão (cantor), Azulinho (cantor), Juliana Oliveira (moradora), Hugo Pietro (cantor), Seu José Carlos Rei do Forró (Cantor), Onildo Almeida (cantor), Dona Fátima Marcolino (compositora), Márcio Sá (professor), Josué Eusébio (cantor), Almir Vilanova (jornalista), Moisés Rouche (jornalista), Lafaete Vaz (jornalista), Dona Lúcia (moradora), Maria de Lourdes (professora de música), Walmiré Dimerom (historiador), Walmir Silva (cantor), Dr. Leite (morador).

Artistas e moradores da região foram convidados para executar versões de canções que falam sobre Caruaru e conversar sobre elas. A ideia foi resgatar memórias afetivas das pessoas com o lugar em que nasceram, vivem ou moraram. Tais artistas deram visibilidade ao projeto e estimularam o público a participar falando de suas experiências com lugares e situações retratados nas canções ou mesmo de sua relação com a própria canção.

Figura 2 - Gravações com os convidados (alunos, professores e a convidada Marluce de Lima Dias)



Fonte: Os autores

os interprogramas e os demais vídeos a serem publicados no site. Os equipamentos e instalações foram gentilmente cedidos pela produtora local Vertigo, parceira do projeto, que teve sua marca veiculada nos créditos finais dos episódios.

Reunido o material, foram roteirizados cada um dos vídeos planejados para integrar os interprogramas, que foram liberados ao longo da programação da TVPE durante o aniversário da cidade. Os materiais foram editados pelos professores e também contou com os trabalhos de Maria Eduarda (técnica da UFPE),

Figura 3 - Entrevista com Onildo Almeida



Fonte: Os autores

Com 20 entrevistas, todas gravadas em um estúdio com fundo branco, iluminação em tom amarelo, com personagens sentados em cadeiras estilo de cinema, a partir de duas câmeras e microfones lapela e boom, o trabalho seguinte da equipe decupar todo o material, transcrevendo as passagens mais importantes e separando os materiais que iriam compor

Twany Moura, Thiago Henrique Muniz e Pedro Fillipe (estudantes do curso de Comunicação Social), além da supracitada produtora Vertigo, responsável pela finalização dos vídeos.

Os interprogramas têm 1'30", 2', 3' ou 5' e são veiculados em intervalos comerciais da TV Pernambuco. Eles constituem o produto principal proposto pelo projeto Recantar Caruaru a partir

do qual os demais conteúdos são planejados em postados em múltiplas plataformas.

O site foi desenvolvido para comportar informações sobre a iniciativa, além dos interprogra-

mas, entrevistas adicionais, conteúdos enviados pelos usuários. Certas funções não foram ativadas, pois será necessário um aporte de empresas e do setor público para implementá-las. A previsão é que no site seja possível visitar cada ponto da cidade a partir de um mapa interativo, ler sobre a história do local e da música e ver comparativos entre fotos antigas e atuais da cidade. Pensando na interação principalmente a partir de smartphones também implementamos a possibilidade de enviar comentários em formato de áudio e incentivando os visitantes a enviarem as suas histórias para o site.

Figura 4 - Interprograma com Gabi da Pele Preta



Nos interprogramas, há um em que são utilizados dois depoimentos: o do jornalista Moisés Rouche e o do cantor Murilo Carmo. Ambos falam sobre a rua da Matriz e as lembranças que eles têm com esse lugar. Eles citam o álbum de Carlos Fernando e Murilo termina o vídeo cantando um trecho da música Rua da Matriz⁵. Em outro vídeo, a ambulante Juliana Oliveira relembra momentos que viveu no rio Ipojuca, tema de canção de Petrucio Amorim⁶. Enquanto isso, as redes sociais do Recantar Caruaru permanecem com atualizações sobre a memória da cidade, sobre músicas que falam da cidade, chamadas para os interprogramas e trechos de depoimentos. Numa proposta transmídia de lançamento e desdobramento de conteúdos em múltiplas plataformas.

Figura 5 - Lançamento de conteúdos nas redes sociais

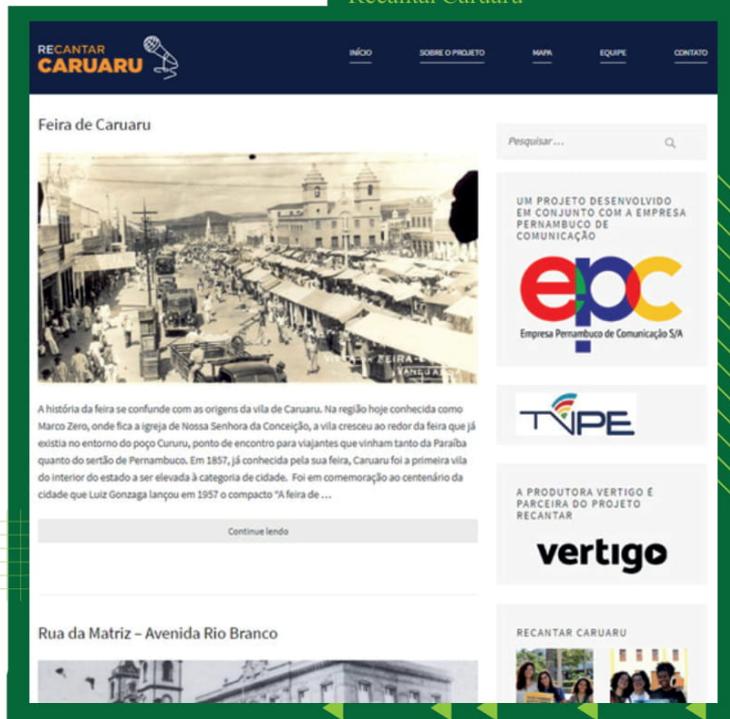


Fonte: Os autores

5 | Vídeo sobre a canção Rua da Matriz, de Carlos Fernando e Geraldo Azevedo, com Murilo Carmo e Moisés Rouche: <https://www.youtube.com/watch?v=cKuCDf03jAM&t=2s>

6 | Vídeo sobre a canção Meu velho Ipojuca, de Petrucio Amorim. <https://www.youtube.com/watch?v=xqt8NhJ3GJU&t=16s>

Figura 6 - Site do projeto Recantar Caruaru



Fonte: Os autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os conteúdos do projeto começaram a ser veiculados a partir de maio de 2019, dia do aniversário de Caruaru, e foram retomados com novas edições de interprogramas prontos em 2020. A partir de março de 2020, os vídeos passaram a ser divulgados nas redes sociais da iniciativa e estão disponíveis em canal do YouTube?

Ao final do processo, julgamos relevante destacar a importância da articulação dos alunos com a comunidade na busca por personagens interessantes para o projeto. A maior parte dos entrevistados foi selecionada a partir de indicações dos estudantes oriundos da cidade e de ações de rua, embora tenha havido também o caso de um personagem que se ofereceu para participar do projeto a partir de contato via fanpage do Facebook do Recantar Caruaru. A veiculação na TV Pública deu grande visibilidade ao projeto, porém a falta de apoio para efetivar as etapas de integração com as plataformas digitais prejudicou o potencial interativo da iniciativa. Ainda assim a atividade gerou grande engajamento dos alunos, o que sugere um possível modelo para realização de disciplinas dentro da Universidade em parceria com outras instituições, públicas ou privadas, que articulem atividades de pesquisa e extensão com o objetivo de produzir resultados acessíveis à comunidade em geral.

Os produtos realizados foram apresentados em audiência pública da TV Pernambuco na cidade de Caruaru em 28 de agosto de 2019. Em julho deste mesmo ano, o projeto venceu o prêmio regional da Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação (EXPOCOM Nordeste), realizada em São Luís do Maranhão, na categoria produção multimídia, concorrendo com escolas de comunicação de todos os estados do Nordeste.

Para a EPC/TVPE foi uma demonstração de que a mesma não é apenas uma transmissora pública de televisão. Trata-se de uma empresa pública de comunicação que deve estar atenta e em contato constante com a comunidade a qual representa. Sendo assim, a participação da população a partir das entrevistas e realização feita pelos alunos estimula a representação regional feita pelos seus próprios cidadãos. A partir de um projeto transmidiático pode-se transbordar as fronteiras do que denominamos televisão para outros meios de comunicação. A estrutura de um projeto transmidiático permite que os cidadãos possam entrar em contato com o conteúdo midiático a partir de múltiplas plataformas e podem explorar livremente seus conteúdos em diversos níveis de profundidade e que possuem características narrativas diferentes em cada meio de comunicação.

Espera-se, com este projeto, projetos, atendendo ao edital, ter contribuído para integração entre os canais públicos da TVPE, o portal da EPC na Internet - em fase desenvolvimento - e a produção independente de conteúdo, com vistas à estruturação de novas iniciativas e negócios no estado.

REFERÊNCIAS

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. **Anais do XXIII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação)**. Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém (PA), 2014.

_____; FIGUEIRÔA, Alexandre. Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 17-59.

_____; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecilia; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 19-60.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008. 428p.

LEI de acesso à informação. **EPC - EMPRESA Pernambucana de Comunicação**. Disponível em: <<https://bit.ly/2UVN27P>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

PASCOAL, João Victor. Caruaru, a cidade mais cantada "em linha reta" do mundo. **Diário de Pernambuco**, Curiosamente, sem ano. Disponível em: <<http://curiosamente.diariodepernambuco.com.br/project/caruaru-cidade-mais-cantada-em-linha-reta-do-mundo/>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2015.