

Volume 12, Número 25, 2014



Revista Internacional de
FOLKCOMUNICAÇÃO



EXPEDIENTE

Revista Internacional de Folkcomunicação, Volume 12, Número 25, 1º quadrimestre de 2014.

- ISSN: 1807-4960 -

A Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF) é um periódico acadêmico da área de Folkcomunicação, com caráter interdisciplinar e publicação quadrimestral. É elaborada pela Agência de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), em parceria com o Programa de Mestrado em Jornalismo da UEPG, Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, e Centro Folkcom de Pesquisa (CFP/UEPG). A produção da RIF tem o apoio da Editora UEPG e da Fundação Araucária/SETI.

EDITORIA EXECUTIVA

Editora Executiva: Karina Janz Woitowicz

Editores: Karina Janz Woitowicz e Sérgio Luiz Gadini

Assistência Editorial: Rafaella Feola e Andressa Kikuti Dancosky

Conselho Editorial

Dr. José Marques de Melo (Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional/Universidade Metodista de São Paulo), Dr. Joseph Straubhaar (University of Texas, EUA), Dr. Alberto Pena Rodríguez (Universidad de Vigo, Espanha), Dra. Carmen Gómez Mont (Universidad Nacional Autónoma de México), Dr. Eloy Martos Nuñez (Universidad Complutense de Madrid, Espanha), Dra. Esmeralda Villegas Uribe (Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia), Dr. Carlos Felimer Del Valle Rojas (Universidad de la Frontera, Chile), Dr. Osvaldo Trigueiro (Universidade Federal da Paraíba), Dr. Vicente Castellanos (Universidad Autónoma Metropolitana, México), Dr. Rodrigo Browne Sartori (Universidad Austral de Chile), Dr. Carlos Nogueira (Universidade Nova de Lisboa), Dra. Elizabeth Bautista Flores (Universidad Autónoma Ciudad Juárez, México).

Comissão Científica

Dra. Betania Maciel (Universidade Federal Rural de Pernambuco), Dra. Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Dr. Marcelo Pires de Oliveira (Universidade Estadual de Santa Cruz), Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), Dra. Cristina Schmidt (Universidade de Mogi das Cruzes), Dr. Itamar Nobre (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), Dra. Lucimara Rett (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Dr. Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Dr. Emerson Urizzi Cervi (Universidade Federal do Paraná), Dr. Marcelo Sabbatini (Universidade Federal de Pernambuco), Dra. Paula Melani Rocha (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Renata Marcelle Lara Pimentel (Universidade Estadual de Maringá), Dr. Roberto Reis Oliveira (Universidade de Marília), Dr. Sérgio Luiz Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Suelly Maux Dias (Universidade Federal da Paraíba), Dr. Yuji Gushiken (Universidade Federal de Mato Grosso), Dra. Karina Janz Woitowicz (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Severino Alves de Lucena Filho (Universidade Federal da Paraíba/Universidade Federal Rural de Pernambuco), Dra. Eliane Penha Mergulhão Dias (Universidade Paulista), Dr. Luiz Custódio da Silva (Universidade Estadual da Paraíba).

REVISORA TÉCNICA

Revisão do inglês: Roberto Candido / Tikinet

Revisão do português: Eloiza Rodrigues / Tikinet

DESIGN GRÁFICO

Projeto Gráfico: Kevin Willian Kossar Furtado

Diagramação: Rafaella Feola

Capa: Montagem de Leonardo Carriel sobre fotos do projeto Lente Quente, do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), coordenado por Rafael Schoenherr (professor do Curso de Jornalismo, doutorando na UEPG).

EDITORÇÃO

A **Revista Internacional de Folkcomunicação** utiliza o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER), *software* desenvolvido para a construção e gestão de publicações periódicas eletrônicas, traduzido e customizado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT).

A **RIF** está indexada nas seguintes bases de dados:

IBICT/Seer

Latindex

Portal LivRe!

Portal Periódicos da CAPES

RedIberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

FICHA CATALOGRÁFICA

Revista Internacional de Folkcomunicação, Ponta Grossa, v. 12, n. 25, jan./abril. 2014. Ponta Grossa, PR: Agência de Jornalismo da UEPG, 2014.

Quadrimestral

ISSN: 1807-4960

1. Folkcomunicação
2. Cultura Popular

RIF



Centro FOLKCOM
de Pesquisa



Editora UEPG



SUMÁRIO

EDITORIAL

6

ARTIGOS/ENSAIOS

Habitus e trajetória de Luiz Beltrão de Andrade Lima:
algumas reflexões exploratórias _____ 9
Tiago Roberto Ramos

“O manifesto de todos nós”: a abordagem do folheto de Abraão Batista às
manifestações de junho de 2013 _____ 22
Gislene Carvalho

Tarde de milonga: apontamentos para uma análise
folkcomunicação do tango _____ 43
Marcelo Sabbatini
Betania Maciel

Pe. José: Do Comunicador Comunitário
ao Santo Milagreiro _____ 57
Viviam Lacerda de Souza

Gêneros e Formatos da Folkcomunicação _____ 93
Maria Cristina Gobbi

ENTREVISTA

Luís Humberto Marcos incentiva diálogos internacionais _____ 94
Ádria Siqueira

RESENHA

Memórias da cultura pela história
dos moradores do Guartelá (Tibagi/PR) _____ 106
Volney Campos dos Santos

DISCOGRAFIA

O Reino da Sobrevivência – Uma leitura do
videodocumentário *The Kingdom of Survival* _____ 110
Gabriel Ferreira Carvalho

ENSAIO FOTOGRÁFICO

Tarde de milonga

114

Marcelo Sabbatini
Betania Maciel

A woman in a vibrant, traditional costume featuring a large, ornate headdress with gold and silver feathers. She is wearing a shimmering gold dress with intricate patterns and is smiling joyfully. The background is blurred, suggesting a festive event.

RIF

Editorial

RIF Editorial

A primeira edição de 2014 da Revista Internacional de Folkcomunicação oferece aos leitores conteúdos que recuperam a contribuição dos estudos de Luiz Beltrão e analisam objetos empíricos da cultura popular. São artigos, entrevista, resenhas e ensaio fotográfico sobre aspectos da cultura e dos processos (folk)comunicacionais.

A trajetória e o legado beltraniano são apresentados nos artigos “Habitús e trajetória de Luiz Beltrão de Andrade Lima: algumas reflexões exploratórias”, de Tiago Roberto Ramos (UNIFAMMA) e “Gêneros e formatos da folkcomunicação”, de Maria Cristina Gobbi (Unesp). O primeiro apresenta aspectos biográficos de Luiz Beltrão, lançando luz sob as motivações pessoais que o conduziram aos estudos do folclore e da comunicação popular. O segundo recupera e sistematiza os marcos teóricos do autor, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, traçando sua contribuição para a pesquisa em folkcomunicação, com ênfase no estudo dos gêneros e formatos.

Os processos informais e horizontais de comunicação são trabalhados em outros dois artigos publicados nesta edição. A pesquisadora Gisele Carvalho (UFCE) analisa o folheto de cordel “O manifesto de todos nós”, sobre as manifestações populares que marcaram o mês de junho de 2013, observando os critérios de noticiabilidade do jornalismo presentes na obra do poeta Abraão Batista.

Por sua vez, o artigo “Padre José: do comunicador comunitário ao santo milagreiro”, de Viviam Lacerda de Souza (Umesp), recupera as formas de comunicação popular utilizadas pelo religioso, revelando aspectos que conferiram notoriedade ao Padre e o transformaram em milagreiro pela devoção popular.

Marcelo Sabbatini (UFPE) e Betania Maciel (UFRPE) analisam, no artigo “Tarde de milonga: apontamentos para uma análise folkcomunicacional do tango”, a presença da música no Uruguai como elemento de identidade nacional e patrimônio cultural apropriado pela indústria do turismo. O mesmo tema é também trabalhado pelos autores no ensaio fotográfico da Revista, que traz em imagens as marcas folkcomunicacionais da cultura uruguaia.

A entrevista desta edição destaca a atuação do pesquisador português Luís Humberto Marcos na realização do 1º Encontro Internacional de Folkcomunicação, que ocorreu no mês de abril na cidade do Porto. Ádria Siqueira e Luciana Garcia (UFRN) apresentam um registro do que foi o evento, abordando a perspectiva de internacionalização da teoria da folkcomunicação.

Na seção de resenhas, Volney Campos dos Santos (UEPG) analisa a obra *Os últimos dos Guartelhanos: crepúsculo de uma cultura*, de Francisco Lothar Paulo Lange (2013), destacando os aspectos tradicionais das famílias residentes no interior do Paraná e a riqueza de suas histórias. Em Discografia, Gabriel Ferreira Carvalho (SECAL/CESCAGE/UEPG) analisa o documentário *The kingdomofSurvival*, estabelecendo relações entre o jornalismo investigativo, a política e a cultura urbana.

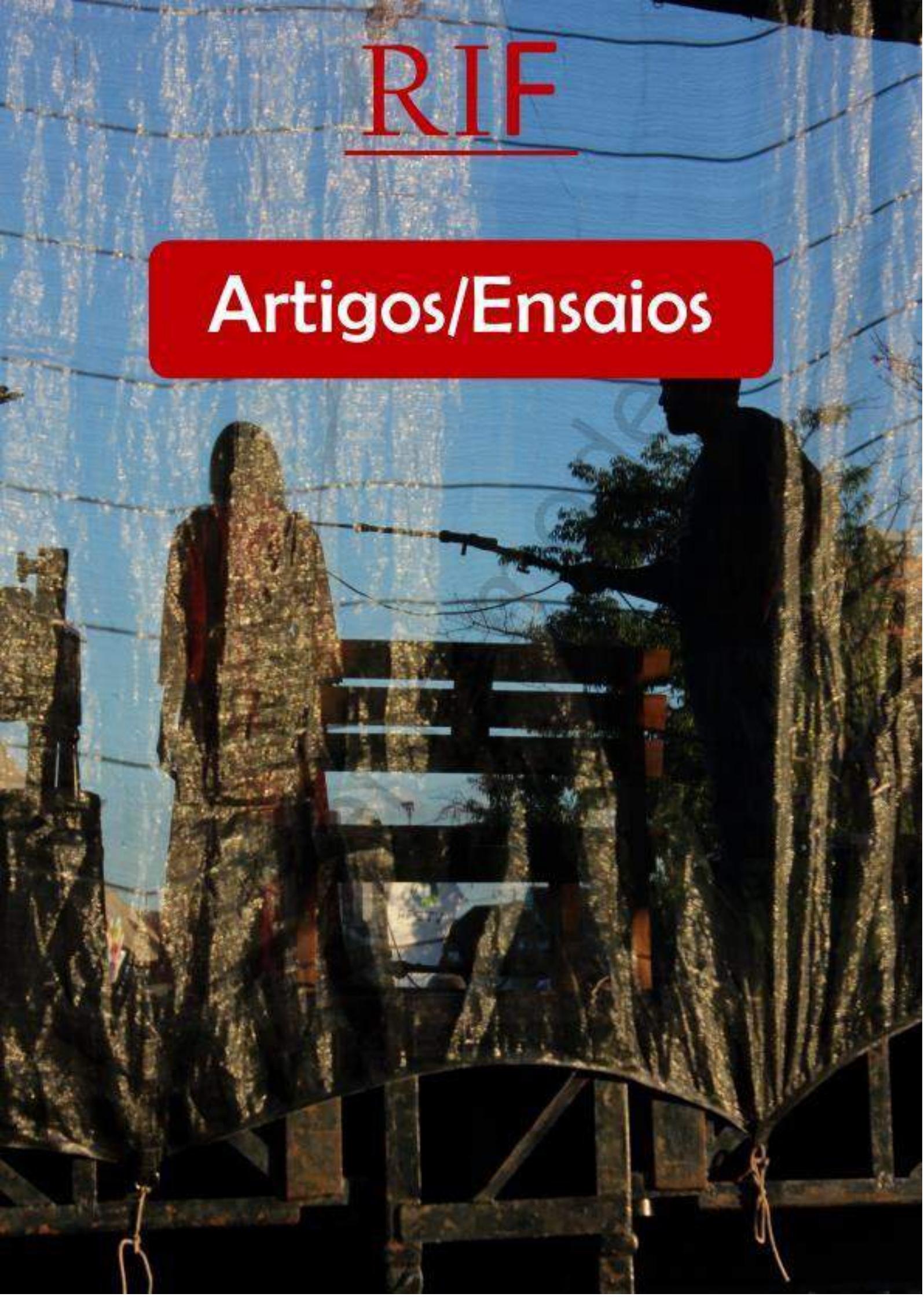
Com estas produções, a *Revista Internacional de Folkcomunicação* mantém em suas páginas a constante preocupação com a trajetória da folkcomunicação, ao mesmo tempo em que se volta para a reflexão sobre os desafios teóricos atuais que se manifestam em meio a novos olhares e objetos da cultura.

Boa leitura!

Os Editores

RIF

Artigos/Ensaaios



***Habitus* e trajetória de Luiz Beltrão de Andrade Lima:
algumas reflexões exploratórias**

Tiago Roberto Ramos¹

RESUMO

Analisando relatos biográficos acerca da trajetória de Luiz Beltrão, o artigo pretende apontar o conjunto de forças e valores que contribuíram para despertar o interesse do autor pelos temas da comunicação e do folclore. Amparados pela perspectiva da sociologia da ciência, apontamos alguns elementos que compõem o *habitus* desse agente e que permitem explicitar a existência de um tripé de valores pessoais que orientou as ações e as práticas do comunicólogo.

PALAVRAS-CHAVE

Sociologia da ciência – Luiz Beltrão – trajetória – *habitus*.

**Habitus and life trajectory of Luiz Beltrão de Andrade Lima:
some exploratory reflections**

ABSTRACT

By analyzing biographical accounts on the life trajectory of Luiz Beltrão, this article aims to identify the set of values and forces that contributed to arouse the interest of the author for the themes of communication and folklore. Founded on the perspective of the sociology of science, we point out some elements that comprise the habitus of this agent and that enable making explicit the existence of a tripod of personal values that guided the actions and practices of this communicologist.

KEYWORDS

Sociology of Science - Luiz Beltrão - life trajectory - Habitus.

¹ Mestre em Ciências Sociais (UEM), graduado em Ciências Sociais (UEM) e em Publicidade e Propaganda (UNICESUMAR). Atualmente professor e coordenado do curso de Publicidade e Propaganda na Faculdade Metropolitana de Maringá (Unifamma).

Habitus e trajetória: considerações iniciais

Luiz Beltrão de Andrade e Lima (1918-1986) foi um dos principais teóricos do jornalismo no Brasil, exercendo importante papel na institucionalização do campo e do pensamento comunicacional na universidade brasileira. Beltrão teve importância fundamental na organização dos primeiros currículos dos cursos superiores de jornalismo, elaborou uma extensa obra sobre a prática jornalística, incentivou a profissionalização e o aperfeiçoamento dos profissionais da área, fundou o primeiro centro de pesquisas acadêmicas sobre comunicação e a primeira revista científica brasileira dedicada aos temas comunicacionais. Foi também o primeiro doutor em comunicação a titular-se por uma universidade brasileira, a Universidade de Brasília, em 1967, com a tese *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias* (MARQUES DE MELO, 2001).

Comprometido com o desenvolvimento intelectual dos estudos de comunicação no país, Beltrão contribuiu para o fortalecimento de perspectivas científicas próprias para o estudo dos fenômenos comunicacionais específicos da realidade brasileira. Embora conhecida, sua trajetória é pouco problematizada, na medida em que a tendência geral é a da naturalização dos fatos e construção de relatos biográficos lineares e coerentes, silenciando a existência de possíveis conflitos e incongruências.

Ao debater a questão da formulação de relatos biográficos, Bourdieu (1996, p.186) afirma que esses relatos são quase sempre frutos de uma criação artificial de sentidos, uma vez que: “Produzir uma história de vida, tratar a vida como uma história, isto é, como o relato coerente de uma sequência de acontecimentos com significado e direção, talvez seja conformar-se com uma ilusão retórica [...]”. O significado de uma biografia, que fornece uma orientação retrospectiva e prospectiva a respeito das ações do ator, nunca existe como algo pronto, que está dado, mas sim é elaborado a partir de dinâmicas que produzem um sentido lógico e razoável para a existência que está sendo narrada, estando, portanto, sujeito a silêncios e invisibilidades.

Não pretendemos aqui, dada à extensão deste trabalho, construir o relato completo do *habitus* e da trajetória de Beltrão, mas sim apontar algumas características que exerceram influência na formulação dessas dinâmicas. Queremos explicitar forças e valores, materiais ou simbólicos, que tencionaram a construção da trajetória do

comunicólogo dentro de um espaço social específico; ou seja, buscamos compreender como alguns elementos do seu *habitus* eventualmente interferiram na maneira como a sua trajetória se desenvolveu.

Uma trajetória é o resultado objetivo da relação entre os agentes e as forças presentes no campo. Os eventos biográficos podem elucidar a maneira pela qual essa relação se constituiu em certos períodos. Articular esses eventos dentro de um conjunto maior de relações políticas, sociais e científicas, de um espaço social delimitado e num período geracional definido, permitiria a construção dessa trajetória, que identificaria as diferentes posições que o agente assume no decorrer da sua história dentro do campo e até que ponto esses movimentos interferem na sua constituição como sujeito. Nosso objetivo aqui é iniciar um processo de articulação dos dados biográficos disponíveis de maneira a elaborar um esboço inicial do *habitus* de Luiz Beltrão. Tarefa essa que poderá lançar alguns indícios acerca da trajetória desse pensador.

Bourdieu (2001) aponta que a produção do conhecimento científico se dá em espaços estruturados de luta, o campo. No campo, agentes combatem entre si, objetivando conquistar o objeto da disputa e o controle sobre as regras do jogo, entre outros. Tal combate ocorre obedecendo a certas estratégias formuladas pelos agentes. Essas estratégias são frutos da interação entre o *habitus* e as regras objetivas da luta. O *habitus* é conceito formulado pelo autor para identificar predisposições inconscientes e internalizadas que orientam o comportamento individual. O combate pressupõe dominantes e dominados, além de práticas e estratégias de luta. Aqueles que ocupam uma posição de dominação tendem naturalmente a criar estratégias de ortodoxia, voltadas para a manutenção das regras do jogo tais como elas se encontram e para a perpetuação do poder que possuem. Os dominados tendem naturalmente a construir estratégias de heterodoxia, visando subverter as regras do jogo de maneira a reverter sua posição de subjugados. O encontro do *habitus* com o campo gera a prática, a atividade do agente, suas atitudes e ações efetivadas no espaço de luta.

Bourdieu (1974, p. XL) define *habitus* como:

Sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, quer dizer, enquanto princípios de geração e de estruturação de práticas

12

e de representações que podem ser objetivamente “reguladas” e “regulares” sem que por isso sejam o produto da obediência a regras, objetivamente adaptada a seu objetivo sem supor a visão consciente dos fins e o domínio expresso das operações [...].

Wacquant (2007, p. 66) comenta a definição de Bourdieu, afirmando que o *Habitus* pode ser entendido como:

O modo como a sociedade torna-se depositada nas pessoas sob a forma de disposições duráveis ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados, que então as guiam em suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações de seu meio social existente.

Para além dessa definição geral do conceito de *habitus*, Bourdieu entende que o *habitus* se formula em dois grandes períodos. O *habitus* primário, incorporado durante a primeira infância e a adolescência, é transmitido implicitamente e inconscientemente por meio da educação familiar e das regras de classe herdadas pelo sujeito, cria um horizonte de possibilidades de ação e tende a reproduzir as condições sociais objetivas que o produziram. O *habitus* secundário, construído a partir das experiências individuais com o processo educacional e de interação social que irão constantemente promover uma revisão do *habitus* primário.

Valores familiares e o processo inicial de formação intelectual do agente serão os elementos privilegiados na nossa análise, pois contribuem para a constituição do seu *habitus* primário. As marcas dessas dinâmicas sociais irão acompanhar o sujeito em todos os espaços e posições que ele vier a ocupar. Essas marcas são mais estáveis, apesar de possuir certa flexibilidade. Outras características da prática social do agente são passíveis de negociação e articulação, conforme o contexto no qual ele está inserido e as posições por ele assumidas ou almejadas. Já os valores formativos iniciais, por se inscreverem inconscientemente, acompanham o agente por toda a sua trajetória, mesmo que não explícitos na ação.

O *corpus* analítico deste trabalho é construído por textos presentes na obra *Itinerário de Luiz Beltrão* (BENJAMIN, 1998) e outros textos pertinentes ao objetivo aqui levantado. O livro organiza dentro de certa cronologia os acontecimentos mais marcantes da vida de Luiz Beltrão, construindo seu itinerário intelectual e profissional. Apesar de não ser uma biografia no sentido estrito, a obra tem um caráter biográfico, trazendo informações importantes acerca da história de vida desse comunicólogo. Escolhemos esse relato, porque, além de disponibilizar dados importantes para a análise que propomos, ele também permite pensar como se formulam e circulam as memórias sobre esse personagem da história intelectual brasileira. Dentro desse *corpus*, recortamos alguns elementos que nos permitem pensar o complexo conjunto de dinâmicas que envolve origem social, ambiente familiar e formação intelectual, elementos responsáveis por gerar e caracterizar a prática social e científica de Luiz Beltrão.

Nossa problemática se constitui a partir do questionamento sobre o processo de desenvolvimento da teoria folkcomunicativa. Como sabemos, essa teoria é uma das principais contribuições de Beltrão para o campo de pesquisas em comunicação no país. Embora não seja um paradigma dominante, e permaneça marginalizada na hierarquia dos objetos de pesquisa, ela se mantém ao longo do tempo como um tema de pesquisa que ainda movimenta certas correntes intelectuais. Dada a sua importância para a história do desenvolvimento das pesquisas em comunicação no país, analiticamente, levantamos a seguinte questão: qual o conjunto de valores sociais, políticos, intelectuais e pessoais que desperta o interesse de Luiz Beltrão para a questão da cultura popular e do folclore? A partir do esboço do *habitus* primário desse agente, poderemos chegar a possíveis respostas para tal questionamento.

Como pode ser observado, metodologicamente a análise está orientada pelas formulações de Pierre Bourdieu (2004). O principal conceito que nos auxiliará a compreender as questões propostas é o de *habitus*. O *habitus*, como aponta Setton (2002, p. 64), “consegue apreender o princípio de parte das disposições práticas normalmente vistas de maneira difusa”. Ele se constitui a partir de um conjunto de disposições socialmente construídas e internalizadas que gera as práticas sociais do agente. São sinais incorporados de uma trajetória, estruturas estruturadas e

estruturantes que unificam o conjunto de práticas e ideologias características de um agente ou de um grupo.

Como elemento gerador das práticas, o esboço do *habitus* primário de Luiz Beltrão nos permitirá compreender os princípios valorativos que orientaram a sua ação dentro do campo de estudos da comunicação.

O universo cristão: valores formativos e prática científica

Neto de senhores de engenhos empobrecidos pela força das mudanças econômicas do fim do século XIX, com o advento das grandes usinas de açúcar no Brasil, Luiz Beltrão nasce em uma Olinda marcada pela decadência econômica e política e pela forte influência da religiosidade cristã católica. Da família, embora empobrecida, a maioria teve acesso a uma formação educacional adequada, com sólidos princípios morais fornecidos pelos colégios confessionais ou pelos internatos de Portugal.

Filho de um profissional liberal que exercia a odontologia e que também era funcionário público, Beltrão demonstra forte apego aos valores familiares tradicionais e aos valores cristãos (BENJAMIN, 1998, p. 29). Ao rememorar sua família, o pensador afirma:

Foram eles, com seu exemplo de virtudes, que plantaram no meu coração a semente do amor pela cidade de Olinda e pela minha gente pernambucana, de modo especial pelos homens e mulheres comuns, pelos humildes e pequeninos, pelos indefesos e sofredores – os bem-aventurados do Sermão da Montanha. (BELTRÃO apud BENJAMIN, 1998, p. 29).

Essa fala explícita, como nenhuma outra, o conjunto de valores enraizados nesse personagem. Podemos elencar três grandes esferas de valores objetivados: as virtudes familiares, a crença religiosa, a atenção para com os menos favorecidos. Tais valores constituem um tripé que irá orientar, como pretendemos demonstrar, as práticas sociais e científicas desse pensador.

Primeiro, temos a família como referência social e filial básica. Família tradicionalmente patriarcal, ainda marcada pelas características do velho engenho, mas

já adaptada às condições sociais do início do século XX. Como aponta Freyre (1998), a passagem do patriarcalismo rural para o semipatriarcalismo urbano no Brasil cria uma sociedade marcada pela presença de novos valores sociais, mais liberais, caracteristicamente inspirados na modernidade europeia francesa e inglesa. O pai de Beltrão torna-se um exemplo clássico desse processo de mudança de valores. Ao mesmo tempo que exercia a profissão liberal de odontólogo, era também funcionário público. Ou seja, é justamente fruto dessa geração que vivenciou as mudanças da passagem do século XIX para o XX. Do conflito entre uma sociedade tradicional e outra mais liberal que se constituía, Beltrão, nascido já no século XX, não teve uma experiência direta; no entanto, ele carrega marcas desse período no seu processo de formação, uma delas é justamente o apreço pela família tradicional cristã.

A estima pela religiosidade, pela obediência aos valores cristãos, surge como um segundo elemento importante que caracteriza as disposições desse agente. Em vários momentos da sua carreira, Beltrão irá tanto professar esses valores cristãos quanto buscar apoio e auxílio institucional na Igreja, para a manutenção e fortalecimento da sua atividade profissional e intelectual. Um exemplo marcante e expressivo da presença da religião na memória desse autor pode ser encontrado quando afirma: “[...] sob os olhares do santo, Naná e eu recebemos a primeira lição da cartilha, o alfabeto.” (BELTRÃO apud[VERIF] BENJAMIN, 1998, p. 36).

Da primeira lição da cartilha ao reconhecimento acadêmico dos seus esforços, Beltrão será amparado pela religiosidade. Espiritualmente ou materialmente, a religiosidade católica será um elemento importante na sua trajetória. O comunicólogo sempre se manteve em contato direto com os membros da Igreja Católica. Dos 12 aos 14 anos, foi seminarista em Olinda, período em que recebeu orientação espiritual de padres jesuítas. Essa passagem pelo seminário serviu para arraigar seus valores cristãos e também para construir uma pequena rede de contatos que abririam caminhos para outras oportunidades.

Em 1960, Beltrão encontra apoio da Universidade Católica de Pernambuco para a criação do curso autônomo de jornalismo. Apesar de todos os percalços e dificuldades, é dentro de uma instituição confessional que o autor encontrará amparo para suas propostas. A partir dessa filiação profissional inicial, Beltrão irá cada vez mais ligar-se

aos movimentos católicos. Ainda na década de 1960, com sua participação em encontros da Unión Latinoamericana de Prensa Católica (Uclap), ele estabelece contatos com a alta hierarquia da Igreja Católica na América Latina, desenvolvendo um trabalho comprometido com os objetivos pastorais da Igreja Católica. Em 1972 é eleito membro do conselho da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC). Ambas as instituições agregavam pesquisadores e jornalistas em torno dos temas comunicacionais e dos programas da Igreja para o desenvolvimento da América Latina.

Até o fim da vida, Beltrão permaneceu fiel aos princípios do catolicismo. Um depoimento do Frei Clarêncio Neotti atesta essa fidelidade:

Outra vez eu estava em Brasília, numa reunião da Comissão de Pastoral, da Conferência dos Bispos. Zita me preveniu que Beltrão não estava bem. Telefonei para ele, pensando em visitá-lo. Mas foi ele que veio a meu encontro. E me disse: “Quero conversar não com o editor nem com o amigo; quero conversar de penitente para confessor!” E falamos por bem duas horas. E sendo a conversa no nível que ele me pediu, não me cabe nem posso fazer comentários (BENJAMIN, 1998, p. 110).

Dessa forma, as instituições católicas sempre se mantiveram na retaguarda dos movimentos de Beltrão. Introdutoriamente, nos satisfazemos em apontar a existência dessa correlação, embora saibamos da necessária tarefa de qualificação da intensidade desse relacionamento.

Em Beltrão, a presença marcante da religiosidade cristã, associada aos princípios da família tradicional, terá como consequência a observância dos valores morais, a busca pela justiça social e a defesa dos pobres e humildes. É esse o terceiro conjunto de valores que orientará as ações do pensador. Sua dedicação às classes mais oprimidas e seu compromisso de tornar explícitos os anseios dessa parte da população se farão presentes na formulação da teoria folkcomunicativa. Como afirma Benjamin (1998, p. 47), foi no seminário que Beltrão ouvia as longas homílias sobre a missão que eles teriam de ser o sal da terra. Aparentemente, Beltrão assume essa missão no plano secular, esforçando-se por tornar audível a voz do povo em um contexto social mais

amplo. É também aqui que se faz presente a influência de seu pai, conhecido por atender gratuitamente os menos favorecidos, por ser um cidadão ilibado que auxiliava a sua comunidade naquilo que era preciso e que estava ao seu alcance.

Seguindo o exemplo do pai, participante ativo dos movimentos políticos regionais, Beltrão se torna, ainda na juventude, membro de associações culturais e grêmios estudantis. Após sair do seminário, o autor vivencia um período de estreito contato com artistas e intelectuais, marcando presença nos circuitos dos sarais culturais de Olinda. É nesse ambiente cultural que ele começa a escrever seus primeiros textos literários, o que abrirá caminho para a sua entrada no mundo do jornalismo e, posteriormente, para a ativa participação política a partir das associações de classe e sindicatos.

Esse complexo conjunto de valores irá manifestar-se nas primeiras formulações teóricas do autor. A partir deste esboço, defendemos o argumento de que é pela porta da religiosidade que Luiz Beltrão chega ao folclore como tema de estudo e objeto de pesquisa. A prova mais cabal disso é que o primeiro estudo realizado pelo autor tem como objeto central de reflexão o ex-voto, prática característica da religiosidade popular. Essa marca é capaz de expressar a maneira pela qual o tripé de valores, que discutimos antes, se tornou explícito na obra do comunicólogo.

É sintomático que o pensamento científico comunicacional brasileiro tenha algumas de suas raízes fincadas no espaço simbólico da religião e do folclore, mais especificamente da religião praticada pelas classes populares. Por isso, é necessário o esforço de compreender as forças conjunturais que se articularam para a produção desse posicionamento científico inicial do pensamento comunicacional. É sabido que, durante as décadas de 1960 e 1970, alguns setores da Igreja Católica tiveram importante papel na organização de certa resistência ao regime autoritário e na proteção daquelas camadas da população menos favorecidas. Hipoteticamente, podemos pensar que a aproximação de Beltrão desses setores da Igreja o tenha levado a estabelecer as relações entre o objeto ex-voto e sua capacidade comunicativa.

Unindo os valores do catolicismo popular e tradicional, com o apelo do povo, Beltrão encontra na prática da produção e circulação dos ex-votos a expressão de um

determinado posicionamento das camadas populares acerca das condições de existência nas quais vivem. Afirma Beltrão (2001, p. 214):

O ex-voto, na sua “ingênua exageração de milagres” é, na verdade, um veículo da linguagem popular, dos seus sentimentos. Agradecimento a Deus e protesto contra os homens de governo, responsáveis pela situação lastimável em que se encontra a maioria dos povos brasileiros.

Aparentemente, para Beltrão, a capacidade comunicativa e simbólica de objetos como o ex-voto reside não só naquilo que ele evidencia – a graça alcançada –, mas também naquilo que funciona implicitamente. A saber, as condições sociais que se materializam no objeto e nas quais o objeto se materializa, mas que não são explícitas, sendo necessário o trabalho do pesquisador em revelar essas condições sociais de produção. As “chaves” para a interpretação desses objetos se encontram justamente aí, no contexto social e político que permite a sua emergência.

Conforme levantamos anteriormente, o tripé de valores é o elemento a partir do qual Beltrão irá elaborar seu pensamento e nortear sua prática social e científica. Tais valores, no entanto, também são flexíveis e contextuais, o que significa que são articulados de diversas maneiras, dependendo das aspirações do agente e das condições históricas nas quais estão inscritos. Um exemplo para ilustração e reflexão diz respeito à forma como a figura de Beltrão e sua obra é muitas vezes tratada em alguns textos, nos quais ele aparece como o “Pai” das ciências da comunicação no Brasil e os seus “discípulos” se esforçam por elaborar e perpetuar uma memória do pioneirismo desse agente, responsável pela “gênese” da teoria folkcomunicativa. Essas qualificações colocam em funcionamento um conjunto de valores nem sempre explícito, mas que produz efeitos de sentido capazes de posicionar os agentes em espaços estratégicos.

Apontado esse conjunto de valores e a sua dinâmica de funcionamento, podemos dar início a reflexões que pretendem revisitar e revisar a forma de interpretar o processo de desenvolvimento da teoria folkcomunicativa e a maneira pela qual a memória de Luiz Beltrão é elaborada e posta em circulação, reflexões essas que possibilitam colocar novas questões em debate.

Referências

BELTRÃO, L. (2001a). *Folkcomunicação*: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS.

BELTRÃO, L. (2001b). O ex-voto como veículo jornalístico. In: MARQUES DE MELLO, J. (Org.). *Mídia e folclore*: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá: Faculdades Maringá; São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo/ Cátedra Unesco de Comunicação.

BENJAMIN, R. (Org.). (1998). **Itinerário de Luiz Beltrão**. Recife: AIP/Unicap.

BOURDIEU, P. (1974). **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva.

BOURDIEU, P. (1996). A ilusão biográfica. In: FERREIRA, M. M.; AMADO J. (Org.). **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Ed. da FGV.

BOURDIEU, P. (2001). **O poder simbólico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

BOURDIEU, P. (2004). **Os usos sociais da ciência**: para uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Editora Unesp.

FREYRE, G. (1998). **Sobrados e mucambos**: introdução à história patriarcal no Brasil. 10. ed. Rio de Janeiro: Record.vol. 2.

MARQUES DE MELLO, J. (Org., 2001). **Mídia e folclore**: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá: Faculdades Maringá; São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo / Cátedra Unesco de Comunicação.

MONTAGNER, M. A. (2007). Trajetórias e biografias: notas para uma análise bourdieusiana. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 9, n. 17, p. 240-264, jan./jun..

SETTON, M. G. J. (2002). A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 20.

WACQUANT, L. (2007). Esclarecer o *habitus*. **Educação & Linguagem**, São Bernardo do Campo, ano 10, n. 16, p. 63-71, jul./dez.

“O manifesto de todos nós”: a abordagem do folheto de Abraão Batista às manifestações de junho de 2013¹

Gislene Carvalho²

RESUMO

No mês de junho de 2013, uma série de manifestações aconteceu no Brasil, reunindo cerca de 1 milhão de pessoas em aproximadamente 80 cidades. Essas manifestações, de alto valor-notícia, por atenderem a diversos critérios de noticiabilidade do jornalismo, foram noticiadas em uma série veículos de comunicação, incluindo as redes sociais e os folhetos de cordel. Neste trabalho, observamos a abordagem feita pelo poeta Abraão Batista no folheto “O manifesto de todos nós”, em que podemos perceber também a existência de critérios de noticiabilidade, ao mesmo tempo que acontece uma mistura entre informação e opinião, aproximando o folheto de uma crônica sobre os protestos.

PALAVRAS-CHAVE

Cordel – critérios de noticiabilidade – manifestações.

“The manifest of us all”: the approach of the Abraão Batista demonstrations June 2013

ABSTRACT

In June 2013, a series of protests occurred in Brazil, gathering approximately 1 million people in about 80 cities. These manifestations of high news value, for meeting many journalistic criteria of newsworthiness, were reported in different communication media, including social networks and *cordel* brochures. In this study, we observed the approach taken by the poet Abraão Batista in the brochure “The protest of us all”, in which we can also notice the existence of newsworthiness criteria and, at the same time, a mixture between information and opinion, the brochure approximating a chronicle on the protests.

KEYWORDS

Cordel Literature - Newsworthiness Criteria, Protests.

¹ Uma versão deste trabalho foi apresentada no GP Folkcomunicação do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Manaus, Ufam, 4-7 de setembro de 2013), e publicada nos anais do congresso.

² Jornalista, professora de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFCE). Mestre em Estudos de Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: mgisacarvalho@gmail.com.

Introdução

Durante o mês de junho de 2013, com mais ênfase no período que coincidiu com a Copa das Confederações, várias manifestações aconteceram em cidades brasileiras e no exterior, apontando insatisfações de origens diversas e protestando a favor de mudanças estruturais nos contextos político e econômico nos quais o Brasil está inserido. Em uma época em que o acesso às redes sociais se faz presente, as convocações de passeatas, manifestos e protestos tiveram um amplo alcance e levaram milhares de pessoas às ruas, pedindo um país diferente.

Além da peculiaridade de ter reunido uma grande quantidade de gente mobilizada nas ruas, as manifestações foram marcadas por contemplar demandas diversas: preços de passagens de transporte público, combate à corrupção e à violência, melhoria nos serviços públicos de saúde e educação, combate à homofobia, à redução da atuação do Ministério Público etc. E a atuação midiática, combinando os novos meios aos tradicionais, possibilitou uma cobertura diferente, na qual todo mundo era, de algum modo, produtor de notícia.

E os folhetos de cordel não ficaram de fora dessa cobertura. Com um modo de produção diferenciado dos jornalistas, mas próximos, talvez, da produção de notícias nas redes sociais, os poetas registram os acontecimentos, os transformam em poesia, opinam e permanecem cumprindo sua função de informar, de transmitir notícias e de registrar a memória cotidiana. Neste trabalho, analisamos a construção textual do folheto de Abraão Batista, “O manifesto de todos nós”, em que o cordelista aborda as características mais marcantes das manifestações e tece seus comentários sobre o que apreendeu pela mídia de massa.

Para a realização deste trabalho, fizemos uma revisão bibliográfica referente às utilizações do cordel como veículo de transmissão de informações, além de entretenimento. Nesse sentido, buscamos identificar no folheto de Abraão Batista, mediante uma análise de conteúdo, os critérios de noticiabilidade manifestos no texto, o qual não se propõe a ser jornalístico, mas parte de uma factualidade e constitui o autor como um agente folkcomunicação. Sobre esses agentes, como propõe Beltrão (2004), buscamos

Estudar-lhes a linguagem, situar em sua mensagem, aparentemente distante do propósito informativo-opinativo porque na maior parte das vezes destinada especificamente a preencher ócios, proporcionar mero entretenimento ou fazer negócio – situar-lhe o conteúdo rico em significados, que produziria no ouvinte, no leitor ou no assistente o mesmo efeito da retórica jornalística entre os receptores do outro Brasil. (BELTRÃO, 2004, p. 52).

Assim, por meio da análise de conteúdo, realizamos um estudo comparativo entre os enunciados construídos nos versos e o contexto das manifestações de junho de 2013, as quais não tiveram apenas a mídia massiva como transmissora, mas também as redes sociais (que não são nosso foco de análise neste momento) e veículos alternativos populares como o folheto de cordel.

Este é um trabalho inicial em que relacionamos o jornalismo e os folhetos noticiosos como forma de difundir informações, buscando aproximações e distinções entre ambos. Nosso objetivo é encontrar os traços característicos da notícia veiculada no cordel e percebermos sua representatividade em um momento de coexistência com as mídias eletrônicas e instantâneas. Para esta análise, é necessário refletirmos sobre critérios de noticiabilidade e valores-notícia, tanto para o jornalismo quanto para os folhetos, e o agendamento que transita pelas mídias que fizeram as coberturas das manifestações. Juntamos a isso os conceitos e características do cordel que o apontam como veículo midiático de informação para finalmente retomarmos a abordagem realizada pelo poeta Abraão Batista em seu folheto.

As manifestações

Junho de 2013 teve dias que fugiram da rotina para o Brasil inteiro. Fatores como insatisfação gerada pelo aumento dos preços de passagens do transporte público, propostas de emendas constitucionais, corrupção, alta carga de impostos, gastos gerados pela realização da copa do mundo de futebol, problemas causados por baixos investimentos nos setores da educação e da saúde, elevado índice de violência, além reivindicações de grupos sociais por respeito e direitos iguais aos indivíduos, levaram milhares de pessoas às ruas como forma de protesto.

Cada um ia para a rua portando sua própria bandeira ideológica. Uma das grandes peculiaridades dessas manifestações foi a multiplicidade de interesses. Não havia um único foco, não era uma mudança única que estava sendo exigida. “Não é só por 20 centavos”, diziam muitos dos cartazes carregados. O *slogan* referia-se ao valor do aumento das passagens na cidade de São Paulo (SP) e a tudo o que estava por trás dele. Cada indivíduo defendia seus próprios ideais de país melhor e, juntos, formaram uma rede de protestos que ecoou pelo Brasil

afora, com manifestações em aproximadamente 80 cidades no dia 20 de junho, segundo o portal Pragmatismo Político³. No exterior, as manifestações também repercutiram, sendo noticiadas por diversos veículos, entre os quais *El País* [supõe-se que seja a edição América do *El País*] e *La Nación*, na Argentina, *The New York Times*, nos Estados Unidos, e *The Guardian*, na Inglaterra, segundo o site do jornal *Extra*⁴. [alterações ok?]

Tais manifestações, que contaram com a adesão de inúmeros grupos com ideias diferentes, acabou traduzindo as próprias discordâncias existentes no âmbito do movimento. A falta de um interesse unificador, de uma proposta que centralizasse todos os desejos dos manifestantes fez que muitos discursos contraditórios surgissem. Assim, grupos que lutavam contra a Rede Globo de Televisão e outros grandes veículos de comunicação [ok? A seguir a autora tb vai falar da Rede Record] cantavam vitória quando a própria Globo noticiava as manifestações – abrindo mão até mesmo de parte de sua programação do dia 20 de junho de 2013 e produzindo no mesmo dia uma edição do *Jornal Nacional* com 1 hora e 20 minutos de duração⁵ –, sem falar da Rede Record de Televisão, que no *Jornal da Record* apresentou 1 hora e 45 minutos de cobertura das manifestações⁶. Outros grupos de manifestantes rejeitavam a utilização de bandeiras de partidos políticos. A rejeição aos partidos fez surgir a ideia e os boatos de um possível golpe de Estado nas redes sociais⁷, provavelmente realizado pelas Forças Armadas, como no ano de 1964, quando se instalou a ditadura militar no Brasil.

Havia quem defendesse protestos pacíficos, enquanto outros achavam que pichações e depredações chamariam mais a atenção da sociedade. Esses últimos foram considerados “vândalos” que estavam manchando a imagem do movimento. Ao grupo dos “vândalos”, tal qual classificado pela mídia de massa⁸, também se incluíam saqueadores. Por outro lado, havia quem defendesse que determinadas ações classificadas como vandalismo eram na verdade iconoclastias que serviriam para chamar a atenção da sociedade e para dar uma marca ao movimento.

³ Disponível em: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/06/mais-de-80-cidades-realizam-manifestacoes- hoje-no-brasil.html>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

⁴ Disponível em: <<http://extra.globo.com/noticias/mundo/protestos-sao-destaques-em-jornais-internacionais- 8765970.html>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

⁵ Disponível em: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/jornal-nacional/t/para-assinantes/v/jornal-nacional- edicao-de-quinta-feira-20062013/2646599>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

⁶ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=wrMhaZDW-yQ>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/GolpeMilitar2014?fref=ts>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

⁸ Editorial do jornal *O Estado de São Paulo* do dia 8 de junho de 2013. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,puro-vandalismo-,1040106,0.htm>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

A repressão policial aos manifestantes chamou atenção. No início das manifestações em São Paulo pela redução dos preços das passagens, os manifestantes alegavam que sofriam agressões por parte da Polícia Militar sem motivo aparente. Por sua vez, policiais diziam que os acordos prévios de localização das manifestações estavam sendo desrespeitados. Até que em uma manifestação específica, repórteres que estavam cobrindo os protestos começam também a ser agredidos pelos policiais, com balas de borracha, *spray* de pimenta, bombas de gás lacrimogêneo, e até mesmo ser presos por portarem vinagre (material que neutraliza os efeitos do gás lacrimogêneo). Nesse momento, a cobertura midiática se intensifica e muda de orientação. A mídia de massa deixa de considerar os ativistas meros baderneiros, passando a adotar um novo enfoque dos protestos como algo positivo, como podemos perceber no discurso do *Jornal Nacional*⁹.

As redes sociais tiveram um papel fundamental nessas manifestações. Segundo notícia publicada no dia 18 de junho na edição *on-line* da revista *Exame*, os protestos geraram mais de 550 mil publicações nas redes sociais¹⁰. No Facebook, criavam-se eventos convidando as pessoas a se juntar aos manifestantes de São Paulo. A Copa das Confederações se aproximava, e esse seria considerado o momento mais favorável para que as manifestações alcançassem sua maior repercussão. Nas redes sociais, os participantes das manifestações atualizavam em tempo real o que estava acontecendo nas ruas. Postavam fotos, vídeos e comentários. Além disso, as pessoas compartilhavam *links* de matérias ou artigos publicados na mídia de massa sobre o que estava acontecendo – eram comentários e opiniões sobre os protestos e suas causas, especulações sobre as possíveis consequências, críticas ao governo federal etc. Segundo o jornal *Folha de S. Paulo*, entre os dias 20 e 22 de junho, os compartilhamentos de notícias passaram de 200 mil para 600 mil por dia¹¹.

As informações, então, não estavam apenas nas mãos dos grandes veículos de comunicação. Novas realidades eram construídas a partir dessas informações por cada indivíduo em suas páginas pessoais, e, assim, as notícias sobre as manifestações se tornaram a pauta principal dos noticiários durante duas semanas, ao lado da Copa das Confederações. Diariamente, novos protestos aconteciam, e não podiam ser ignorados. Se a televisão não

⁹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=APLEN2vPJpl>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

¹⁰ Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/protestos-geram-mais-de-550-mil-publicacoes-em-redes-sociais>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

¹¹ Disponível em: <<http://app.folha.com/m/noticia/278591>>. Acesso em: 9 jul. 2013.

noticiava, eles estavam nas mídias sociais, e as pessoas queriam saber mais. Nesse momento, a diferença entre quem sugere a pauta, quem agenda o que, torna-se uma linha tênue.

Nesse contexto de grande mobilização, em que “o gigante acordou”, como se de repente o país inteiro tivesse se dado conta dos próprios problemas e a partir de então fosse resolver tudo o que estava errado, a temática das manifestações leva a novas propostas políticas, como uma tentativa de reorganizar as estruturas do Brasil, de modo que as solicitações dos manifestantes pudessem ser analisadas. A Presidente da República, Dilma Rousseff, fez sua contribuição, com uma proposta de plebiscito sobre reforma política que aguarda aprovação no Congresso Nacional.

Como acontece em todos os eventos relevantes para a história do país, os poetas cordelistas também se manifestam. Registram a memória desse momento, a forma como os eventos os afetam, opinam sobre os acontecimentos e nos oferecem uma crônica poética da história. Abraão Batista fez isso em “O manifesto de todos nós”, folheto que analisaremos mais adiante. Antes disso, vamos nos deter em uma reflexão sobre as teorias do jornalismo e da construção da realidade, para que possamos compreender o processo de produção do cordel também como meio de informação.

A produção do jornalismo/os valores-notícia

A informação, transformada em notícia, é a matéria-prima do jornalismo. Mas, diante de tantos fatos que acontecem diariamente e compõem a realidade, como escolher aqueles que merecem ser tratados como notícia e, portanto, midiáticos? Quais são as características que atribuem importância, valores a um fato para que eles sejam noticiados?

O jornalismo não é um reflexo do real, como sugeriu a Teoria do Espelho, em que o jornalista seria “um mediador desinteressado, cuja missão é observar a realidade e emitir um relato equilibrado e honesto sobre suas observações, com o cuidado de não apresentar opiniões pessoais.” (PENA, 2010, p. 125). O que faz o jornalista é construir realidades com base na realidade cotidiana, lugar em que os fatos apresentados acontecem. Essa construção acontece nos relatos, nos textos, que são produzidos a partir de óticas individuais, mediações, interpretações e uma série de fatores práticos relativos aos meios e ao público.

Relatar a realidade, transformá-la em texto, implica o que Wolf chama de “distorção involuntária”, que nada mais é do que

[...] distorções inconscientes, que dia após dia enfatizam uma certa representação da realidade social, prejudicando alguns de seus aspectos em favor de outros, *...+ um elemento que entra em jogo na dinâmica da difusão dos efeitos cognitivos ligados àquela imagem da realidade. (WOLF, 2012, p. 189).

A seleção do que vai ou não virar notícia é feita, nos veículos de comunicação de massa, seguindo os chamados critérios de noticiabilidade. Segundo Wolf (2012), o objetivo dos veículos de comunicação é fornecer à sociedade relatos de acontecimentos significativos. Porém, isso não é uma escolha fácil, já que a realidade cotidiana é constituída por uma infinidade de acontecimentos, nem todos eles considerados relevantes pela mídia de massa. Esse processo de escolha, junto ao modo de produção da notícia e no contexto das rotinas da prática jornalística, refere-se ao *newsmaking*, que nos apresenta a mídia e a sua construção de uma realidade. Aqui, elencamos apenas as características que, segundo Wolf, levam um acontecimento cotidiano a ser midiaticizado. Chamamos de noticiabilidade a capacidade que um acontecimento tem de virar notícia.

A noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2012, p. 170).

É o que nos aponta a Teoria do *News-making*. De uma realidade complexa, cheia de acontecimentos que jamais caberiam por completo nas páginas de um jornal ou na programação de uma emissora, o jornalista seleciona aqueles fatos de maior valor-notícia. Esse valor seria medido pelos critérios de noticiabilidade. O *newsmaking*, então, é a teoria da comunicação que está voltada para o jornalismo, e para os produtos de mídia em geral, como construção social da realidade, na qual um sujeito, o *gatekeeper*, a partir de sua subjetividade condicionada por diversos fatores, faz recortes de realidades específicas a serem apresentadas ao público. A mídia recorta a realidade de seu contexto e a ressignifica em seus espaços, criando novos modos de apreender e interpretar os eventos, que são tratados como realidade.

Os critérios de noticiabilidade são vários e se referem, segundo Hohlfeldt (2008), às características da notícia e, portanto, ao seu conteúdo quanto à importância (grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; relevância do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação) ou ao interesse (capacidade de entretenimento; interesse humano; composição equilibrada do noticiário). Têm relação também com a disponibilidade do material e com os critérios relativos ao produto informativo, aos meios de informação, ao público e à concorrência.

No contexto das manifestações, podemos refletir acerca de cada um desses critérios mencionados por Hohlfeldt (2008) como justificativa para a cobertura incisiva da mídia de massa e sua repercussão/concorrência nas mídias sociais. Como o objetivo deste trabalho não é discutir os critérios que fizeram das manifestações notícia, exemplificamos apenas alguns dos valores-notícia contidos nesses acontecimentos relativos ao conteúdo.

O evento das manifestações obedece aos critérios de importância e de interesse do conteúdo. Os acontecimentos referentes às manifestações mobilizaram o país, interferiram no comércio, no transporte público, nas rotinas de produção industrial e política, além de ocorrerem em datas próximas à Copa das Confederações, em que representantes de vários países se encontravam no Brasil e estavam atentos aos acontecimentos que aqui se desenrolavam. Uma manifestação de tamanha aderência, com cerca de 1 milhão de pessoas em aproximadamente 80 cidades do Brasil¹², teria efeitos políticos, envolveria a imagem de personagens políticos, principalmente a imagem dos ocupantes dos cargos do Poder Executivo. Essa previsibilidade era o que, de imediato, valorava as manifestações como notícia.

Os manifestantes, ao pedirem mudanças estruturais na política e na economia do país, impactavam o cenário nacional. O inusitado estava no fato de haver tantas coisas incômodas acontecendo no Brasil e até então os indivíduos permanecerem em uma espécie de acomodação e, de repente, um grande número de pessoas se mobiliza nas maiores cidades do país para protestar contra tantos problemas ao mesmo tempo. “O gigante acordou”, e isso precisa ser noticiado, pois o despertar do “gigante” representa o impacto que a mobilização de tantas pessoas teria sobre o Brasil.

Os destaques da cobertura nacional foram sobre as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre. Mas cada capital teve sua representatividade, principalmente na

¹² Disponível em: <<http://extra.globo.com/noticias/brasil/manifestacoes-pelo-pais-reunem-1-milhao-de-pessoas-em-pelo-menos-80-cidades-8764478.html>>. Acesso em: 9jul. 2013.

cobertura do dia 20 de junho de 2013, quando a Rede Globo de Televisão interrompeu sua programação para a transmissão de protestos em várias capitais. Os critérios utilizados para essa troca eram vários e se referiam à importância que as manifestações estavam adquirindo e ao interesse que a população tinha no resultado delas. Havia um grande interesse humano, afinal de contas eram pessoas que estavam em luta, que entravam em conflito com os policiais, que eram presas, e até mesmo aquelas que queriam assistir aos jogos de futebol. Tais eventos interfeririam no cotidiano do país, teriam impacto nos governos, principalmente nos representantes do Poder Executivo, por isso se transformaram em notícia e por isso deveriam ser registrados.

Por questões de linha editorial, alguns veículos se posicionavam contra, e outros a favor das manifestações. Mas ficava impossível desconsiderar o valor-notícia que esses acontecimentos tiveram: quer pelos impactos gerados sobre o Brasil, quer pela quantidade de pessoas mobilizadas em torno de uma possível mudança, quer pela relevância das propostas dos manifestantes, quer pelos possíveis desdobramentos desses protestos, enfim, quer por todo o interesse que isso provocou no país.

Não era possível fugir ou negar que algo de tamanhas proporções estivesse acontecendo no Brasil, até porque as mídias sociais estavam presentes nas manifestações, transmitindo-as “ao vivo” com textos, fotos e vídeos do que estava se passando nas ruas. A mídia de massa era pautada e ao mesmo tempo concorrente do Facebook.

O que acontecia era um agendamento mútuo, entendendo agendamento como “esta habilidade de influenciar a saliência dos tópicos na agenda pública.” (MCCOMBS, 2009, p. 17). A divulgação, os convites e as discussões nas mídias sociais sobre as manifestações pautaram a mídia de massa, ao mesmo tempo que as situações construídas nos relatos da mídia de massa contribuíram para que o assunto se fizesse presente por mais tempo e as discussões sobre ele tivessem repercussão até mesmo fora do Brasil.

O agendamento não diz o que pensar, mas sobre o que pensar, segundo McCombs (2009). A agenda da mídia torna-se, assim, a agenda do público, e isso aconteceu no contexto das manifestações de junho, no qual elas passam a ser o assunto principal das pessoas, não só por estar presentes nas mídias, mas também pelos impactos causados, pelas consequências que carregariam. Desse modo, as manifestações chegam também aos folhetos de cordel, que, como mídia, realizam um registro tanto dos eventos que são parte do cotidiano, quanto dos eventos que viram notícia e que fazem parte da história do país.

Folhetos noticiosos: Folkcomunicação e ativismo midiático

Para Kunz (2001), os versos de cordel são um testemunho que apresenta a realidade em que vivem os poetas. Tornam-se porta-vozes daqueles a quem a linguagem escrita permanece inacessível. O leitor não é o agente passivo, receptor neutro de um produto final, e sim o elemento ativo de uma produção de sentido que não lhe é estranha. Ele exerce a função de coautor, colaborador, uma vez que autor e leitor estão juntos no processo de criação de uma cantoria.

Os folhetos têm uma mobilização criadora de sentidos e significados. Perpetuam tradições. Sua voz é plural, pois se trata de uma literatura do povo, uma produção coletiva criada por inúmeros interlocutores, inúmeras vozes que, juntas, compõem uma obra. É a transmissão de saber e de conhecimento pela voz do poeta, recebida e transmitida pelos ouvintes.

Aos verbos *cantar* e *contar*, utilizados para a produção da poesia, corresponde, do lado da comunidade receptora da mensagem, uma combinação fixa de dois verbos que se pode considerar um tópico: *ver* e *ouvir*. O público é visto como testemunha ocular e auricular da verdade transmitida e, por sua vez, ao re-contar (repetir, reproduzir) o que “viu e ouviu”, divulgará a memória da comunidade, transformará o saber em tradição. (LEMAIRE, 2007, p. 6).

Como portadores de notícias, inicialmente os folhetos serviam de “jornais do sertão”. Os cantadores, que viajavam muito em apresentações, levavam aos lugares as histórias que circulavam nas demais localidades por onde passavam. A notícia era veiculada pela voz dos poetas. Com o acesso dos poetas às máquinas impressoras, aos poucos essas notícias passaram a chegar na forma impressa, mas ainda em poesia. Notícias, por exemplo, do que acontecia nas romarias em Juazeiro do Norte (CE) eram muito comuns. Tanto que Padre Cícero, figura marcante da região, está entre os personagens que mais aparecem nos folhetos, ao lado de Getúlio Vargas, Lampião, Frei Damião e Lula.

Nesse sentido, pensamos na Folkcomunicação como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2004, p. 47), e no folheto de cordel como um instrumento utilizado para essa transmissão, com o intuito de contar a realidade a partir de sua própria ótica.

A preocupação do poeta é mostrar a própria realidade, o seu cotidiano, e não necessariamente seguir padrões do exercício jornalístico de apuração, como a prática básica de dar voz a todos os lados de um fato. O poeta conta os fatos de acordo com a própria opinião e de acordo com as interferências que aquele fato tem em sua vida ou em sua comunidade. É a ótica do poeta que vemos apresentada. Esse poeta é o que Beltrão (2004) chama de “agente folkcomunicacional”.

Poeta cordelista não é jornalista, mas pode utilizar a mesma matéria-prima, o acontecimento, com o objetivo de registrar a realidade. Historicamente, poetas e cantadores exerciam a função de relatar os acontecimentos. Essa prática é reconfigurada em uma época em que os acontecimentos não esperam mais pela impressão dos versos para se tornarem conhecidos. As chamadas mídias de massa não são de acesso exclusivo de camadas hegemônicas. O diferencial que o poeta cordelista oferece é a interpretação dos acontecimentos que já foram apresentados nos outros veículos de comunicação.

Os temas que aparecem na literatura de cordel são adaptados ao meio onde os poetas/intérpretes circulam, ao sentimento do grupo ao qual eles fazem parte, e referem-se a fatos considerados relevantes, independentemente de onde tenham acontecido. Desse modo, os poetas tratam de temas como piadas (chistes), acontecimentos, biografias, mitos, romances, acontecidos fantásticos. Interpretam os acontecimentos, contam a vida de personagens ilustres, analisam as notícias, fazem crítica social, divulgam ideias... Representando a voz do sertanejo, o poeta de cordel se torna uma espécie de jornalista popular.

Esses poetas, que de enunciadores da informação passam a indivíduos que ressignificam a realidade, também têm critérios sobre as temáticas consideradas relevantes para seu grupo social de consumidores. Permanecem como agentes comunicacionais, líderes de opinião, mas suas práticas são diversificadas.

No contexto das manifestações tratadas neste artigo, o papel do poeta cordelista é o de um agente que difunde e interpreta os acontecimentos, além de utilizar a mídia à qual tem acesso como outro instrumento de manifestação, com o qual o poeta se posiciona e convoca seus leitores a também se manifestarem. Os folhetos de cordel se aproximam de uma espécie de jornalismo interpretativo popular muito mais por seu conteúdo, do que pelas práticas dos poetas, os quais utilizam as informações obtidas nos demais veículos de comunicação e atuam como mediadores nesse processo de ressignificação dos acontecimentos, o que aproxima cordel e jornalismo.

Está na comunicação jornalística, na informação dos fatos correntes e no apanhado exato da opinião pública, expressa nos veículos de transmissão de ideias e sentimentos coletivos, a orientação e o instrumento de que precisamos para assumirmos, consciente e coerentemente, a posição que nos cabe no concerto internacional. Não podemos continuar a ignorar o pensamento de metade da população brasileira, se quisermos efetivamente corresponder à expectativa e à civilização do nosso tempo. (BELTRÃO, 2004, p. 56).

O que chega ao conhecimento do poeta e que ele interpreta como importante ele interpreta e transforma em poesia. Falam de temas como a morte de Getúlio Vargas e Tancredo Neves, enchentes, doenças, questões ambientais... Temas de relevância pública, que o poeta interpreta e escreve, exercendo assim uma de suas diversas funções, que é a de informar.

Em 21 de abril

O dia de Tiradentes

A Pátria caiu no pranto

Porque as rádios dolentes

Gemeram em notícias breves

Faleceu Tancredo Neves

O melhor dos presidentes¹³

Os ciclos temáticos dos folhetos de repercussão social defendidos por Diegues e outros (1986) caracterizam-se por trazer uma expressão social e por conteúdos que repercutem entre os leitores.

¹³Crispiniano Neto, "Adeus, Tancredo!", 1985.

Teus olhos demonstram a dor, a tristeza

Miséria, pobreza

E cruéis privações

E enquanto essas dores tu vive penando

Vão ricos roubando

Milhões e milhões

Garoto eu desejo que em vez deste inferno

Tu tenhas caderno

Também professor

Menino de rua de ti não me esqueço

E aqui te ofereço

Meu canto de dor¹⁴

O cordel opõe à realidade um combate “dado no modo imaginário e cujas armas são a utopia, o mito, a lenda, o milagre...” (KUNZ, 2001, p. 62). Para que haja esse combate, é preciso que sejam explorados a memória e o imaginário coletivos. “Todos eles, santos e dragões, fazendeiros e cangaceiros, amantes e vaqueiros, boi encantado e pássaro de ferro, atravessam o sertão, cruzando fronteiras indecifráveis entre real e irreal.” (KUNZ, 2001, p. 63).

Os poetas transmitem as informações que lhes foram passadas pelos seus conhecidos ou de que foram testemunhas. As histórias vão de boca em boca, transformam-se em versos e em seguida são impressas em folhetos de cordel. Por sua relação com o factual, com fatos a serem relatados, há uma certa pressa na impressão desses folhetos. O poeta conta sua própria história por meio das peripécias de seus personagens. É muito comum a existência de conflitos maniqueístas na literatura de cordel, ou seja, histórias que apresentam uma luta do bem contra o mal. Por exemplo, nos cordéis estudados sobre o Presidente Lula, ele aparece como o bem que vai lutar contra males como a corrupção, a pobreza e a miséria. Assim, a poesia que relata

¹⁴Patativa do Assaré, “Menino de rua”. *Aqui tem coisa*. São Paulo: Hedra, 2004.

aspectos da realidade (re)construindo-a é também ressignificada quando a palavra do cordel vira cantoria, expressa pelo ritmo de um corpo inteiro a se manifestar.

Os versos dos folhetos trazem a crítica do poeta popular. São manifestações carregadas de opiniões que traduzem a opinião do povo, mesmo que repleta de ideias do senso comum. A crítica social vem travestida na arte cordelista e, ao comentar os acontecimentos, forma opinião. Mas, nos cordéis, a informação que surge tem estética própria, diferente daquela presente em outros veículos noticiosos. O texto em poesia rimada e a liberdade da qual é dotado o poeta transformam as informações e opiniões publicadas no cordel em uma forma de entretenimento, de diversão popular, muito mais do que um veículo prioritariamente noticioso.

O cordel tem a função social de registrar os fatos e traduzi-los para a linguagem cotidiana daqueles que irão recebê-lo. Os assuntos devem despertar o interesse do público, ou ainda, ser de grande relevância nacional. São temas que enfocam não apenas figuras políticas importantes ou celebridades, mas também fatos marcantes para a história. De acordo com Luyten (1992), os cordéis atuam como mediadores entre os meios de comunicação tradicionais e os receptores da notícia que se encontram no que ele chama de “locais específicos”, que se entende como o sertão ou qualquer outro lugar em que se tenha difícil acesso às informações.

O folheto aproxima-se do jornalismo quando seu texto tem elementos como atualidade e difusão coletiva. Os poetas apresentam e comentam os fatos, e distribuem os folhetos da forma que julgam interessar ao público. Fogem dos elementos periodicidade – já que a produção não se propõe a manter uma continuidade nem seguir os mesmos padrões das outras mídias que têm necessidade do “furo jornalístico” – e universalidade, pois sua linguagem se dirige a um público específico.

O poeta é, assim, produtor e mediador de diversos conteúdos midiáticos. Um líder de opinião, agente folkcomunicacional. Detentor de um veículo de comunicação, de uma mídia pela qual consegue transmitir suas opiniões e ressignificar os acontecimentos da realidade apresentados pelos *mass media*. O cordel é uma mídia não só pelo suporte, mas também pelo conteúdo socialmente relevante e significativo que ele difunde, pelos conhecimentos contidos nos versos, pela memória e tradição que o compõem e que são mantidas por ele. As várias faces dos folhetos nos permitem direcionar o olhar para esse objeto a partir de cada área do conhecimento, sem necessariamente negar as demais. Basta um olhar mais aprofundado, e poderemos perceber nos folhetos suas tantas formas de inserção social.

O folheto sobre as manifestações do mês de junho de 2013 é uma amostra desse cordel noticioso, que se baseia em um fato da realidade cotidiana para ser construído, referindo-se a um evento inusitado, de grande repercussão social e que, assim como na mídia de massa e nas redes sociais, é (re)construído nos folhetos, mas em forma de poesia. Os critérios de noticiabilidade que compõem o interesse do cordelista estão relacionados às características da Folkcomunicação, como teoria que lança um olhar sobre as temáticas de interesse popular e sobre a utilização do folheto como uma forma alternativa de informar e interpretar os acontecimentos.

“O manifesto de todos nós”

O tema das manifestações ocorridas durante o mês de junho de 2013 tornou-se recorrente para além do espaço da mídia de massa. Como já tratamos aqui, as redes sociais foram muito importantes para a mobilização dos protestos e a sua divulgação, as informações que circulavam com grande velocidade, muitos eram os conteúdos compartilhados, comentados. O assunto de interesse público vira, também, pauta em poesia de cordel. Em folheto e nas redes sociais. Por exemplo, na página do Facebook, Tributo ao Cordel, foram publicados no dia 22 de junho versos de autoria de Nando Poeta¹⁵, cordelista natalense.

Folhetos noticiosos têm essa característica de, a partir de um fato agendado pela mídia de massa, se inspirar em temas capazes de gerar interesse em leitores que irão comprar os folhetos como forma de registro de determinado evento que se torna histórico. Diante da quantidade de informações que circulou sobre os protestos, o que os poetas fizeram não foi necessariamente informar que estavam acontecendo manifestações, mas sim uma interpretação dos acontecimentos em seus textos, como forma de construir uma realidade versificada, para ser cantada, em que a opinião do poeta fica evidente. Mais do que relatar os acontecimentos, os poetas utilizam um discurso analítico e interpretativo.

Diante da importância e dos impactos das manifestações, critérios de noticiabilidade semelhantes aos do jornalismo são levados em consideração para a produção de um folheto. Os protestos também têm valor-notícia para os folhetos, que tratam de temáticas sociais, que transmitem conhecimento. Há interesse público por essa temática, e o cordel dá um tratamento

¹⁵ Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=202893583198438&set=a.130565527097911.28127.130470963774034&type=1&theater>. Acesso em: 11 jul. 2013.

diferenciado às informações. Assim, a memória das manifestações não fica restrita ao efêmero das redes sociais e das 24 horas de vida de um jornal.

Abraão Batista, então, publica ainda no mês de junho de 2013 o folheto “O manifesto de todos nós”, com 8 páginas e uma tiragem inicial de 1.000 exemplares, distribuída gratuitamente pelo poeta. O assunto das manifestações fazia parte do cotidiano do momento. O folheto constrói um campo simbólico em que o objetivo não é apenas informar sobre os protestos, afinal as pessoas já recebiam um número incontável de informações tanto da mídia de massa quanto nas redes sociais. O folheto de Abraão analisa algumas das pautas, as ações dos sujeitos participantes, e faz de seus versos uma forma a mais de protesto.

O Manifesto diz assim:

O povo está cansado

Desta cruel corrupção

Como, de ser enganado

Pelos partidos mesquinhos

E político safado

Queremos ver pratos limpos.

A Justiça apoiada

A impunidade deixa

A nossa gente esmagada

A Pê É Cê trinta e sete

Deve, então ser rejeitada

Nesse caso, temos um folheto informativo em que o poeta não produz a notícia, não a apura. Como acontecimento de grande interesse nacional, as informações nele trabalhadas são obtidas pelas notícias veiculadas pela mídia de massa, as mesmas informações às quais têm acesso o público leitor dos folhetos. O que o poeta faz é uma espécie de jornalismo opinativo, ao

mesmo tempo que aproveita sua mídia para registrar as próprias insatisfações sobre os assuntos que geraram as manifestações.

O folheto começa com os comentários do poeta sobre o uso da força bruta, referindo-se à repressão policial aos manifestantes. Ele aproxima essa prática, usando o mesmo adjetivo, “abestado”, ao comparar os policiais com indivíduos corruptos. Para Abraão, os corruptos desprezam “os bons costumes”. Trata-se de um julgamento de valor em que o poeta avalia a ação do outro a partir de sua própria subjetividade, que classifica os costumes como bons ou ruins. Como já dissemos, o maniqueísmo é comum no discurso dos folhetos, sejam eles de ficção ou noticiosos, principalmente se considerarmos que a opinião do poeta é o grande diferencial entre a notícia veiculada no folheto e aquelas que circulam pela mídia de massa.

Nos assuntos destacados pelo poeta no folheto podem ser observados critérios de noticiabilidade semelhantes aos do jornalismo, no que se refere ao conteúdo. Pensamos na importância do evento das manifestações e seus impactos sobre a nação, mas que também impactam a vida dos cordelistas e do público leitor dos cordéis, como indivíduos que compartilham dos acontecimentos, cujas consequências serão sentidas por todos. Assim, Abraão destaca que a situação atual do Brasil carece de saúde, educação e políticos honestos, por isso o povo, “irritado”, resolve pedir soluções.

O Brasil é sacudido

A partir de uns centavos

Desse grito veio a gota

Que tocou rosas e cravos

Acordando o gigante

A República e os bravos

O poeta contextualiza o início das manifestações e menciona a situação dos professores de Juazeiro do Norte, que tiveram uma redução salarial de 40% nas gratificações aprovada pela Câmara dos Vereadores. Temos, então, o critério de proximidade e, novamente, de interesse público. Abraão, que mora em Juazeiro do Norte, menciona esse acontecimento em sua cidade, onde também houve protestos, com repercussão nacional. Um corte de recursos na educação

aprovado pelos vereadores obedece ao critério do inusitado, considerando que professores já têm salários baixos e que serão reduzidos ainda mais. Ao mesmo tempo que o poeta menciona esse fato, ele opina, classificando os vereadores como “corruptos de nascença”, a Câmara como “abestada” e o salário dos professores como “de fome”.

Abraão faz uma generalização ao afirmar que “nenhum brasileiro” está satisfeito com a situação do país. Percebemos, assim, mais um elemento que caracteriza o texto do cordel como opinativo, em que a opinião é a percepção da realidade por parte do poeta. Os únicos dados objetivos que os versos trazem são os nomes dos vereadores que votaram contra a redução dos salários dos professores de Juazeiro do Norte.

Só quatro vereadores

Ficaram ao bom favor:

Tarso Magno, Gledson Bezerra

Defenderam o professor

Rita Monteiro, Claudio Luz

Também do grupo defensor.

Assim, seguindo uma estrutura de apresentação opinativa dos manifestos e dos comportamentos de políticos, Abraão faz o próprio manifesto, como uma análise das situações que levaram às manifestações, ao mesmo tempo que usa o folheto como forma de protesto. Abraão mostra suas próprias insatisfações, muitas delas são as mesmas levantadas nos protestos, como a PEC 37, questões de saúde e educação, a violência e repressão policial aos protestos e a corrupção.

Embora saibamos que o jornalismo não é objetivo, que todo texto consiste sempre na construção de uma realidade a partir da interpretação feita pelo autor da realidade cotidiana por ele percebida e que a própria percepção é mediada por fatores sociais, culturais, históricos e subjetivos, podemos dizer que o jornalismo se baseia em dados apurados muito mais do que na opinião do jornalista, expressa em adjetivos e reflexões, argumentações, avaliações e previsões, a não ser que se trate de jornalismo opinativo.

Nos folhetos noticiosos, essa forma textual é muito comum. O poeta não é jornalista, ainda que alguns se considerem poetas-repórteres. Podem até ter formação em jornalismo, exercer essa função em veículos de comunicação de massa, trabalhar como colaboradores, mas nos folhetos de cordel, ainda que noticiosos, não se trata de jornalismo, e sim de difusão de informação, de conhecimento a partir das opiniões do poeta.

Em conteúdo, o cordel está muito próximo da crônica, na qual o que mais interessa é a opinião do autor a respeito daquele fato que foi escolhido com base em critérios de noticiabilidade, em fatos que têm um valor-notícia considerável, mas que parte da subjetividade do poeta/cronista, da sua forma de perceber e sentir os fatos, de construir uma realidade a partir dos detalhes e/ou de sua sensibilidade para avaliar um contexto sem, necessariamente, utilizar dados oficiais e técnicos, mas principalmente a partir do cotidiano e de suas percepções dos acontecimentos.

O Brasil mostrou com força

Em suas grandes capitais

Firmeza e reclamação

Revelando uns bons sinais

Para a presidente Dilma

Sair logo desses umbrais.

Pensar sobre os critérios de noticiabilidade no contexto da Folkcomunicação inclui as relações entre o agente comunicacional e a proposta de uma interferência social. Elencamos uma série de critérios referentes ao conteúdo, mas, contextualmente, o papel do agente *Folk* é realizar a mediação entre os acontecimentos considerados relevantes e midiaticamente explorados e um público que demanda a interpretação desses acontecimentos, para compreender como cada fato interfere em seu cotidiano. Abraão Batista faz isso quando segue os diversos critérios mencionados neste trabalho. Na posição de poeta popular, ele não se isenta da discussão sobre os problemas sociais do Brasil, interpreta o contexto e se posiciona desde o título do folheto, que se refere a um “Manifesto de todos nós”.

Considerações finais

O registro impresso feito pelo poeta Abraão Batista sobre as manifestações de junho de 2013 no Brasil, além de utilizar-se dessa mídia como forma de protesto, mostra a permanência do folheto de cordel como veículo noticioso. Em um contexto em que há informações em excesso, em que as redes sociais dominam o cenário informativo e de protesto, os folhetos continuam se fazendo presentes, demarcando seu espaço e com um diferencial que é o da opinião, não sendo apenas uma reprodução daquilo que as outras mídias veiculam.

Abraão Batista, ao publicar seu manifesto ainda no mesmo mês em que as manifestações aconteceram, prova que a atividade produtiva dos folhetos acompanha o cotidiano, que continua viva e que seus produtos estão presentes na construção de uma realidade. Não se trata mais de um veículo utilizado exclusivamente para informar, uma vez que a efemeridade das notícias que circulam pela mídia de massa tornaria obsoletas e ultrapassadas as notícias contadas nos versos de cordel tão logo eles saíssem.

No folheto, a presença da informação continua, e ele é usado para difundir as notícias, para interpretar os acontecimentos; contudo, não é mais o único meio de informação de que dispõem os indivíduos. Trata-se de um registro da memória, de uma crônica do cotidiano, em que a subjetividade do poeta na construção da realidade se sobressai à notícia em si, pois a notícia já é conhecida e, no caso das manifestações de junho, amplamente divulgada e comentada. Assim, podemos notar que a função noticiosa dos folhetos não fica restrita ao passado, não está fechada e não implica atraso ou engessamento da notícia nem o oposto de modernidade. A informação, o conhecimento, a opinião continuam circulando nos folhetos, servindo de mote para a poesia. Até por isso é uma produção que continua ativa.

A Folkcomunicação nos auxilia a construir um olhar sobre a prática dos cordelistas e sobre os conteúdos apresentados nos folhetos. No contexto das manifestações de junho de 2013, a teoria nos ajuda ainda a compreender a utilização que o poeta faz de um veículo de comunicação popular como instrumento de luta, representando o posicionamento de um grupo que também se mostra insatisfeito com a situação socioeconômica do país. Cada um desses aspectos demanda reflexões específicas e mesmo as análises aqui levantadas remetem a uma série de novos questionamentos que sugerem a utilização da Folkcomunicação e dos estudos realizados por Luiz Beltrão.

Temos como objetivo desenvolver as reflexões iniciais abordadas neste trabalho a partir do caso das manifestações de junho de 2013 com a inclusão de novos casos em que encontremos folhetos abordando acontecimentos cotidianos de grande interesse social e também seguindo critérios de noticiabilidade estabelecidos pelo jornalismo, a fim de buscar as possíveis aproximações existentes entre eles e investigar a forma como os folhetos tratam as temáticas noticiosas nos dias atuais. Para isso, precisamos de mais tempo e mais acontecimentos, e mais folhetos precisam surgir. A pesquisa continua.

Referências

- BELTRÃO, L. (2004). **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: Umesp.
- DIEGUES, M. et al. (1986). **Literatura popular em verso: estudos**. São Paulo: Edusp; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Orgs.). (2001). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes.
- KUNZ, M. (2001). **Cordel: a voz do verso**. Fortaleza: Museu do Ceará; Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará.
- LEMAIRE, R. (2007). Rer os textos: resgatar as vozes. In: FUNK, G. (Org.). **Estudos sobre patrimônio oral**. Ponta Delgada, Açores: Câmara Municipal de Ponta Delgada.
- LUYTEN, J. M. (1992). **A notícia na literatura de cordel**. São Paulo: Estação Liberdade.
- MCCOMBS, M. (2009). **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes.
- PENA, F. (2010). **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto.
- WOLF, M. (1999). **Teorias da comunicação**. São Paulo: Presença.

Tarde de milonga: apontamentos para uma análise folkcomunicação do tango

Marcelo Sabbatini¹

Betania Maciel²

RESUMO

A partir de uma experiência vivida pelos autores no Uruguai na ocasião do ALAIC 2012, capturada num ensaio fotográfico na perspectiva da sociologia da imagem, propomos analisar a milonga ou tango como um inovador objeto de estudo e pesquisa da Folkcomunicação. Para cumprir este objetivo, são utilizados quatro eixos de análise: o tango como identidade nacional e patrimônio cultural apropriado pela indústria do turismo na ótica dos fluxos globalizados; sua caracterização como expressão folkcomunicação, ou comunicação dos marginalizados, a partir de sua constituição histórica, resultado da hibridização cultural; sua aproximação ao grupo erótico-pornográfico proposto por Luiz Beltrão e, finalmente, sua posição nos movimentos de transformação do fato folclórico ocasionados pela indústria do turismo e de resistência cultural contra estas apropriações e ressignificações.

PALAVRAS-CHAVE

Tango - identidade cultural - cultura popular - hibridização cultural.

Milonga afternoon: notes for a folkcommunicational analysis of the tango

ABSTRACT

From an experience lived by the authors in Uruguay during ALAIC 2012 celebration and captured in a photographic essay aligned with a visual sociology perspective, we intend to analyze milonga or tango as an innovative object for study and research in Folkcommunication. To accomplish this objective, we use four axis for analysis: tango as national identity and cultural heritage appropriated by the tourism industry in the light of globalized fluxes; its characterization as folkcommunicational expression, or communication expression for the excluded, from its historical constitution, resulting from cultural hybridization; its approximation to the erotic-pornographic group proposed by Luiz Beltrão and, finally, its position in the folkloric fact transformation movement, caused by the tourism industry and in the associated cultural resistance against this kind of appropriation and re-signification.

KEYWORDS

Tango - Cultural identity - Popular culture - Cultural hybridization.

1 Doutor em Teoria e História da Educação – Universidad de Salamanca (Espanha). Professor da Universidade Federal de Pernambuco e do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica – Edumatec, da mesma instituição. Fotógrafo.

2 Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora da Universidade Federal rural de Pernambuco e do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, DA mesma instituição. Ex-presidente da Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. Coordenadora do GT Folkcomunicación y Cultura Popular da XI Congreso Latino americano de Investigadores de la Comunicación – ALAIC.

Híbrido por própria natureza, fruto da miscigenação cultural, expressão das classes trabalhadoras, suburbanas e marginalizadas. Elevado à categoria de patrimônio cultural e de identidade nacional, seguindo porém uma agenda de desenvolvimento econômico baseado no capital cultural e nas transformações econômicas do capitalismo globalizado. E, por isso mesmo, apropriado pelos meios de comunicação de massa e transformado em sua essência e práticas tradicionais para atender às necessidades da indústria do turismo.

Samba? Forró? Maracatu? Apesar de semelhanças que possamos encontrar com expressões e tradições culturais que fazem parte do objeto da Folkcomunicação, teoria criada e desenvolvida majoritariamente no Brasil, estamos nos referindo ao tango. Por insólito que possa parecer, esta expressão cultural, simultaneamente ritmo, estilo musical e dança, uruguaio em seu nascimento, mas argentino no imaginário coletivo, também é um objeto de estudo e pesquisa da Folkcomunicação.

Ou pelo menos, explorar esta possível relação é o objetivo deste ensaio, inspirado num primeiro momento por uma experiência vivida pelos autores ao final do XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, ALAIC 2012, realizado em Montevideu: uma tarde de milonga, como também é denominado o tango, em um bar no centro histórico da capital, protagonizado por um grupo também excluído por antonomásia, os idosos. O registro fotográfico daquela contato com o tango de raiz foi materializado em um ensaio fotográfico, numa perspectiva de sociologia da imagem.

Contudo, a pesquisa exploratória realizada para a redação de uma apresentação das fotos nos revelou algo que havia passado despercebido durante as discussões acadêmicas realizadas no GT – Folkcomunicación y Cultura Popular daquele evento: existem aproximações suficientes para considerar o tango uma nova fronteira para a análise do fenômeno folkcomunicacional.

Cultura popular, patrimônio cultural e identidade

Um primeiro ponto que liga o conceito de tango, ou milonga³, ao estado da arte em Folkcomunicação é seu status como expressão da cultura popular, inserido atualmente numa dinâmica complexa de fluxos hegemônicos, marcado pela globalização e pela transformação da identidade cultural.

Do conhecimento enciclopédico, praticamente tácito, temos que esta tradição surgiu nas duas margens do Rio da Prata, no seio das classes populares de Buenos Aires e Montevideú, ao final do século XIX. Estes dois entornos compartilhavam neste momento condições sociais e históricas muito semelhantes, com a fusão espontânea da cultura dos imigrantes italianos, com a dos “criollos” – nativos de origem espanhola, e com a dos negros, descendentes dos escravos⁴. Deste amálgama de costumes, ritos e tradições nasce uma identidade cultural específica, hibridizada, da qual a música, a dança e a poesia do tango é a expressão mais conhecida. Em 2009, o tango é reconhecido como patrimônio imaterial pela Unesco, compartilhado entre Argentina e Uruguai.

A proximidade cultural entre os dois países foi magistralmente expressa pelo poeta e escritor argentino Jorge Luis Borges, que em sua veia de compositor, aproxima-se dos “orientais”⁵,

Milonga para que el tiempo

Vaya borrando fronteras

Por algo tienen los mismos

Colores las dos banderas⁶

3 O termo milonga é tanto utilizado para se referir à música ou ritmo, como também para os locais onde se dança o tango.

4 Apesar de possuir uma na atualidade uma sonoridade que se aproxima mais à música erudita de matriz europeia, a própria etimologia do termo tango aponta para a miscigenação cultural. Originário do idioma ibíbio, da África Central, “tamgú” significa ao mesmo tempo “tambor” e “dançar ao som do tambor”. O Dicionário Real da Língua Espanhola, em sua edição de 1899 o definia como “festa e dança de negros”.

5 Com seu nome oficial, a República Oriental do Uruguai incorpora elementos históricos. A região colonial que deu origem ao país era conhecida como “Banda Oriental”, por estar situada na margem leste, ou oriental, do Rio Uruguai.

6 Milonga para que o tempo/vá apagando fronteiras/por um motivo têm as mesmas/cores as duas bandeiras (tradução livre). Como nota Morel (2010), a proposta conjunta de Argentina e Uruguai do tango como patrimônio imaterial foi uma opção por uma estratégia regional, não-exclusivista, superadora do conceito de Estado-Nação. A candidatura forçou um esforço político conjunto, com a superação de alguns conflitos internacionais, assim como uma reinterpretação da própria história e aceção do tango. Neste sentido, cabe destacar a polêmica que circunda ainda hoje o local exato do nascimento do maior ícone do tango, Carlos Gardel, que teria nascido no Uruguai, apesar de sua identificação como argentino.

Milonga para los Orientales, 1965.

Borges ressaltará ainda esta expressão cultural como uma identidade única, o equivalente do *terroir* na produção dos alimentos: quando um compositor de outra parte do mundo pretende compor um tango, “descobre, não sem estupor, que realizou algo que nossos ouvidos não reconhecem, que nossa memória não hospeda e que nosso corpo rechaça” (apud SABATO, 1963).

Tal sentimento de identidade, entretanto, será apropriado por uma agenda de desenvolvimento neoliberal durante a década de 1990, inserida no processo de mercantilização, que eleva o tango como patrimônio imaterial. Para Morel (2011), a “retórica discursiva” que promove “o capital social” e a “diversidade cultural” tem como pano de fundo estratégias de desenvolvimento econômico atreladas ao turismo internacional. Na realidade é este valor econômico que primaria sobre qualquer outra forma de valor sociocultural.

É bem de fato que tal apropriação do tango como manifestação nacional já havia ocorrido antes, durante a década de 1930, havendo aqui uma aproximação com o Brasil, em relação ao samba. Para alguns autores, tal apropriação passaria por uma “civilização” destes ritmos/danças, com o ofuscamento de sua origem popular e pela intervenção de intelectuais de vanguarda e das classes dirigentes. Uma análise mais recente, entretanto, defende que tal “saneamento” não teria ocorrido, mas sim uma ressignificação do primitivo, com a ênfase de características como a exaltação à malandragem, para compor assim uma expressão nacional moderna (GARRUÑO, 2007).

Particularmente, o caso argentino parece ser mais significativo. Através destas gestões políticas no campo da cultura, a capital Buenos Aires transformou-se na “capital mundial do tango”. O ritmo converteu-se na “soja portenha”, na medida em que os turistas chegaram a representar 75% dos dólares gastos no setor cultural⁷. Mas como adverte Morel (2011, p. 169), “estes discursos de organização estratégica e conjuntural em torno ao papel da cultura e do patrimônio como recurso mercantil e utilitário implicam uma série de consequências e interrogantes muito significativos em relação ao conjunto de políticas e da gestão pública, isto é, de que cultura estamos falando, para quem e desde onde”.

⁷ Nos dias de hoje, uma entrada a um show de tango pode custar entre 90 e 280 dólares por pessoa, dependendo do nível de serviço, especialmente do jantar, escolhido. Tirando pela média e pelo câmbio atual, um casal gastaria na ordem de R\$ 400 pela noite de espetáculo.

Assim, entender o tango como construção simbólica significa reconhecer o processo de reelaboração e invenção permanente, repleto de continuidades e descontinuidades, entre passado e presente, entre local e internacional. Analisar o caso do tango, então, pode abrir novas vias de compreensão para os fenômenos folkcomunicaçãois marcados por estas mesmas características.

O tango como comunicação dos marginalizados

Uma vez identificada a problemática do tango como objeto dos fluxos e contrafluxos de valorização, decisões políticas e formatação ao consumo, podemos retroceder um passo, para perguntarmo-nos: seria o tango uma forma de Folkcomunicação?

Assim, o viés folkcomunicaçãoal do tango, em nosso entendimento, está muito mais relacionado às origens e às características definidoras deste fenômeno do que em relação à discussão de identidade ou símbolo nacional. Desta forma, O tango é uma arte de raiz suburbana, de “arrabalde”⁸, ou em termos mais familiares, periférico, suburbano. Em sua origem, é intrinsecamente ligada à classe trabalhadora ou mesmo marginalizada.

Arrabal amargo....

Conella a mi lado no
vi tus tristezas, tu
barro y miserias,...

Arrabal Amargo (1935)⁹

Música: Carlos Gardel.

Letra.: Alfredo Le Pera

8 De origem árabe, arrabalde significa extramuros, no caso fora da cidade amuralhada que era a Montevideu colonial.

9 Arrabalde amargo.../com ela a meu lado / não vi tuas tristezas, / teu barro e misérias...(tradução livre).

Como seria de se esperar neste caso, as elites locais verão no tango uma expressão decadente, menor, inclusive indecente e imoral. Mas como ocorre frequentemente com os produtos da cultura popular, a partir do momento em que o tango alcança os salões de dança de Paris, que se internacionaliza, ainda que numa versão mais estilizada e codificada, ele passa a ser revalorizado localmente.

Esta cultura de bairro original, contudo, será impactada pelos processos de modernização urbana pelo qual passam as duas cidades no início do século XX. O arrabalde é um lugar de pertença, que “não se deve abandonar, nem trair, nem esquecer”. E mais, na linguagem do tango, o bairro e o centro modernizado são polos opostos, o primeiro remetendo ao “verdadeiro e autêntico”, o outro ao passageiro e ao desapontamento que o progresso traz àqueles que não conseguem acompanhá-lo.

Viejobarrío que te vas
te doy mi último adiós
ya no te veré más. Con
tu negro murallón,
desaparecerá toda una
tradición.

Mi viejo Barrio Sur,
triste y sentimental,
la civilización te
clava supuñal.

En tu costa de ilusón
fue donde se acunó el
tango compadrón.¹⁰

Adiós Mi Barrio (1930)

Música: Ramón Collazo

Letra: Víctor Soliño

10 Velho bairro que te vais / te dou meu último adeus, já não te verei mais / com sua muralha negra / desaparecerá toda uma tradição / meu velho Bairro Sul / triste e sentimental / a civilização / te crava um punhal / em suas costas de ilusão / foi onde se ninou / o tango amigo. (tradução livre).

Tal sentimento de perda identitária, resultado da “picareta fatal do progresso” é mais uma das facetas melancólicas do tango (PARRADO, s.d). Para Enrique Santos Discépolo, considerado um de seus principais poetas, o tango seria “um pensamento triste que se dança” (apud SÁBATO, 1963).

Cabe aqui uma digressão em relação ao aspecto folkcomunicação do tango, pois um tema recorrente em suas letras, também ligado à tristeza, é a reflexão sobre o tempo e seu efeito destrutivo sobre as relações humanas e sobre a vida de forma geral.

Si arrastré por este mundo
lavergüenza de haber sido
y el dolor de ya no ser.
Bajo el ala del sombrero
cuantas veces, embozada,
una lágrima asomada yo
no pude contener...
Si crucé por los caminos
como un paria que el destino
se empeñó en deshacer; si fui
flojo, si fui ciego,
sólo quiero que
hoy comprendan el valor que
representa el coraje de querer.

Cuesta abajo (1943)

Música: Carlos Gardel

Letra: Alfredo Le Pera¹¹

11 Se arrastei por este mundo / a vergonha de ter sido / e a dor de já não ser. / Sob a aba do chapéu, / quantas vezes, disfarçada, / uma lágrima surgida / eu não pude conter... / Se cruzei pelos caminhos ; como um pária que o destino / se empenhou em se desfazer, / se fui fraco, se fui cego, / hoje só quero que entendam / o valor que representa / a coragem de querer (tradução livre).

Neste sentido, a cena presenciada e interpretada através do ensaio fotográfico que complementa este texto é autorreferencial: ao mesmo tempo que a poesia *milonguera* destila a decadência ocasionada pelo tempo, os personagens-cantores, bailarinos, plateia, são eles mesmo retratos deste efeito.

¡Y pensar que hacediezaños,
fue mi locura!

¡Que llegué hasta la traición
por su hermosura!...

Que esto que hoy es un cascajo
fue un dulce metedura

donde yo perdí el honor;

que chiflao por subelleza

le quitó el pan a la vieja,

me hicierun y pechador...

Que quedé sin un amigo,

que viví de mala fe, que

me tuvo de rodillas,

sin moral, he choun mendigo,

cuando se fue.

(...)

Nunca soñé que la vería

en un "requiscat in pace"

tan cruel como el de hoy.

¡Mire, si no espá' suicidarse

que por esecachivache
sealo que soy!...
Fieravenganzaladeltiempo,
quele hace ver deshecho
lo que uno amó...¹²

Esta Noche Me Emborracho (1928)

Música e letra: Enrique Santos Discepolo

Contudo, o sentimento de tristeza, combinada (ou melhor, derivada) com sua origem na cultura dos escravos negros aproxima o tango de outro gênero musical identitário, o *blues* norte-americano. Ao realizar sua análise folkcomunicacional do *blues* e de seu sucessor, o *hip hop*, Postali (2010) chega à conclusão de que.

as manifestações musicais não se tratam de uma simples produção. Elas se diferenciam pela forma como procuram comunicar ao grupo, formando discursos ideológicos, construídos com a finalidade de informar e lutar contra o sistema. Os *bluesmen* e os *rappers* são líderes-comunicadores no sentido exato da definição de Beltrão, que se caracterizam como agentes formadores de opinião que, a partir das mensagens possibilitadas pelos meios de comunicação e por outras maneiras de se obter informações, decodificam as mensagens transformando-as em outros códigos capazes de serem entendidos pelo público ao qual pretendem comunicar (...) Esses indivíduos encontraram na música um meio de não só comunicar, mas interagir e acalorar o grupo. Assim, é possível pensar a prática musical como um meio de comunicação dinâmico em todos os seus sentidos, pois a música não trabalha apenas a oralidade, mas a imagem, as expressões, gestos e sonoridade combinada – voz, instrumentos (p. 17-18).

12 E pensar que há dez anos, foi minha loucura! / Que cheguei até a traição / por sua formosura".../E isto que é hoje um cascalho / foi a doce paixão / onde eu perdi a honra; / doido por sua beleza / tirei o pão da patroa, / me fiz ruim e vigarista.../ Fiquei sem um amigo, / vivi de má-fé, / estive de joelhos, / sem moral, feito um mendigo, / quando se foi. (...) Nunca sonhei que a veria / em um "*requiscat in pace*" *descanse em paz+ / tão cruel como o de hoje. / Veja se não é pra se suicidar / que por este cacareco / seja o que sou!.../ Vingança feroz do tempo, / que faz ver desfeito / o que alguém amou.. (tradução livre).

Dessa forma, uma vez identificadas certas semelhanças entre estas expressões culturais, um vasto campo de análise se abre pesquisador da Folkcomunicação. O legado cultural do tango, facilmente acessível, com seu repertório de letras que incluem as mais variadas temáticas dos grupos marginalizados em questão, é um *corpus* convidativo para se explorar como ocorrem os processos de decodificação e interação com o grupo, a partir do líder folkcomunicacional representado pelo “*milonguero*”.

Como último ponto, assim como outras expressões populares, autênticos sistemas comunicacionais dos grupos marginalizados, o tango se desenvolveu através de uma linguagem própria, o lunfardo. Mais do que um conjunto de gírias, composto de centenas de palavras próprias, o lunfardo é uma “pose linguística, uma forma de falar algo exagerada” que constitui uma fala popular, a voz do arrabalde comentado anteriormente (TERRIO, 2004). Sua origem é também a fusão cultural, integrando termos de origem siciliana, africana, mapuche, cigana, espanhola, quéchua, árabe, guarani, portuguesa, inglesa, galega e polonesa, num uso cotidiano que apaga a origem de cada uma. Assim, o lunfardo constitui uma “linguagem oculta, metafórica, construído a partir de uma notável dinâmica entre a sociedade carcerária, os jovens e o mundo do trabalho” (RODRÍGUEZ, s.d.). Como exemplo,

Recordaba aquellas horas de garufa
cuando minga de laburo se pasaba,
meta punga, alcodillo escolaseaba y
en los burros se ligaba un metejón.¹³

El ciruja (1926)

Letra: Alfredo Marino

Música: Ernesto de la Cruz

13 Recordava aquelas horas de diversão / quando nada de emprego havia – *O Vago* (tradução livre). O leitor notará que mesmo sem o conhecimento formal do espanhol, as demais letras podem ser superficialmente compreendidas, dadas as semelhanças entre este idioma e o português, especialmente os cognatos. No lunfardo, entretanto, este paralelismo é quebrado completamente. As duas primeiras linhas foram traduzidas tentativamente através do Dicionário Lunfardo (RODRÍGUEZ, s.d.); convidamos que o leitor complete o exercício, com as duas linhas finais. Para a “solução” deste quebra-cabeças, Terrio (2004) apresenta a letra completa, com a explicação em língua espanhola dos termos do lunfardo.

Também é importante destacar que como expressão popular e característica das classes marginalizadas, o lunfardo sofreu perseguições. Censurado durante as recorrentes ditaduras que se instalaram nos dois países platinos e que visavam “tornar decente” a cultura popular, o lunfardo quase desaparece. Na atualidade, ressurge como forma de expressão identitária de valorização do local, frente ao achatamento iniciado pela cultura globalizada.

Tango: desejo e luxúria

O terceiro ponto de aproximação entre tango e Folkcomunicação é através do célebre “grupo erótico pornográfico”, estabelecido por Luiz Beltrão em sua teoria seminal da Folkcomunicação. A título de recordação, este grupo é composto por aqueles que “não aceitam a moral e os costumes que a comunidade adota como sadios, propondo-se a reformá-los em nome de uma liberdade que não conhece limites à satisfação dos desejos sexuais e prática hedônicas consideradas perniciosas pela ética social em vigor” (BELTRÃO, 1980, p. 104).

Neste sentido, em sua origem o tango foi considerado obsceno, chegando a ser proibido e perseguido policialmente. Nesta época, era tocado e dançado em lugares que relacionam as milongas aos bordéis. Em sua história universal da prostituição Ringdal (2004) relaciona o momento histórico no qual o tango surge como expressão cultural com as grandes ondas migratórias de origem europeia que se destinam à Argentina e, especificamente a Buenos Aires, com sua efervescente economia. Como consequência, a indústria do sexo floresce neste país, inclusive pela contribuição das mulheres estrangeiras que irão se prostituir em busca de riqueza. Contudo, o que chama a atenção do ponto de vista da comunicação erótico-pornográfica é a mudança progressiva pela qual o tango passa, em todos seus aspectos. Em sua primeira fase, o tango se caracteriza por uma cultura de bordel, com letras, música e a própria dança¹⁴ que refletem as condições de vida no universo da prostituição. Porém, pouco a pouco, e já no início do século XX, a “tangomania”, exemplo precedente da indústria cultural globalizada, faz com que as associações sexuais sejam eliminadas, para transformá-lo em algo “civilizado, gentil e gracioso”, passível de ser consumido em Paris e Nova York.

14 Em um primeiro momento a dança possui maior contato corporal. Ao redor de 1910, possivelmente já como resultado de sua higienização, o ensaísta argentino Ezequiel Martinez Estrada afirma que é “uma dança monótona e sem expressão” com o ritmo estilizado do coito”, com pouca sensualidade e que imita o sexo comercial, mecânico (apud RINGDAL, 2004).

Relacionando o caráter sensual do tango ao primeiro ponto, o de sua transformação em produto massivo-globalizado-turístico, não é de se esperar que a dimensão erótico-pornográfica seja recuperada. Segundo Prats (1997 apud MOREL, 2011), na medida que o patrimônio cultural representa uma identidade simbólica, construída através de discursos de autoridade que legitimam e selecionam um repertório de referências culturais, de acordo com uma certa ideologia, qualquer aspecto imoral será higienizado. Com exceção, talvez, de movimentos contra-hegemônicos que busquem recuperar este significado anterior.

Contra-hegemonia e autenticidade

Finalmente, assim como as manifestações folkcomunicacionais têm sido interpretadas como reações contra-hegemônicas, Mailhe (2009) propõe analisar as estratégias de resistência cultural “desde baixo”, no sentido de compreender como as classes populares reagem às apropriações “desde cima”. Tanto no tango como no samba de exportação, para consumo pelas elites locais e estrangeiras, os fluxos de resistência e de apropriação estabelecem movimentos dialéticos.

Certamente, existe motivação para tal. Como nos relembra a sociologia do turismo, o mercado turístico tem provocado transformações nos fatos folclóricos, fazendo com que os intérpretes da cultura popular passam a se depara com uma cultura alheia, interpretando para o “outro”, o turista, muitas vezes seguindo padrões distantes dos tradicionais. Com isso, elas se esvaziam de seu conteúdo e significado¹⁵. Como manter o equilíbrio entre a modernização exigida pelo mercado turístico e a essência, a autenticidade desta expressão? Em outras palavras, como superar a descaracterização, por um lado, e o “engessamento” cultural por outro? Ainda que se corra o risco de um paradoxo, com uma encenação que pareça exótica tanto para a população local como para o turista, Dias (2003) também ressalta que o processo de globalização e a disponibilidade de informação pode fazer com que as manifestações transformadas sejam cada vez mais difíceis de serem incorporadas, com um público turista cada vez mais atento para o genuíno.

15 Como observação subjetiva do processo de transformação do tango em função do turismo internacional, entre os vários shows de tango que são oferecidos aos visitantes, um em particular se destaca pela utilização de efeitos de luz, cor e som de última geração, com mais de quarenta dançarinos em palco e, em certo momento, contando com a aparição de um autêntico cavalo puro-sangue dos pampas! Como nota adicional, este show parece ser um dos preferidos dos turistas brasileiros.

De forma similar, a transformação ocorre também como fruto da natural dinamicidade da cultura. Aqui cabe destacar o movimento do “eletrotango”. Mais além do aspecto musical, com a proposta v de mestiçagem das raízes argentinas históricas com ritmos eletrônicos, grupos como Gotan Project, Otros Aires e Narcotango se inserem numa nova lógica de produção cultural. Fazendo uso extensivo de instalações de videoarte e de performances audiovisuais, o estilo/movimento une o novo e o velho, dando “um passo atrás para dar dois adiante”,pretendendo a “extensão da longevidade de sua amada música, sempre em evolução” (McIVER, 2006 apud GALWASS, 2011). Neste caso, também podemos vislumbrar a resignificação da cultura tanguera.

Concluindo, com seus múltiplos significados e uma rica herança cultural, acreditamos que o tango merece um olhar mais aprofundado da Folkcomunicação.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez Editora, 1980.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.

GALWASS, Florentine. Eletrotango: um novo gênero com elementos tradicionais. **Revista USP**, São Paulo, n. 91, p. 129-138, nov. 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i91p129-138>>. Aceso em 13 jul. 2013.

GARRAMUÑO, Florencia. **Modernidades primitivas: tango, samba y nación**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007.

MAILHE, Alejandra. Modernidades primitivas: Tango, samba y nxación (resenha). **Prismas**, Bernal,v. 13, n. 1, jun. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-04992009000100015&lng=es&nrm=iso>. Acessoem 13jul.2013.

McIVER, Swax T. **Gotan Project – Biography – ‘Lunático’... Track by Track**, 2006.Disponível em: <http://www.francodiff.org/get/bio/238/GOTAN%20PROJECT/Gotan_Project_bio_en.doc>. Acesso em 13 ju. 2013.

MOREL, Hernán. “Milonga que va borrando fronteras”: las políticas del patrimonio: un análisis del tango y su declaración como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. **Intersecciones antropológicas**, Olavarría, v. 12, n. 1, jul. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-373X2011000100013&lng=es&nrm=iso>. Acesso em 13 jul 2013.

PARRADO, Andrés. El tango en la Banda Oriental. **Acordes Ciudadanos**, s.d.. Disponível em: <<http://tangoenlaire.blogspot.com.br/p/el-tango-en-la-banda-oriental.html>>. Acesso em 13 jul. 2013.

POSTALI, Thifani. EUA e Folkcomunicação: blues e hip hop como comunicações específicas de grupo. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 8, n. 16, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=article&op=view&path%5B%5D=1285&path%5B%5D=929>>. Acesso em 13 jul. 2013.

RINGDAL, Johan Nils. **Love for sale: a world history of prostitution**. Nova York: Grove Press, 2004.

RODRÍGUEZ, Adolfo Enrique. Diccionario lunfardo: de 12.500 voces y locuciones lunfardas, populares, jergales y extranjeras. **TodoTango.com**, s.d. Disponível em: <<http://www.todotango.com/spanish/biblioteca/lexicon/lexicon.html>>. Acesso em 12 jul. 2013.

SABATO, Ernesto Sabato. **Tango: discusión y clave**. Buenos Aires: Losada, 1963.

TERRIO, Ricardo. El lunfardo en el rock y la cumbiavillera. **Intertexto – Revista Digital de la Carrera de Letras**, n. 5, dic. 2004. Disponível em: <<http://www.sagrado.edu.ar/revistas/revista5/lunfardo.htm>>. Acesso em 12 jul. 2013

Pe. José: Do Comunicador Comunitário ao Santo Milagreiro¹

Viviam Lacerda de Souza²

RESUMO

A iniciativa de um padre de criar formas de comunicar e entreter sua comunidade por meio de um alto-falante fez com que o aparato se tornasse o principal meio de informação local por décadas, articulando o povo conforme seus costumes e tradições, integrando-se à vida cotidiana. O objetivo é identificar o que leva uma pessoa com vocação para o atendimento das necessidades locais a adquirir prestígio e se tornar milagreiro após a morte. A metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica, documental, e as entrevistas semiestruturadas. Conclui-se que o padre foi um comunicador comunitário, com personalidade de líder de opinião e, por razão de seu prestígio religioso, seus feitos comunicacionais se sobressaíram em um contexto comunitário de escassez, e tanto o êxito do sistema comunicacional quanto a devoção ao padre podem estar arraigados em convicções filosóficas.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação comunitária – alto-falante – Folkcomunicação.

Padre José: the Communicator to the Holy Community miracle worker

ABSTRACT

The initiative of a priest towards creating means of communication and entertainment for his community by use of a speaker turned the apparatus into the primary medium of local information for decades, linking the people according to their customs and traditions, integrating into everyday life. The aim was to identify the causes that lead a person with vocation for attending local needs to acquire prestige and become a miracle worker after death. The methodology employed was research of bibliography, documents, and semi-structured interviews. It was concluded that the priest was a community communicator, with personality of opinion maker, and due to his religious prestige his communicational prowess excelled in a community context of scarcity. Furthermore, both the success of the communication system and the devotion of the priest may be rooted in philosophical beliefs.

KEYWORDS

Community Communication – speaker - Folk Communication.

¹ Uma versão deste trabalho foi recentemente apresentada no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação – Região Sudeste, realizado em Vila Velha (ES), de 22 a 24 de maio de 2014

² Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Mestre em Educação, Administração e Comunicação Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda.e-mail: viviamlacerda@gmail.com

Introdução

O padre José Justiniano Teixeira foi um missionário e orientador dos serviços espirituais, educacionais e comunicacionais por mais de cinco décadas no município de Senhora de Oliveira (MG). Um de seus feitos permanece atuante até os dias de hoje, de maneira a contribuir significativamente com a comunicação local, articulando a movimentação cotidiana conforme os costumes e tradições da cidade. Trata-se do alto-falante paroquial, que, instalado inicialmente para entreter e informar a população acerca de avisos religiosos e algumas mensagens de caráter festivo, como aniversário ou oferecimento de músicas, se constituiu até o ano de 2009 praticamente no único veículo de comunicação local. Após 2009, insere-se no contexto oliveirense a rádio comunitária Boa Nova FM, que passa a conviver harmoniosamente com o tradicional aparato, sem, portanto, desmerecer seu consolidado prestígio na região

Após a morte do padre José, sua contribuição comunitária foi reconhecida pelos moradores de Senhora de Oliveira, que lhe conferiram um memorial no interior da igreja matriz local, erigida por ele próprio. Atualmente, ao padre José são atribuídos milagres que ocorrem dia após dia, aumentando seu memorial com mensagens de ex-voto, como fotos e bilhetes de agradecimento por graças alcançadas.

O objetivo deste trabalho é identificar os motivos que levam uma pessoa com reconhecida prestação de serviço no atendimento das necessidades locais, sejam elas de fundo esportivo, espiritual, educacional ou comunicacional, a adquirir prestígio a ponto de se tornar um milagreiro após sua morte. A metodologia utilizada na investigação é a pesquisa bibliográfica, documental, e as entrevistas semiestruturadas.

A intimidade entre a comunicação comunitária e um modesto alto-falante

A comunicação é a condição primordial para a articulação e a organização social, em que a democracia da informação ocorre sempre que se estabelece um processo cultural de troca de mensagens entre as elites, os dirigentes e os cidadãos. Wolton (2004, p. 197) pontua que as mídias são os meios ofertados aos cidadãos para a compreensão do mundo e, simultaneamente, a concretização dos valores da comunicação, indissociáveis da democracia para um grande contingente de indivíduos, ou seja, a massa. E, se pensamos o cidadão em um contexto comunicacional democrático, nos valem da comunicação comunitária, que é feita por ele e para ele. A comunicação comunitária é, então, protagonizada pelos cidadãos ou por movimentos

e entidades associativas de interesse público, e nela o povo é emissor e receptor da mensagem. De acordo com Peruzzo (2006, p. 9), a comunicação comunitária

[...]se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania.

Silva (2008, p. 41) afirma que a comunicação comunitária mescla informação, educação, arte e cultura em espaços voltados para o entretenimento e divulgação da cultura local, sob a forma de limitados alcances sonoros acerca de cobertura, de audiência. O autor também pontua que a participação ativa dos cidadãos nas experiências de comunicação comunitária representa o exercício da cidadania e da democracia.

Na atualidade, podemos observar muitos veículos de comunicação destinados a fins comunitários. São emissoras de TV e de rádio, internet, jornais e outros que servem às necessidades de utilidade pública de pequenas comunidades, difundindo a notícia local, educando e também entretendo. Destacam-se aqui, com a mesma finalidade de comunicação comunitária, os modestos aparatos denominados alto-falantes ou rádios-poste.

Peruzzo (1998, p. 159) relata que os alto-falantes vêm sendo utilizados como sistema de transmissão popular, chamado por ela de “rádio do povo”, em diversas regiões do continente latino-americano, tanto por associações quanto por movimentos que, em virtude de não poderem operar emissoras convencionais em decorrência das limitações impostas pelo sistema de concessão de canais, bem como pelas condições econômicas, se valem desse mecanismo para transmitir programas e atender a necessidades de comunicação. Peruzzo (1998, p. 9) ainda afirma que existem feições diferenciadas para os alto-falantes, dependendo do modelo de sistema de transmissão utilizado. Um deles está inserido no espaço de organizações populares locais e é usado como veículo comunicacional da comunidade, e sua gestão é feita pela própria comunidade de forma voluntária e coletiva, criando uma programação fundamentada na informação, no entretenimento e no serviço de utilidade pública. Outro modelo dispõe dessas mesmas características, mas é gerido por uma ou duas pessoas preocupadas com o bem-estar social. Há também o modelo que coloca o mecanismo a serviço da comunidade, embora seus idealizadores possuam interesses particulares de reconhecimento público, prestígio e até emprego em emissoras de renome. Um último modelo almeja o lucro e se vale do meio para a divulgação de anúncios publicitários e patrocínios.

Cogo (1998, p. 81) relata que os alto-falantes desenvolvem-se principalmente nas periferias de grandes cidades e em algumas zonas rurais, onde há eletricidade. Os aparatos são instalados em paróquias, mercados, praças, espaços públicos diversos, e atuam a serviço de grupos populares, suas manifestações de luta ou culturais. Por meio dos alto-falantes são divulgados concursos, festivais, debates, festas populares, falecimentos, aniversários e demais temas comunitários. Podem também ser vistos como emissora radiofônica quando adaptam ou aproveitam formatos do rádio convencional, como entrevista, noticiário, radiodebate ou radioteatro.

Neste artigo, vamos focar a experiência do uso de um alto-falante como forma de comunicação comunitária, que durante décadas se constituiu como o principal meio de comunicação local. Trata-se de um sistema de alto-falante inaugurado por um padre com a finalidade de entreter, noticiar e integrar a população da pequena comunidade de Senhora de Oliveira, localizada em terreno montanhoso na região norte da Zona da Mata mineira, a 168 quilômetros de distância da capital do estado de Minas Gerais.

O comunicador e sua iniciativa de comunicação comunitária

O padre José Justiniano Teixeira (Figura 1) foi uma personalidade de extrema importância para o município de Senhora de Oliveira, entre os anos de 1948³ e 2002, diante dos serviços que prestou à comunidade no âmbito da educação, como professor de Ensino Religioso; no esporte, reorganizando o futebol local, e, sobretudo, no âmbito espiritual, como pároco. Padre José, posteriormente nomeado monsenhor, idealizou e inaugurou um sistema de comunicação que viria a ser fundamental para a articulação comunitária da cidade de Senhora de Oliveira, como podemos observar nos depoimentos que seguem.

Além da irretocável vida religiosa, atuando como pastor e líder de uma comunidade, o Mons. José Justiniano Teixeira tem sua história intimamente ligada à história de nosso município... Pode-se dizer que ele é um dos alavancadores, para não dizer “fundadores” de nossa cidade, por ter participado ativamente de quase todos os acontecimentos experimentados

³ Em 1948, padre José assumiu como pároco a sua primeira e única paróquia, em Senhora de Oliveira (MG), onde exerceria sua função religiosa durante 55 anos.

por esta, sempre muito respeitado, por sua forte personalidade e corretos posicionamentos em todos os assuntos de interesse da sociedade. Dentre várias participações poderemos citar a fundação do antigo Ginásio Comercial Nossa Senhora de Oliveira⁴ e a fundação do clube de futebol Oito de Dezembro F. C. (SILVA, 2007).

Gostava muito de fazer rezas e procissões. Quando mais velho, a doença já mais presente; durante as procissões, costumava ficar sentado na Matriz, pregando pelo alto-falante o tempo todo. As pessoas caminhavam ouvindo seus ensinamentos e muitos assustavam quando ele dizia: “Você que está conversando, fique sabendo: procissão é lugar de respeito e oração”. Era como se ele estivesse ali, caminhando com todos e vendo tudo que acontecia. Parece que até hoje ainda escuto suas palavras. (SOTERO, 2007).



Figura 1 – Monsenhor José Justiniano Teixeira.

Fonte: *Notícias Senhora de Oliveira*, 16 jun. 2009. Disponível em: <<http://oliveiranoticias.blogspot.com.br/2009/06/restos-mortais-de-monsenhor-serao.html>>. Acesso em: 21 maio 2014.

De acordo com Souza (2008, p. 114), o sistema de alto-falante foi instalado pelo padre José provavelmente em 1954, de forma experimental, em frente ao frequentado escritório paroquial, afixado em um poste de madeira, em meio a um jardim que se projetava para o entorno, onde se situavam as residências urbanas de Senhora de Oliveira. Consistia em duas cornetas, uma voltada para leste e outra para oeste. Por meio desse aparato, a população se entretinha com músicas, dedicatórias e avisos paroquiais em todas as tardes e aos domingos após os horários das missas. Todo mês de setembro, o alto-falante, com suas músicas, era sím -

⁴ Trata-se da primeira escola inaugurada no município de Senhora de Oliveira, a qual corresponde à atual Escola Estadual Quinzinho Inácio.

bolo de boas-vindas aos peregrinos que passavam pela cidade com destino a Congonhas do Campo (MG), onde acontecia anualmente o Jubileu, festa religiosa solene organizada pela Igreja Católica

Em 1955, o aparato foi transportado para a Igreja do Sagrado Coração de Jesus e nele foram feitas modificações que viriam a melhorar o equipamento, em termos de qualidade sonora e alcance. O novo sistema de alto-falantes, que chegou a cobrir uma área de 35 quilômetros quadrados, dispunha de uma frequência modulada que fazia com que toda transmissão pelo alto-falante ocorresse simultaneamente nos aparelhos de rádio, porém de forma não intencional. Ressalte-se que anteriormente essa transmissão simultânea não ocorria, pois essa situação só foi constatada quando um morador da cidade que estava com seu rádio sintonizado em determinada faixa de frequência pôde ouvir no aparelho os anúncios veiculados pelo alto-falante (SOUZA, 2008, p. 115). Essa situação de sintonia em rádio foi motivo de denúncia anônima à Polícia Federal, provocando a necessidade de ocultação de provas⁵, a fim de que nenhuma multa ou punição fosse aplicada. A partir daquele momento, cessaram as transmissões do alto-falante com a sintonia em rádio, por receio de novas denúncias.

Em sua forma atual, o alto-falante situa-se na torre da Igreja Matriz Nossa Senhora da Oliveira⁶ (Figura 2) e possui um raio de abrangência sonora de 1,5 quilômetro, atingindo quase toda a área urbana do município. Na zona rural, bem como em outras áreas aonde o som não chega, a comunicação boca a boca constitui um eficiente recurso (SOUZA, 2008, p. 119).

⁵ Os equipamentos foram escondidos no mato pelo padre José, com a ajuda de moradores.

⁶ A Igreja Matriz Nossa Senhora da Oliveira foi erigida pelo próprio padre José, juntamente com a comunidade. Os relatos de dois padres que atuaram na paróquia oliveirense mostram a paixão do pároco pelo feito. Um deles conta que: “Durante a minha convivência com o Monsenhor, pude observar o carinho que tinha com o povo, a ‘loucura’ pela matriz construída por ele e seu rebanho com tanto sacrifício.” (TOMAZ, 2007, Outro relata: “Lembro-me, ao coroarmos, ele e eu, as imagens de Nossa Senhora e do Menino Jesus, eu lhe disse: ‘Justiniano, você é de muita coragem! Onde encontrou força para construir uma igreja tão grande, numa paróquia tão pobre?’ Ele me respondeu: ‘Foi por amor a Nossa Senhora que construí este templo, e espero, um dia, também nele descansar!’ E acrescentei: ‘É muito justo o seu desejo, você o merece e certamente o Direito não vai castigá-lo com uma recusa...’ Foi ele um homem de oração e fiel no desempenho de seu ministério, muita presteza em servir.” (OLIVEIRA, 2007).



Figura 2 – Igreja Matriz Nossa Senhora da Oliveira.

Fonte: *Notícias Senhora de Oliveira*, 16 jun. 2009. Disponível em: <<http://oliveiranoticias.blogspot.com.br/2009/06/restos-mortais-de-monsenhor-serao.html>>. Acesso em: 21 maio 2014.

A locução das mensagens, quando não era realizada pelo padre José, era feita por membros da comunidade que transmitiam desde anúncios necrológicos, de perdas e extravios, festivos, de saúde pública, escolares, esportivos, religiosos e comerciais de interesse comunitário. Ressalte-se que nunca se cobrou nenhum ônus pelas transmissões, assim como todo serviço de locução sempre foi voluntário.

Segundo Souza (2008, p. 116), moradores enxergam no alto-falante de Senhora de Oliveira uma rádio comunitária impregnada de significados que ultrapassam mais de meio século, tendo em vista seu valor histórico e afetivo e sua acessibilidade a todos os moradores, o que difere das mídias convencionais.

Em relação às outras mídias, cabe ressaltar que a cidade não dispõe de nenhum jornal local, revista ou emissora de TV. A telefonia móvel só chegou a Senhora de Oliveira em janeiro de 2008, e os serviços de internet também são recentes. Em 2009 foi instalada uma rádio comunitária denominada Boa Nova FM, que presta serviços semelhantes aos do alto-falante, mas ainda se encontra em fase de inserção na vida cotidiana dos moradores. Por outro lado, os oliveirenses têm acesso a notícias televisivas e radiofônicas da mídia nacional e regional. Em termos de mídia local, o alto-falante, a despeito de sua recente e harmoniosa convivência com a rádio comunitária, aparentemente não perdeu seu prestígio, uma vez que continua com sua atividade, como nos primórdios de sua existência, cuja repercussão ainda articula a movimentação e os costumes locais.

Nesse caso específico, podemos considerar o padre José Justiniano Teixeira um comunicador comunitário, amante da cidadania, porque, diante de uma carência local de meios de comunicação, assumiu a iniciativa de sanar o problema, levando entretenimento e informação a toda uma população, seja ela da zona rural ou urbana, como observamos no relato a seguir:

Consciente de que essa é a vontade da população que conheceu este sacerdote virtuoso e exemplar que manteve a nossa frente nos guiando por cinquenta anos, não poderia me furtar de tal gesto⁷. Monsenhor José é raiz da história do nosso município. Foi o grande orientador da fé e da cidadania. A maior felicidade para nós, oliveirenses, é poder prestar-lhe esta homenagem, perpetuando sua marca em nossa história. (GONÇALVES, 2007).

Monsenhor José revelou um forte espírito religioso e um grande exemplo de cidadania, como também afirma João Reis Silva (2007).

Provavelmente sem se preocupar com a importância que sua iniciativa pudesse adquirir ao longo das décadas, de sua relevância em termos de costumes e tradições, padre José soube se valer de um aparato modesto, aprimorá-lo, e também retroceder quando necessário para adequá-lo dentro de possibilidades reais ao atendimento das necessidades urgentes de comunicação. A prova concreta do êxito desse feito é que o que se ouve no alto-falante se propaga por meio da comunicação boca a boca, levando as notícias a distantes paragens, onde a transmissão não alcança. E, desse modo, a comunidade se organiza.

Padre José faleceu em 8 de julho de 2002, deixando de herança seus ensinamentos religiosos, sua afinidade com o futebol, seu feito comunicacional. Suas atitudes em prol dos interesses comunitários foram reconhecidas pelos oliveirenses ainda em vida e também após sua morte, como podemos ver na Figura 3 e os depoimentos que seguem:

⁷ Trata-se do empenho para que os restos mortais do Rev.^{mo} Monsenhor José Justiniano Teixeira fossem transferidos para o local do seu Memorial, na galeria da Matriz Nossa Senhora da Oliveira. O Processo n.º 050808007646-8 corresponde ao deferimento do pedido de autorização de exumação, traslado e depósito dos restos mortais do Monsenhor José Justiniano Teixeira na Paróquia Matriz de Senhora de Oliveira, como consta do documento de conclusão, expedido pela Juíza de Direito Giovanna Travenzoli Abreu Lourenço, da comarca de Piranga (MG), em 10 de junho de 2009. O traslado ocorreu em outubro de 2009.



Figura 3 – Placa afixada na parede externa da Igreja Matriz Nossa Senhora da Oliveira, onde se encontra o Memorial Monsenhor José Justiniano Teixeira, em Senhora de Oliveira (MG).

“Os 55 anos vividos como pastor nesta comunidade paroquial foram de serviço dedicado, fidelidade e grande amor ao povo. Foi muito amado por muitos.” (AUXILIADORA; GLÓRIA, 2009).

“Nada mais justo fazer memória a este zeloso sacerdote que, com tanto afincio, dedicou a sua vida durante 55 anos ao povo oliveirense.”⁸

Hoje, Monsenhor José Justiniano Teixeira tem sua trajetória, lembranças, objetos pessoais e restos mortais resguardados em um memorial que leva o seu nome, localizado no interior da Igreja Matriz Nossa Senhora da Oliveira (Figura 4). Foi, além de padre e monsenhor, um comunicador comunitário.

⁸ Parte de depoimento (não datado) de S. F. M., extraído de um dos 21 bilhetes de ex-voto contidos no interior do memorial do padre José, em 22 fev. 2013.



Figura 4 – Fotos do Memorial Monsenhor José Justiniano Teixeira.

Fokcomunicação no cenário

Após a morte do padre José, seu memorial passou a reunir ex-votos como fotografias, cartas, bilhetes e objetos que simbolizam graças alcançadas em razão de pedidos e súplicas dirigidos por oliveirenses ao monsenhor (Figura 5). Como forma de agradecimento por milagres recebidos, os ex-votos se caracterizam, segundo González (2008, p. 8-9, tradução nossa),

[...] por uma produção discursiva/objetiva especificamente de comunicação que tem relação com culturas e participação de distintas classes sociais, e que se manifesta nos santuários considerados como frentes culturais, em que essa pluralidade de classes se traduz em significantes comuns e significados diferentes.

Assim, os ex-votos nos auxiliam a compreender melhor a comunicação pela ótica das ciências sociais.



Figura 5 – Ex-votos expostos no Memorial Monsenhor José Justiniano Teixeira, em Senhora de Oliveira (MG).

Aragão (2012, p. 46-47) afirma que o ex-voto constitui-se em uma linguagem a partir do momento em que “fala, conta, mostra algo por meio de mensagens contidas nas peças depositadas nos santuários”. O autor diz ainda: “Um olhar para as peças é o início da compreensão de que há muitas vozes dentro de cada objeto, contando uma história, pedindo ajuda ou mostrando experiências que ainda não foram vividas pelo observador/receptor. O ex-voto é uma mensagem querendo ser decodificada.” (ARAGÃO, 2012, p. 49). Sendo assim, o ex-voto também é um instrumento popular de comunicação próprio da cultura religiosa popular do catolicismo romano (ARAGÃO, 2012, p. 15).

Na maioria das vezes, os ex-votos são depositados nas “salas dos milagres”, que “são espaços reservados para que os devotos rezem, agradeçam os milagres recebidos e peçam ajuda para superarem situações difíceis.” (ARAGÃO, 2012, p. 46). Acrescentamos que vários ambientes podem se constituir em uma sala de milagres, desde que esteja vinculado ao “santo”, como um túmulo, uma casa, um memorial, uma igreja.

Marques de Melo (2008, p. 84) define o ex-voto por uma

[...] manifestação folclórica que geralmente é entendida como expressão artística ou percebida através de sua finalidade diversional. Ela contém dupla significação. Além do seu sentido explícito – demonstração da fé religiosa –, embute um sentido camuflado – expressão [...] tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes.

González (2008, p. 9, tradução nossa) descreve o ex-voto de maneira fenomenológica, como “todo objeto que serve especificamente para manifestar o agradecimento por um dom ou bem-estar concedido por parte de um poderoso agente de ordem metas social, em relação a atores (individuais e/ou coletivos) intramundanos”. O autor também afirma que se trata de uma forma voluntária de expressão de agradecimento e que qualquer objeto pode ser convertido em ex-voto.

Segundo Aragão (2012, p. 46), o ex-voto pode ser uma peça, uma pintura, um quadro que é colocado em uma igreja ou santuário como forma de pagamento de promessa ou gratidão por graça alcançada. Eles existem de inúmeras formas e podem ser produzidos por quem pediu a graça ou por artesãos que fazem os mais variados tipos. Destacamos, ainda, como tipo de ex-voto as fotografias, as roupas e utensílios pessoais, cartas, bilhetes, convites ou qualquer objeto que esteja ligado ao pedido atendido.

Como vimos, ao serem expostos, os ex-votos narram uma mensagem para quem os visualiza: contam milagres, dificuldades vividas, e evidenciam o poder de determinado santo.

Quando dizemos “santo”, não significa necessariamente que se trata de um ser divino, canonizado pela Igreja Católica, porque, mesmo sem a canonização, às vezes os mortos continuam vivos e cultuados (BELTRÃO, 1980, p. 63). Portanto, alguém muito querido para uma comunidade, com preocupações de melhoria e bem-estar coletivos, cujo intuito não é o bem pa -

ra si mesmo, mas para a comunidade, pode vir a ser reconhecido como um santo não só em vida, mas também após a morte, tal qual aconteceu com padre José.

O “santo” é visitado e homenageado em sua igreja, santuário ou memorial. Como um amigo, o padre atende, segundo os devotos, às súplicas e pedidos que lhe são feitos no calor da devoção, da crença e da fé. “Santos, invocados nos momentos de aflição e desespero”, afirma Beltrão (1980, p. 62), “são também pessoas vivas, que se distinguem pela prática do bem ou da caridade, líderes espirituais de certas comunidades, independentemente de sua confissão religiosa: um frei Damião, no Nordeste, um Chico Xavier, de Uberaba”, ou o padre José, de Senhora de Oliveira, como podemos observar pelos depoimentos a seguir, coletados em seu memorial:

“Muito obrigado, Monsenhor José! Continue intercedendo a Deus por mim.”⁹

“Agradeço ao Monsenhor José por uma graça alcançada! Lá no céu, junto de Maria Santíssima, de quem sou grande devoto, ele recita a oração simples, mas de tão verdadeiro conteúdo [...]. Nanita agradece a Nossa Senhora e ao Monsenhor [...].”¹⁰

Outro depoimento¹¹, dado por uma devota que preferiu permanecer anônima, mostra claramente a visão que os devotos tinham do padre José como intercessor do povo junto a Deus no feito de milagres:

Eu fui uma amiga dele, desde os 6 anos de idade, catequese, criança... eu tinha ele como um padre e um amigo. Era encantada com a espiritualidade dele, que era grande demais, principalmente a devoção por Nossa Senhora. Ele tinha apego por ela, coisa grande! Eu achava ele uma pessoa muito grandiosa, nesse sentido. Eu não tratava ele como um ser superior, nada disso, era um amigo. Quando ele morreu, eu participei de uma reunião sobre o traslado, que tinha possibilidade de acontecer daí cinco anos. Comecei a coletar material para o memorial e aí nessa época eu adoeci de repente. Pareceu-me que eu tinha uma faca, um trem cortante dentro do pé. Não doía direto, mas às vezes, quando eu tava andando, vinha um dor muito forte que eu gritava. Fui ao médico, em Barbacena, e fiz um Raio X e o médico disse que eu não tinha nada, mas a dor me impossibilitou o caminhar, não andava. Voltei no médico e ele não via nada, achou que era tendinite e ele me disse que eu tinha que tolerar a dor, me receitou um re -

⁹ Parte de depoimento (não datado) de Marilu, extraído de um dos 21 bilhetes de ex-voto expostos no interior do memorial do padre José, em 22 fev. 2013.

¹⁰ Parte de depoimento (não datado) de Nanita, extraído de um dos 21 bilhetes de ex-voto expostos no interior do memorial do padre José, em 22 fev. 2013.

¹¹ Depoimento coletado em 22 abr. 2013.

médio e disse que eu tinha que tolerar a dor. Saí de lá com raiva e indignada, falando com minha irmã que tinha que comprar feltro, coisas para o memorial. Minha irmã então me presenteou com um livro que se chamava *Meu Anjo*, e eu fui embora para casa com uma raiva danada ainda, fazendo pouco caso do livro. Quando vi o nome do livro, li o nome com ironia. Ao abrir a primeira página, ela contava a história de um padre que estava com uma série de problemas e sentou no banco de um jardim e aí veio um anjo para conversar com ele. Aí eu brinquei, desfazendo daquele anjo do livro, e disse: “Meu anjo é o senhor, Monsenhor! [...] Estou preparando seu memorial, passa na frente que eu não tô aguentando andar e preciso comprar feltro e porta-retrato”. Não acabei de ler o livro, não tomei os remédios e fui para a rua comprar o feltro e as coisas que faltavam para o memorial. Comprei tudo. No dia seguinte, levantei, fui resolver mais coisas e, quando me dei conta, falei: “E meu pé?” Bati o pé no chão quando lembrei. Pulei e aí lembrei do livro. Falei: “Monsenhor, é o senhor? Justo eu? Não sou merecedora!” Eu era incrédula! Aí fiquei morta de alegria! O remédio eu guardei, não tive mais dor, o meu mal acabou aí. Me calei, pois pensei que ninguém ia acreditar em mim, pois eu era amiga do padre.

Eu não pedi, eu não rezei, mas foi uma coisa, que eu falei de coração. Pensei que o anjo era grande, o Monsenhor, para curar minha dor e me ajudar a fazer o memorial. É um fato estranho que eu atribuo a uma intervenção dele a Deus por mim, claro que não é ele, ele interferiu a Deus por mim, com aquela brincadeira de eu chamar ele de anjo. Naquele momento, eu não atribuí ele a um santo, mas sempre acreditei na espiritualidade dele, em como ele tinha um espírito forte e vivia em oração. Acreditar, falar que eu afirmo que ele é santo eu não falo. Eu acho que ele teve boas ações. Ele é uma alma boa que consegue alguma intercessão pra gente. Tenho escutado de outras pessoas que ele tem feito milagres. Pessoas me procuraram, por eu ter feito o memorial, querendo fazer medalhas do padre José, contando suas graças alcançadas, coisas assim. Mas não gosto de beatice, apenas acredito no poder de intercessão do Monsenhor, e por isso sempre aconselho as pessoas em situações difíceis a rezar por ele. Digo que eu sou o instrumento que lembro dele e ajudo, eu sinto um momento e faço.

Esse discurso devocional, proferido pela população fiel de forma ritualística, na qual se podem observar elementos místicos, considerados essenciais ao mundo social dos marginalizados, é denominado folkcomunicação. Tais manifestações de ex-voto são propagadas, atraindo cada vez mais fiéis em busca do atendimento de suas necessidades.

Beltrão (1980, p. 28) afirma que a folkcomunicação

[...] é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.

Em outras palavras, existe folkcomunicação quando a informação é desenvolvida, compreendida e difundida mediante formas familiares, conhecidas tanto por quem transmite a mensagem quanto por quem a recebe. Também se trata de algo inserido na experiência de vida de quem comunica.

O ex-voto é uma forma de comunicar o que não desperta o interesse das grandes mídias, por isso a sua marginalização. Essa comunicação, embora expressa de forma ritualística, repleta de misticismo, é então compreendida pela audiência a que se destina, ou seja, os receptores que visualizam as mensagens de ex-voto e que se caracterizam por serem igualmente fiéis. Sendo assim, uma vez que a mensagem é decodificada pelo receptor, ela se torna passível de ser propagada.

Considerações finais

O padre José foi um comunicador comunitário com personalidade característica dos líderes de opinião, em detrimento de sua posição como pároco de uma comunidade cuja religião constitui uma das bases de suas crenças e tradições, sobretudo quando observamos que se trata de uma localidade do estado de Minas Gerais, onde o catolicismo predomina em relação às demais crenças religiosas.

Diante do prestígio religioso do padre José, seus feitos comunicacionais se sobressaíram em uma realidade de escassez de mecanismos de informação e difusão de mensagens, e contribuíram para a boa aceitação de seus ensinamentos, que subsequentemente passaram a refletir-se na vida e nos costumes comunitários, mobilizando e articulando a organização social. Acredita-se que, além de sua atuação nos âmbitos educacional e esportivo, a qual também recebeu ampla aceitação, qualquer outro papel que padre José viesse a exercer na comunidade – no comércio, na política, por exemplo – também teria recebido a aprovação comunitária. Ou seja, a comunidade oliveirense – mineira, católica, tradicional e conservadora – incorpora e apoia feitos provindos de uma figura de respeito, íntegra e “santa”. Essa figura católica passa a representar a forma ideal de se conduzir uma comunidade em seu cotidiano, ditando as regras de boa convivência entre os membros, do que possa ser certo ou errado, organizando, enfim, da sua estrutura social, quer em termos materiais, quer em termos imateriais.

Outro fato digno de nota é que, provavelmente, tanto o êxito desse sistema comunicacional quanto a devoção ao padre comunicador estejam arraigados em convicções filosóficas. Convicção do que é realmente importante para as pessoas de Senhora de Oliveira, como a fé, a crença, a religião católica. Enfim, a consciência plena da existência de Deus e de uma vida após a morte, construída por meio de ensinamentos de ordem filosófica que podem ter vindo do próprio padre José ou de familiares, o que explicaria os atos de devoção após sua morte. E, entendendo Senhora de Oliveira como um aglomerado de pessoas com identidades comuns, gostos, tradições, princípios, ideais e sentimentos de pertencimento, nada mais natural do que a manifestação dessa intensa propagação por meio do ex-voto e dessa convicção da existência de milagres atribuídos a um ser amplamente conhecido entre os oliveirenses, como o padre José.

Em suma, a população se torna fiel por meio dos rituais expressos nas manifestações de ex-voto, nas orações silenciosas e até mesmo nos simples comentários que contribuem para a difusão de uma imagem do padre José como milagreiro e o comunicador santo.

Referências

ARAGÃO, I. P. (2012). **De simples motorista a santo**: perspectivas folkcomunicacionais em religião e cultura popular no caso do “Motorista Gregório”, um santo do Piauí. Dissertação de mestrado apresentada à Universidade Metodista de São Paulo.

AUXILIADORA, M.; GLÓRIA, M. (2009). Restos mortais de Monsenhor José Justiniano são transferidos para Memorial. **Mais Minas**, 20 out.. Disponível em:<<http://oliveiranoticias.blogspot.com.br/2009/06/restos-mortais-de-monsenhor-jose.html>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

BELTRÃO, L. (1980). **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez.

COGO, D. (1998). **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas.

GONÇALVES, L. C. R. (2007). **Processo de solicitação do traslado dos restos mortais do Monsenhor José Justiniano Teixeira** (Relatório Impresso). Mariana, MG: Setor de Direito Canônico.

GONZÁLEZ, J. A. (2008). Exvotos y retablitos: religión popular y comunicación social en México. In: MARQUES DE MELO, J. (Org.). **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus.

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

OLIVEIRA, A. L. C.[ver acima GONÇALVES, L. C. R. (2007)] (2007). **Processo de solicitação do traslado dos restos mortais do Monsenhor José Justiniano Teixeira** (Relatório Impresso). Mariana, MG: Setor de Direito Canônico.

PERUZZO, C. M. K. (1998). **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes.

PERUZZO, C. M. K. (2006). Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, Intercom/UnB, 6 a 9 set. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0094-1.pdf>>. Acesso em: 12 maio 2014.

Gêneros e Formatos da Folkcomunicação¹

Maria Cristina Gobbi²

RESUMO

O estudo sobre a Folkcomunicação foi um dos principais legados de Luiz Beltrão em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo a respeito da comunicação coletiva e de seus múltiplos desdobramentos. A atualidade da pesquisa desse pioneiro tem despertado o interesse de diversos grupos, não só no Brasil, mas também na América Latina e em países europeus. A pesquisa que ora realizamos busca conhecer, mapear, sistematizar os dados que estão sendo disponibilizados na rede mundial sobre Folkcomunicação, tratando mais especificamente da Folkcomunicação Icônica, Formato Funerário e da Folkcomunicação Cinética, Formato: Rito de Passagem, conforme definiu o professor José Marques de Melo em seu trabalho sobre Gêneros e Formatos Folkcomunicacionais: aproximação taxionômica. Utilizando pesquisa bibliográfica e documental, a análise objetiva verificar que tipos estão presentes e se há outros formatos e quais são eles.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação – Luiz Beltrão – pesquisa em comunicação – América Latina – gêneros e formatos.

Genres and Formats of Folkcomunicação

ABSTRACT

The study of Folk Communication is a major legacy of Luiz Beltrão in his endeavor to educate journalism students about collective communication and its many ramifications. The topicality of this pioneering research has piqued the interest of many groups, not only in Brazil but also in Latin America and in European countries. This research seeks to know, map, and organize the data on Folk Communication available on the web, dealing more specifically with Iconic Folk Communication, Funeral Format, and Kinetics Folk Communication, Format: Rite of Passage, as defined by Professor José Marques de Melo in his investigation on Genres and Formats of Folk Communication: a taxonomic approach. Employing bibliographic and documentary research, the objective of this analysis is to verify which types are present, and whether there are other formats and identify them.

KEYWORDS

Folkcommunication - Luiz Beltrão - communication research, Latin America, genres and formats.

¹ O presente trabalho é uma versão apresentada na XV Conferência Brasileira de Folkcomunicação –*Festas juninas na era digital: da roça à rede*, Campina Grande, 6 a 8 de junho de 2012, GT: Morfologia da Folkcomunicação: Gêneros e Formatos. Relato de Experiência.

² Pós-doutora pelo Prolam-USP (Universidade de São Paulo – Brasil), doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Vice-coordenadora e professora do Programa de Pós-Graduação Televisão Digital da Unesp de Bauru. Professora do Programa de Pós-Graduação da mesma instituição. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano e Comunicação Digital e Interfaces Culturais na América, do CNPq. Diretora administrativa da Socicom e representante da Rede Folkcom. E-mails: mcgobbi@terra.com.br; mcgobbi@faac.unesp.br.

Desafios culturais: introdução

O século XXI emerge sob o signo da globalização acelerada. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de Davos, na Suíça, e de Porto Alegre, no Brasil, ofereceram nítidas evidências desse processo mundializador. Agentes da economia internacionalizada e militantes políticos antiglobais reuniram-se para explicitar suas teses e antíteses. Trata-se, contudo, de eventos e *performances* que se esgotam no imaginário das elites, diante dos quais as camadas populares agem como meros espectadores midiáticos. Sem apreender-lhes o sentido, os cidadãos comuns que habitam os subúrbios ou grotões das sociedades nacionais terminam por alijar da sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações periódicas (MARQUES DE MELO, 2002).

Há, contudo, como afiança Marques de Melo (2002), outra dimensão do fenômeno, nem sempre perceptível a olho nu, mas que repercute intensamente nas conversações familiares, projeta-se nos grupos de vizinhança e acaba sendo incorporada ao universo simbólico das comunidades periféricas. Trata-se do mosaico cultural que a mídia globalizada enseja diariamente, rompendo o isolamento social em que os cidadãos comuns viveram até recentemente. Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na “aldeia global”. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento.

Esse torvelinho cultural que antagoniza, compara, distingue, mescla símbolos de diferentes nações, regiões, cidades, bairros, povoados constitui expressão contumaz daquela riqueza do folclore midiático, dimensionado com perspicácia na teoria folkcomunicação formulada na tese de doutorado de Luiz Beltrão (1967). Trata-se, em verdade, nesta conjuntura de sedimentação da “sociedade digital”, de uma sequência histórica daquele episódio que Marshal McLuhan havia explorado com argúcia e astúcia em seu livro de estreia, *The Mechanical Bride*, de 1951 (MARQUES DE MELO, 2002).

Esse foi o cenário desenhado pelo professor Marques de Melo (2002) quando propôs uma classificação dos gêneros e formatos folkcomunicacionais. Na verdade, o mestre, mais uma vez,

nos desafia ao trabalho da pesquisa, trazendo o ponto de partida e clamando para que as novas gerações possam revisar e ampliar criticamente os estudos de Luiz Beltrão e a teorias e metodologias por ele desenvolvidas na década de 1960.

Folkcomunicação: um campo de futuro

Embora os processos de globalização evidenciem mecanismos que explicitam as questões nacionais e/ou globais, em defesas de teses e antíteses que, muitas vezes, priorizam os processos midiáticos destinados às elites, as camadas mais populares buscam formas comuns de representação de sua vida cotidiana, nos vários espaços comunicacionais, quer sejam mediados ou não.

O que percebemos na atualidade é uma busca, nem sempre perceptível para os menos atentos, de ações que evidenciam costumes, credos e outras formas de participação e representação social, que estão presentes em manifestações diversificadas e que repercutem intensamente nas camadas mais populares. São as formas culturais de um orbe específico, mas não individual. Incorporadas ao universo simbólico das comunidades periféricas, formam um mosaico de revelações singulares, mas não únicas. Essas manifestações culturais rompem o isolamento social a que comunidades inteiras são submetidas por causa da chamada globalização. É nesse cenário que as manifestações locais – que permeiam as diferenças regionais – eclodem com implicações sociais, econômicas, políticas e culturais, surgindo assim revelações de cultura nacional como um produto derivado das diferenças histórico-geográfico-culturais.

Por outro lado, a busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir um espaço mais ou menos homogêneo tem elevado a possibilidade de ações conjuntas e complementares não só nas áreas econômica e política, mas também cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio dessa transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras regionais e nacionais, visualizando um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional. Uma prova real dessas ações pode ser observada nessa pesquisa, que reuniu estudiosos de todo o Brasil, buscando conhecer os múltiplos cenários de produção e de estudos na área da Folkcomunicação.

As pesquisas na área têm passado por diversos períodos que, além de singulares, revelaram particularidades histórico-culturais. Muitas vezes inseridas em movimentos políticos,

econômicos e sociais, não perdem de foco o respeito pelas singularidades culturais da região. Embora carregadas de vieses que assimilam o passado e buscam reconstruir a própria identidade, as manifestações culturais nacionais têm travado um duelo pela recuperação do *ethos* nacional.

A revisão crítica da Folkcomunicação, acercada da busca de conhecimento atualizado sobre os processos de mediações culturais e comunicativos, tem exigido de pesquisadores oriundos das mais diversas áreas do conhecimento uma nítida aproximação com as demandas emergenciais desse campo do conhecimento, buscando superar os desafios teórico-metodológicos dos estudos sobre a cultura popular. Um exemplo desse empenho é a última conferência, realizada na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, que também celebrou os 40 anos de publicação da obra *Comunicação e folclore* (1971), de Luiz Beltrão, e as 13 conferências já realizadas, desafiando a comunidade científica participante a uma releitura da obra seminal do mestre.

O desenvolvimento da pesquisa na área, caracterizado pela atuação coletiva, embora fortemente influenciado por personalidades-instituições, está dando lugar a uma comunidade científica, composta de jovens pesquisadores, que vem atuando de forma sintonizada com as demandas locais, de maneira a fortalecer nossa singularidade cultural.

Essa busca da assimilação de conteúdos tem permitido a identificação crítica de teorias e de metodologias indispensáveis à produção e à difusão cultural. Esse intercâmbio entre a práxis e os modelos teóricos tem permitido a difusão e a consolidação do conhecimento sobre cultura nacional, não só no Brasil, como também no exterior.

Um grande desafio tem sido a busca de modelos teórico-metodológicos comuns, capazes de fomentar a especificidade do campo e de seus objetos de estudo, sem, contudo, abandonar a identidade cultural e a autonomia científica. Essas novas matrizes não têm a pretensão de criar uma ciência universal, mas sim de permitir o estudo das culturas, que, multifacetadas e complexas, não podem ser reduzidas a dimensões meramente instrumentais.

Nesse sentido, este texto procura evidenciar parte significativa da produção em Folkcomunicação, que tem sido periodicamente submetida à comunidade acadêmica não só nacional, mas também internacional, no espaço da web, tratando especificamente da classificação de gêneros e formatos proposta por Marques de Melo, com referência à Folkcomunicação Icônica, ao Formato Funerário e aos vários tipos incorporados nesse gênero.

Os estudos de Folkcomunicação³ estão ligados diretamente à trajetória desenvolvida pelo professor Luiz Beltrão. Primeiro doutor em comunicação no Brasil, sua tese sobre Folkcomunicação foi defendida em 1967, na Universidade de Brasília. Embora seu título só tenha sido reconhecido 14 anos mais tarde.

Seu pioneirismo no tratamento das teorias da comunicação, levando em conta as tradições populares, definiu as linhas mestras de interpretação de uma ciência já conhecida e difundida. Beltrão analisava a comunicação popular como manifestação própria dentro de um determinado grupo cultural.

Sua perspicácia distingue a Folkcomunicação como um potencial estratégico para o diálogo com as classes marginalizadas, e não apenas como “objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária.” (BELTRÃO, 2004).

A atualidade dos estudos desse pioneiro tem suscitado diversos grupos de pesquisa não só no Brasil, mas também em outros países da América Latina e na Europa. Também tem estimulado a investigação em várias frentes, e esta que ora apresentamos é resultado de um desses aportes.

Assim, essa pesquisa visa, a partir do legado beltraniano e da classificação de gêneros e formatos folkcomunicacionais proposta por José Marques de Melo, observar como esses dados estão sendo apresentados, disponibilizados e consumidos no espaço da web. Os primeiros resultados foram apresentados durante a conferência, em 2012, no grupo de trabalho Morfologia da Folkcomunicação: Gêneros e Formatos. Porém, para esta publicação, optamos por atualizar os dados, trazendo as observações do ano de 2013.

³ “Situado entre o Folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a Comunicação de Massa (difusão de símbolos através dos veículos mecânicos ou eletrônicos destinados a audiências anônimas, heterogêneas e dispersas). Se o Folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a Folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de meios artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Esta era, pelo menos, a compreensão original de Luiz Beltrão, que a situava como processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais e suburbanas) ou dos marginalizados (grupos mantidos econômica, social e culturalmente à margem das instituições hegemônicas).” (MARQUES DE MELO, 1998, p. 1).

Conceitos e termos: análises realizadas

O professor José Marques de Melo, no texto “Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica”, apresentado na VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida na cidade de Teresina, no Piauí, no Centro de Ensino Unificado de Teresina (Ceut), entre os dias 9 e 11 de junho de 2005, nos lançou o desafio de verificar empiricamente como os tipos folkcomunicacionais estão sendo tratados, especialmente no espaço da internet.

Para promover o estudo, Marques de Melo partiu das pesquisas realizadas pela professora Samantha Castelo Branco (2005) e definiu que a categoria⁴ Folkcomunicação teria quatro gêneros⁵: *Folkcomunicação Oral* (canal auditivo / códigos verbal/musical); *Folkcomunicação Visual* (canal ótico / códigos linguístico/pictórico); *Folkcomunicação Icônica* (canais ótico/táctil / códigos estético/funcional), e *Folkcomunicação Cinética* (múltiplos canais / códigos gestual/plástico). Esses gêneros, por sua vez, estão divididos em formatos⁶, e cada formato teria seu tipo⁷.

Assim, para esta pesquisa específica, vamos analisar as contribuições da *Folkcomunicação Icônica*, Formato: *Funerário*, Tipos: Coroas, Lápides, Mortalhas, Túmulos, e também da *Folkcomunicação Cinética*, Formato: *Rito de Passagem*, Tipo: Velório. É fundamental mencionar que se trata de um primeiro ensaio, no qual buscamos verificar se de fato os gêneros e formatos folkcomunicacionais se fazem presentes no espaço da web e qual a medida dessa contribuição. Nosso principal desafio foi estimular a nova geração de pesquisadores para estudos mais aprofundados sobre essa temática.

Para os primeiros resultados, partimos de uma pesquisa simples no Google. Em *Folkcomunicação Icônica*, Formato: *Funerário*, Tipos: Coroas, Lápides, Mortalhas, Túmulos, encontramos os seguintes dados:

⁴ “*Categoria*: conjunto de manifestações simbólicas determinadas pela combinação do canal e da audiência.” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

⁵ “*Gênero*: forma de expressão determinada pela combinação de canal e código.” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

⁶ “*Formato*: estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor).” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

⁷ “*Tipo*: variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção.” (Marques de Melo, 2005, p. 1).

**Quadro 1 – Folkcomunicação Icônica,
Formato Funerário**

Tipos	Resultados
Coroas	8.000.000 (em 0,19 s)
Lápides	232.000 (em 0,35 s)
Mortalhas	292.000 (em 0,15 s)
Túmulos	613.000 (em 0,37 s)

É interessante observar que, quando a pesquisa é feita utilizando a palavra “Funerário”, aparecem 1.420.000 inserções (em 0,38 segundo), mas o resultado aponta diversas nuances que essa palavra pode assumir, tais como: serviço funerário, portal de notícias, significados da palavra, plano funerário, portais públicos, direito, empregos, acidentes, música, tradições, livros (como o tratado de direito funerário), cursos, filmes, convênios, cemitérios, seguros, entre outros, em uma mescla de notícias, notas, prestação de serviço, piadas, imagens etc.

Depurando um pouco mais a pesquisa no Google, observamos que ela deriva três subtermos: Direito, Agente e Seguro. Assim, temos os seguintes dados:

**Quadro 2 – Folkcomunicação Icônica,
Formato Funerário**

Subtipos	Resultados
Direito	336.000 (em 0,38 s)
Agente	338.000 (em 0,46 s)
Seguro	2.180.000 (em 0,15 s)

Para o termo “Funerário-Direito”, a principal nuance são livros e textos que tratam do assunto. O “Funerário-Agente” está relacionado com empregos, direitos, salários, resultados de pesquisas. Finalmente, “Funerário-Seguro” trata de seguro de vida, plano funeral e seguro funeral.

O que ficou mais evidente é que o termo, quando pesquisado, traz muita informação sobre prestação de serviço, ajudando com esclarecimentos de como e onde fazer um funeral; como agir no caso de morte etc. Assim, a primeira impressão é que, para um entendimento mais amplo do Gênero, seria necessário, talvez, resgatar os estudos sobre Gênero Jornalístico do professor Marques de Melo e categorizar nas subdivisões de informativo, opinativo, incluindo a parte de educação e de publicidade. Para exemplificar os tipos de assunto que estão disponibili

zados nesta primeira incursão ao tema, selecionamos dois artigos jornalísticos, que podem ser lidos no boxe seguir.

<Boxe início>

[primeiro artigo]

Corinthians lança plano funerário com direito a caixão alvinegro e hino em velório

Marcos Paulo Cabral de Lima, 39, já imagina seu funeral: caixão preto e branco, bandeiras do Corinthians sendo entregues a parentes e amigos, fotos suas em jogos do time expostas no telão e, ao fundo, o hino alvinegro tocado por um violinista. "Tudo na minha vida tem ligação com o Corinthians", conta. Vendedor ambulante da zona leste de São Paulo, ele resolveu que seu sepultamento também precisa levar a marca do time. Lima – conforme a notícia –, “foi um dos primeiros a aderir a um plano funerário recém-lançado pelo Corinthians. O clube fez parceria com a empresa Memorial para oferecer aos torcedores um funeral alvinegro”.

O plano "Corinthians para Sempre" custa R\$ 27 mensais para uma pessoa e R\$ 35 para uma família corintiana. Inclui, entre outros, carro funerário com símbolos do Corinthians, caixão preto e branco e mesa para expor ao lado do caixão lembranças alvinegras.

"Querida mesmo era que meu corpo fosse levado para o cemitério no meu Fusca do Corinthians, mas não cabe", brinca o vendedor, dono de um carro repleto de autógrafos dos jogadores.

Na tradicional coroa de flores dos velórios, as folhas são verdes, certo? Não no funeral corintiano. Ali, nada é verde para evitar remissão ao Palmeiras. As folhas, portanto, são pretas e brancas.

Mais de 30 pessoas já aderiram ao plano, que rende ao Corinthians 7% de *royalties* sobre as vendas. Mas esse é apenas o primeiro passo de um projeto mais amplo. Também em parceria com a Memorial, o clube planeja lançar um cemitério exclusivo para corintianos. Não há data para o lançamento. "Só clubes muito populares, como o Corinthians e o Boca Juniors, conseguem ter um cemitério", diz Luiz Alberto Bussab, diretor jurídico do clube. O time argentino já tem um, assim como o Schalke 04, da Alemanha.



[Figura 1]

Fonte: ITRI, B.; VALENTE, R. Corinthians lança plano funerário... *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 17 out. 2013.

Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/10/1357746-corinthians-ira-lancar-plano-funerario-com-direito-a-caixao-alvinegro-e-hino-em-velorio.shtml>>. Acesso em: 19 maio 2014.

[segundo artigo]

Conheça o hotel japonês apenas para pessoas mortas

Agora, no Japão, os mortos podem ir para um hotel antes de ir para o cemitério. Se você já está achando isso estranho, vai se impressionar ainda mais sabendo que realmente existe um hotel muito luxuoso destinado apenas para cadáveres. Lá, os conhecidos do morto podem entrar e esperar até a hora da cremação com todo o conforto.

O hotel, chamado de Lastel, é dirigido por Hisayoshi Teramura e parece com qualquer outro edifício visto de fora. Tanto que não é incomum que jovens achem que é um hotel normal e peçam alojamento. Mas o hotel está longe de ser um lugar para amantes ou viajantes cansados. Ele é destinado apenas para quem já fez sua saída definitiva deste mundo.

O Japão necessita de locais como esse hotel, pois existe um tempo de espera de pelo menos quatro dias para um crematório. Com um total de 1,2 milhões de mortes no país em 2010, a taxa de mortalidade anual é de 0,95%, enquanto a média global é de apenas 0,84%.



[Figura2]

Os japoneses aparentemente tendem a fazer alarde com funerais, comprando as melhores flores, caixões e serviços de memorial. Por isso, parece que Hisayoshi Teramura encontrou uma ótima oportunidade de negócio na área da morte.

Os cadáveres armazenados no hotel são colocados em caixões refrigerados que custam até 12 mil ienes (aproximadamente 280 reais). Eles ficam lá até que haja uma vaga disponível em um dos sobrecarregados crematórios da cidade.

Aparentemente, a entrada neste negócio não é tão difícil, pois não existem qualificações ou licenças obrigatórias. Um escritório e um telefone podem ser o suficiente para começar.

Teramura tem planos para expandir. Ele quer construir seu segundo hotel, que será ainda maior, capaz de armazenar até 40 corpos. Seus vizinhos, no entanto, nem ao menos devem suspeitar que eles dormem todas as noites ao lado de dezenas de cadáveres.

Fonte: Conheça o hotel japonês apenas para pessoas mortas. *Mundo Funerário*, Botucatu, 14 jan. 2013.

Disponível em: <<http://www.mundofunerario.com.br/artigos/conheca-o-hotel-japones- apenas-para-pessoas-mortas>>. Acesso em: 19 maio 2014.

Como pode ser observado nas matérias, trata-se de uma mescla de mito, rito, magia, esporte, entretenimento, sátira, prestação de serviço, publicidade etc.

Assim, dando continuidade aos tipos propostos na pesquisa inicial do professor Marques de Melo, encontramos o Tipo Coroas.

Tipo Coroas



Figura 3 – Floriculturas de Brasília se desdobraram para atender aos pedidos por coroas de flores.

(Foto: Rafael Alencar/PR).

Fonte: Blog do Planalto, 30 mar. 2011. Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/a-busca-por-coroas-de-flores-mobiliza-mercado-de-floricultura-em-brasilia>>. Acesso em: 19 maio 2014.

O resultado apontou desde dentistas (coroas e pontes), cidades (Três Coroas – RS), sensualidade (idosos) etc., oferecendo pouca relação com o Gênero pesquisado. Desse modo, depuramos a pesquisa para: Coroas de Flores – encontradas 4.080.000 inserções (em 0,23 segundo) – e Coroas Fúnebres, com 2.420.000 resultados (em 0,63 segundo). Novamente, há uma variedade de subtemas que são tratados dentro do Tipo Coroas, como, por exemplo: como fazer uma coroa de flores; imagens de coroas de flores; notícias sobre ações do governo federal para licitação de coroas de flores que serão enviadas pelo Poder Executivo nacional aos mortos importantes; frases para se colocarem em coroas etc., aproximando os resultados, mais uma vez, de notícia ou mesmo de prestação de serviço.

O próximo Tipo pesquisado é Lápides:

Tipo Lápides

Curiosidade sobre um livro

Há muitos livros sobre tumbas e centenas sobre epitáfios. Porém, não há registros de lápides antigas, curiosas e geralmente grotescas de cemitérios. Essas lápides pertencem ao passado e se decompõem rapidamente. Dentro de um ou dois séculos, não haverá mais nenhuma, a menos que sejam conservadas em museus. Preservar as que ainda existem parece ser uma tarefa árdua.

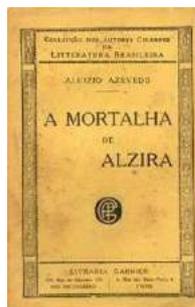
Fonte: sinopse de livro *Em busca de lápides antigas e curiosas*, de W. T. Vincent (São Paulo: Necrópolis, 2008).

A pesquisa desse Tipo não foi diferente. Foram encontrados 232.000 resultados (em 0,35 segundo). O que ficou evidente, nesse caso, é a quantidade de imagens, em uma tentativa frequente de mostrar as originalidades de muitos túmulos.

Depurando um pouco mais a pesquisa, observamos que há uma quantidade significativa de contribuições, que estão distribuídas em: lápides engraçadas; lápides frases; lápides eternas; lápides para túmulos; frases para lápides de cemitério; frases para lápides de túmulos; dizeres lápides; frases bíblicas para lápides. Novamente, aparecem de forma representativa nos conteúdos a prestação de serviço, planos familiares, notícias sobre lápides de artistas etc. Observamos que o Tipo Lápide também está estreitamente relacionado com jazigo, azulejos para lápides e placas póstumas, que são, portanto, derivações do termo.

Dando sequência à pesquisa, encontramos o Tipo Mortalha.

Tipo Mortalha



[Figura 4]

É importante reforçar que, para o Tipo Mortalha, a pesquisa deve ser feita com o termo no plural e no singular, pois apresenta resultados diferentes. Assim, nas pesquisas relacionadas a

“Mortalhas” (plural), encontramos aproximadamente 292.000 resultados (em 0,15 segundo), relacionados aos seguintes subtipos: mortalhas vivas; mortalhas smoking; mortalhas de celulose; mortalhas significado; mortalhas carnaval; mortalhas wiki; mortalhas dicionário.

Para as pesquisas relacionadas a “Mortalha” (singular), são aproximadamente 230.000 inserções (em 0,37 segundo), subdivididas em: mortalha significado; mortalha da noite; mortalha para uma enfermeira; mortalha carnaval; lenda rasga mortalha; canto rasga mortalha; rasga mortalha Wikipédia; pássaro rasga mortalha. Portanto, o Tipo pode assumir muitas derivações. Grande parte do material relacionado ao Formato Funerário no Tipo Mortalha(s), obtido na pesquisa realizada em dezembro de 2013, apresentou relação com notícias, poesias, desenhos e prestação de serviço, como mostruários de mortalhas.

Tipo Túmulo



[Figura 5]

Fonte: O Caminheiro de Sintra, 27 maio 2010. Disponível em: <<http://palacio-de-sintra.blogspot.com.br/2010/05/lenda-do-tumulo-dos-dois-irmaos-em.html>>. Acesso em: 20 maio 2014.

Também no caso do Tipo Túmulo, a pesquisa deve ser feita com a palavra no singular e no plural, pois há muitas variações. Assim, foram encontrados na observação relacionada a Túmulos: túmulos egípcios; túmulos dos faraós; túmulos dos papas; túmulos mais visitados do mundo; túmulos no vale dos reis; túmulos violados; túmulos e templos. Houve aproximadamente 613.000 resultados (em 0,28 segundo).

Para as buscas relacionadas a “Túmulo” (singular), foram encontrados: túmulo de Jesus; túmulo de Lênin; túmulo do papa ao vivo; túmulo dos vagalumes download; túmulo do soldado desconhecido; túmulo do rei mausolo; túmulo dos vagalumes; túmulo vazio – num total aproximado de 1.330.000 resultados (em 0,30 segundo).

É necessário atentar para as derivações, como mausoléu(s) e templos da morte. O material encontrado também varia entre notícias, imagens, filmes, livros, exemplos de túmulos famosos, túmulos de santos, significado da palavra, prestação de serviço etc. Esse resultado reforça, igualmente, que parte significativa do material disponibilizado está relacionado com acontecimento do cotidiano ou mesmo com a prestação de serviço.

Assim, nessa primeira incursão, percebemos que os Tipos encontrados não estão somente na Folkcomunicação Icônica, no Formato Funerário. Contudo, o desafio proposto pelo professor Marques era também procurar a presença dos Tipos em outras Categorias, Gêneros e Formatos. Portanto, no que tange ao icônico, há uma quantidade bastante representativa de material em todos os subtipos elencados na pesquisa pioneira de Marques de Melo. No entanto, é imperioso reforçar que os resultados quantificados podem ser categorizados também em: Folkcomunicação Oral, Visual e/ou Cinética.

Finalmente, fazendo a última análise proposta – que é da Folkcomunicação Cinética, Formato: Rito de Passagem, Tipo: Velório –, encontramos diversos resultados. Assim sendo, nas pesquisas relacionadas a “Velório” (singular) foram encontrados: velório athia; origem do velório; sonhar com velório; velório wando; velório carneiro; velório vando; fotos do velório de hebe camargo; velório de hebe camargo ao vivo – resultando em aproximadamente 1.860.000 inserções (em 0,28 segundo). Trata-se, portanto, de uma quantidade bastante considerável de Tipos que podem ser investigados, ampliando as possibilidades de análises preliminares realizadas com base na classificação proposta pelo professor José Marques de Melo.

Já nas buscas relacionadas a “Velórios”, foram aproximadamente 559.000 resultados (em 0,24 segundo), com: velórios ribeirão preto; velórios de famosos; velórios virtuais; velórios estranhos; fotos de velórios. Os conteúdos variam em: casa do velório; velórios especiais; velórios temáticos; emoção; lendas urbanas; luto; imagens diversas; dia de finados etc. É interessante observar que também há vários Tipos que são utilizados. O que mais nos chamou a atenção foram os velórios virtuais. Na web há diversas notícias sobre isso, mas a que consideramos mais interessante foi escrita pela jornalista Carolina Garcia,⁸ que informa: “Com câmeras, cerimônias podem ser acompanhadas em tempo real na web”. Também, de acordo com a mesma matéria, “o internauta que estiver assistindo ao *evento*⁹ ainda pode encaminhar

⁸ GARCIA, C. Velório virtual e sepultura on-line modernizam funerária em São Paulo. *Último Segundo*, 1 nov. 2013. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2013-11-01/velorio-virtual-e-sepultura-on-line-modernizam-funeraria-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 19 maio 2014.

suas condolências à família por um endereço de e-mail. O velório virtual surgiu como uma oportunidade de levar aquele momento aos outros parentes que estão longe”. Assim, para receber o benefício, pelo menos em São José dos Campos, cidade do interior de São Paulo, é necessário que a família autorize a transmissão das imagens. A notícia ainda esclarece que: “O serviço é gratuito. Atualmente, a cidade conta com uma taxa de 340 óbitos mensais em uma população de 650 mil habitantes”.

Outro serviço interessante que a matéria informa é a criação e desenvolvimento de um banco de dados no qual a população pode realizar consulta on-line de espaços em cemitérios e jazigos. Para aqueles que não têm acesso à internet, o serviço disponibiliza 16 tablets nos cemitérios municipais. O pioneirismo é, também, da Urbanizadora Municipal (Urbam) de São José dos Campos, no interior de São Paulo.

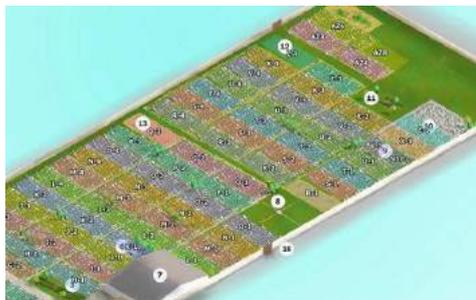


Figura 6 – Mapa do Cemitério Colônia Paraíso, em São José dos Campos (SP), com as marcações das sepulturas.

Fonte: *Último Segundo*, 1 nov. 2013. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2013-11-01/velorio-virtual-e-sepultura-on-line-modernizam-funeraria-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 19 maio 2014.

A matéria, além disso, informa que o próximo passo será a criação do conceito de *street view* dentro do cemitério. “Acredito que poderíamos tirar essa visão pesada. Um lugar rico em história tem o potencial de ser um *ponto turístico e de reflexão*¹⁰”, declara à reportagem o gerente da funerária, Eliseu Vieira da Silva. No entanto, ainda não há uma previsão de quando o projeto será finalizado. O gerente explica à reportagem que o tema é “delicado porque significa mudar uma parte da cultura de como lidamos com a morte. Hoje o brasileiro evita o assunto”.

⁹ Grifo nosso. O Velório considerado um evento.

¹⁰ Grifo nosso. Cemitério como espaço para turismo.

Outro dado que consideramos interessante na observação, é que há outros Tipos importantes, relacionados ao Formato Velório, tais como: crematório; videodança; seitas; aspectos legais; músicas; custos; lembranças; preparação hospitalar; maquiagem; exumação; ritos; significado de sonhos; velório de artistas; fotos etc.

Dando continuidade à proposta do professor José Marques de Melo, ao pesquisarmos o Formato: Rito de Passagem, também encontramos vários subtipos, como: rito de passagem indígena; rito de passagem no islamismo; rito de passagem maçônica; exemplo de rito de passagem; ritos de passagens; ritos de passagem engenheiros; ritos de passagem cifra – totalizando aproximadamente 794.000 resultados (em 0,69 segundo). Na busca relacionada a “Ritos de Passagem” , encontramos: ritos de passagem de morte; ritos de passagem na adolescência; ritos de passagem indígenas; ritos religiosos; ritos de passagem casamento; ritos de passagem do judaísmo; ritos de passagem do hinduísmo; ritos de passagem engenheiros – totalizando aproximadamente 487.000 resultados (em 0,71 segundo).

Depurando ainda um pouco mais e fazendo a pesquisa relacionada a “Ritos de Passagem de morte”, encontramos: ritos de passagem indígenas; ritos de passagens de morte; a morte na visão coletiva do oriente; ritos de passagem na adolescência; ritos de passagem engenheiros; quanto aos ritos de passagem é correto afirmar; ritos de passagem do hinduísmo; tipos de ritos de passagem – com um total de aproximadamente 1.280.000 resultados (0,46 segundos). Os resultados também apontam para outros Tipos, como: custos; lembrancinhas; arte fúnebre; capela para velórios; certidão de óbito; ossuário; urnas; urnas especiais; gaveta; exumação; restos mortais; meio ambiente; papa defuntos; defunto etc.

Nessa mescla de Folkcomunicação, em que se combinam formatos diversificados apresentando a morte em suas várias simbologias culturais, foram localizados dois temas que nos chamaram a atenção. O primeiro é a possibilidade de se fazer um diamante com as cinzas de mortos, conforme matéria publicada no portal *G1*, em 28/11/2013. O outro refere-se à possibilidade de se confeccionar, também com as próprias cinzas, retratos e esculturas dos mortos e/ou mesmo de peças ou animais que eles tenham gostado em vida. É um mercado bem lucrativo. Para se ter uma ideia, o serviço de transformar cinzas em diamante é oferecido por um crematório de Porto Alegre. A lembrança custa a partir de R\$ 33.200, podendo chegar até R\$ 121.300. “A tecnologia

desenvolvida em um laboratório na Suíça gera pedras com características únicas de coloração, que variam de acordo com os elementos químicos encontrados nos restos cremados”, diz a reportagem.



Figura 7– Diâmetro das pedras pode variar entre 3,8 a 6,5 milímetros de diâmetro. (Foto: Alessa Flores/Divulgação/Agência Buena).

Fonte: *G1 RS*, 28 nov. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/meu-negocio-meu-emprego/noticia/2013/11/diamante-feito-partir-de-cinzas-de-mortos-pode-custar-ate-r-121-mil.html>>. Acesso em: 20 maio 2014.

Chamado Diamante In Memoriam, o procedimento leva de 18 a 52 semanas para chegar às mãos dos familiares. São utilizados aproximadamente 500 gramas dos 2 a 5 quilos de cinzas ou restos queimados. De acordo com a matéria, “o restante das cinzas permanece intocado e junto aos familiares”. A cor da joia pode variar de acordo com os elementos químicos dos restos cremados, o que faz de cada diamante uma peça única.

Também fomos verificar a opinião dos internautas no blog onde os serviços são disponibilizados, e encontramos opiniões como: “*Eremita* – Até isso é inflacionado nesse país, na Europa o mesmo serviço sai entre 2 mil e 13 mil dólares”; “*Anderson Marques* – Vou fazer isso com minha sogra amanhã, difícil vai ser convencer minha mulher a botar fogo nela dormindo!!!!”; “*Flamarion Almeida* – piem de morbim”.

Quanto à possibilidade de fazer retratos e esculturas com as cinzas dos mortos, tendo ocorrido até mesmo uma exposição com tais peças, uma matéria publicada na edição eletrônica da revista *Veja*, de 30/10/2011, informa que a morte tida como:

[...] inspiração artística adquire uma dimensão radical na exposição *Grave Robber (Ladrão de Túmulos*, em tradução livre), em que o pintor tcheco Roman Týc usa cinzas de pessoas como matéria-prima para criar retratos. A mostra ficou em cartaz até 25 de novembro na galeria Dvorak Sec Contemporary de Praga, conta com 19 quadros cria

dos com a técnica da autotipia, na qual resinas translúcidas ficam impregnadas com as cinzas para permitir que se veja o contorno e os traços dos rostos. A técnica era bastante utilizada pelo pai da pop art, Andy Warhol – mas ele não usava cinzas.



Figura 8– Tela feita com cinzas de mortos, do artista tcheco Roman Týc. (Gustavo Monge/EFE).

Fonte: Cinzas de mortos são usadas... *Veja*, 3 out. 2011. (Com agência EFE). Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/cinzas-de-mortos-sao-usadas-por-artista-em-exposicao-em-praga>>. Acesso em: 20 maio 2014.

A notícia também informa que o artista recolhe as cinzas depois da cremação, e as sobras que não cabem nas urnas é que são utilizadas. Os modelos foram inspirados “em fotos reais de mortos tiradas dos mesmos cemitérios e crematórios onde o artista obteve as cinzas”.

Considerações finais

O que percebemos nessa breve análise é que – “do enterro convencional à transformação de cinzas em esculturas, quadros, joias, diamantes e até envio à Lua. Do velório que se transforma em evento social”– tudo isso é um mercado bastante concorrido em diversas regiões. Há uma variação nos tipos de enterro, inclusive a possibilidade de os restos mortais serem enviados à Lua. Também existe um grupo de ecologistas que defende a cremação como forma de preservação do meio ambiente.

Existem serviços especiais (velórios, cremação, enterro) a preços acessíveis, informa a parte publicitária dos múltiplos anúncios. Por exemplo, há empresas, como a Celestis, dos Estados Unidos,

[...] especializadas em voos espaciais memoriais e que têm parceria com a agência espacial Nasa. Conseguíamos oferecer esse serviço aqui no Brasil por aproximadamente R\$ 13 mil. Hoje é possível enviar as cinzas ao espaço

por menos de R\$ 4 mil. E já temos uma pessoa interessada, uma viúva cujo marido era um apaixonado por astronomia.

conta a matéria da revista *Ideias*, número 128, e do jornal *Gazeta do Povo*, entre outros.

“Os parentes recebem um convite para o evento, caso desejem participar, porém as despesas de viagem não estão incluídas no pacote. Todo o lançamento é gravado em vídeo, que pode ser assistido depois”.

Existe a possibilidade de o velório se transformar em espetáculo, em

[...] um anfiteatro à meia-luz, com poltronas largas e aconchegantes. No telão suspenso, a projeção de imagens de uma vida que chegou ao fim. Acompanhada da narração marcante do mestre de cerimônias, a falar sobre as características do falecido e tudo que fez em vida. À frente o palco vira altar, com o esquife posto ao centro. A comoção é geral. Ao fim do vídeo, uma chuva de pétalas cai sobre o morto e a cortina do palco se fecha. Este é o *grand finale*. É a releitura do ritual fúnebre. O funeral passa a ser um verdadeiro evento social de despedida..

Entre outras curiosidades ligadas ao rito da morte, e que evidenciam uma mudança cultural na sociedade, há cerimônias regadas a uísque e *rock'n'roll*, ou mesmo aquelas em que o defunto permanece em posição vertical durante o velório.

Diante dessa diversidade, lançamos às novas gerações de comunicólogos o desafio de empreender uma grande pesquisa objetivando classificar a Folkcomunicação em seus múltiplos Formatos, Gêneros e Tipos. Assim, quem sabe, poderemos fazer análises mais densas e apropriadas sobre essa manifestação, especificamente ao trabalhar com a cultura da morte, que, embora ainda seja um mito em algumas culturas ocidentais, está mudando, como foi observado na breve análise que aqui apresentamos.

Referências

- BELTRÃO, L. (1967). **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Tese de doutorado. Universidade de Brasília. (Publicada pela EDIPUCRS, Porto Alegre, 2001. Coleção Comunicação).
- BELTRÃO, L. (1971). **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos.
- BELTRÃO, L. (1980). **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados, São Paulo: Cortez. p. 259-279.
- BELTRÃO, L. (2004). **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Ed. Umesp.
- BENJAMIN, R. (2004). **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore.
- CARNEIRO, E. (1957). **A sabedoria popular**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura/Instituto Nacional do Livro.
- CASTELO BRANCO, S. (2005). Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas. p. 110-124.
- COCHRANE, A. (1995). Global worlds and worlds of difference. In: ANDERSON, J.; BROOK, C.; COCHRANE, A. (Ed.). **A Global World**. New York: Oxford University Pressp. 249-280.
- GOBBI, M. C. (2006). Portal Luiz Beltrão: vidas paralelas. In: **Anuário Unesco/Metodista n. 10**. São Bernardo do Campo: Unesco/Umesp.
- GRAMSCI, A. (1979). History of the Subaltern Classes: Methodological Criteria, In: MATTELART, A.; SIEGELAUB, S. (Org.). **Communication and Class Struggle** Paris IMMRC. v. 1, p. 90-91.

MARQUES DE MELO, J. (1980). **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo: Cortez. p. 111-114.

MARQUES MELO, J. (2002). Campus (coluna mensal). Revista **Imprensa**, [S.l.], jun.

MARQUES MELO, J. (2005). Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica. Trabalho apresentado na VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, Teresina, CEUT, 9 a 11. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/f/f2/GT2-001-Generos_e_Formatos-JMM.pdf>. Acesso em: 19 maio 2014.

MCLUHAN, M. (1951). **The Mechanical Bride**: Folklore of the Industrial Man. Boston: Beacon Press.

RIF

Entrevista

Excursão para Aparecida
Canção Nova e Frei Galvão
Dia 16 de maio as 20 horas
140,00 cada pessoa = Fome =
33

Luís Humberto Marcos incentiva diálogos internacionais

Em entrevista à RIF, organizador do I Encontro Internacional de Folkcomunicação revela aproximações entre Brasil e Portugal

Ádria Siqueira¹



Em 10 de abril de 2014, no Instituto Universitário da Maia (ISMAI), na cidade do Porto (Portugal), aconteceu o I Encontro Internacional de Folkcomunicação – “Registrar, Investigar e Partilhar”, com o intuito de reunir pesquisadores ibero-americanos para discutir, conhecer e fortalecer o campo teórico da Folkcomunicação.

O evento, que representou um momento de aproximação entre pesquisadores brasileiros e portugueses que focam seus estudos na cultura e na comunicação popular, foi organizado por Luís Humberto Jardim Marcos. O pesquisador é professor e coordenador do Curso de Ciências da Comunicação do Instituto Superior da Maia (ISMAI), diretor do Museu Nacional da Imprensa localizado na cidade do Porto e secretário geral da Associação Ibero-Americana de Comunicação (AssIBERCOM). Licenciado em Psicologia,

¹ Graduada em Comunicação Social - Radialismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, estudante de Jornalismo pela mesma universidade, com graduação sanduíche na Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Investigadora do Grupo de Pesquisa - Imagem, Comunicação, Cultura e Sociedade, IMACCUS. E-mail: adriasiqueira@hotmail.com

mestre em Ciências da Comunicação e doutor em Ciências da Informação pela Universidade Complutense de Madrid, é co-fundador do Centro de Formação de Jornalistas (CFJ) da Escola Superior de Jornalismo e da Associação Museu da Imprensa (AMI), no Porto, da AssIBERCOM e do European Multimédia Forum (Bruxelas). Desenvolve pesquisas sobre história da imprensa, censura e *cartum* e já participou por diversas vezes de eventos científicos no Brasil.

Em entrevista à *Revista Internacional de Folkcomunicação*, o organizador do I Encontro Internacional de Folkcomunicação revela perspectivas de ampliação das pesquisas na área a partir do fortalecimento de redes de pesquisa entre países. Ao final, apresentamos um registro de algumas imagens e informações sobre o evento realizado em território português.

Qual a importância de um encontro em Portugal sobre a Folkcomunicação, sendo esta uma teoria brasileira e ainda não muito difundida no país?

Luís Humberto - A importância foi grande, porque, por um lado o próprio conceito ainda não está suficientemente disseminado. Ainda há muita gente que se interroga sobre o que é este espaço científico dentro das ciências da comunicação que se chama Folkcomunicação. Por outro lado, mesmo alguma pessoas sabendo, ainda estamos dando os primeiros passos nos estudos nessa área. Portanto, com este I Encontro Internacional, quisemos assinalar um momento de procura, um momento de partida, para uma altura que eu espero que não tenha fim. Ou seja, temos que continuar a fazer por muitos anos pesquisas, fazer reforços de rede, trabalhar em conjunto, para ver as diferenças, as semelhanças e, sobretudo, os novos caminhos que a Folkcomunicação tem, tanto no espaço do Brasil, como na Europa.

Qual a expectativa por parte dos alunos de conhecer a teoria da Folkcomunicação?

Luís Humberto - Nós tivemos vários alunos a fazer trabalhos, entrevistar os participantes, fazer reportagens sobre o acontecimento. Há um grande desconhecimento. Eu espero que a partir de agora possa haver interesse em desenvolver mais as pesquisas e o trabalho de levantamento. É preciso fazer um registro do que se tem sido este espaço mesmo que não tenha designação de Folkcomunicação. Fazer o levantamento, registrar, para depois investigar e a partir daí partilhar. São as três palavras chave que nos demos a esse

encontro internacional. Eu espero efetivamente que consigamos registrar mais, investigar muito mais e partilhar ainda mais.

Quais os seus futuros projetos com a Rede Folkcom no Brasil?

Luís Humberto - Essa pergunta eu não sei. No momento, eu não penso em muitos projetos, mas com esta ideia que surgiu de se criar um núcleo de uma rede, eu espero efetivamente que nós consigamos aprofundar projetos de parceria, que permitam efetivamente criar um reforço desse espaço de investigação. O que acontece é que muita gente pode não concordar com a designação da Folkcomunicação, porque encontram os elementos, os objetos de pesquisa em outras áreas científicas e nós temos, por um lado, que registrar essa forma de entender, mas temos, sobretudo, que promover a pesquisa e fazer com que a clarificação do conceito permita uma valorização de uma nova teoria, de uma nova perspectiva que é lusófona, ou seja, é preciso apresentar teorias novas que falem português ou eventualmente também espanhol.

Já pensou em aproximar os estudos de *cartoon* e caricaturas com as teorias da Folkcomunicação?

Luís Humberto - Já pensei e já fui convidado para fazer uma comunicação sobre o tema. Quem sabe, no futuro, um dos trabalhos de pesquisa vai focar essa área. Porque há uma tradição muito antiga de satirizar a sociedade, de analisar através da sátira, através do humor e é claramente esse espaço analítico que se pode enquadrar na Folkcomunicação.

O senhor pretende viajar ao Brasil para participar da próxima Conferência de Folkcomunicação em Cuiabá, em 2015?

Luís Humberto - Eu pretendo. Não sei se tenho efetivamente tempo, mas gostaria muito. Gostei do último encontro em que pude estar a falar do São João. É uma área que me interessa bastante. Espero efetivamente que haja condições de agenda para partilhar com os brasileiros esta área e darmos um passo a mais na partilha, na conjugação de esforços, para uma força da Folkcomunicação.

Como foi participar da Conferência Brasileira de Folkcomunicação em Campina Grande, na Paraíba?

Luís Humberto - Eu gostei muito! Foi um orgulho muito grande. Eu já tinha estado também num outro evento, em que foi possível dançarmos o São João noite afóra até o amanhecer do sol. Foi uma experiência extraordinária. O Brasil tem sempre essa forma alegre de nos integrar no mundo, nos ajudar a saber viver, a ver com um pensamento que visa a qualidade de vida, que visa no fundo a reflexão e a ecologia, digamos assim, da comunicação. Acho que se pode ter uma maior qualidade, digamos na vida, se efetivamente nós pensarmos e estivermos no espaço da afetividade e da reflexão que é a Folkcomunicação.

Portugal é um celeiro para as pesquisas em Folkcomunicação. Que temas poderíamos encontrar por aqui?

Luís Humberto - Alguns dos temas estavam nos investigadores que estiveram presente no nosso primeiro encontro internacional. Há temas relacionados com a literatura oral, com o discurso oral, há temas mais relacionados com o folclore em si, há temas de reflexão sobre a música e a relação existente entre ela e as perspectivas de sociedades e comunidades. Há um conjunto muito variado de espaço para literatura, há para a literatura do banheiro com as frases que são deixadas, os provérbios etc. Há um conjunto de campos que, mesmo pertencendo a outras áreas, têm que ser analisados sobre o olhar da Folkcomunicação. Ou seja, há muitas áreas. A Folkcomunicação é muito transdisciplinar, multifacetada ao nível dos olhares que podem refletir sobre os mesmos objetos, mas o que nós temos que fazer na folkcomunicação é trazer para o espaço teórico da comunicação, das ciências da comunicação, aquilo que eventualmente é de outras disciplinas e tem sido no fundo as amarras, digamos assim, dessas mesmas reflexões que tem sido feitas.

Há alguns pesquisadores brasileiros, como Osvaldo Trigueiro e Severino Lucena, que estudam objetos empíricos em Portugal, como festas populares e São João, utilizando a reflexão da teoria da Folkcomunicação. Como o senhor vê essa aproximação ou legitimação de pesquisas empíricas e teóricas em Portugal por parte dos brasileiros?

Luís Humberto - Eu acho que é muito bem vinda. É ótimo que os pesquisadores brasileiros tenham encontrado, nos objetos de Portugal, condições para fazer exatamente esses estudos empíricos. O que é preciso é eventualmente agora darmos um passo a mais no

sentido de comparar, fazer estudos comparativos a partir do mesmo objeto, para ver como, no fundo, as características desses objetos da cultura popular funcionam e tem evoluído quer em Portugal, quer no Brasil. Então é preciso fazer mais estudos comparativos, mas são todos bem vindos. Quer o professor Oswaldo Trigueiro, quer o professor Severino, têm no fundo feito um trabalho de abertura de canais para estudos posteriores.

Que mensagem o senhor deixa para os pesquisadores em Folkcomunicação no Brasil a partir de Portugal?

Luís Humberto - Eu sou muito pouco mensageiro. Eu gosto de mexer, gosto de fazer com que se vire as coisas no avesso. Portanto, desformatar, investigar e partilhar, ou seja, é preciso cada vez mais pegar os objetos concretos e transpor metodologias para outros espaços, para enriquecer outras equipes. Cada vez mais, do meu ponto de vista, os estudos de folkcomunicação são espaços de partilha, são investigações que se centram por um lado na racionalidade e muito no coração, no afeto. Porque as festas trazem exatamente isso, trazem aquilo que do ponto de vista da comunicação é importantíssimo, que é o relacionamento com os outros. É a troca de afetos, e a comunicação quando é fortemente marcada pelo afeto é muito mais rica. E o mundo, com a comunicação, também se valoriza com essa mesma afetividade, com essa riqueza.

Que projetos o senhor vem desenvolvendo atualmente junto ao Museu da Imprensa?

Luís Humberto - Nos estamos a desenvolver vários projetos. Estamos a desenvolver uma exposição que vai ser montada na Rússia para o próximo ano, há outros projetos sobre os 40 anos de 25 de abril que está agora a celebrar-se que vai espalhar exposições por todo o país e temos uma exposição que vai abrir em julho deste ano, sobre o centenário da primeira grande guerra mundial em que o Brasil também intervém. Também vamos realizar uma exposição em que vamos mostrar algumas características do humor na imprensa e da censura.

Quais os desafios de administrar um Museu de Imprensa em plena era digital? Essa rica contribuição entre o impresso e o digital legitima e fortalece o campo?

Luís Humberto - Fortalece. É um desafio muito grande, sobretudo porque o nosso museu foi primeiro museu vivo que surgiu em Portugal. No dia da inauguração do museu mais *Gutenberguiano*, com as máquinas antigas tipográficas, nós introduzimos também no ciberespaço o museu virtual da imprensa. Fizemos duas coisas, mantivemos um pé no Gutenberg e um pé no futuro com o museu virtual. Portanto, nós já lidamos com essa realidade desde 1997, há 17 anos, quando inauguramos o museu. Nós pensamos que o espaço virtual não diminui o espaço físico, e sim valoriza o espaço físico, chama as pessoas para o conhecimento concreto que pode haver no espaço cultural como é o Museu Nacional da Imprensa.

Sabemos que o Museu Nacional de Imprensa é referência mundial. A exposição “Miniaturas Tipográficas”, com as 160 peças que mostra a evolução da imprensa, oferece este registro da história ao público. Qual a importância de um acervo deste em plena era em que se valoriza muito a tecnologia digital?

Luís Humberto – A importância é exatamente por ser o contraponto ao digital. O digital pode parecer que é virtual, é passageiro, é pouco visível, desaparece. E essa coleção, como outras coleções que nos temos, ajudam a retornarmos ao objeto concreto. Eu acho que do ponto de vista psicológico, o ser humano precisa da concretude. O virtual é fugaz e o que é rígido, o que é físico, constitui uma sedução. Quanto mais virtual, mais necessidade nós temos de estar próximos dos objetos. É como o amor. Quanto mais o amor é virtual, mais queremos o amor físico, não é? É preciso agarrar, é preciso sentir a pele e nós só sentimos a pele se ela existir. Não há pele virtual e ela não conta, tem pouco valor. Tem o valor informativo e eventualmente documental do ponto de vista do reconhecimento de alguns elementos, mas de fato do ponto de vista das sensações, do ponto de vista daquilo que é uma marca do ser humano que é sua emotividade, não tem. Portanto, quanto mais temos o virtual, nos precisamos mais de chegar próximo do físico, do que é real. Porque é nessa duplicidade que nós conseguimos construir também a valorização do ser humano.

Registros do I Encontro Internacional de Folkcomunicação

Luciana Garcia²

Na manhã da quinta-feira, 10 de abril de 2014, no Instituto Universitário da Maia (ISMAI), na cidade do Porto (Portugal) aconteceu o I *Encontro Internacional de Folkcomunicação* – “Registrar, Investigar e Partilhar”.

Dando início à abertura do evento, o professor Dr. Itamar Nobre, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), fez uma breve retrospectiva dos encontros e eventos já realizados pela Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação e discorreu sobre a biografia de Luiz Beltrão, fundador da teoria, avanços nos estudos da Folkcomunicação no Brasil e o andamento das pesquisas na área.

A primeira sessão, “Folkcomunicação - Raízes e Sociedade”, foi mediada pelo professor Dr. da Universidade de São Paulo, José da Silva Ribeiro, que falou sobre os desafios e as inquietações provocadas pelos novos estudos neste campo. Em seguida, o professor Dr. emérito da Universidade do Porto, Arnaldo Saraiva, trouxe em suas reflexões os apontamentos extraídos da pesquisa “A Citação e a Excitação Proverbial”, na qual fez um resgate dos provérbios populares portugueses. O professor Phd em História Antiga e Arqueologia, do Instituto Galego de Estudos Celtas (IGEC), Alberto Pena, apresentou os resultados dos seus estudos sobre comunicações representativas nas pinturas rupestres no território da Galícia. Dando continuidade, o pesquisador Ms. Élmano Ricarte, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN/BR), apresentou um breve resumo de sua dissertação de mestrado sobre as festas populares no fotojornalismo e abordou as reflexões obtidas na investigação sobre o significado das cruzes nas estradas brasileiras.

Após o intervalo, foi dado prosseguimento à sessão com alguns apontamentos extraídos da pesquisa da doutoranda em literatura da Universidade do Porto, Isabel Rio Novo, que apresentou as características da literatura com diferentes modos de produção, circulação e recepção textuais fora do eixo da dita literatura consagrada. Assim, para finalizar a sessão, a pós-doutoranda da Escola de Comunicações e Artes da Universidade

² Estudante de Publicidade e Propaganda, bolsista de Iniciação Científica na Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

de São Paulo, Maria Isabel Amphilo, apresentou sua investigação pautada nas ferramentas folkcomunicacionais.

Na segunda mesa, mediada pelo professor Dr. António Hohlfeldt, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, a professora Dra Fátima Nunes, do Instituto Universitário da Maia (ISMAI), discorreu sobre sua investigação “Blogue, Para literatura e Cultura Popular: o caso de Crônica do Autocarro (2013)”. Na mesma mesa, estava presente o professor Dr. Manuel Jorge Marmel, que propôs uma reflexão acerca da literatura oral, marginal e popular. Em seguida, a professora Dra. Eliane Mergulhão, da Universidade Paulista (UNIP), apresentou parte dos resultados de sua pesquisa “Um Salvador do Naufrágio: folkcomunicação, história e memória na literatura de Luiz Beltrão”. Dando continuidade ao evento, o professor Carlos Nogueira, da Universidade Nova de Lisboa, discorreu acerca da literatura de cordel com ênfase nos folhetos de Manoel Monteiro. Segundo o pesquisador, o cordel é uma importante ferramenta de manifestação da cultura popular brasileira. Em seguida, a professora Regina Cunha, da Universidade do Minho, evidenciou alguns registros e estudos da teoria da Folkcomunicação proposta pelo brasileiro Luiz Beltrão, obtidos nos encontros internacionais realizados pela Federação das Associações Lusófonos de Ciências da Comunicação – LUSOCOM. Mais adiante, o Pe. António Fontes falou sobre a análise do *Jornal de Barroso*, em que buscou recuperar a identidade do povo na urgência pelo resgate das memórias contidas nos festejos, nos discursos, nos elementos peculiares que manifestam a cultura popular da região de Barroso (Portugal), local onde circula este jornal. Finalizando a sessão, a professora Dra. Conceição Lopes, da Universidade de Aveiro, trouxe em sua fala as análises realizadas a partir do processo de comunicação humana nos festejos populares religiosos.

Na mesa de encerramento do *I Encontro Internacional de Folkcomunicação*, estiveram presentes o professor Dr. José Ribeiro, o professor Dr. António Hohlfeldt, a professora Dra. Célia Vieira e o professor Dr. Moisés Martino. No primeiro momento, a professora Célia discorreu sobre as novas perspectivas de pesquisa na Folkcomunicação com estudos transculturais e multidisciplinares. Assim, segundo ela, há uma necessidade de consolidação de uma nova linha de estudo da cultura europeia, sul-americana e africana, em que possa haver uma ampliação das pesquisas e proporcionar um intercâmbio de saberes para além das fronteiras. Em um segundo

momento, o professor Hohlfeldt falou sobre o profundo preconceito que ainda existe com as práticas de caráter popular - sejam elas na gastronomia, no campo da medicina (natural), na dança, na música, dentre outros. Para tanto, há a necessidade, antes de tudo, de uma aceitação e reconhecimento da cultura popular. Além disso, em meio à transdisciplinaridade, há uma busca pela articulação das diferentes áreas com o campo da Comunicação.

No terceiro momento, o professor Moisés abordou os Estudos Culturais, além de registrar algumas manifestações intituladas como “Patrimônio Cultural Imaterial” num resgate da memória – o próprio Fado foi classificado como tal. E, para finalizar a mesa, o professor Dr. Luís Humberto Jardim Marcos apresentou uma reflexão sobre os novos rumos a serem adotados nos estudos Folkcomunicaçãois a partir dos olhares que surgiram do *I Encontro Internacional*, das produções científicas em constante difusão, da ampliação da teoria folkcomunicação, seguindo a premissa do evento “Registrar, Investigar e Partilhar”. Ademais, o professor falou do pioneirismo do Brasil nos estudos em Folkcomunicação, fazendo menção ao escritor potiguar Luís da Câmara Cascudo.

Para encerrar com entusiasmo e confraternização a presença internacional da teoria da Folkcomunicação, no final da tarde, houve uma queimada com esconjuros com a presença do Pe. Fontes e o senhor Vilar de Perdizes. Na ocasião, o Pe. realizou um esconjuro que, segundo a lenda, quem bebe da queimada (bebida alcoólica a base de aguardente queimado e açúcar) fica protegido de feitiços e espíritos malignos. Assim, depois desta apresentação de uma crença popular de origem medieval, finalizou o *I Encontro Internacional de Folkcomunicação* em Portugal.



Foto 1: Mesa temática do I Encontro Internacional de Folkcomunicação



Foto 2: Mesa de encerramento do I Encontro Internacional de Folkcomunicação



Foto 3: Atividade cultural do evento



Foto 4: Participantes acompanham ritual medieval no encerramento do I Encontro Internacional de Folkcomunicação

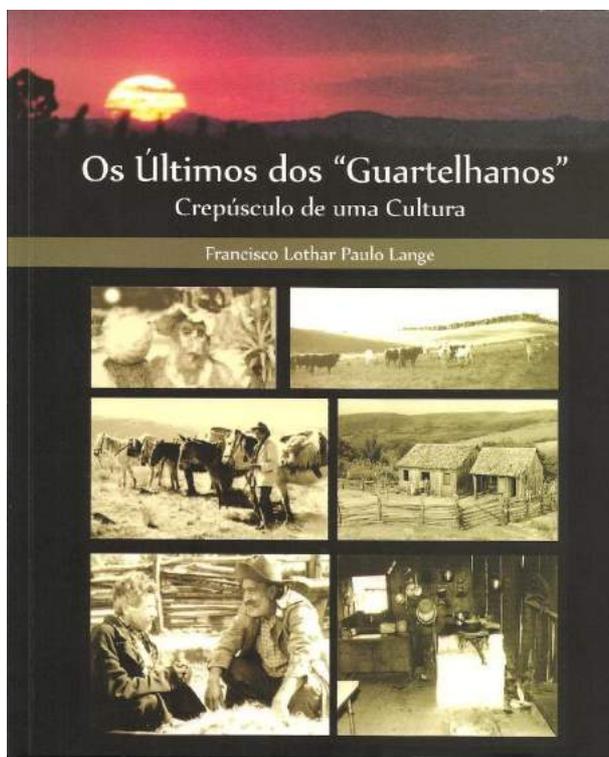
RIF

Resenha



Memórias da cultura pela história dos moradores do Guartelá (Tibagi/PR)

Volney Campos dos Santos¹



LANGE, Francico Lothar Paulo. **Os últimos dos "Guartelhanos"**: crepúsculo de uma cultura. Curitiba: Chaim, 2013. 216p.

A beleza natural da região dos Campos Gerais há tempos é conhecida por muitos, seja pela proeminência do Canyon da região, seja pelos vastos campos, pela formação rochosa e outras exuberâncias locais.²

Em *Os últimos dos Guartelhanos*, porém, a região é interpretada e descrita sob os olhos e os auspícios de Francisco Lothar Paulo Lange, que com um universo imenso de fotos de época, fotos atuais, mapas e texto, perpetua a memória e a tradição dos moradores do Guartelá.

Francisco Lothar Paulo Lange é natural de Ponta Grossa. Formou-se engenheiro em 1947 e

¹ Professor Ms. do Departamento de Direito das Relações Sociais da Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: volneycs@yahoo.com.br

² O Canyon do Guartelá, localizado na cidade de Tibagi, na região dos Campos Gerais do Paraná, é considerado 6º maior Canyon do mundo com uma extensão de 32 km, além de ser o único com vegetação nativa. Informações sobre o Parque Estadual do Guartelá disponíveis em: <http://tibagi.pr.gov.br/turpage/modules/conteudo/index.php?pagenum=2>.

encerrou sua carreira de engenheiro na COPEL – Companhia Paranaense de Energia. Assumiu papel importante no resgate da memória paranaense, escrevendo diversas obras tratando dos Campos Gerais, do litoral paranaense e da colonização alemã no Paraná.

O título do livro é uma referência expressa à obra *O último dos Moicanos*, de James Fenimore Cooper, que trata da saga de um grupo indígena que luta para manter viva sua tribo e tradição.

A obra, publicada em 2013 pela Editora do Chain, traz, de início, um apanhado histórico dos Campos Gerais e de Tibagi, onde vivem os Guartelhanos. A singularidade do livro nessa parte fica por conta da riqueza de imagens antigas e recentes da região, bem como relatos de contos e vivências locais, registrando a vidas de pessoas, sua maneira de viver, seus hábitos, festas, a lida do dia-a-dia, a culinária local.

Chama a atenção a transcrição de uma “Receita pra perpará um chimarrão”, descrita tal como pronunciada, em 1950, por um morador local: “Mecê pegue cuia enxuta, Dê uma boa escardação, Depois vá ponhando erva, que fique acima do meio...”.

O livro faz também um resgate histórico sobre as principais propriedades rurais da região. São trinta fazendas, cuja origem é resgatada desde as sesmarias até os dias atuais, passando por relatos históricos, folclóricos e políticos. Sempre ao tempero de muitas imagens, além de mapas aéreos para localização.

No contexto das histórias das propriedades rurais, muitas peculiaridades sobre a vida local surpreendem o leitor. Histórias tais como a existência de propriedades rurais na região administradas por escravos, como a ocorrida na Fazenda Capão Alto que, após ser administrada pela Ordem Religiosa dos Carmelitas (1771), foi arrendada a seus escravos, “que organizaram nela uma ‘república’ sob invocação de Nossa Senhora do Carmo, nela permanecendo por cerca de cem anos, sendo “fazendeiro”, o escravo Inocêncio”. Dessa propriedade teriam surgido alguns quilombos, sobretudo nos idos de 1864, quando os escravos se revoltaram por terem sido vendidos e alguns levados para São Paulo.

Ainda, o relato de propriedades que, de sesmarias na origem, hoje são assentamentos rurais, tal como a da Fazenda Santa Amélia, localizada na cidade da Lapa-PR e que foi desapropriada em 1999 e hoje abriga o Assentamento Contestado do MST.

Na parte da obra destinada às Genealogias, o autor faz um levantamento de algumas famílias tradicionais que compõem o grupo do “Guartelhanos”. São treze famílias analisadas, com sua genealogia desenhada, ilustradas com retratos de parede, encontros de família na beira do fogão-a-lenha para tomar o chimarrão, suas propriedades e seus destinos. Histórias do cotidiano, que compõem um conjunto de referências sobre a origem do lugar e sua formação cultural.

Na última parte o autor trata dos Sinais dos Tempos, referência feita à passagem do tempo, à

diminuição da importância econômica da região com o fim do tropismo e da mineração e o abandono de propriedades que são verdadeiros patrimônios históricos locais.

Ao fim e ao cabo, o autor apresenta o Glossário Guartelhano, uma facilidade ao leitor que não estiver acostumado com a linguagem dos Campos Gerais. “Visage” (assombração), “xibiu” (diamante pequeno), “responsar” (fazer oração a Santo Antônio para que faça aparecer coisas perdidas), “guardados” (panela ou pote enterrados, cheios de ouro e moedas), entre diversos outros, figuram entre os termos do glossário, revelando marcas da herança de indígenas, jesuítas e tropeiros que passaram pela região.

Os últimos dos “Guartelhanos”, de Francico Lothar Paulo Lange, embora não seja uma obra científica, possui valor cultural inestimável para o resgate e a perpetuação da memória local.

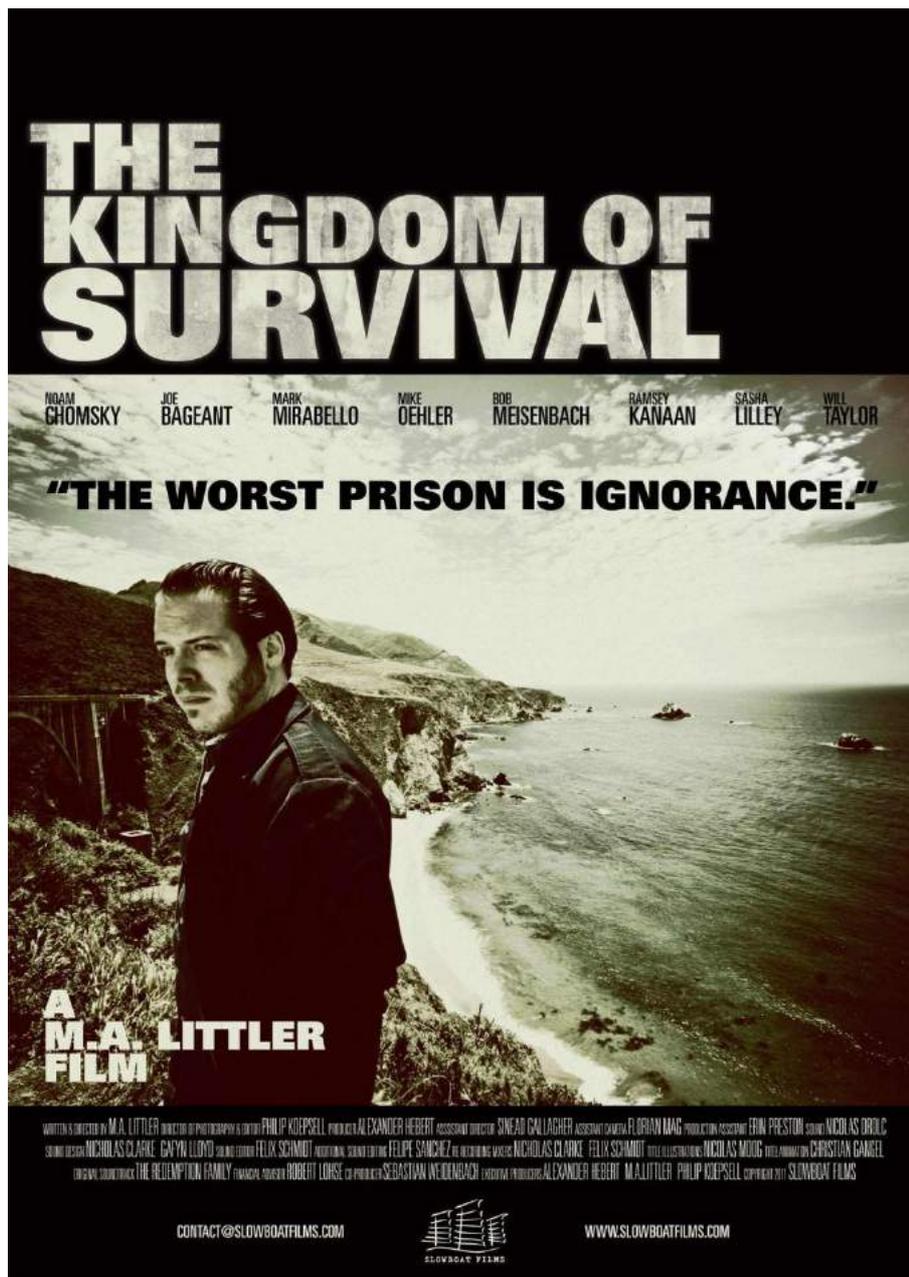
RIF

Discografia



O Reino da Sobrevivência – Uma leitura do vídeo
documentário *The Kingdom of Survival*

Gabriel Ferreira Carvalho¹



¹ Jornalista, doutorando em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Docente das instituições Cescage, Secal e UEPG. E-mail: gabrielcarven@gmail.com.

The Kingdom of Survival é um documentário² interdisciplinar que combina diário de viagens e diálogos com jornalismo investigativo, a fim de rastrear possíveis ligações entre sobrevivência, espiritualidade, arte, política radical, cultura fora da lei, meios alternativos e filosofia da periferia. O filme investiga as estratégias de sobrevivência física e psicológica utilizadas por grupos e indivíduos no mundo moderno.

O escritor e cineasta M. A. Littler pega a estrada fora da lei em busca de visões que desafiam o *status quo*. Em sua jornada, Littler cruza o caminho do professor Noam Chomsky, linguista e ativista político que, em sua conversa com o cineasta sobre a cultura da resistência norte-americana, lança com um olhar para movimentos de músicos como Willy Tea Taylor (conhecido como “The Bull”), considerado um dos maiores músicos norte-americanos por sites especializados em cultura *folk*. Além do músico popular The Bull, no reino da sobrevivência, o historiador doutor Mark Mirabello, o jornalista gonzo Joe Bageant, o lendário recluso Mike Oehler, o editor anarquista Ramsey Kanaan, a apresentadora de rádio Sasha Lilley e o músico popular exploram visões radicais e alternativas para o século XXI. Essas pessoas nos trazem um pensamento único ao lançarem uma luz na sombra das tradições norte-americanas mais cegamente aceitas.

Uma das propostas do documentário é investigar honestamente as práticas físicas e psicológicas de diversos indivíduos em um mundo pós-moderno conflituoso e confuso, “em um momento de lavagem cerebral e de propaganda corporativa e política”, segundo os autores. Momento em que, segundo Will “The Bull” Taylor, “nós temos que ir para dentro [...] temos que ir para dentro e encontrar algo que traga alegria para nossas almas”, O documentário segue o padrão cinematográfico conhecido como “Maverick”, desenvolvido por Littler, no qual o filme é dirigido e produzido de forma independente, com baixo custo, ou mesmo custo zero. De acordo com Littler, um dos mandamentos desse tipo de produção é que “tudo começa na sua comunidade. A partir dela você pode expandir, e não antes”.

² O trailer desse documentário, bem como sua aquisição por download, está disponível em: <<http://www.slowboatfilms.com/index.php?link=The-Kingdom-of-Survival>>. Acesso em: 23 maio 2014.

Hoje, a Slowboat Films é uma das últimas produtoras e distribuidoras de filmes completamente independentes, com produções voltadas sobretudo para a música, como foco de resistência, modo de vida e política. Assim como *The Kingdom of Survival*, os demais documentários da Slowboat Films chamam a atenção pelo padrão estético intransigente e ativista. Portanto, embora tudo comece pela música, seus documentários não se restringem a focar artistas alternativos do meio musical, estendendo seu foco para a resistência de outros artistas norte-americanos que preservam um modo de vida e uma visão de mundo um tanto peculiar, principalmente quando olhamos para as terras do Tio Sam.

Ficha técnica

Título: *The Kingdom of Survival*

Gênero/idioma: documentário/inglês

Origem/data: EUA/2011

Duração: 92 minutos

Produção/distribuição: Slowboat Films

Roteiro e direção: M. A. Littler

Participações: Joe Bageant, Noam Chomsky, Ramsey Kanaan, Sasha Lilley, Bob

Meisenbach, Mark Mirabello, Mike Oehler, Will Taylor

Música: M. A. Littler

Edição: Philip Koepsell, M. A. Littler

Departamento de sonoplastia: Nicholas Clarke

Departamento de eletrônicos e supervisão de edição e som: Florian Mag

RIF

Ensaio Fotográfico



Tarde de milonga

Marcelo Sabbatini¹
Betania Maciel²

Sábado de tarde, um clima de “*siesta*” se abate sobre o bairro que abriga o centro histórico de Montevideú. Muitas lojas fechadas, as ruas estreitas se esvaziam de moradores e de turistas. De repente, acordes musicais se infiltram por esta calmaria, identificados logo como um tango, ou melhor dizendo, uma milonga, o ritmo nacional do Uruguai. Seguindo a trilha musical, encontramos um bar de esquina, muito simples, autêntico boteco, de onde emana a melodia. Irrecusável o convite para entrar e ver o que acontecia ali.

O vinho, servido rapidamente, é simples e barato, como o cenário. Contudo, sua rispidez contrasta com a cena doce que se desenrola no salão. Um grupo de senhores e senhoras, septuagenários, octogenários, estão reunidos para celebrar uma milonga. Elas maquiadas pesadamente e ostentando suas bijuterias mais queridas; eles de terno e gravata, como manda o rigor de dignos cavalheiros. Os vocais se alternam, entre uma diva de periferia e um cavalheiro da velha guarda. Os únicos jovens são os músicos, provavelmente filhos, netos, vizinhos.

Em uma parede, inevitável, o retrato dele, o ícone, o inolvidável, *El Morocho*, Carlos Gardel. Com seu sorriso perpétuo, parece aprovar e se divertir com este festejo sabático. A cada canção, casais se formam e bailam, com passos vacilantes e frágeis, ao ritmo sensual. Mas a demografia não ajuda e, na falta de um parceiro, duas senhoras formam um inusitado par, mantendo viva a alma da milonga uruguaia.

Em outra parede no alto, uma pintura retrata o edifício no qual estamos e o bar, que já existia na época. Possivelmente década de 1940, a julgar pelos automóveis figurados: o Nova York pode ter sido um bastião do tango tradicional³. Sua única concessão

-
- 1 Doutor em Teoria e História da Educação – Universidad de Salamanca (Espanha). Professor da Universidade Federal de Pernambuco e do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica – Edumatec, da mesma instituição. Fotógrafo.
 - 2 Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora da Universidade Federal rural de Pernambuco e do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, DA mesma instituição. Ex-presidente da Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. Coordenadora do GT Folkcomunicación y Cultura Popular da XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación – ALAIC.
 - 3 Em favor da transparência, foi somente ao editar a foto que percebemos a identificação do quadro com o bar. Na emoção do momento, não havíamos anotado nem seu nome, nem a sua localização.

à modernidade são refrigerantes de marca ubíqua e as paredes, coloridas e alegres com cenas da cidade que lhe batizam.

Antes do que desejaríamos, a reunião termina. Todos se encaminham para a porta, um desfile no qual os passos tímidos e cambaleantes dão lugar à confiança de almas renovadas e sorridentes.

E como epílogo, um momento *voyeur*. O senhor de cabelos e barbas brancas, elegante em sua blusa de lã, rouba um beijo da cantora. A fugacidade nos faz pensar em um beijo possivelmente proibido; porém, será uma antiga ou nova paixão antiga? Um beijo tão discreto que quase passaria despercebido, não fosse a teleobjetiva de uma câmara atenta⁴.

Este sábado era o 12 de maio de 2012, logo após o encerramento do XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Alaic 2012, realizado na capital da pátria do tango, o Uruguai. Pensionávamos termos nos embebido de Folkcomunicação, em duas tardes intensas observando e debatendo as tendências da pesquisa no campo, em meio ao GT – Folkcomunicación y Cultura Popular. Mas nesta breve experiência pudemos vislumbrar uma nova fronteira para a análise folkcomunicacional: o tango.

As imagens captadas incitaram a pesquisa e na pesquisa encontramos vários elementos que podem relacionar este ritmo/dança típico da América do Sul, patrimônio cultural da Humanidade compartilhado entre Uruguai e Argentina, e a teoria da Folkcomunicação. De sua origem da miscigenação cultural entre descendentes dos colonizadores espanhóis e de escravos com os imigrantes europeus o tanto é uma expressão identitária das populações dos arrabaldes (“extramuros”, suburbanos), essencialmente popular. Mais que isso, também é ligada ao grupo erótico-pornográfico de Luiz Beltrão, na medida em que sua história se entrelaça com a da prostituição e do submundo da noite. E finalmente, o tango também é matéria de apropriação pelos fluxos comunicacionais massivos, no contexto da indústria do turismo internacional, por um lado e da resistência cultural, por outro. A extensão e profundidade da reflexão gerada

Felizmente, a pista do nome e a disponibilidade de informações na Internet nos ajudaram, não sem um pouco de surpresa, a identificá-lo. O fio azul, típico da conexão de rede também se justifica; ainda que incipiente na cultura digital, o RestobarNY possui página Web (<http://barnuevayork.com.uy>) e perfil na rede social *Four Square* (<https://pt.foursquare.com/v/barnueva-york/4e3d8e3ba809ba757c0bb490>).

4 Este ensaio fotográfico encontra-se disponível em: <http://www.marcelo.sabbatini.com/go/ensaio-tango>.

ultrapassa contudo os limites da apresentação de um ensaio fotográfico; desta forma, pareceu-nos mais adequado publicá-la no formato de ensaio teórico, em outra seção desta revista.

Esperamos que a cena presenciada e, que agora compartilhamos através ensaio fotográfico e do ensaio que o acompanha (ou vice-versa), inspire mais pesquisadores a investigarem como uma cultura riquíssima em significados e de história foi, é e será utilizada para a comunicação dos excluídos. Merecendo, portanto, um olhar mais aprofundado da Folkcomunicação.



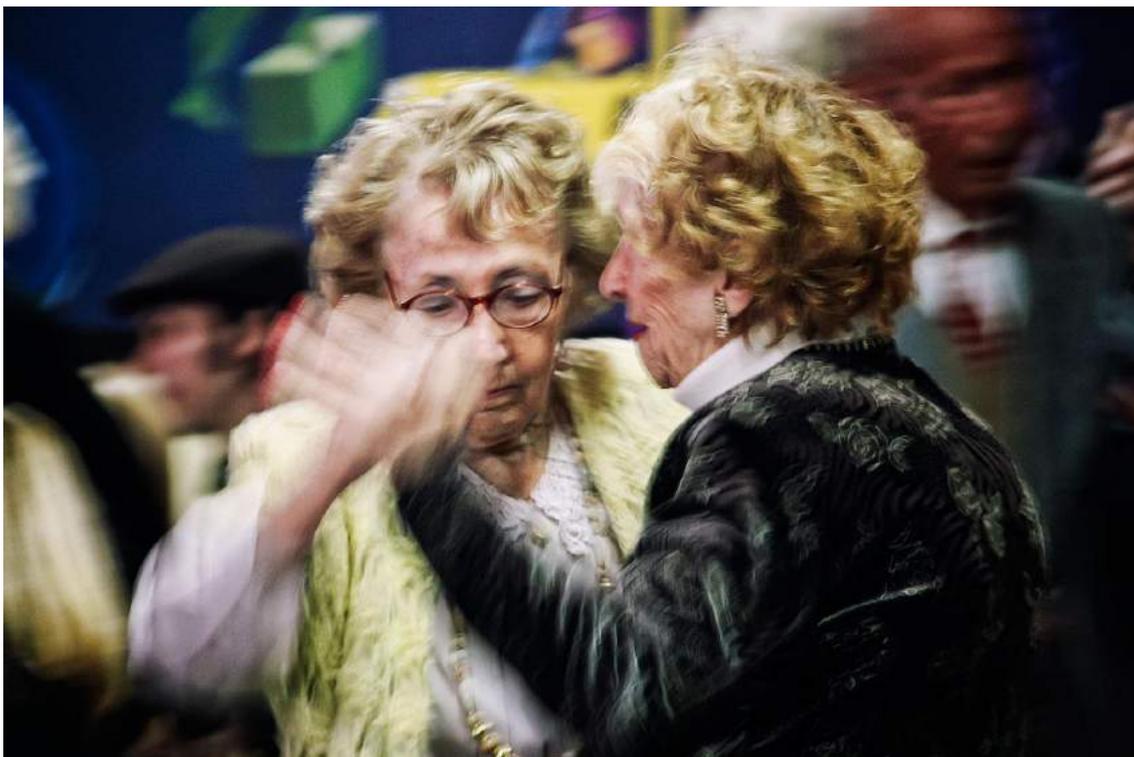
A diva.



A velha guarda.



Um cavalheiro a moda antiga.



O par inusitado.



Milonga, identidade nacional.



Da nova geração.



Festejo sabático.



Sob o olhar del Morocho, Carlos Gardel.



Um beijo roubado.



Almas sorridentes.