

## Indícios folkcomunicacionais no “mural de recados” do *site* “André da FM” (Alto Araguaia-MT)

Ana Paula R. Carnahiba<sup>1</sup>

Gibran Luis Lachowski<sup>2</sup>

Rafael R. L. Marques<sup>3</sup>

### RESUMO

O trabalho se trata de uma colaboração entre docentes de jornalismo com vistas à reflexão sobre a Folkcomunicação em tempos de Cibercultura e seus indícios nas chamadas ilhas de resistência *on-line* da cultura popular. Estas são representadas aqui pelo *site* jornalístico regional “André da FM”, mais especificamente pelo quadro “Mural de recados”, uma espécie de *chat*, aqui entendido como a atualização dos tradicionais canais *folk*. Além da análise teórica, optou-se pela análise do conteúdo deste mural, pelo período de 15 dias. Ao final do percurso percebeu-se um canal dialógico que medeia informações dos internautas. O conteúdo das mensagens é permeado pelas marcas da cultura popular regional, tais como as folclóricas rixas políticas entre famílias tradicionais, bem como aqueles *folk* internautas que se utilizam de pseudônimos de forma tática, negociando significados.

### PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação. Mediação. Cibercultura. Mural de recados. Política.

## Folkcomunicacionais evidence in the "message board" Site "FM of Andrew" (high-Araguaia-MT)

### ABSTRACT

The work is a collaboration between journalism teachers in order to reflect on the folk communication in Cibercultura times and his evidence in so-called on-line resistance islands of popular culture. These are represented here by the regional newspaper site "André FM", specifically for the painting "Mural scrapbook", a kind of chat, here understood as the upgrade of traditional folk channels. In addition to theoretical analysis, we chose to analyze the content of this mural, for a period of 15 days. At the end of the route realized a dialogic channel that mediates information of Internet users. The content of the messages is

---

<sup>1</sup>Formada em Comunicação Social (habilitação Jornalismo) pela UFMT/Cuiabá. E-mail: [anacarnahiba@gmail.com](mailto:anacarnahiba@gmail.com)

<sup>2</sup> Professor do Curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso - UNEMAT. Mestre em Estudos de Linguagem pela UFMT. e-mail: [prof.gibranluis@gmail.com](mailto:prof.gibranluis@gmail.com)

<sup>3</sup>Professor do curso de jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso - UNEMAT. Mestre em Educação pela UFMT. e-mail: [rafael\\_jornal@unemat.br](mailto:rafael_jornal@unemat.br)

permeated by the brands of regional popular culture, such as folk political feuds between traditional families and those folk netizens who use pseudonyms tactically, negotiating meanings.

## KEYWORDS

Folk communication. Mediation. Cyberculture. Message boards. Politics.

## Introdução

O presente trabalho se trata de uma iniciativa de pesquisa que surgiu das reflexões desenvolvidas por parte de docentes do curso de Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT – acerca de possíveis objetos de estudo da Folkcomunicação em Alto Araguaia-MT<sup>4</sup>. Especificamente, refletiu-se sobre a precariedade ao acesso à *internet* por parte das camadas mais populares da cidade, sobre os espaços ocupados por grupos marginalizados e pelas possíveis ressignificações da cultura popular no cruzamento com as práticas e representações ciberulturais.

Investigando na *web* por espaços permeados pela marca do regionalismo chegou-se ao *site* promotor de conteúdo jornalístico, com foco regional “André da FM”, acessado em <http://www.andredafm.com.br/>. O *site* trabalha seu conteúdo de maneira genérica e por vezes adota um crivo ideológico “chapa branca”<sup>5</sup> em relação ao conteúdo veiculado. Grosso modo, seria um veículo reprodutor da hegemonia política do município em questão, permeado por textos de assessoria e factóides sensacionalistas com vistas a um acesso de uma audiência popular e conseqüentemente a obtenção e capitais diversos.

O *site* possui na parte superior os ícones “Home”, “Sobre”, “Notícias”, “Fotos”, “Gata”, “Vídeos”, “Opinião” e “Contato”. Os destaques noticiosos, logo abaixo, aparecem em forma de fotos dinamizadas pelo efeito de *slide show*. Nos blocos de conteúdo situados anteriormente, há vários quadros, a maioria ligados à barra de ícones já mencionada, como “Cantinho do Coronel”, “Ocorrências policiais” e “Outras notícias”. Tudo isso entremeado com

---

<sup>4</sup> Município situado no sudeste de Mato Grosso com cerca de 17 mil habitantes (projeção do IBGE/2014). Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=510030&search=mato-grosso|alto-araguaia>>. Acesso em 15/05/2015.

<sup>5</sup> Pró-poder instituído, geralmente relativo à administração municipal.

anunciantes e espaços de interatividade, como “Voz do Internauta”, “Responda nossa enquete” e o banner “Mande sugestões de reportagens c/foto” (via *Whatsapp*).

A princípio, portanto, o *site* se configura como um canal atrativo para estudos sobre a deontologia do campo jornalístico, não fosse um elemento em particular: no canto inferior direito ao *template* existe um mural de recados. Este mural *on-line*, de forte simbologia no *site*, por dar vazão a diversos assuntos e pela capacidade de interação entre os internautas, é basicamente uma espécie de *chat* permanente, um fórum no qual as postagens mais recentes ficam visíveis na primeira página e as mais antigas, em páginas internas, disponíveis a partir de um clique. O formato corresponde a uma simples caixa de texto constituída de espaços de identificação de quem envia o recado e de onde se “fala” e para quem a mensagem é endereçada e, abaixo, o corpo do comentário. O que aparece no “Mural de Recados” é resultado do que já passou pelo crivo da direção do *site*, após envio de conteúdo em formulário *on-line*.

É interessante este contraponto, já que Alto Araguaia, no interior de Mato Grosso e fazendo divisa com Goiás, não possui veículos jornalísticos/comunicacionais impressos e a única televisão da cidade, a TV Araguaia, afiliada da Record, que atua como propagandeadora da administração municipal (atualmente ocupada por um representante da família que há décadas hegemoniza o poder político da cidade<sup>6</sup>) sob uma lógica funcionalista básica própria aos meios de comunicação de massa.

Neste contexto sociocomunicacional fechado, o mural, que à priori apresenta-se como algo sem importância para a academia, ressignifica-se sob o olhar da Folkcomunicação como um dos preciosos espaços dialógicos abertos para a expressão da cultura popular.

A curiosidade e o desejo de ampliar a compreensão sobre esse espaço motivou esta primeira incursão à práxis que pode surgir do diálogo entre Folkcomunicação e Cibercultura. Nesse sentido, a questão que norteia a presente iniciativa parte daí: quais os indícios de elementos folkcomunicacionais estão presentes no conteúdo do “Mural de recados” do *site* noticioso “André da FM”?

---

<sup>6</sup> Jerônimo Samita Maia Neto (PR) está no quarto mandato de prefeito de Alto Araguaia (venceu as eleições de 2012, 2004, 2000 e 1992). Sucede historicamente o avô (Jerônimo) e o pai (Silvio), que também estiveram à frente do executivo municipal.

A lógica do mural *on-line* é uma atualização formal – mediante o imperativo da *internet* – de alguns veículos ou canais *folk*, aqueles veículos ou meios de comunicação populares que propagam a informação de segundo tempo, após ressignificação da mensagem massiva pelos líderes *folk*, até a audiência (BELTRÃO, 2004):

a) Murais tradicionais - repletos de cartazes e bilhetes, com várias categorias informativas, que vão desde à lógica do consumo informal até a recados de cunho afetivo;

b) Programas ou quadros radiofônicos - medeiam a cultura popular na forma dos interesses de seu público, com conteúdo permeado por recados, dedicatórias de músicas e até mensagens de cunho político que remetem ao jornalismo cidadão;

c) Carros de som ou sistemas sonoros rudimentares como alto falantes – conteúdo dialógico, com variáveis de mobilidade, proximidade e acesso entre veículo e receptor.

Destas opções, as conversações do “Mural de recados” podem se associar aos murais tradicionais (ao chamado folclore escrito). Sobre o folclore escrito, Filho (2007), que se orienta pela linha epistemológica da Folkcomunicação de Beltrão, delinea seis hipóteses. Respondendo-as, justificamos e orientamos os objetivos da presente iniciativa de pesquisa:

Hipótese 1 - “[...] Existe folclore escrito e, embora a difusão do folclore se dê em maior frequência pela via oral e por imitação” (FILHO, 2007, p. 16). O texto presente no mural de recados se constitui como conteúdo Folkcomunicacional escrito.

Hipótese 2 – “[...] Existe folclore especificamente urbano, isto é, há manifestações folclóricas encontradas em cidades médias e grandes, e não encontradas na zona rural. Tais manifestações não se limitam às sobras provenientes do dinamismo horizontal (êxodo rural), mas são próprias das cidades” (FILHO, 2007, p. 16). A lógica não presencial da sociedade digital supera questões geográficas espaciais por meio da desterritorialização. No entanto, a ideia de uma unidade territorial como ideia persiste, gerando vínculos e hibridizando-mestiçando em meio ao fluxo digital. Nesse sentido, o *site* “André da FM”, uma ilha de resistência permeada por vínculos simbólico-identitários à cidade de Alto Araguaia.

Hipótese 3 – “[...] Existem manifestações folclóricas com autoria declarada; embora a aceitação coletiva na maioria dos fatos folclóricos cristalizados embora a aceitação coletiva.” (FILHO, 2007, p. 16). O estudo da questão autoral/identitária integra este artigo (lugar social de fala do indivíduo, *nicknames* etc).

Demais hipóteses (FILHO, 2007, p. 16):

(4) Há fatos folclóricos atuais e progressistas – o que vai contra a equivocada conceituação de folclore como expressão só de conservadorismo, de “sobrevivência”.

(5) Folclore não faz parte exclusivamente do universo cultural das chamadas classes baixas, pois pode ocorrer nos mais diferentes estratos socioculturais.

(6) Frequentemente, influências da cultura erudita e da cultura de massa são encontradas no folclore, já que elas se acham inseridas num contexto sociocultural e sujeitas à sua dinâmica.

As hipóteses acima devem ser analisadas a partir da lógica da diversidade de signos e ciberespaço como *locus* do fomento de uma hibridização cultural democrática. O velho e o novo coabitam a mesma cama, em constante mutação. Assim, faz-se necessário um olhar atento ao novo da *internet*, elemento potencial latente para estudos em Folkcomunicação.

## 2. Marcos referenciais

A Folkcomunicação, construída por Beltrão – um dos pioneiros do estudo científico da comunicação no Brasil – em meados dos anos 60, é a teoria informacional legitimamente brasileira, na vanguarda dos Estudos Latino-americanos em Comunicação ao se dedicar ao estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Conforme Marques de Melo (2007, p. 21), “[...] Esta nova disciplina encontra-se no limiar entre o Folclore – resgate e reinterpretação da cultura popular e a comunicação de massa – difusão industrial de símbolos, através de meios mecânicos ou eletrônicos, destinados às audiências amplas, anônimas e heterogêneas”.

Basicamente, a Folkcomunicação se define pelo uso de meios artesanais e/ou rudimentares de comunicação para expressar o conteúdo de mensagens veiculadas pela mídia de massa conforme ressignificação pela linguagem popular. (MARQUES DE MELO, 2007). Para desenvolver a base de suas ideias, Beltrão partiu dos estudos de Paul Lazarsfeld – um dos principais nomes da chamada Escola de Chicago –, que dizia haver na comunicação coletiva duas etapas significativas: a do comunicador ao líder de opinião e a deste ao receptor comum.

Tal modelo, que rompe com o paradigma da Teoria Hipodérmica, fora denominado como Teoria dos Efeitos Limitados. Segundo Beltrão, o conceito de líder de opinião era relevante na medida em que “[...] o comunicador é uma instituição ou pessoa

institucionalizada, que transmite a sua mensagem, não para alguém em particular, mas para quantos lhe desejam prestar atenção.” (BELTRÃO, 2004, p. 28).

Ao analisar o modelo de Lazarsfeld, Beltrão considerou que o líder redefiniria a mensagem do processo comunicativo e teria uma espécie de influência na formação de opinião da audiência para a qual falava. Então, o pesquisador adaptou o líder de opinião para o líder *folk*, sendo este um agente simbólico dentro das comunidades periféricas, cuja função seria fazer a mediação entre a cultura erudita ou dos meios de comunicação de massa e a cultura das classes trabalhadoras. Nessa perspectiva, os líderes se tornam comunicadores e transmitem uma mensagem por um canal *folk*, chegando ao que Beltrão intitulou de audiência *folk*.



MCM - Meios de comunicação de massa  
MCF - Meios de comunicação de Folk

**Ilustração 1:** Modelo do processo Folkcomunicacional. **Fonte:** <http://www2.metodista.br/unesco/portalluiz/secao/documentos.htm>

Beltrão defende que a habilidade do líder de opinião é importante para fomentar a participação de grupos marginalizados socialmente, por meio de táticas e estratégias culturalmente elaboradas. Conforme Beltrão (1980) há três tipos de grupos que compõem a audiência *folk*: Grupos rurais marginalizados (moradores de áreas rurais, afastadas, sub informados, carentes de infraestrutura oferecida pela administração pública e pequeno acesso a meios de comunicação); Grupos urbanos marginalizados (comunidades urbanas formadas por pessoas de baixa renda, pouca instrução formal, em empregos técnicos e/ou que vivem de expedientes ilegais); e Grupos culturalmente marginalizados (participantes dos anteriores e constituído pelos subgrupos messiânico – indivíduos que partilham ideal religioso não convencional –, político-ativista – pessoas com ideias radicais quanto à sociedade em geral – e erótico-pornográfico – gente com ‘postura moral sexual’ oposta ao padrão social).

As pesquisas em Folkcomunicação dos dias atuais apontam para novos caminhos, conforme Trigueiro (2013, p. 854), para quem “[...] O problema agora é perceber como se dão as práticas comunicativas e culturais, negociadas através das interações mediadas e o que a

audiência faz com os bens culturais na vida cotidiana”. Assim, aponta-se para um diálogo com as práticas e representações do ciberespaço. A *keyword* que pode servir de ponto de partida se trata da célebre frase de Marshall McLuhan (1964), “O meio é a mensagem”. Conforme ensina o autor, vivemos entre os fluxos da percepção e da representação. Desde o início dos tempos, a humanidade busca superar suas limitações frente ao mundo, desenvolvendo tecnologias que estendem suas capacidades de compreensão e ação.

É inegável que a presença e o acesso à *internet* modificaram nossa sociedade, a partir da extensão de nossos sentidos, não de forma homogênea, mas plural, e na maioria das vezes atribuindo um sentido de atualização das práticas e reprodução de modelos já instituídos em vez de uma verdadeira mudança. Tal qual a lógica dos meios quentes que saturam os sentidos do espectador e não deixam brechas para a significação criativa. Por exemplo, nas redes sociais prevalece um tom ideológico conservador, que até instrumentaliza estratégias da comunicação de massa fundadas no tradicional ideário funcionalista. Pois, conforme Levy (1999) existem os venenos e os remédios dentro do ciberespaço.

Trata-se do engessamento de um modelo hierárquico efetivado pelo senso comum que favorece o predomínio de binarismos, representações e identidades portadoras de um viés hegemônico, global, central, em contrapartida a representações que valorizam o local, a periferia, o interior. É aí que se encontram os elementos para se pensar a Folkcomunicação em tempos de Cibercultura. É na exclusão, na precariedade e nas táticas de sobrevivência que se apresentam os elementos que interessam a comunicação dos excluídos. Conforme nos ensina Gushiken (2008. p.6),

Se folkcomunicação é “comunicação do povo”, certamente que a evolução das mídias e as novas condições de produção de linguagem sugerem que a disciplina criada por Luiz Beltrão continua relevante como modelo teórico, mas que demanda uma leitura atualizada, conforme estejamos passando do paradigma da comunicação de massa para a da cibercultura.

Em contraponto a este modelo hegemônico, quais as contribuições que a Folkcomunicação pode nos oferecer? Pensando a partir de uma lógica de “ilhas de resistência”, podemos refletir sobre lugares na rede mundial de computadores que nos oferecem leituras particulares e regionais, que expressam determinadas marcas simbólicas

locais, periféricas. São nesses espaços em que a Folkcomunicação floresce. Nas palavras de Marques de Melo (2005, p. 15):

Capaz de potencializar o acervo cognitivo e a bagagem cultural dos grupos marginalizados e dos contingentes excluídos, a rede mundial de computadores propicia condições para a atualização dinâmica desta nova disciplina. No seu bojo, os gêneros, formatos e tipos folkcomunicacionais fluem regularmente através da web. Sem perder as identidades que lhes dão sentido histórico e vigor intelectual, eles ganham difusão além das fronteiras em que germinaram e floresceram.

Trata-se de uma seara repleta de possibilidade para os campos investigativos da cultura popular, do folclore e da comunicação.

### 3. Percurso metodológico e levantamento de dados

Definiu-se utilizar como *corpus* da pesquisa 15 dias de veiculação de mensagens no “Mural de recados”, sendo o período definido, a fim também de garantir atualidade na coleta e análise de dados, o de 1º a 15 de maio de 2015. O principal objetivo foi categorizar os temas encontrados no citado quadro e suas relações com o cotidiano local (Alto Araguaia). Também se aproveitou a investigação para captar elementos periféricos como a média de publicações por dia, o nível de conversação presente no fluxo de mensagens e a forma de identificação dos produtores e receptores de recados.

Para a análise utilizou-se a técnica de Análise de Conteúdo. Segundo Wolf (2001), Harold Lasswell, um dos pais do *Communication Research*, ao elencar as etapas de seu modelo comunicacional, dedica uma delas ao estudo da mensagem, a partir da análise de seu conteúdo expressa pela “formula”: quem diz o que, através de que meio, a quem e com que efeito. Portanto, a análise de conteúdo é uma metodologia usada no estudo das comunicações, consistindo na análise passo a passo dos dados obtidos durante a pesquisa, sendo o principal objetivo “[...] observar a *posteriori* os aperfeiçoamentos materiais e as aplicações abusivas de uma prática que funciona há mais de meio século” (BARDIN, 1977, p 13).

Conforme Bauer e Gaskell (2010), a técnica objetiva a construção de índices que favorecem uma análise costurada ao repertório do pesquisador e ao referencial teórico que baliza uma pesquisa.



Após observação genérica que levou em conta o reconhecimento do formato de exposição dos recados do mural, procedeu-se a recolha das mensagens, a leitura dos materiais em sua integralidade e a tipificação dos recados. Encontrou-se no período investigado 54 recados, com média de 3,6 por dia. Dos 15 dias, em 11 houve comentários e em quatro, não (05, 08, 09 e 11 de maio). Segue tabela com detalhamento da quantia:

Dia 01: quatro	Dia 06: sete	Dia 11: zero
Dia 02: duas	Dia 07: três	Dia 12: sete
Dia 03: duas	Dia 08: zero	Dia 13: sete
Dia 04: seis	Dia 09: zero	Dia 14: oito
Dia 05: zero	Dia 10: uma	Dia 15: sete

**Quadro 1:** Número de mensagens por data no “Mural de recados”/site “André da FM”

### 3.1. Tematização

A categorização dos temas resultou em um rol de denominações dividido em duas dimensões, para melhor entendimento dos dados coletados. A primeira, mais ampla, corresponde aos temas, e a outra, específica, a explicações capazes de, minimamente, contextualizá-los. A composição encontrada no período investigado partiu de três eixos (política, economia e comportamento) e englobou oito temas, subdivididos em 18 assuntos.

TEMAS	ASSUNTOS	Nº RECADOS
Política eleitoral	discussão sobre candidatura do próximo prefeito	18
Política econômica	crise econômica	12
	discussão sobre andamento de obras públicas e prejuízos econômico-sociais	02
	cobrança a poder público sobre comércio informal	01
Atuação do Executivo Municipal	crítica à falta de apoio esportivo	04
	cobrança sobre precaução contra a dengue	02
	elogio à administração pública municipal	01
	elogio sobre a organização do Festival Náutico	01

	crítica sobre situação do trânsito em Mineiros (GO)	
	não identificáveis	
Comportamento geral	discussão sobre nomenclatura correta acerca da população carcerária	03
	comportamento de servidor público	01
	possível crítica à situação econômica da cidade	01
		01
Atuação do Legislativo Estadual	crítica sobre a falta de atuação de um deputado	02
Políticas sociais	enquete sobre redução da maioria penal	01
	enquete sobre diminuição da violência em MT	01
Atuação do Legislativo Municipal	questionamento sobre a aplicação (uso/mau uso) do dinheiro público	01
Economia local	discussão sobre andamento de obra privada	01

**Quadro 2:** tematização dos dados

Quase a totalidade dos recados compreendidos no período de estudo refere-se à ambiência local, mais especificamente a Alto Araguaia, havendo apenas uma menção, sobre acidentes de trânsito, explicitamente relativa a outro município, a saber, Mineiros. O tema “Política eleitoral” diz respeito à disputa à administração municipal em 2016, tendo dois pólos na discussão, sendo um postulando pela manutenção (expressa pela reeleição do prefeito) e o outro pela mudança, em algumas mensagens nomeado de “Grupão”.

Exemplo de manifestação pró-situação: “Em 2016 se Deus permitir, o Jeromão<sup>7</sup> vai ser eleito para o 5º mandato. Como a sua estrela tem muito brilho, a reforma política vai lhe proporcionar um mandato "tampão" de seis anos, ou seja até 2022 um número simbólico...”<sup>8</sup>. (De “Analista político” para “Oposição”, postado em 03/05/15). Exemplo de mensagem contra a candidatura do atual prefeito: “Eu também quero mudança, como faço para entrar no grupo do Chitão!<sup>9</sup>”. (De “Interessado” para “Grupão”, em 14/05/15). Os recados quanto a este tema também exprimem declarações de voto, apontamento de possíveis concorrentes ao pleito e lançamento de candidatos.

A temática “Política econômica” relaciona-se com o quadro econômico atual, abrangendo o município, o estado (Mato Grosso) e o país, com apontamentos de

<sup>7</sup> Apelido do prefeito no meio político.

<sup>8</sup> Os recados reproduzidos respeitam as postagens originais em termos de gramática.

<sup>9</sup> Um dos integrantes do “Grupão”.

consequências, como fechamento de empresas e paralisação de obras, e indicações de culpados pela situação, ora o governo federal (com menções explícitas ao PT – Partido dos Trabalhadores –, ao qual a presidenta Dilma Rousseff é filiada), ora a prefeitura de Alto Araguaia. Segue recado que defende a administração municipal e responsabiliza a União:

É incrível como um pequeno grupo de invejosos, querem culpar o nosso prefeito pela crise que o PT instalou no país. Em Rondonópolis a Santana Textil do Brasil, inaugurada em 2006 fechou as portas desempregando mil funcionários, prefeitura não interfere no comércio, inventem outra desculpa. (De “O Cara” para “Do Contra”, em 12/05/15).

Agora, um exemplo oposto:

A prefeitura interfere sim e muito no comércio de qualquer cidade, principalmente em uma currutela igual a Alto Araguaia, os Prefeitos que aqui passaram nunca deram preferência de compra ao comércio local e sempre deixaram o dinheiro da prefeitura ir para fora da cidade, por que será ? Se informe melhor, vai de porta em porta e pergunte sobre a política de compras aqui na cidade. (De “Do Contra” para “O Cara – que não sabe de nada”, em 13/05/15).

Além dessa discussão, os comentários trazem destacado embate acerca do modo de compra de materiais pelo poder público municipal (geralmente via concorrência pública, método considerado prejudicial ao empresariado local).

O tema “Atuação do Executivo Municipal” resume-se a elogios e cobranças à prefeitura, sendo exemplo da primeira dimensão, positiva, a seguinte:

Estou de passeio por esta cidade e nunca tinha coisa assim. ou seja assistência médica gratuita a hora que precisar. vcs não sabe o que esperar um dia na fila para ser atendido. sou morador de Brasília e fiquei encantado com o atendimento médico desta cidade.....parabens prefeito (De “Admirador do Prefeito” para “Lucas de Paula”, em 02/05/15).

Exemplo de menção negativa:

O país vive uma epidemia de dengue, mas tem gente colaborando com o mosquito. Aqui na Gabiroba<sup>10</sup> tem uma casa na rua Santa Rita que vive com o quintal cheio de água, dá pra ver pelo buraco do muro. Onde está a fiscalização da prefeitura? Alguém sabe onde denuncia? (De “Morador” para “Prefeitura”, em 06/05/15).

---

<sup>10</sup> Nome de um bairro de Alto Araguaia.

Nessa temática, também registra-se importante debate quanto à atuação do poder público na área do esporte, expresso por uma troca de mensagens entre as partes (comunidade e prefeitura).

O tema “Comportamento geral”, assim qualificado por tratar-se de âmbito ligado a modos e costumes, tem a particularidade de que parcela das menções se constitui em conversação cifrada, compreensível a um reduzido conjunto de pessoas, inteirado das questões em voga, seja por meio de fofoca, ironia, denúncia ou ameaça. Alguns exemplos: “Eu me pergunto, pra quê tirar foto da orelha do rapaz e ficar espalhando nas redes sociais. Ô povo que gosta de ver o circo pegar fogo!!!”; “Perdeu playboy vc chegou no fundo do poço, mude-se enquanto dá tempo!”. (Respectivamente, de “Carlos Alberto” para “População em geral”, em 07/05/15, e de “O Cara que soube” para “A Favor sendo favorecido”, em 15/05/15)

O tema “Atuação do Legislativo Estadual” concentra-se em críticas à visita de um parlamentar à cidade. A temática “Atuação do Legislativo Municipal” questiona forma de aplicação de parte da verba do duodécimo da Câmara de Vereadores na construção da sede da instituição. O tema “Políticas sociais” corresponde a menções de resultados de enquetes feitas pelo *site* e inseridas pela direção do endereço eletrônico. A temática “Economia local” diz respeito à demora para edificar uma obra privada, a saber, um frigorífico, que geraria vários empregos no município.

### 3.2. Nível de conversação

Outro aspecto investigado para a produção deste artigo, em plano secundário, foi o patamar de conversação presente no “Mural de recados”, o que, para efeito de identificação, associou-se aos assuntos que geraram pelo menos duas mensagens. Conforme os dados levantados, esse nível de diálogo se dá, de forma geral, no explícito reforço, confronto ou acréscimo de informações quanto a uma mensagem inicial, com destaque para provocações eleitorais, discussões sobre a situação econômica, críticas e defesas quanto à atuação do executivo municipal. Tais estratégias de conversação ocorrem a partir de trocas de mensagens entre pares de emissores/receptores (em uma ou mais sequências) e quando há presença de terceiros (não citados inicialmente como endereçados). Também é possível perceber conversação sempre que o assunto é comentado novamente, mesmo que não haja relação entre autores de mensagens e endereçados, no entanto este tipo de consideração abarcaria

grande parte do material levantando, tirando a possibilidade de garantir especificidade na análise do tópico em questão.

Exemplo de uma complexa conversação é a referente à disputa eleitoral local em 2016, travada em três dias, por meio de três mensagens, com a menção de cinco atores de conversação (“Vidente”, “Eleitores”, “Interessado”, “Grupão” e “Por dentro”) – entre emissores e receptores – e a efetiva participação de três deles (“Vidente”, “Interessado” e “Por dentro”, que enviaram as mensagens), sendo que em nenhum momento houve “comunicação par” (entre os mesmos indivíduos). A conversação, iniciada por “Vidente” (em 12/05/15), dando conta da criação de um grupo de políticos e empresários para a disputa eleitoral, despertou o interesse de “Interessado” (14/05/15), disposto a integrar a articulação de oposição à recandidatura do prefeito, que, porém, foi ironizado por “Por dentro” (15/05/15), que lhe respondeu: “Para entrar no grupão, basta somente ter uma qualidade Saber perder . . . Coisa q o Grupão custa aprender”.

O nível de conversação também pode ser demonstrado pelos recursos de argumentação e narração empreendidos nos recados, para caracterizar-se enquanto autoria (genuíno), chamar a atenção da audiência e ser eficiente em seu intento (ao corroborar, confrontar ou crescer-se a uma ideia/posição/informação). As formas de manifestação são variadas, destacando-se: a crítica/ataque (ex: acusação de que prefeitura prejudica empresariado local); a defesa/contra-ataque (afirmação de que administração negocia com comerciantes da cidade porque têm cadastros sujos por sonegação); a análise (de que crise econômica é nacional e se liga a casos de corrupção); a cobrança (preocupação de pai com avanço da dengue e ausência da prefeitura no combate à doença); o pedido (de que analista político menciona possíveis candidatos à prefeitura); o atendimento do pedido (elaboração de listagem de postulantes); a fofoca (menção de que há funcionário da prefeitura que elogia o gestor publicamente, mas o critica em espaços reservados); a ironia (informação de que o grupo pró-reeleição ensaia música da vitória); a revelação (comunicado de que empresário está retornando para Alto Araguaia para disputar prefeitura); e o aconselhamento (a possível candidato, que desista, por não ter chances).

### 3.3. Identidades dos autores (e receptores) de recados

Os emissores e receptores que encabeçam as mensagens do “Mural de recados” correspondem predominantemente a pseudônimos e quase rareiam os identificados por nomes (ex: Janaina, em 06/05/15; Carlos Alberto, em 07/05/15). A composição mais comum é a da identificação apenas, poucas vezes se verificando o acréscimo do *e-mail*, para posterior contato. Em alguns casos há apenas a identificação do autor do recado. Entre as combinações emissor-receptor mais repetidas estão as que contrapõem um ao outro (ex: “Por dentro”/”Por fora”, em 12/05/15; “Contador”/”Sonegadores”, 14/05/15) e que reforçam um ao outro (ex: “Pura Verdade”/”Verdade”, em 13/05/15; “Dr”/”Doutores”, em 14/05/15). Há também aqueles que buscam dialogar com um público maior, ampliando seu interlocutor (ex: “Do Planalto”/”Todos” e “Curioso”/”Servidores”, ambos em 15/05/15).

Acrescendo essa etapa da exposição, se faz necessário mencionar um recurso usado algumas vezes pelos autores e receptores de recados, que visa à descaracterização original do sentido do nome/apelido do outro, servindo isto, também, de elemento de disputa e/ou reforço de ideia/posição/informação. Exemplo que exprime essa estratégia discursiva é a transformação do pseudônimo “O Cara” para “O Cara – que não sabe de nada”, pelo indivíduo identificado por “Do Contra”. A alteração nega o sentido primeiro do apelido, no entanto por meio de um complemento e não incidindo na matriz de identificação.

#### 4. Considerações finais

Compreendemos que o objetivo principal do artigo foi cumprido, a saber, a tematização das mensagens do “Mural de recado”, conforme o *corpus* selecionado, entretanto entendemos que este estudo é apenas introdutório, vez que o quadro citado possibilita inúmeras outras abordagens, levando em contatos formatos dos comentários postados e suas relações com o cotidiano de Alto Araguaia. Ressaltamos a considerável complexidade em tipificar os temas, posto que não se associavam à lógica das editoriais de jornais, mais afeitas ao universo jornalístico, mas, sim, enquadravam-se em uma lógica fluída, indisciplinada, quase que do linguajar oral informal.

A tematização nos permitiu perceber que o “Mural de recados” do *site* “André da FM” é quase que em sua totalidade uma ambiência de discussão de assuntos locais, ainda que se projetem para relações com o estado e o país, em determinados momentos sendo até a maceração de questões paroquiais, dadas suas relações históricas, expressas pela mensuração

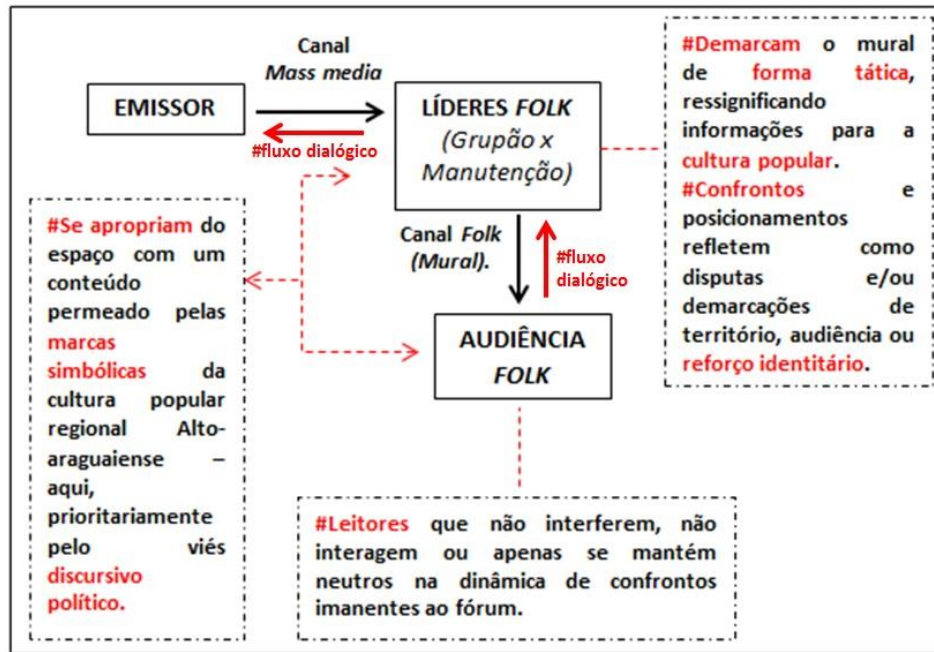
de tempo e por termos e pensamentos cifrados, elementos típicos de conversas entre velhos entendedores de determinadas questões.

A categorização dos temas também nos possibilitou ter uma noção do nível de importância que a política e a economia ocupam na conversação pública (*on-line*) a respeito do funcionamento da cidade, com suas estruturas de poder público e privado, movidas a partir de disputas acerca da condução dos rumos do município. Permitiu-nos, ainda, enxergar que a capacidade de gestão e transformação em âmbito municipal depende de pequenos grupos de ação reconhecidos publicamente, pelo histórico familiar ou pelo acúmulo de capital. Nesse sentido, ficou explícito que conceitos e práticas sociais ligadas à cidadania, entre elas a participação política e a organização popular, são colocadas em plano subalterno.

Ainda que não tenha sido cerne do artigo, o estudo de algumas nuances do processo de conversação no “Mural de recados” nos mostrou que o referido espaço constitui-se em ambiente de comunicação, se não alternativo, vez que integra um espaço maior, qual seja, um conhecido *site* na cidade e na região do Araguaia, ao menos capaz de fazer circular informações pouco aproveitadas no noticiário local e nas circunstâncias com maior grau de oficialidade, como sessões na Câmara de Vereadores. E como se trata de um fórum informal, os limites do diálogo são mais elásticos, estimulando menções que chegam até a confundir parâmetros como factualidade, invencionice, hipótese, “balão de ensaio”. O levantamento de dados acerca dos nomes/apelidos dos emissores e recebedores de mensagens nos mostrou a capacidade criativa dos participantes do “Mural de recados”, ora pela própria identificação, ora pela intromissão no reduto identitário do outro, ao endereçar-se a ele pela primeira vez ou ao responder-lhe um comentário, utilizando-se de expedientes como o chiste e a descaracterização do nome/apelido (pela reescrita do mesmo).

Em síntese, percebem-se indícios e manifestações de elementos folkcomunicacionais no “Mural de recados” do *site* noticioso “André da FM”, considerando a apropriação de tecnologias de comunicação de massas e o uso dos canais massivos por portadores da cultura *folk*. O espaço estudado pode ser entendido como um canal *folk* de cunho dialógico, um espaço de mediações entre líderes-*folk* e uma audiência-*folk* – que aqui, utilizando neologismo, chamamos de “*Folk* internautas”. A comunicação em dois tempos se manifesta no “Mural de Recados” já na segunda etapa: aqui, os líderes *folk* são os agentes que

demarcam o espaço proporcionado pelo “Mural de recados” de forma tática, ressignificando informações advindas da primeira etapa (Emissor → Líder folk).



**Ilustração 2:** Modelo Folkcomunicacional-dialógico para ilustrar os processos iminentes ao Mural de recados do Site “André da FM”.

Os confrontos e posicionamentos entre os possíveis líderes-*folk* (Grupo x Manutenção) servem como uma espécie de disputa e/ou demarcação de território, reforço identitário e audiência. O público ou audiência aqui é composta por leitores que não interferem na dinâmica e confrontos iminentes ao fórum. Pode-se inferir que estes são aqueles sujeitos que supostamente apenas leem, mas não escrevem ou interagem. Ou se escrevem, mantêm-se neutros. Tanto os potenciais líderes *folk*, como a audiência se apropriam do espaço com um conteúdo permeado pelas marcas simbólicas da cultura popular regional Alto-araguiense – aqui, prioritariamente pelo viés discursivo político.

Ao fim deste trabalho, apontamos algumas questões que podem gerar a continuidade deste trabalho:

1) Reflexões sobre o lugar ocupado pelos atores sociais que interagem no espaço de mediação do Mural de Recados: seria o viés dos grupos marginalizados ou do ativismo midiático?



2) O conteúdo Folkcomunicacional presente no espaço virtual ora estudado, se enquadra em alguma das categorias e gêneros elencadas por Marques de melo (2008) na obra “Mídia e Cultura Popular” ou é algo completamente novo?

Enfim, pelos dados levantados e análises efetuadas, entendemos que o “Mural de recados” do site “André da FM” constitui-se em um valioso objeto de estudo no campo folkcomunicacional e abre caminho novas pesquisas, como se concentrar em descobrir como funciona o processo de decisão sobre o que é ou não veiculado e qual a relação de retroalimentação entre o mural e a produção de notícias no endereço eletrônico.

## Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70. 1977.

BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com texto imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes. 2010.

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

\_\_\_\_\_. **Folkcomunicação: Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

FILHO, A. P. **Folclore Escrito e Urbano**. Taubaté-SP: Cabral – Editora Universitária. 2007.

GUSHIKEN, Y. **Tecnologia sofisticada e sociedade precária na folkcomunicação brasileira**. In: International Congress of Brazilian Studies Association/Brasa, 9, 2008, New Orleans. Disponível em: << [http://www.brasa.org/wordpress/Documents/ BRASA \\_IX/ Yuji-Gushiken.pdf](http://www.brasa.org/wordpress/Documents/BRASA_IX/Yuji-Gushiken.pdf)>> Acesso em: 15 de Maio. 2015.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34. 1999.

MARQUES DE MELO, J. **Mídia e Cultura Popular: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus. 2008.

\_\_\_\_\_, \_\_\_. **Folkcomunicação**. In: GADINI, S. J.; WOITOWICZ, K. **Noções básicas de Folkcomunicação**. Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG. 2007.

MCLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

TRIGUEIRO, O. Folk-ativismo. In: MARQUES DE MELO, J.; FERNANDES, G. M. **Metamorfose da Folkcomunicação**: Antologia Brasileira. São Paulo: Editae Cultural. 2013.

WOLF, M.. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.

**Artigo recebido em:** 24/07/2015

**Aceito em:** 10/12/2015