

Expropriação ou possibilidade de inserção?

Modos de inserção da Cultura Popular Brasileira no conteúdo simbólico da Grande Rede: caso do programa de fim de ano da Rede Globo “Folias de Natal”

*Christiane Rocha Falcão*¹

Resumo:

O presente trabalho tem por proposta a análise do programa produzido e veiculado pela Rede Globo, como especial de fim de ano, em 2005, da apresentadora Xuxa Meneguel, intitulado “Folias de Natal”. O programa apresentado por Xuxa, contou com a participação de artistas do mean stream, desenhos animados contando as histórias dos folguedos e imagens das festas populares em várias partes do Brasil. A idéia do programa foi, declarada por seus realizadores, tratar o Natal como uma festa tipicamente brasileira, despertando para a reflexão sobre identidades culturais destoantes dos ícones como papai noel e árvores de natal. Para alguns estudiosos do Folclore, tal uso seria indevido, posto que por vezes a mídia tende a ridicularizar ou banalizar tais manifestações. Seria possível transitar entre a dita expropriação de valores culturais legítimos (sic) para um formato Mass Media e tirar como proveito pedagógico o alcance de tais acontecimentos? A proposta deste texto se media pela defesa da possibilidade de uso de técnicas e estéticas de abordagens dinâmicas e difundidas no campo da Comunicação de Massa como veículo para o grande público chegar às legítimas manifestações populares brasileiras.

Palavras Chave: Comunicação de Massa, Cultura Popular, Grande Mídia.

Abstract:

This work has the proposal the analysis of the program produced and showed for the Rede Globo, as a end of year special, in 2005, of the presenter Xuxa Meneguel, named “Christmas´ Folias”. Many artists of the mean stream was at the show, and it has some animations and images of the folclore groups, of several parts of Brazil. The idea of the show, as his producers, was take a visiono of the Christmas in Brazil as they really is, given another idea against images of santas and christmas trees. For some studios, this show could be worst for the Popular Culture. Maybe the show is to prove that it is possible take any advantage of the Mass Media e her reach.

Key Words: Mass Communication, Popular Culture, Mass Media.

Resultados

¹ Aluna de graduação do curso de Comunicação Social com Habilitação em Radialismo pela Universidade Federal de Sergipe. Realiza pesquisas independentes em torno da Cultura Negra Rural no estado de Sergipe e inicia estudos a cerca da inserção de ícones da Cultura Popular nos meios de comunicação de massa.

Como parte da pesquisa a cerca de linguagens midiáticas para abordagem de manifestações populares, a análise de tal programa foi um exemplo bem sucedido de demonstração de veiculação em grandes mídias de dados culturais brasileiros como um todo. Segregar as informações culturais populares dos meios de comunicação de massa é permitir que esses as abordem de forma indevida, depreciando e desvalorizando seus reais significados.

Tal análise seria um primeiro passo ao estudo da folkmídia, que se preocupa em estudar a relação de valores culturais populares com a Mass Media:

“(...) campo que se propõe a investigar a presença de elementos da cultura popular pela mídia de massa e analisar a maneira como são utilizados”
(D’Almeida, 2004)

A pesquisa científica merece por ora ser interpretada para a grande população. Porque deixar trancadas nas bibliotecas as monografias, artigos e outros textos sobre as expressões do povo brasileiro? A utilização bem guiada da técnica em suportes tecnológicos pode ser uma via de popularização dos conteúdos que os pesquisadores em Folclore tanto têm apreço e que se colocam unicamente como ícones atingíveis apenas pela leitura dos textos de difícil acesso ou a ida às comunidades onde residem as tradições, atividade nem sempre possível.

Presenciar e identificar as violações aos significados simbólicos dos folguedos também se tornou uma ferramenta e estímulo para tal trabalho. Em inúmeras vezes, pode-se assistir a gravações ao vivo ou via televisão a coberturas mal estruturadas e deturpadas sobre manifestações populares. Dominar noções da técnica televisiva e ter uma pesquisa embasada são caminhos interessantes para a popularização de conceitos culturais populares.

Metodologia

Na análise do programa, foram adotados três pontos de vista principais, tendo os três em comum o fato de dialogarem dentro do universo da Folkcomunicação. A postura firme de Roberto Benjamim a respeito do processo de expropriação, é um dos lastros em que os questionamentos a cerca do posicionamento de apresentação do conteúdo simbólico

dos folguedos pode ser abordado, posto que das cadeiras de comunicação entendemos essa necessidade de problematização. Seria esse um caso de expropriação da Cultura Popular? Roberto Benjamin, em comunicação apresentada e registrada no XXVIII Encontro Cultural de Laranjeiras², discorreu sobre a expropriação como “incorporação dos fatos culturais populares à cultura de massa”. Ainda, “(com sentido de) exploração econômica predatória.”³

De um outro ponto, Trigueiro e D’Almeida colocam a possibilidade de utilização dos meios de comunicação como fontes de disseminação responsável da Cultura Popular:

“Vivemos num mundo de coexistência entre as culturas tradicionais e modernas. A modernização não vem para acabar com o folclore e a cultura popular por ser até mesmo uma de suas estratégias. A incorporação de bens simbólicos modernos nas festas tradicionais não elimina a cultura folk, mas, a transforma e insere no mercado de consumo dos meios de comunicação de massa” (Trigueiro, 1998, p.7)

Não de uma forma inocente, mas consciente daquilo que a Mass Media possui e infelizmente as nossas manifestações ainda não possuem, que é alta visibilidade. O estudo avançado sobre essa relação, além de um estudo do que é a projeção imagética televisiva para o público se faz necessário:

“Para compreender a influência que os Meios de Comunicação de Massa têm sobre os produtores da cultura popular e do folclore, é necessário, em primeiro lugar, conhecer o processo de recepção dos telespectadores que moram nas áreas rurais, nas periferias dos grandes centros e nas cidades interioranas deste país e em especial do Nordeste” (Trigueiro, 1998, p.2)

Ainda:

“A indústria cultural constrói suas bases estruturadas naquilo que chamamos de ‘está na alma do povo’, no mundo dualista do trabalho e do não trabalho, do profano e do sagrado e dos ritos de passagem” (Trigueiro, 1998, p.6)

Análise

² Encontro Cultural de Laranjeiras

³ Roberto Benjamin, 2002.

Com direção geral de Fabrício Mamberti, o programa “Folias de Natal” foi ao ar no dia 24 de dezembro de 2005, com uma hora de duração mais intervalos, como parte das comemorações de fim de ano da Rede Globo. Dividido em cinco blocos, cada um deles trouxe uma contação de histórias narradas pelo ator Caco Ciocler coberta por animações configuradas como Arte Naif, como desenhos infantis. As histórias contadas diziam respeito à origem dos folguedos. Após a contação de suas histórias, eram veiculadas imagens de grupos dos folguedos, e ainda, no fim de cada bloco acontecia a apresentação de um artista da música. Foram respectivamente, Elba embala o público com “Haja festa”, Milton Nascimento canta “Calix Bento”, Carlinhos Brown toca e canta “Mary Cristo” e Pedro Luis e a Parede apresenta a música “Ciranda do Mundo”, além do bloco final em que todos se juntam a Xuxa para apresentar a música “Natal no Brasil”, de Márcio Lomiranda e Vanessa Alves.

Em entrevista ao site ÁreaVip.com.br, o diretor, Fabrício Mamberti, fala da intenção do projeto como difusor da figura natalina mais propriamente brasileira:

“O especial é uma verdadeira homenagem à cultura brasileira. ... A idéia principal é levar um pouco do Brasil para a casa de cada um dos telespectadores. Esse foi um ano fantástico e poder mostrar a nossa cultura para todos encerra com chave de ouro o ano de 2005. ... Com uma base investigativa da cultura brasileira e com uma pesquisa das músicas folclóricas, começamos a pensar o programa. Para a animação, usamos Arte Naif, com a narração de Xuxa e de Caco Ciocler”.

Os objetos cênicos, sob a tutela da cenógrafa Cris De Lamare, fizeram uma referência ao palco do Teatro Villa Lobos, e o ar de classicismo foi respaldado ainda mais pela adoção de uma iluminação clássica, própria de teatro, como também explicou em entrevistas ao site ÁreaVip.com.br o diretor Fabrício Mamberti.

Toda a pesquisa realizada pela equipe trouxe informações responsáveis sobre as manifestações juntamente com a dinamicidade conferida pela direção nortearam o programa para o tão aclamado “Padrão Globo de Qualidade”, posto que por inúmeras vezes podemos assistir a matérias e vídeos a respeito de Cultura Popular nas Grandes Redes em que, principalmente, as manifestações populares nordestinas são mal cobertas e simulam a chatice e o tédio no espectador. Como exemplo, podemos citar as coberturas realizadas dos festivais e encontros populares em nosso Estado de Sergipe, em que de posse da câmera e

do direito de palavra, a mídia retrata as manifestações como meros “souvenirs” aos turistas, e ao falso discurso de promoção de identidade cultural local⁴.

O desenvolvimento do campo de estudos da Folckmídia⁵ pressupõe um trabalho de pesquisa apurado no sentido de entender e talvez propor formas de utilização das mídias de massa como meios de escoamento de informações simbólicas da Cultura Popular Brasileira. Citando Edson Carneiro:

“Torna-se necessário um esforço maior, tanto no plano individual, como coletivo, para reintegrar e valorizar o folclore na vida cotidiana. Por que prender o folclore na camisa-de-força de uma rígida, mas pretensa autenticidade - pretensa por equivaler à imutabilidade - que o violenta, que o amarra, que o junge a concepções ultrapassadas? (...) devemos alimentar um realismo, um senso de oportunidade, uma audácia capazes de assegurar ao folclore, no mesmo ritmo das transformações sociais que se operam no Brasil, uma posição permanente nos sentimentos, nas atitudes, nas preocupações de todos os brasileiros. Pouco temos tentado, e quando tentamos pouco temos conseguido, no referente à utilização do rádio e da televisão na divulgação do folclore. Ou seja, por preconceito, por incúria ou por incompreensão nossos, deixamos de aliar permanentemente ao nosso esforço os meios mais importantes de nosso tempo” (Carneiro, 1977, p.183, In D’Almeida, 2004)

Conjugar estética e técnica com engajamento cultural é transitar entre as novas tendências de entretenimento e informação do mundo moderno, levando consigo tradições e Arte popular do povo brasileiro em pluralidade.

A Arte Popular como objeto da Comunicação está presente em âmbitos diferentes, como por exemplo, na Comunicação Institucional. O Marketing tem se apropriado de valores estéticos da Arte Popular e Erudita também a fim de alcançar uma ampla faixa de público, posto que a Arte proporciona níveis variados de apreensão das mensagens a serem veiculadas, e ainda angaria credibilidade junto à sociedade.

As folias natalinas são basicamente: Chegança, Marujada ou Fandango que são representações dos tempos das grandes navegações, guerras entre cristãos e mouros. O folguedo é bailado quando da chegada de uma representação de barco em que se têm

⁴ A própria afiliada da Rede Globo em Sergipe, TV Sergipe, realiza constantemente coberturas sobre manifestações populares do Estado sem pesquisa e cuidado, de modo a destoar as informações dadas das reais significações dos fenômenos culturais, a exemplo do “Festival de Artes de São Cristóvão”, em dezembro de 2005, em que o grupo Caceteiras de Seu Rindú foi identificado como Reisado.

⁵ Ver Joseph Luyten, texto Folkmídia, nova acepção da palavra.

cordas, cenário da “ópera popular”, posto que é quase que totalmente cantada na maioria das localidades em que é encenada. Em partes do Brasil, como no município de Laranjeiras, a Chegança é encenada nas festas de Bom Jesus de Navegantes, geralmente no mês de março, por conta das correntes marítimas e do alto nível dos mares. O reisado é manifestação mais típica do Natal, posto que diz respeito à visita de pastores e dos reis ao menino Jesus. No Brasil a manifestação ganhou a figura do Mateus, o palhaço popular. As congadas eram grandes festas em que os escravos elaboravam junto com a coroação de seus “reis do Congo” manifestações do catolicismo popular inserido pelos jesuítas quando de seu encontro em terras do Brasil. As congadas deram origem ao que hoje se conhece em separado por Taieiras, Cacumbis e outros folguedos mais localizados. Além destes têm ainda Bumba-meu-boi e Pastoris. Como o trabalho não intenta focar tais manifestações, vamos nos ater a citá-los:

“No sul tem Fandango, Marujadas ou Cheganças. Lá no norte a comemoração fica por conta das Folias de Reis. Mas a festa natalina também pode ter outros nomes, seja o Reisado, as Congadas, o Bumba-meu-boi e os Autos de Natal. Apesar de receberem títulos diversos, essas comemorações têm algo em comum: todas têm uma história, danças, cores e músicas que as definem.”⁶

A presença de Xuxa no programa é ofuscada em partes pelas apresentações dos grupos, que têm imagens gravadas em suas localidades editadas à apresentação de Xuxa no estúdio, além das animações e shows dos artistas. A imagem de “rainha” é ainda ostentada, podendo-se dizer que em dados momentos existe um choque entre o exibicionismo cotidiano da apresentadora e a simplicidade das imagens dos grupos. Apesar de tal choque, a utilização de uma figura de credibilidade midiática como Xuxa desdobra uma atenção às festas populares espontânea, posto que ao assistir ao “programa da Xuxa” a maioria dos espectadores invariavelmente entra em contato com novas informações sobre a Cultura Popular.

A presença dos artistas também vale ser analisada pelo fato de não representarem artistas tão comerciais. São artistas conhecidos do grande público, mas que trazem em si a

⁶ Apresentação do Release do programa

pesquisa musical e referências populares muito marcantes. Sua presença também serve de atrativa para o grande público assistir ao programa.

A discussão sobre expropriação pode ser respaldada pelo fato do programa ter sido televisivo, meio que por vezes é tido como instrumento de degradação cultural e alienação. Partilhando das idéias de Arlindo Machado (2000), podemos considerar que também no meio televisivo pode-se ter acesso a informações realmente construtivas, como nesse caso. Temos que nos atentar para o fato de que por 50 anos a televisão permaneceu um veículo de massa, feito por aqueles, nós comunicadores, que bem ou mal nos fartamos por “decidir” o que o povo deve ou quer ver. Romper com tal perspectiva de forma abrupta não seria uma atitude sensata, posto que para a instauração de uma situação cultural baseada na diversidade teríamos que aprender o ofício técnico, a linguagem, e até normas físicas e sociais que permeiam a atenção do público.

Ficha Técnica do programa:

Direção Geral - Fabrício Mamberti

Direção de Núcleo - Jorge Fernando

Fotografia - Sérgio Marini

Cenografia - Cris De Lamare, Ulisses Cruz

Texto - Flávio de Souza

Pesquisa - Andréa Falcão

Música - Renato Borgheti e grupo Uakiti

Narração - Caco Ciocler e Xuxa Meneguel

Apresentação - Xuxa Meneguel

Artistas Convidados - Elba Ramalho, Milton Nascimento, Carlinhos Brown e Pedro Luis e a Parede.

Grupos Folclóricos:

Chegança de Barra de Cunhaú – RN

Fandango do Pontal – AL

Terno dos Temerosos – MG

Grupo de Marujos de Montes Claros – MG

Boi Ceará – CE

Careta de Sebastião Chinês de Caxias – MA

Boi Pintado – PE

Boi Estrela de Ouro – PE

Cavalo Marinho da Paraíba – PB

Pastoril de Paracuru – CE

Pastoril Menino Deus – MA

Reis do Oriente – MA

Pastoril Velho Xaveco – PE

Pastoril Estrela Brilhante – PE
Pastoril Aurora de Redenção – PE
Pastoril Nossa Senhora de Fátima – CE
Pastoril Rosa Mística dos Torrões – PE
Reisado de Mestre Aldenir – CE
Guerreiro Leão Devorador – AL
Ternos de Pastorinhas Imaculada Conceição – MG
Terno dos Figueiredo – MG
Folia de Reis de São Francisco - MG
Presépios:
Horacio Rodrigues
Severino Vitalino
Maria Luiza Santos
Eduardo Santos
Cândida Santos⁷

Conclusão

Existe uma possível forma de diálogo entre as tecnologias de comunicação de massa e as manifestações populares do Brasil. Colocar em prol da disseminação da real Cultura Popular os aparatos técnicos e o cuidado estético digno do “Padrão Globo de Qualidade”. Combater as novas e fortes tecnologias seria um engano, quando da oportunidade de fazer ferramenta da Comunicação Social as diversas informações e quem sabe sistema de apreensão e veiculação populares.

Ao nos atermos a criticar de longe nossos meios de comunicação, contribuímos para a exclusão dos valores culturais brasileiros das pautas ou das atenções ideais. Infiltrar no meio jornalístico e midiático em geral a idéia da conjugação da pesquisa com o ofício representa caminhar para a redefinição dos meios. Nesse texto, a intenção é grande, e não há pretensões ilusórias de modificar o mundo das comunicações. Entretanto, simplesmente intenta-se a tentativa de ajudar a modificar a postura e abordagens de nossos estudiosos para com a diacronia instaurada precipitadamente entre Cultura Popular e Grandes Mídias.

Referências Bibliográficas

⁷ Informações adquiridas via lista de discussão culturabrasil.

BRANCO, Samantha Castelo. *A malhação do Judas na imprensa paulista*. Paper apresentado no IV Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação (ALAIC/98), no GT Folkcomunicação, coordenado pelo Prof. Dr. Roberto Benjamim.

D'ALMEIDA, Alfredo Dias. *A folkmídia: a mediação da Cultura Popular pelos meios de comunicação de massa. De Beltrão a Luytien*. In Revista Thésis. Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. Ano III, n7, 2º. semestre de 2002. p.2-6.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. *O São João de Campina Grande/PB na mídia: um estudo de Folkcomunicação*. 1998. Lido em <http://www.eca.usp.br/alaic/gt8.htm>, acessado no dia 28 de fevereiro de 2006.

BREGUEZ, Sebastião. *A mídia e Folclore - O caso do jumento*. Lido em www.breguez.jor.br, acessado no dia 01 de março de 2006.

THOMPSON, J.B. *A mídia e a modernidade*: RJ Vozes, 2001.

BENJAMIN, Roberto. *Folclore: invenção, apropriação e expropriação*. Comunicação ao XXVIII Encontro Cultural de Laranjeiras. Laranjeiras: 2002.

GEERTZ, Clifford – *A interpretação das culturas*. Editora Zahar: RJ, 1973.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. 11ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

LUYTEN, Joseph. *Folckmídia, nova acepção da palavra*. Trabalho apresentado no V Folckcom - Santos (SP) - maio de 2002 e no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2002) - Salvador (BA) DE 01 A 05 de setembro de 2002.

RAMOS, Arthur. *Folclore negro no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1935.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MONTEIRO, Mariana. *Espetáculo e devoção: Burlasco e Teologia Política nas Danças Populares Brasileiras*. Tese de Doutorado. Departamento de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2002.

CASCUDO, Luís da Câmara - *Dicionário do Folclore Brasileiro*. Rio de Janeiro: MEC, 1962.

<http://www.areavip.com.br/home/noticia.html?id=8377>

<http://www.worldxuxa.com.br/index/fotos/evento.htm>