



Práticas comunicacionais no Peitaço da Composição Regional e a constituição de uma comunidade criativa: um relato de experiência

Matheus Bernardes Paim Lalis Luciana Menezes Carvalho

Resumo:

o presente trabalho é um relato de experiência da pesquisa realizada durante o Mestrado em Comunicação e Indústria Criativa, que analisou o Peitaço da Composição Regional, um festival criado por mulheres artistas da música regional gaúcha, com o objetivo de promover a criatividade e aumentar a participação de compositoras. O estudo investigou como a comunicação desempenha um papel na formação de uma comunidade criativa nesse movimento. Os objetivos incluíram a introdução do conceito de Comunidade Criativa na Indústria Criativa, o mapeamento das fases da música regional gaúcha, a identificação do impacto do primeiro Peitaço na promoção da criatividade e a análise das percepções das participantes do Peitaço como uma comunidade criativa. Os resultados revelaram que o Peitaço da Composição Regional proporcionou um ambiente que encorajou as mulheres a comporem, graças à comunicação e aos laços formados entre as participantes, que compartilham interesses e objetivos semelhantes. O estudo considera o Peitaço uma comunidade criativa, na qual a comunicação desempenha um papel crucial na promoção da criatividade e na resolução de um problema compartilhado: a escassa presença de mulheres compositoras na música gaúcha. Isso é alcançado por meio de processos comunicacionais que resultam na geração de produtos ou soluções criativas.

Palavras-chave: Comunicação; Comunidade Criativa; Indústria Criativa; Música Regional Gaúcha; Peitaço da Composição Regional...





Introdução

A Indústria Criativa é um campo que abrange diversas áreas do conhecimento e, como consequência, possibilita a ligação de diversos campos de estudo e objetos em seu escopo. Ao buscar seu entendimento pelo viés da comunicação, ela pode se dar por meio de teorias, objetos e processos comunicacionais.

É justamente nessa busca pelo entendimento de processos comunicacionais que o presente trabalho surgiu. O relato de experiência aqui trazido sintetiza a dissertação "Uma querência entre acordes: práticas comunicacionais no peitaço da composição regional e a constituição de uma comunidade criativa" desenvolvida para o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPCCIC), o qual se dedica a investigar a relação entre comunicação e indústria criativa. Este trabalho é uma extensão do projeto iniciado na primeira etapa do PPCCIC, que resultou na produção de um webdocumentário chamado 'Desgarrados quatro décadas da canção'. O webdocumentário explorou o modo como uma composição musical impactou a Indústria Criativa ao longo de sua história, desde o seu lançamento até 2021, ano em que completou 40 anos de lançamento.

Nesta segunda fase do mestrado, o foco da pesquisa aqui relatada se voltou para entender como a composição de música regional pode influenciar a Indústria Criativa. Mais especificamente, o trabalho abordou um movimento dedicado à composição de música regional, explorando o papel criativo desempenhado por um grupo de indivíduos que se unem para promover um ambiente favorável à criatividade e à produção musical, e as contribuições desse movimento para a Indústria Criativa.

Assim, o trabalho trouxe como objeto de estudo o Peitaço da Composição Regional, um evento concebido em 2019 por e para mulheres atuantes no cenário artístico-musical gaúcho. O movimento foi considerado

pelo estudo como uma comunidade ondeos membros participam ativamente do processo criativo, compartilhando ideias semelhantes e estimulando a criatividade, de troca de experiência entre as participantes, relacionado ao conceito de Comunidade Criativa. Essas comunidades são uniões caracterizadas por membros que participam ativamente do processo criativo, reunindo--se em um ambiente onde compartilham concepções semelhantes, o que, por sua vez. estimula a criatividade. A criatividade. em essência, é direcionada para desafiar os modelos de pensamento e execução existentes, muitas vezes resultando em rupturas intencionais ou não, que contribuem para mudanças sistêmicas efetivas (MERONI, 2007: MANZINI, 2008).

A pesquisa se enquadra na linha de pesquisa do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa, que trata a Comunicação como Indústria Criativa, concebendo a atividade comunicacional como uma indústria criativa em si, e sua ênfase está na música regional gaúcha.

A relevância deste estudo reside na combinação de conceitos distintos, porém interconectados, que ampliam o escopo criativo no contexto da música, destacando a música regional gaúcha. A pesquisa buscou inovação em dois aspectos: (a) ao explorar a relação entre o conceito de Comunidade Criativa e a Indústria Criativa; (b) ao investigar um movimento até então pouco estudado na área, que coloca as mulheres em uma indústria historicamente dominada por homens.

A dissertação teve como objetivo geral a compreensão de como a comunicação contribui para a formação de uma comunidade criativa no contexto do movimento Peitaço da Composição Regional. Os objetivos específicos foram delimitados para apresentar o conceito de Comunidade Criativa para a área da Indústria Criativa, mapear as fases da música regional gaúcha e a participação das mulheres nesse





cenário, identificar de que maneira o ambiente criado pelo Peitaço promove a criatividade e analisar as percepções das integrantes do movimento em relação ao seu papel enquanto comunidade criativa.

Metodologia

O trabalho adotou uma abordagem pragmatista (FRANÇA, 2016) para explorar o impacto do "Peitaço da Composição Regional" na Indústria Criativa da música gaúcha e sua possível configuração como uma Comunidade Criativa. A metodologia seguiu uma abordagem qualitativa (GIL, 2008; FLICK, 2009), utilizando a triangulação de técnicas metodológicas que envolveu pesquisa bibliográfica, documental, questionários e entrevistas.

A pesquisa começou com uma extensa pesquisa bibliográfica, fornecendo uma base teórica abrangente sobre os conceitos relevantes, como Economia e Indústria Criativa, e a relação entre Comunicação e Indústria Criativa. Documentos, textos, imagens e vídeos relacionados ao "Peitaço da Composição Regional" foram coletados para apoiar a análise.

O estudo foi dividido em seis capítulos, abordando a problemática da pesquisa, objetivos e a delimitação do objeto empírico. Os capítulos subsequentes exploraram conceitos de Comunidade Criativa, a música regional gaúcha como Indústria Criativa e ainda, o processo histórico-social de inclusão e participação das mulheres na música gaúcha, sua representação, visibilidade e objetificação. A metodologia foi detalhada, incluindo a aplicação de questionários e entrevistas.

Os questionários foram usados para entender o impacto do evento "Peitaço da Composição Regional" na criatividade musical e nas parcerias na indústria musical gaúcha. Ao todo, foram enviados questionários a 35 participantes da primeira edição do evento, com 15 respostas recebidas.

As entrevistas, realizadas com dez participantes selecionadas com base em critérios como faixa etária e envolvimento na área cultural ou na música regional gaúcha, exploraram a dinâmica comunicacional no movimento e a percepção das integrantes sobre seu papel como uma Comunidade Criativa. As entrevistas foram conduzidas online, totalizando cerca de seis horas de gravação, transcritas e organizadas em apêndices para uso em futuras pesquisas.

As técnicas de pesquisa bibliográfica e documental proporcionaram a compreensão teórica, enquanto os questionários e entrevistas foram utilizados para coletar dados e informações sobre o objeto de pesquisa. A metodologia permitiu a análise e observação dos dados coletados, buscando compreender o impacto do evento e a dinâmica da Comunidade Criativa.

Ao longo do trabalho, houve a necessidade de ajustar a questão problema para uma abordagem mais apropriada da dimensão comunicacional relacionada ao objeto de pesquisa. Como resultado desse ajuste, a utilização dos questionários, que já haviam sido enviados, foi realocada para uma finalidade mais específica, não mais como o cerne do estudo, mas como uma fonte de esclarecimento destinada a responder a um objetivo específico. A partir dessa adaptação, a metodologia foi projetada para abordar os cinco aspectos de constituição de uma comunidade, conforme proposto por Palácios (2001).

O autor destaca a importância do sentimento de pertencimento na definição de uma comunidade na atualidade, destacando aspectos essenciais: (1) o sentimento de pertencimento, (2) o sentimento de comunidade, (3) a permanência em contraposição à efemeridade, (4) à territorialidade, seja real ou simbólica, e (5) uma forma específica de comunicação entre os membros por meio de veículos próprios. Para Palácios (2001) o sentimento de pertencimento pode existir independentemente da localização





física, permitindo que as relações presenciais e à distância coexistam, com o sentimento de pertencimento sendo um elemento comum a ambas as formas.

As técnicas de pesquisa bibliográfica, documental, questionários e entrevistas foram empregadas para coletar dados e informações, e os resultados foram analisados com o objetivo de compreender o papel da comunicação na Comunidade Criativa e seu impacto na Indústria Criativa. Para embasar a discussão proposta o trabalhou usou o estudo de autores como Amado e Veloso (2011); Bendassolli (2009); Castells (1999); Depiné (2019); Faustino (2018); Feil e Guindani (2018): Feitosa e Belochio (2018): Ferreira (2021); Flick (2009); Florida (2011); França (2016); Gil (2008); Manzini (2008); Meroni (2007); Palácios (2001); Peruzzolo (2012); Peruzzo (2009); Recuero (2005); Relatório (2010); Yamamoto (2014).

Resultado e discussão

A discussão aqui trazida é fruto do desenvolvimento e execução do trabalho apresentado. Os resultados deste estudo foram obtidos pela execução da metodologia aliada aos propósitos do estudo. Esses resultados, quando relacionados aos objetivos e ao problema de pesquisa, ajudam a responder à pergunta central: "Como a Comunicação pode contribuir na constituição de uma comunidade criativa como o Movimento Peitaço da Composição Regional?"

No que diz respeito à relação do conceito de Comunidade Criativa com a área da Indústria Criativa, ficou claro que os conceitos se relacionam diretamente, já que ambos estão centrados na criatividade. Comunidades criativas se formam com o propósito de inovar socialmente e promover novas formas de ação, muitas vezes desafiando modelos tradicionais. Isso envolve a resolução de problemas e a criação de oportunidades por meio da colaboração entre indivíduos de grupos sociais semelhantes. Dentro da Indústria Criativa, a cria-

tividade é o elemento central, gerando produtos e serviços com conteúdo criativo e valor econômico. Portanto, ao trazer o conceito de Comunidade Criativa para a área da Indústria Criativa, ampliamos a compreensão dos processos criativos em ambas as áreas e promovemos a criatividade no contexto acadêmico, humano e social. A união dessas áreas também enriquece o campo da Indústria Criativa, introduzindo novos conceitos e perspectivas, e possibilitando a fusão de resultados provenientes do uso da criatividade em ambas as esferas da Economia Criativa.

A pesquisa mapeou as diferentes fases da música regional gaúcha, evidenciando a evolução da participação das mulheres nesse cenário. Ficou claro que o gênero musical foi moldado por conceitos do século XIX relacionados a um gaúcho herói em uma sociedade patriarcal. Essa origem influenciou a representação das mulheres na música regional gaúcha, muitas vezes retratadas pela visão masculina, o que as relegou a papéis passivos e submissos. No entanto, ao longo do tempo, as mulheres conquistaram um espaço crescente na composição e na interpretação, refletindo os movimentos que questionaram a representação tradicional. Esse mapeamento é essencial para compreender o contexto em que o Movimento Peitaço da Composição Regional se insere, já que a problemática levantada pelo movimento é uma resposta a essas representações historicamente dominantes.

Os questionários revelaram que o evento estimula a criatividade ao proporcionar um ambiente diversificado e inclusivo, que permite a expressão do feminino de forma livre e sem julgamentos externos. Isso levou mulheres que nunca haviam composto antes a explorar sua criatividade, fortalecendo sua concentração, sua liberdade e sua capacidade criativa. Além disso, o evento resultou na formação de novas compositoras, parcerias profissionais e na promoção de reflexões sobre a composição, fortalecendo o papel das mulheres no





cenário da música regional gaúcha.

As entrevistas demonstraram a existência de um profundo sentimento de pertencimento ao movimento, associado à cultura, ao território do Rio Grande do Sul, ao feminino e à música gaúcha. Os cinco aspectos essenciais para a formação de uma comunidade, conforme propostos por Palácios (2001), foram identificados nas relações entre as participantes. A comunidade criativa se baseia em afetos e relações profissionais formadas durante a participação no Peitaço, além do desejo de continuidade e da construção de um território tanto físico quanto online. Esse sentimento de comunidade está fortemente ligado à causa compartilhada pelo grupo: combater a sub-representação de mulheres compositoras na música regional gaúcha.

Os resultados aqui apresentados não apenas evidenciam, mas também discutem e problematizam a importância da comunicação como um fator crucial na constituição de uma comunidade criativa, representada pelo Movimento Peitaço da Composição Regional. A comunicação como Indústria Criativa desempenha um papel central na promoção da criatividade, na resolução de problemas e na geração de oportunidades, fortalecendo o campo da Indústria Criativa.

Portanto, a comunicação não é apenas um meio, mas um potencializador criativo que sustenta o desenvolvimento econômico e social. A comunicação desempenha um papel vital na formação da comunidade criativa do Movimento Peitaço da Composição Regional, potencializando a criatividade e promovendo a colaboração entre suas integrantes. Essa contribuição é essencial para a criação de produtos e processos inovadores no âmbito da Indústria Criativa, demonstrando que a criatividade é um processo social e colaborativo. A comunicação digital tem um papel significativo na manutenção desse ambiente de estímulo criativo, ultrapassando barreiras geográficas e culturais.

Conlusões

Na dissertação, foi realizado um estudo na interseção da Comunicação e da Indústria Criativa, com foco na formação de uma Comunidade Criativa. A pesquisa explorou o movimento "Peitaço da Composição Regional", um grupo de mulheres unidas pela composição musical. Seu objetivo geral foi compreender como a comunicação contribui para a formação de uma Comunidade Criativa, com objetivos específicos, incluindo a relação do conceito de Comunidade Criativa com a Indústria Criativa, o mapeamento das fases da música regional gaúcha, a análise da influência das mulheres nesse movimento, e a identificação de como o ambiente do Peitaço promove a criatividade. A abordagem pragmática foi empregada para explorar essa questão, utilizando tanto abordagens teóricas quanto metodológicas.

A dissertação colocou o contexto da Comu nicação como Indústria Criativa, destacando a conexão entre Economia e Indústria Criativa, com a criatividade como insumo principal. A pesquisa enfatizou a importância da comunicação na formação de uma Comunidade Criativa, utilizando plataformas digitais para unir um grupo de pessoas ao abordar os conceitos de Comunidade, Comunidade Criativa e classe criativa, destacando como a comunicação online pode criar e manter vínculos entre pessoas. As comunidades criativas são formadas por indivíduos com objetivos comuns e a criatividade é potencializada em ambientes com alta tolerância social e redes de confiança.

A pesquisa, também, explorou a música como veículo de comunicação, evidenciando que seu significado varia de acordo com o local e o tempo. O capítulo destacou a presença das mulheres na música regional gaúcha ao longo do tempo, apesar das limitações impostas pela sociedade patriarcal. A pesquisa revelou que o Peitaço da Composição Regional pode ser considerado uma Comunidade Criativa





bem-sucedida, usando a criatividade para abordar a presença escassa de mulheres compositoras na música gaúcha. O desempenho da comunicação teve um papel central na formação desta comunidade, promovendo a união e organização do grupo.

Em resumo, o trabalho aqui descrito contribuiu para o entendimento da comunicação como promotora de Comunidades Criativas, impulsionando a criatividade e a Indústria Criativa. Ela enfatiza a importância de pesquisar a Comunidade Criativa no contexto da Indústria Criativa, enriquecendo ambas as áreas. Além disso, destacou o papel das mulheres na música regional gaúcha e ressaltou o potencial do Peitaço em fomentar a música gaúcha e a economia criativa.

Essa dissertação se soma ao conhecimento existente e tem o objetivo de também orientar futuras pesquisas nesses campos, destacando o valor da comunicação na formação de Comunidades Criativas e na promoção da criatividade. Por meio dela, a comunicação revela-se como uma força motriz na interconexão de diversas áreas e inovações.

Referências

AMADO, Pedro; VELOSO, Ana Isabel. **O Papel das Comunidades Criativas Online:** a Alteração da Relação entre Produtores, Consumidores e Agentes das Indústrias Criativas. In: VII Congresso SOPCOM, Universidade do Porto, 2011. Disponível em: <> Acesso em: 28/10/2022.

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. RAE, São Paulo, v. 49, n. 1., jan/mar 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/kvm4rNb-fpXGNmfDSknxVBSP/?format=pdf&lang=pt>

CASTELLS, M. **O poder da identidade.** A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, v.2, 1999.

DEPINÉ, Ágatha. "A classe criativa como novo vetor do desenvolvimento econômico urbano e regional". VIA Revista, publicação institucional do grupo de pesquisa em Habitats de Inovação e Empreendedorismo VIA Estação Conhecimento, da Universidade Federal de Santa Catarina, 2019.

Desgarrados - **Quatro Décadas da Canção**. Diretor: Matheus Bernardes. Produção: Matheus Bernardes. Porto Alegre: Rec Neles, 2021. Disponível em: <> Acesso em: 19/01/2023">https://www.youtube.com/watch?-v=MU5smHuzBhQ&t=11s>> Acesso em: 19/01/2023.

FAUSTINO, Paulo. Origens, **Desenvolvimento e Abordagens nas Indústrias Criativas e Culturais.** 2018. Disponível em: <https://ler.le-tras.up.pt/uploads/ficheiros/16391.pdf> Acesso em: 01/07/2022.

FEIL, Gabriel Sausen; GUINDANI, Joel Felipe. Comunicação como e comunicação para a indústria criativa. In: GUINDANI, Joel Felipe; SILVA, Marcela Guimarães (Orgs.). Comunicação e indústria criativa: políticas, teorias e estratégias. Jaguarão, CLAEC, 2018.

FEITOSA, Sara Alves; BELOCHIO, Vivian de Carvalho. Quatro relações entre Comunicação e Indústria Criativa. In: GUINDANI, Joel Felipe; SILVA, Marcela Guimarães (Orgs.). Comunicação e indústria criativa: políticas, teorias e estratégias. Jaguarão, CLAEC, 2018.

FERREIRA, Clarissa. **Gauchismo Líquido**: reflexões contemporâneas sobre a Cultura do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS: Editora Coragem, 2021.

FLICK, Uwe. Introdução à pesquisa qualitativa / Uwe Fiick; tradução Joice Elias Costa. — 3. ed. - Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANÇA, Vera Veiga. **Paradigmas da Comunica**ção: conhecer o quê?





GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade:** comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. 2008. Disponível em: https://instrumentosprojetuais.files.wordpress.com/2019/02/design-para-inovaccca7acc83o-e-sustentabilidade_manzini.pdf >> Acesso em: 22/04/2022

LALIS, Matheus Bernardes Paim. **Uma querência entre acordes:** práticas comunicacionais no peitaço da composição regional e a constituição de uma comunidade criativa. 2023. 215 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2023. Disponível em: <https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/riu/8329/3/Matheus%20Bernardes%20Paim%20Lalis%202023.pdf Acesso em: 29/10/2023

MERONI, **A. Creative Communities:** People inventing sustainable way sof living. Milano: Edizioni Polidesign, 2007. Disponível em: << https://www.academia.edu/877752/Creative_-C o m m u n i t i e s _ P e o - ple_inventing_sustainable_ways_of_living>> Acesso em: 22/04/2022.

PALÁCIOS, M. **O medo do vazio:** comunicação, socialidade e novas tribos. In: RUBIM, A. A. (Org.). Idade mídia. Salvador: UFBA, 2001.

PERUZZOLO, Adair Caetano . **Comunicação e cultura:** implicações epistemológicas. Revista Multiplicidade | ISSN 2179-8753 | Volume II | Ano I | Março 2012 | Bauru - SP 41-55. Disponível em: << https://revistas.fibbauru.br/multiplicidadefib/article/download/51/35/66. >> Acesso em: 06/01/2023.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e

e diferença. Líbero – São Paulo – v. 12, n. 24, p. 139-152, dez. de 2009. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uplo-a d s / 2 0 1 4 / 0 5 / C o n - ceitos-de-comunidade-local-e-regi%C3%A3o.pd f>> Acesso em: 24/09/2022

RECUERO, Raquel da Cunha. Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Dezembro de 2005. Disponível em: << https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/57/57>> Acesso em: 21/10/2022.

RELATÓRIO de economia criativa 2010 – economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc.; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

YAMAMOTO, Eduardo Yuji. **O conceito de comunidade na Comunicação**. Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 438-458, maio-agosto 2014. Disponível em: < h t t p s : // w w w . r e d a l y c . o r g / p d - f/4955/495551016004.pdf>> Acesso em: 23/09/2022.