

Mutirão Cognitivo dos Pesquisadores da Cultura Popular

LIMA, Maria Érica de Oliveira; MACIEL, Betânia; MELO, José Marques.

Território da Folkcomunicação

Natal: DECOM/UFRN, 2011.

310 p. Língua Portuguesa.

ISBN 978-85-64594-00-5 (E-book/Livro Digital)

<http://www.scribd.com/doc/55576261/Territorio-Folkcomunicacao>

Realização: Rede Folkcom, Socicom, Decom/UFRN, PPGEM/UFRN

Apoio: CCHLA/UFRN

Por Sonia Regina Soares da Cunha¹

Resumo: Desde sua concepção por Luiz Beltrão, a Folkcomunicação conquista cada vez mais os pesquisadores acadêmicos, graças à sua proposta inovadora. Recentemente, na Universidad de Buenos Aires, na Argentina, durante o X Congresso Argentino de Antropologia Social, muitos pesquisadores da América Latina apresentaram trabalhos embasados na teoria folkcomunicacional, em especial os da Universidad Austral de Chile, que já trabalham há algum tempo com o autor Roberto Benjamin. Com o objetivo de atender a esta demanda produzida pelos observadores acadêmicos, tanto do cenário latino-americano, como no Europeu, é que os organizadores José Marques de Melo, Betânia Maciel e Maria Érica de Oliveira Lima lançaram o livro digital Território da Folkcomunicação, que está disponível para download gratuito no site <http://www.scribd.com/doc/55576261/Territorio-Folkcomunicacao>. Melo, Maciel e Lima são pesquisadores reconhecidos internacionalmente pelas contribuições para o campo da comunicação; bem como se distinguem pela dedicação ao trabalho de estruturação conceitual da Folkcomunicação. Como bem definiu Melo, o livro é o resultado de um "mutirão cognitivo", produzido por trinta autores, desde veteranos estudiosos do campo folkcomunicacional: Osvaldo Trigueiro e Cristina Schmidt; como pesquisadores da vanguarda: Maria Cristina Gobbi, Betânia Maciel, Marcelo Pires de Oliveira; mas sem dúvida, todos os autores convidados são investigadores "fascinados pela riqueza de objetos e variedade de contextos entreabertos por Luiz Beltrão". Dessa forma, o

¹Sonia Regina Soares da Cunha é jornalista, especialista em Comunicação Audiovisual pelo IORTVE (Espanha) e Cinema e Vídeo pela Universidade de Derby (Reino Unido). Presidente da Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio Grande do Norte (ABD-RN). Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM/UFRN). E-mail: ginauk@gmail.com

leitor é conduzido em uma viagem pelo universo da cultura popular em três etapas, a saber: I. Território; II Margens; e III. Fronteiras.

Palavras Chaves: Comunicação de Massa, Cultura Popular, Folclore, Comunicação e Cultura

Abstract: Since the conception of the Folk Communication by Luiz Beltrão, more academic researchers are using the theory, thanks to his innovative propose. Recently, in University of Buenos Aires, in Argentina, during the X Congress of Social Antropology, several numbers of investigators from Latin America presented papers based in Folk Communication theory, in special those from University Austral of Chile, who have been working for a while with the author Roberto Benjamin. Meet this demand of the Latin-American and European academic investigators is the main goal of the organizers José Marques de Melo, Betânia Maciel e Maria Érica de Oliveira Lima when they released the e-book Território da Folkcomunicação, available to free download in the site <http://www.scribd.com/doc/55576261/Territorio-Folkcomunicacao>. Melo, Maciel and Lima are researchers recognized internationally for their contributions to the communicational field, as well they have been distinguished by their dedication to the work of conceitual structuration of Folkcommunication. As defined by Melo, Território da Folkcomunicação is a cognitive task force produced by thirty authors, since veterans from Folk Communication: Osvaldo Trigueiro and Cristina Schmidt; as well vanguard researchers: Maria Cristina Gobbi, Betânia Maciel, Marcelo Pires de Oliveira; but without any doubt all writers are investigators "fascinated by the richness of objects and variety of contexts ajar by Luiz Beltrão". In this way, the reader is conduced in one trip through the popular culture universe in three chapters: I. Território; II. Margens; and III. Fronteiras.

Keywords: Mass Communication, Popular Culture, Folklore, Communication and Culture

Na primeira parte livro Território da Folkcomunicação, no capítulo Território (I), o leitor é convidado a pensar articulações sobre as oportunidades de pesquisas sustentadas pela teoria da Folkcomunicação. Destacamos a pesquisa feita por Gobbi que resgata os marcos teóricos, suportes metodológicos, fontes embaadoras, entre outros pontos essenciais, apresentando ao leitor um denso mapeamento dos estudos folkcomunicacionais do período de 1998-2008. O artigo contribui para a "formulação de diretrizes capazes de fazer avançar o conhecimento, a interpretação e a exegese dos fenômenos da cultura popular, determinados pelos fluxos midiáticos ou por eles intermediados" (p.29).

Sabattini & Maciel compartilham um estudo sobre as lendas urbanas veiculadas em comunidades locais e pela internet, desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisa em Lendas

Urbanas da Rede Folkcom. Os autores analisam as possibilidades relacionais da transformação em fato, no espaço virtual, daquilo que surge no imaginário popular, e assim definem: "a mediação das lendas urbanas se midiatiza" (p.82).

Em seu artigo, Schmidt alerta, entre outros pontos, para que se adote a folkcomunicação não apenas como uma teoria metodológica, mas também, como postura observacional que possibilita o estudo dos grupos, que estão na periferia dos grandes processos comunicacionais. Para a autora, é importante que pesquisador folkcomunicacional atue como um militante científico, que busca compreender o objeto de estudo de forma complexa e em toda sua diversidade. Munida com este espírito, a autora oferece ao leitor uma aula sobre cultura popular, ao compartilhar o conhecimento adquirido sobre Aiuruoca, no sul de Minas Gerais.

Oliveira & Boll, revelam a folkcomunicação como uma alavanca capaz de fortalecer as comunidades populares. Câmara Neiva descreve as antecipações ao universo de Luiz Beltrão reveladas nos motivos folkcomunicacionais de Câmara Cascudo. O artigo de Trigueiro trata da Valorização dos saberes populares na pesquisa folkcomunicacional: uma experiência metodológica no âmbito da audiência televisiva. E encerrando a primeira parte do livro, Lucena escreve sobre o Folkmarketing no contexto da comunicação rural contemporânea, uma modalidade comunicacional que vem sendo adotada pela indústria massiva, nos mercados regionais, tanto pública como privada, através da apropriação do "universo simbólico das culturas populares" (p.111).

Na segunda parte de Território da Folkcomunicação, os autores convidados investigam os meios utilizados pelos grupos da periferia para transmissão de saberes, ou seja, estudos sobre aqueles que estão nas Margens (II), como o Carnaval de Olinda (LIMA; NUNES; GERBER; MEDEIROS), o Carnaval do Recife (SILVA; MENDES; LUCENA; ATAÍDE), os poetas do cordel como agente de turismo rural (MACIEL; VICENTE), o cordel no rádio (MEDEIROS), e O híbrido papangu, do sagrado ao profano, uma possível herança do bumba-meu boi (RAMOS).

Ampliando ainda mais seu estudo sobre o folkmarketing, Lucena contextualiza o conceito, na terceira parte do livro Território da Folkcomunicação: Fronteiras (III). O autor e Costa assinam um artigo onde o objeto de estudo é a "pernambucanidade" presente nas campanhas promocionais do Banco Real. A comunicação mercadológica também é tema do

artigo sobre a feira popular do bairro Alecrim, em Natal, capital do Rio Grande do Norte (LIMA; NUNES; GERBER; MEDEIROS). Woitowicz nos transporta para Santa Catarina e resgata a história de Franklin Cascaes, folclorista e pesquisador que preservou a ilha de Florianópolis, através de textos, "esculturas, desenhos, histórias de seres fantásticos e traços culturais" (p. 195). Bonito & Bonito analisam a festa folclórica Arraial Flor de Maracujá, "que reúne quadrilhas e bois-bumbás, trazendo elementos culturais portugueses, africanos e indígenas" (p.204). O "contador de histórias grapiúnas" analisado por Medeiros, introduz o tema da mídia como estratégia de sobrevivência e descreve o trabalho de um artista plástico baiano, "que se utiliza da narrativa oral para contar causos sobre Ilheus" (p.217).

"Todo folclore está carregado de narrativas e o Jornalismo Literário tem por contínuo objetivo contar histórias" (p.241), afirma Demeneck em um denso artigo, complementado por quadros explicativos e conceitos teóricos. O autor descreve o Jornalismo Literário com um "importante instrumento de materialização jornalística do aparato folk tanto em meios editoriais como eletrônicos, [...] assegurando visibilidade massiva a agentes e processo" (p.262).

A dinâmica entre a preservação e o redirecionamento das identidades do produto cultura é tema do artigo de Nascimento Neto ao investigar o consumo das bandas de forró potiguares no mercado recifense. "A análise da cultura de um povo oferece a possibilidade de discutir questões identitárias"(p.301) afirmam Fernandes & Leal, no artigo A Folkcomunicação como discurso identitário: uma leitura da "brasilidade" múltipla retratada no show Brasileirinho de Maria Bethânia. Para Fernandes & Leal a "folkcomunicação se constitui em um mecanismo de afirmação de identidades regionais", as quais permitem [...] "a construção do conceito de brasilidade" (p.306).