

RIF

Revista Internacional
de Folkcomunicação

DOSSIÊ: FOLKCOMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS

Organização: Cristina Schmidt, Bárbara
Lucchesi Ramacciotti e Agnes Arruda

Volume 15 | Número 34, 2017

EXPEDIENTE

Revista Internacional de Folkcomunicação, Volume 15, Número 34, jan./jun. 2017.

- ISSN: 1807-4960 -

A Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF) é um periódico acadêmico da área de Folkcomunicação, com caráter interdisciplinar e publicação semestral. É editada pelo Programa de Mestrado em Jornalismo da UEPG, Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom) e Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.

EDITORIA EXECUTIVA

Editora Executiva: Karina Janz Woitowicz

Assistência Editorial: José Ilton Porto, Melissa Eichelbaun e Paula de Souza Paes

DOSSIÊ FOLKCOMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS

Editores convidados: Cristina Schmidt, Bárbara Lucchesi Ramacciotti e Agnes Arruda

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 MartosNuñez (Universidad Complutense de Madrid, Espanha), Dra. Esmeralda Villegas Uribe (Universidad Autónoma de Bucaramanda, 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), Dr. Luís Humberto Jardim Marcos (Instituto Superior da Maia, Portugal), Dra. Elizabeth Bautista Flores (Universidad Autónoma Ciudad Juárez, México), Dra. Eugenia Borsani (Universidad Nacional del Comahue, Argentina).

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. 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), Dra. Eliane Penha Mergulhão Dias (Universidade Paulista), Dr. Luiz Custódio da Silva (Universidade Estadual da Paraíba),



Dr. Sebastião Guilherme Albano (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), Graziela Soares Bianchi (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Magali do Nascimento Cunha (Universidade Metodista de São Paulo), José Cláudio Alves de Oliveira (Universidade Federal da Bahia), Orlando Maurício de Carvalho Berti (Universidade Estadual do Piauí), Renan Albuquerque Rodrigues (Universidade Federal do Amazonas), Míriam Cristina Carlos Silva (Universidade de Sorocaba), Paula Paes (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Juliana Colussi (Universidad del Rosario, Colômbia).

PARECERISTAS DESTA EDIÇÃO

Dr. Marcelo Pires de Oliveira (Universidade Estadual de Santa Cruz), Dra. Cristina Schmidt (Universidade de Mogi das Cruzes), Dra. Lucimara Rett (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Dra. Paula Melani Rocha (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Ms. Guilherme Moreira Fernandes (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Dr. Sérgio Luiz Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Paula Paes (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Ms. Agnes Arruda (Universidade de Mogi das Cruzes), Dra. Karina Janz Woitowicz (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti (Universidade Estadual do Piauí), Dra. Míriam Cristina Carlos Silva (Universidade de Sorocaba), Dra. Bárbara Lucchesi Ramacciotti (Universidade de Mogi das Cruzes), Dr. Iury Parente Aragão (Universidade do Estado da Bahia).

DESIGN GRÁFICO

Projeto Gráfico: Kevin Willian Kossar Furtado

Capa: Elaine Schmitt

EDITORIAÇÃO

A Revista Internacional de Folkcomunicação utiliza o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER/IBICT).

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

IBICT/Seer, Latindex, Diadorim, EBSCO, Sumarios, Portal LivRe!, Portal Periódicos da CAPES, Reviscom

Fale com a RIF

revistafolkcom@uepg.br

FICHA CATALOGRÁFICA

Revista Internacional de Folkcomunicação, Ponta Grossa, v. 15, n. 34, Jan./jun. 2017. Ponta Grossa, PR: PPG Jornalismo UEPG, 2017.

Semestral

ISSN: 1807-4960

1. Folkcomunicação
2. Cultura Popular



SUMÁRIO

EDITORIAL

08

DOSSIÊ “FOLKCOMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS”

Apresentação _____ 10

Anarriê, Alavantu: Performances Folkcomunicacionais promotoras do Desenvolvimento Local na Quadrilha Junina Tradição - Recife, PE _____ 13

Giselle Gomes da Silva Prazeres Souza
Ítalo Rômany de Carvalho Andrade
Severino Alves De Lucena Filho
Suelyly Maux

Escola, Teatro e Folkcomunicação: ou de como a Escola Adalgisa de Barros (Várzea Grande – MT) promove o empoderamento dos jovens da comunidade _____ 26

Aline Wendpap Nunes de Siqueira
Jucelina Ferreira de Campos
Cibele Antônia de Souza Rodrigues

“100em1Dia Cuiabá”: Micropolíticas urbanas, mobilização social e ações para a cidadania _____ 42

Heidy Bello Medina
Maria Thereza de Oliveira Azevedo
Yuji Gushiken

O movimento pela democratização da comunicação no Brasil e a luta por políticas públicas na área: aproximações com a Folkcomunicação _____ 58

Carlos Henrique Demarchi
Maria Teresa Miceli Kerbauy

Construção dos discursos jornalísticos sobre o patrimônio cultural: uma análise do caso da Praça Cívica de Goiânia _____ 69

Déborah Machado Gouthier

Iniciativas independentes digitais de jornalismo e possíveis contribuições às expressões culturais de grupos marginalizados _____ 87

Gustavo Panacioni

Redes Folkcomunicacionais e Políticas Públicas: A Escola de Cidadania e Espaço Político e de Ativismo Midiático _____ 103

Daniel Marcelino dos Santos

Cristina Schmidt

Folkcomunicação: Tradição Oral, Valores e Cultura Dentro do Espaço Escolar _____ **119**

Edilene Sanchez Baptista
Francisco Carlos Franco
Cristina Schmidt

ARTIGOS GERAIS

Estudo comparativo entre as siglas poveiras de póvoa de Varzim/Portugal e as marcas de gado do Sertão Nordestino/Brasil: aproximações e distinções na construção dos padrões gráficos e transmissão hereditária _____ **137**

Rafael Arnoni
Susana Barreto

Criptomoedas, Cyber-Folkcomunicação e Endemismo _____ **148**

André Torres
Andrea Ferraz Fernandez

Almanaques de Cordel: um estudo sobre o Seringador e o Borda d'Água _____ **165**

Sonia Regina Soares da Cunha
Maria Isabel Amphilo

Carnaval e folkmarketing nas ladeiras de Olinda: um estudo de caso do (mitológico) homem da meia-noite _____ **184**

Veridiana Gonzaga e Silva
Pedro Paulo Procópio
Suzana Ferreira Paulino

A cultura de fronteira sob a perspectiva da folkcomunicação: uma leitura dos portais jornalísticos da Tríplice Fronteira _____ **206**

Karina Janz Woitowicz
Márcio Barbosa Norberto

Museu da Energia de Salesópolis/SP: uma abordagem interdisciplinar _____ **218**

Claudio Justino da Silva
Andrea Rodrigues Barbosa Marinho
Francisco Carlos Franco
Luci Mendes de Melo Bonini

ENSAIO FOTOGRÁFICO

Fé Canindé: sobre romeiros, romarias e ex-votos _____ **239**

Itamar de Morais Nobre
Beatriz Lima de Paiva

ENTREVISTA

Desafios e atualizações nas atividades da Comissão Nacional de Folclore _____ 250

Élmano Ricarte

Beatriz Lima de Paiva

Maria Erica de Oliveira Lima

RESENHAS & CRÍTICAS

O legado de Roberto Benjamin _____ 258

Bruna Franco Castelo Branco Carvalho

Tão familiar, tão estranho: livro aponta particularidades das sociedades iberoamericanas _____ 261

Claudiene dos Santos Costa

RIF

editorial

edi

editori

ria

RIF Editorial

A *Revista Internacional de Folkcomunicação*, neste ano de 2017, realizou algumas mudanças com o propósito de aprimorar sua proposta editorial. A publicação, que no período de 2012 a 2016 se manteve quadrimestral, alterou sua periodicidade para semestral e irá publicar a cada edição um dossiê sobre tema relativo aos estudos folkcomunicacionais, fortalecendo o diálogo com diferentes instituições e grupos de pesquisa no Brasil e no exterior.

Nesta edição, a revista apresenta o dossiê “Folkcomunicação e Políticas Públicas”, organizado pelas pesquisadoras Cristina Schmidt e Bárbara Lucchesi Ramacciotti, do Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), e Agnes Arruda, do Curso de Comunicação da mesma instituição, com a colaboração de Daniel Marcelino, pesquisador no Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas da UMC.

O dossiê traz oito artigos de pesquisadores de diferentes regiões do país que desenvolvem estudos sobre as interfaces entre a folkcomunicação, as iniciativas de projetos coletivos de cidadania, as políticas públicas e as manifestações populares. Os temas do desenvolvimento local, do empoderamento juvenil, das mobilizações sociais, da mídia democrática e independente, do patrimônio cultural e das práticas cidadãs no contexto escolar são alguns dos destaques dos trabalhos que compõem a edição.

Na seção Artigos Gerais, a *Revista* publica seis trabalhos sobre temáticas diversas: análise histórica de padrões gráficos, novos objetos folkcomunicacionais (criptomoedas), almanaques de cordel, estudos de folkmarketing, análises da cultura no jornalismo e abordagem sobre equipamentos públicos, na perspectiva da folkcomunicação.

Além disso, traz uma entrevista com o presidente da Comissão Nacional de Folclore, Severino Vicente, que destaca os desafios atuais da entidade diante de novos cenários culturais. O ensaio fotográfico “Fé Canindé” completa a edição, com imagens sobre romeiros, romarias e ex-votos.

Por fim, a seção Resenhas oferece a leitura de duas obras recentemente lançadas que abarcam o legado de Roberto Benjamin e os novos cenários comunicacionais nas sociedades ibero-americanas. Boa leitura!

Karina Janz Woitowicz

RIF

doss

dossîê

dossî

ssîê

RIF Apresentação

Dossiê “Folkcomunicação e Políticas Públicas”

O presente dossiê visa contribuir para o debate atual sobre políticas públicas ao reunir pesquisas singulares e inéditas de norte a sul do Brasil, as quais exploram a intersecção entre folkcomunicação, ativismo cultural e demandas por políticas culturais de ampliação da cidadania. Tais estudos empíricos e teóricos analisam as estratégias dos atores e movimentos representativos das minorias sociais, que fazem da cultura local, marginal e popular um instrumento de luta, de inclusão, de empoderamento, de emancipação e conquista de cidadania. Examinam as demandas da sociedade civil pela democratização do acesso à comunicação em face da ausência de políticas públicas, que limitem o monopólio das grandes empresas privadas de mídia. Tratam da relação entre ativismo político e cultura sob a lente dos “micropoderes” “moleculares” (conceitos extraídos respectivamente das obras de Foucault e de Deleuze) presentes na sociedade civil como forma de produção e resistência social. Abordam a construção do discurso jornalístico das mídias tradicionais e independentes como um ator político de grande relevância para dar visibilidade ou invisibilidade a determinadas políticas públicas e demandas sociais. Verificam, sob o recorte da folkcomunicação, a relação entre tradição oral e cultura no âmbito das escolas, fazendo destas um espaço de produção de conhecimento por sujeitos ativos e conscientes de seu papel na conquista de direitos e da cidadania plena.

O primeiro artigo, com o título “O Anarriê, Alavantu: Performances Folkcomunicacionais promotoras do Desenvolvimento Local na Quadrilha Junina Tradição - Recife, PE”, foi escrito por Giselle Gomes da Silva Prazeres Souza, Ítalo Rômany de Carvalho Andrade, Severino Alves De Lucena Filho e Suelly Maux. O trabalho examina o tema das festas juninas populares do Nordeste tendo por fio condutor o papel da quadrilha, não somente como um elemento da cultura popular, mas sobretudo como um espaço político de resistência, de lutas e de quebra de preconceitos do povo nordestino. Trata-se de um estudo de caso sobre a quadrilha “Junina Tradição”, o qual explorou, sob a ótica da Folkcomunicação, as contribuições desse grupo para a promoção do desenvolvimento local, nos âmbitos social e político, utilizando a análise documental e a entrevista semiestruturada.

Em seguida, tendo por objeto o Projeto “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade”, encontra-se o artigo escrito por Aline Wendpap Nunes de Siqueira, Jucelina Ferreira de Campos e Cibele Antônia de Souza Rodrigues com o título “Escola, Teatro e Folkcomunicação: ou de como a Escola Adalgisa de Barros (Várzea Grande – MT) promove o empoderamento dos jovens da comunidade”. O estudo examina a experiência do Programa “Mais Cultura na Escola” realizado com alunos do Ensino Médio em 2014, na Escola Estadual Adalgisa de Barros. O trabalho enfoca os desdobramentos da folkcomunicação sob o viés das possibilidades geradoras e transformadoras do contato dos alunos do ensino médio com a arte. O PCN do Ensino Médio (1999) opera como fio condutor para compreender o papel da escola e, mais especificamente, do teatro na promoção do “empoderamento dos marginalizados”.

Em “100em1dia Cuiabá’: Micropolíticas urbanas, Mobilização social e ações para a cidadania, assinado por Heidy Bello Medina, Maria Thereza de Oliveira Azevedo e Yuji Gushiken, trata das “intervenções e interações desenvolvidas durante o Festival da Cidadania “100em1dia Cuiabá”, evento que colocou a cidade numa rede mundial de debates sobre cidadania. Tal acontecimento possibilitou a participação cidadã traduzida nas ações propostas por voluntários, que pela via do trabalho coletivo instituíram na memória dos indivíduos a força das “revoluções moleculares”, ou seja, possibilitaram o ativismo político cultural em termos da criação de micropolíticas urbanas visando subverter o planejamento urbanístico capitalista.

Com a proposta de discutir, sob a ótica das abordagens folkcomunicacionais, as demandas do movimento social brasileiro pela democratização da comunicação, o artigo “O movimento pela democratização da comunicação no Brasil e a luta por políticas públicas na área: aproximações com a Folkcomunicação”, escrito por Carlos Henrique Demarchi e Maria Teresa Miceli Kerbauy, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental dos movimentos sociais que buscam, junto ao governo, a garantia de espaços democráticos aos grupos marginalizados e a execução de políticas públicas para a área.

O artigo “Construção dos discursos jornalísticos sobre o patrimônio cultural: uma análise do caso da Praça Cívica de Goiânia”, tem a autoria de Déborah Machado Gouthier. Esse estudo analisa a construção do discurso apresentado pelo jornal *O Popular*, ao longo de 2015, nas matérias publicadas sobre a obra de requalificação urbana da Praça Cívica de

Goiânia (GO). Nas palavras da autora, visa compreender “se e como a imprensa promove as discussões a respeito do patrimônio cultural, tendo como estudo de caso um espaço público que, além de patrimônio protegido em âmbito federal pelo Iphan, é também entendido como espaço de folkcomunicação, enquanto principal marco urbano e simbólico da capital goiana”.

O estudo “Iniciativas independentes digitais de jornalismo e possíveis contribuições às expressões culturais de grupos marginalizados”, escrito por Gustavo Panacioni, analisa “a participação das iniciativas independentes de jornalismo localizadas em plataformas digitais no processo de preservação e auxílio das expressões culturais de culturas marginalizadas”. A partir de aportes teóricos pertinentes aos estudos de folkcomunicação, o autor analisa aspectos culturais da iniciativa independente *Amazônia Real* e as produções realizadas pela organização. O artigo “Redes Folkcomunicacionais e Políticas Públicas: A Escola de Cidadania e Espaço Político e de Ativismo Midiático” é assinado por Daniel Marcelino dos Santos e Cristina Schmidt. O estudo parte de algumas considerações sobre educação, cidadania, movimentos sociais e comunicação, para em seguida verificar as ações promovidas pela Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” sob a ótica da folkcomunicação e das políticas públicas.

Por fim, os autores Edilene Sanchez Baptista, Francisco Carlos Franco e Cristina Schmidt no artigo “Folkcomunicação: Tradição Oral, Valores e Cultura Dentro do Espaço Escolar”, procuram demonstrar como a tradição oral, enquanto elemento da cultura popular e patrimônio imaterial, pode ser utilizada na escola como instrumento de folkcomunicação para a difusão de conhecimentos e de resgate de valores éticos socialmente aceitos.

O diálogo interdisciplinar realizado entre a Folkcomunicação e o campo das Políticas Públicas permite refletir sob as múltiplas possibilidades de se investigar os objetos a partir de perspectivas que se complementam, num exercício que pode contribuir para melhor se compreender a trama complexa que compõe os tecidos sociais, permeados por relações de poder, redes comunicativas, lutas por emancipação, democratização e exercício de cidadania.

*Cristina Schmidt*¹

*Bárbara Lucchesi Ramacciotti*²

*Agnes Arruda*³

¹ Professora Dra. do Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes.

² Professora Dr. do Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes.

³ Professora Ms. do Curso de Comunicação da Universidade de Mogi das Cruzes.

Anarriê, Alavantu: Performances Folkcomunicacionais promotoras do Desenvolvimento Local na Quadrilha Junina Tradição - Recife, PE¹

Giselle Gomes da Silva Prazeres Souza²

Ítalo Rômany de Carvalho Andrade³

Severino Alves de Lucena Filho⁴

Suelyly Maux⁵

RESUMO

Anarriê, Alavantu! Durante o mês de junho, o povo nordestino comemora os festejos populares dedicados aos santos juninos, ao som de muito forró. A quadrilha tornou-se a dança típica da festa, onde diversos casais gritam, se entrelaçam entre fitas e mãos, a exemplo da Junina Tradição, do Morro da Conceição, periferia do Recife, Pernambuco. Entretanto, os quadrilheiros desse grupo utilizam a dança não só como diversão, mas sim como um espaço de lutas, de resistência, de quebra de preconceitos. Dentro desse contexto, o trabalho analisa as performances folkcomunicacionais na Junina Tradição, que são promotoras do desenvolvimento local, nos âmbitos social e político, conforme os resultados obtidos. Trata-se de um estudo na perspectiva da Folkcomunicação, na qual foram utilizados análise documental e entrevista semiestruturada.

PALAVRAS-CHAVES

Performance; folkcomunicação; desenvolvimento local; cultura.

¹ Trabalho apresentado no GT 4 (Folkcomunicação e Desenvolvimento Local) da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

² Mestranda pelo programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). E-mail: giselle.zeli@gmail.com

³ Mestrando pelo programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Jornalista formado pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: italoromany@outlook.com

⁴ Professor Doutor do Programa de Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). E-mail: recifrevo@uol.com.br

⁵ Professora Doutora da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), email: suellymaux@gmail.com. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Gênero e Mídia

Anarriê, Alavantu": Folkcomunicação performances promoters Local Development in "Quadrilha Junina" Tradition – Recife, PE

ABSTRACT

Anarriê, Alavantu! During the month of June, the Northeastern people celebrate the popular festivities dedicated to the saints of June, to the sound of much forró. The gang became the typical dance of the party, where several couples shout, intertwine between tapes and hands, like the Junina Tradition, from Morro da Conceição, on the outskirts of Recife, Pernambuco. However, the gang members of this group use dance not only as fun, but as a space of struggle, resistance, and prejudice. Within this context, the work analyzes the folkcomunicação performances in the Junina Tradição, that are constructors of the local development, in the social and political scope, according to the obtained results. It is a study from the perspective of Folkcommunication, in which documental analysis and semi-structured interview were used.

KEY-WORDS

Performance; folkcomunicação; local development; culture.

Introdução

A Quadrilha Junina Tradição, que nasceu em 2004, no Morro da Conceição, em Recife-Pernambuco, é um retrato da comunidade performatizada através da dança típica. Sim, “performatizada”, pois o grupo composto de mulheres, homens e transexuais fazem da Junina Tradição um território de identidades, de pertencimento ao local ante a exclusão social e o preconceito experimentando pelos quadrilheiros.

A Quadrilha Junina Tradição aborda temas diferenciados pois trata de questões sociais dentro dos arraiais. Em 2013, com o tema “Bilhete Premiado”, o grupo artístico trouxe dois homens beijando-se, no lugar do casamento tradicional entre um homem e uma mulher, quebrando, dessa forma, as performances que são narradas tradicionalmente nos festejos juninos espalhados pelo país. O casamento junino de homossexuais.

A comunidade do Morro da Conceição, assim, apresenta um contexto de exclusão social e utiliza-se de várias estratégias de manifestações culturais e religiosas para driblar diversos cenários, na perspectiva da cultura para a construção de um processo de igualdade, respeito e valorização dos saberes.

A partir dessas questões, este artigo tem como objetivo analisar as performances folkcomunicacionais presentes na Quadrilha Junina Tradição e as conexões que são estabelecidas no processo de construção do desenvolvimento local, dentro dos anseios sociais. Especificamente, o estudo se volta para identificar essas relações a partir do cotidiano desses quadrilheiros de contexto popular.

É válido ressaltar, assim, como pontua Tauk Santos (2009), que os contextos populares devem ser compreendidos como cenários onde predominam populações que vivem em condições de desigualdades do ponto de vista social, político e econômico. A principal característica desses grupos, segundo a autora, é a contingência, ou seja, o acesso aos bens materiais e imateriais se dá de forma incompleta, desigual e desnivelada.

Este estudo dará voz às pessoas silenciadas dentro do seu contexto popular que são apenas evidenciadas na época dos festejos juninos para atender os interesses da sociedade e da mídia. No entanto, os quadrilheiros como sujeitos sociológicos defendem a premissa dos diversos aspectos das transformações da sociedade globalizada, onde o sujeito não é algo individual e temporal, sendo assim, não é autônomo e autossuficiente, mas sempre necessita um do outro em todo o tempo para o bem-estar comum.

Neste sentido, Hall (2005, p.11) diz que

Identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem.

Na Junina Tradição, o sujeito é percebido entre duas dimensões: interior e exterior, entre o mundo pessoal e o público, nas suas realidades duras e na beleza do espetáculo. O desafio é alinhar essas realidades e as performances folkcomunicacionais em uma mesma direção.

Fazendo este recorte, a pesquisa se propõe a analisar as performances folkcomunicacionais presentes na Quadrilha Junina Tradição, espaço de luta utilizado por grupos marginalizados como forma de serem ouvidos e aclamados na comunidade e no país.

Foram entrevistados quatro quadrilheiros, com idades entre 24 e 38 anos, todos homens, visto que só temos homens na direção da quadrilha. Dado interessante, porque as

mulheres do Morro, exercem várias funções e têm muita dificuldade em assumir tal papel. Neste caso, elas priorizam o seu tempo para dançarem. Este aspecto é interessante e pode abrir margem para futuras pesquisas sobretudo, porque a presença de mulheres transexuais é enorme na quadrilha Junina Tradição. No entanto, os quadrilheiros entrevistados tem dois com Ensino Médio Completo e dois com Ensino Superior Completo, nos cursos de Licenciatura em História e Pedagogia. Utilizamos o roteiro de entrevista semiestruturado para evidenciar os aspectos de identidade, desenvolvimento local e performances folkcomunicacionais presentes na Quadrilha Junina Tradição, além da análise documental.

Performances Folkcomunicacionais

A expressão “performances folkcomunicacionais” é novo ainda no meio acadêmico, que surge ante a necessidade de uma construção social e cultural acerca das performances ensejadas por grupos marginalizados, conforme os estudos de Luiz Beltrão (1980). A pesquisa está sendo desenvolvida pelo mestrando Ítalo Rômany de Carvalho Andrade, sob a orientação do professor doutor Severino Alves de Lucena Filho, na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), pelo Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex).

Performance, neste caso, é qualquer expressão, marca ou identidade que visa passar uma mensagem, seja por um gesto, uma dança, uma encenação - artística ou não. Nas feiras livres, por exemplo, as performances estão presentes nas abordagens dos vendedores, na utilização de expressões para chamar a atenção do comprador. Neste sentido,

[...] a performance da fala carrega a perspectiva de uma interpretação. Parte de uma afirmação incontestável de que, na comunicação oral, a capacidade de convencimento é maior, a possibilidade de constituição da veracidade é mais crível, sobretudo quando da utilização de recursos performáticos, o que aumenta o efeito de persuasão. (CAMARGO; REINATO; CAPEL, 2011, p. 13-14)

Através dessas conotações, as performances culturais, no sentido dado por Singer (1972), vêm a complementar o processo de entendimento da relação construída pelo popular, abordando a questão das manifestações e representações estabelecidas na comunidade e nos vínculos ali desenvolvidos, produzindo significados.

São marcas identitárias, traços que se situam entre o significado formal, social e subjetivo. Linhas de teia que enlaça a tridimensionalidade de objetos, só arranjados para fins metodológico de análise, mas que se realizam nas múltiplas vias, cruzamentos, determinações e espaços. (CAMARGO; REINATO; CAPEL, 2011, p. 12).

Dentro dessa perspectiva, performances culturais são atos e formas que geram ambiguidades, traços que se situam na teatralidade, na encenação, nos gestos. “Estudam-se os dramas, as espetacularidades [...], espaço vazio em que desfilam personagens e suas sociabilidades, repertórios político-culturais [...]” (CAMARGO; REINATO; CAPEL, 2011, p. 20).

Já a Folkcomunicação vem a nortear os estudos das comunicações populares no Brasil, dentro das pesquisas de Luís Beltrão, nos anos 1960, através da tese de doutorado intitulada “Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”.

O Brasil, no momento em que a Folkcomunicação surge, estava sob o regime ditatorial. A teoria, assim, veio no sentido de dar voz aos grupos marginalizados, à cultura popular, além de “estudar as brechas deixadas de lado pelos investigadores de comunicação, que até então ignoravam ou não tinham percebido a função dos comunicadores folk nas redes de comunicações cotidianas.” (TRIGUEIRO, 2008, p.35).

Os grupos marginalizados, segundo Beltrão (1980, p.40), foram tipificados na seguinte estrutura:

- 1. Os grupos rurais marginalizados**, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
- 2. Os grupos urbanos marginalizados**, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
- 3. Os grupos culturalmente marginalizados**, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente (grifo do autor).

Desse modo, os grupos excluídos possuem características similares e diferentes ao mesmo tempo, de acordo com a localidade ou classe que pertencem. No meio urbano, os

garis ainda são vistos como “invisíveis”, por causa do trabalho que desenvolvem com o lixo. As pessoas do meio rural são colocadas como “ignorantes”, por viverem em áreas distantes dos centros urbanos.

A Folkcomunicação, assim, vem a permear os estudos sob os aspectos sociais do popular, focalizando, principalmente, na comunicação marginalizada, nas performances culturais que são inerentes ao processo de construção do desenvolvimento local, na esfera do protagonismo enquanto ser participante das ações.

Performances folkcomunicacionais, a partir desses esboços, contribuem com os estudos de Beltrão, ampliando as margens da teoria no século XXI, principalmente aos tempos de discussões e debates acerca de gênero, cor, classe social, que surgem nas redes sociais e no cotidiano dos grupos marginalizados.

Morro da oração, morro de emoção

Morro da Conceição é um espaço solidário, heterogêneo e territorializado por diversos segmentos culturais, religiosos e sociais. A Escola de Samba Galeria do Ritmo fica a poucos metros do Santuário de Nossa Senhora da Conceição, que também fica próximo a um centro de umbanda. As relações sociais estabelecidas dentro da comunidade trazem consigo também a troca e a partilha entre os moradores dos seus bens materiais e imateriais.

Dados da Prefeitura Municipal do Recife apontam que a comunidade tem uma população estimada em 10.182 habitantes, onde 57,73% são considerados pardos, 30,45% brancos e 10,48% pretos. Ainda de acordo com a Prefeitura, há 2.955 domicílios.⁶

As escadarias estreitas do Morro levam os moradores e visitantes até o ponto extremo, onde fica o Santuário de Nossa Senhora da Conceição, santa que deu origem ao nome do bairro. Os fios dos postes entrelaçados nas vielas refletem, de alguma maneira, as relações dos moradores uns com os outros.

Na primeira semana de dezembro, o santuário realiza a Festa do Morro, em homenagem à Santa. A própria formação histórica do Morro tem a ver com Nossa Senhora da Conceição. O então bispo de Olinda, Dom Luiz Raymundo da Silva Brito, escolheu o Morro da Boa Vista para elevar à Virgem Imaculada, criando um monumento que durasse através das

⁶ **Morro da Conceição, Prefeitura do Recife.** Disponível em: <<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/morro-da-conceicao>>. Acesso em: 6 mar. 2017.

gerações. A primeira festa ocorreu no dia 8 de dezembro de 1904, com a inauguração da estátua, que foi trazida da França. A partir desse dia o Morro da Boa Vista passou a ser denominado definitivamente como Morro da Conceição.⁷

A fé, entretanto, não é a principal característica da comunidade, que também é um espaço de resistência e de lutas, como a formação do Conselho de Moradores, que hoje é uma Associação, e a ocupação do largo da Igreja Nossa Senhora da Conceição (conhecido como Praça do Morro) pelos moradores - ante a decisão do Padre Constante, que nos anos 1990 cercou a praça impedindo as pessoas de usufruir do espaço.

É a partir da visualização deste distanciamento social e econômico da ideia de desenvolvimento local que se constrói a categoria na academia, por volta de 1990, visto que a promoção desta modalidade pode ser uma possível resposta a esse abismo instaurado pelo processo econômico proposto.

Se o tipo de desenvolvimento capitalista é por natureza excludente, vislumbramos outras possibilidades de pensar o desenvolvimento. Nesta linha o conceito de desenvolvimento local merece nossa atenção:

[...] Um esforço localizado e concertado, isto é, são lideranças, instituições, empresas e habitantes de um determinado lugar que se articulam com vistas a encontrar atividades que favoreçam mudanças nas condições de produção e comercialização de bens e serviços de forma a proporcionar melhores condições de vida aos cidadãos e cidadãs, partindo da valorização e ativação das potencialidades e efetivos recursos locais. (DE JESUS, 2003, p.72).

O processo de participação popular, de ocupação de espaços, de cidadania são, dentro dessa conjuntura que se aborda neste artigo, vieses que são valores endógenos na constituição da identidade, dos anseios e das relações existentes entre os quadrilheiros, que são na sua maioria moradores do Morro da Conceição. A Quadrilha Junina Tradição é, portanto, reflexo dessa política.

É no conceito de territorialidade que conseguimos enxergar as dinâmicas sociais e culturais da atualidade presentes no Morro. Raffestin (1993, p. 160)

[...] considera que a territorialidade é mais do que uma simples relação homem-território, indicando que para além da demarcação de parcelas

⁷ **As origens do Morro da Conceição do Recife.** Disponível em: <<http://festamorrodaconceicao.blogspot.com.br/p/igreja.html>>. Acesso em: 6 mar. 2017.

individuais existe a relação social entre as pessoas. Dessa forma, a territorialidade seria "um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espaço-tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema". Considerando-se a dinâmica dos fatores envolvidos na relação, seria possível a classificação de vários tipos de territorialidade, desde as mais estáveis às mais instáveis.

O local da pesquisa apresenta um cenário propício à exclusão social, no entanto tem ações de mobilização comunitárias, a participação social com as instituições locais (públicas e privadas) e os processos criativos - características comuns do desenvolvimento local, sob a ótica do social, no debate sobre igualdade de gênero, valorização dos saberes e do endógeno, percepção da identidade cultural etc,

[..] o qual está atrelado ao debate sobre modelo de desenvolvimento, que traz uma perspectiva de construir alternativas que busquem a inclusão socioeconômica, a valorização da cultura popular, os recursos endógenos e a autonomia das populações locais, buscando fazer uma articulação em torno da agroecologia enquanto abordagem científica e um paradigma em construção para o desenvolvimento local. (PIRES; SOUZA LIMA, 2012, p. 16).

O desenvolvimento busca, no local, dar voz aos grupos marginalizados da comunidade, clamando o protagonismo social dos sujeitos envolvidos nas estruturas que sustentam as relações culturais.

Anariê, Alavantu: origem das quadrilhas

A quadrilha junina é uma dança típica conhecida durante os festejos aos santos celebrados durante o mês de junho: Santo Antônio, São João e São Pedro. Segundo Lucena (2012), as danças nos festejos juninos tornaram-se a mais expressiva manifestação folclórica do Nordeste, buscando preservar marcas da cultura popular rural.

Com a globalização, a quadrilha passou por algumas mudanças, que são percebidas pelos próprios quadrilheiros da Tradição:

A quadrilha junina vive num processo de globalização, vamos dizer assim...e de crescimento de todas as frentes. Tudo o que a gente vivenciou no passado. As músicas que a gente tinha acesso eram umas, agora são outras, tudo era assim, e assim também é com a quadrilha junina. Então a quadrilha na minha infância,

eram quadrilhas mais tradicionais, era de cunho, numa perspectiva mais rural, mais do campo, mais matuta e ela foi desenvolvendo, do tradicional para o estilizado, do estilizado para o recriado, e usamos muito essa história do recriado, até chegar o tempo de ser chamado de Junino. São quadrilhas mais juninas. Elas se adaptam melhor ao seu tempo. São quadrilhas que, se você for pelo pé da letra, uma quadrilha junina mais caipira hoje, uma quadrilha mais tradicional, mais rural, em algum momento ela não dialoga com a sociedade moderna, contemporânea. (quadrilheiro 01)

A quadrilha junina tem origem em Paris, durante o século XVIII, em referência à “quadrille”, uma dança de salão que era composta por quatro casais. Na época, quem a dançava era a elite europeia. A quadrilha chegou ao Brasil por volta de 1830, no período da Regência. Com o sucesso, a dança acabou “conquistando” o povo, ganhando popularidade no país com o tempo.⁸

Lucena (2012, p.58) destaca que a quadrilha junina saiu das escadarias do palácio e caiu no gosto popular, ganhando “várias modificações estéticas, musical e coreográfica.” Benjamin ressalta o fator social como um processo inerente à dança popular.

A quadrilha, hoje associada ao casamento matuto, vai se transformando em um folguedo de natureza complexa. O casamento matuto é a representação onde os jovens deboçam com muita liberdade e malícia da instituição do casamento, da severidade dos pais, do sexo pré-nupcial e suas consequências, do machismo etc. Tal representação crítica acaba por reforçar os papéis sociais e os valores da moral tradicional. (BENJAMIN, 1989, p.100)

Após sofrer diversos processos de hibridização, de mudanças nas formas de apresentação, a quadrilha ganha força e ritmo na região Nordeste. Na França, como dança de salão nobre, as pessoas usavam perucas, roupas pomposas - o mais "chique" possível, pois a elite estava em festa. No Brasil, saem as vestimentas da corte, entram o chapéu de palha, a sandália de couro, os vestidos remendados. Do francês só ficaram as palavras "alavantu, "anarriê" e "balancê".⁹

A Junina Tradição: a estrela que sempre estreia no Arraial

⁸**Saiba de onde vem a quadrilha, dança típica das festas juninas.** Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cultura/2013/06/saiba-de-onde-vem-a-quadrilha-danca-tipica-das-festas-juninas>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁹**Você sabe como surgiram as quadrilhas e as roupas juninas?** Disponível em: <http://www.jornaldaparaiba.com.br/noticia/25817_voce-sabe-como-surgiram-as-quadrilhas-e-as-roupas-juninas>. Acesso em: 11 mar. 2017.

A Quadrilha Junina Tradição surgiu em 04 de fevereiro de 2004, com um grupo de seis jovens quadrilheiros oriundos de outros formatos de quadrilhas juninas. O nascimento da Junina Tradição se deu por causa dos enfrentamentos com outros grupos de quadrilha no Morro, além da vontade de experimentar novos formatos.

A primeira categoria definida no artigo foi a identidade dos quadrilheiros, conforme as falas dos entrevistados.

Eu dançava em outra quadrilha até 1999 na fuzuê que é de Olinda. Aí, eu vim dançar na origem em 1999. Aí da Origem, que é o mesmo grupo da direção. Eu vim através de Gimmy, que foi marcador nosso...de Tarcisio que foi diretor da Origem Nordestina. Dancei nove anos em Olinda. Eu dançava na Origem, mas quando os meninos fundaram a Tradição, eu não ia mais dançar quadrilha aqui no Morro, eu ia dançar em outra quadrilha, eu ia dançar na zabumba, porque eu tinha me chateado com algumas coisas que tinha acontecido na origem mas eu não era diretor, era só componente ,então eu fui seguir o meu caminho. Só que eles (os amigos) começaram a ligar pra mim, vamos fazer a Junina Tradição, vamos fazer..aí eu vou mas só vou se uns amigos meus forem ,aí eu chamei Peracio e Anderson. Sempre fomos muito amigos. Aí fomos os três para a Tradição. (quadrilheiro 02)

Segundo Hobsbawm (1995), esses grupos eram unidos pela coletividade: era o domínio do “nós” sobre o “eu”, o que dá para a Junina Tradição uma força original que é justificada pela convicção dos quadrilheiros que entendem que só podem melhorar e ganhar os campeonatos pela ação coletiva. Conforme diz o quadrilheiro 02,

Ser tradição para mim é um sentimento de...me emociona muito falar da Tradição porque eu não tenho filho, mas eu construí uma filha, que fez 13 anos, que é a Tradição. Uma das coisas mais importantes da minha vida é a quadrilha. Eu deixo qualquer coisa pela Tradição. Ser tradição para mim. Eu aprendi a ser tradição com os meus amigos. Que eu acho que na Tradição, a gente se torna uma família. É isso que me faz ser tradição: uma família. (quadrilheiro 02)

A Junina Tradição representa um papel político para a comunidade, pois traz consigo relações horizontais, uma gestão participativa que é evidenciada apenas na especificidade desta quadrilha. O quadrilheiro 01 evidencia que Ser Tradição é ser comunidade, estabelecendo assim, as relações horizontais:

Ser Tradição é ser comunidade. Ser Tradição é experimentar um novo jeito de fazer quadrilha. Acho que é valorizar o potencial latente que cada pessoa tem.

Ser Tradição é poder fazer do ciclo junino, algo mais do que só uma festa de um período do ano mas fazer do ciclo junino, um momento de encontro, de reencontro, de descoberta, de realizações. Pra mim ser Tradição é, sentir emoção. Para mim, é isso. (quadrilheiro 01)

A partir das entrevistas, verificamos que é possível sim fazer uma quadrilha participativa com uma construção coletiva. “É muita emoção dançar num grupo tão guerreiro e que todos têm direitos iguais aqui. Ninguém é melhor que ninguém aqui. É muita animação e muito fulejo essa Tradição.”(quadrilheiro 03).

A segunda categoria que analisamos foram as performances folkcomunicaçãois com a construção popular dos sentidos dos espetáculos da Junina Tradição, visto que a cada ano vem se recriando dentro de processos criativos para que o coletivo seja belo e, ao mesmo tempo, com características do seu povo, do local. “Da época que eu era menino pra cá, a quadrilha mudou muito. Antes ela era bem rural, agora ela é urbana, mas com características rurais. É uma mistura bonita de se ver.” (quadrilheiro 02).

A quadrilha vai além de uma manifestação cultural pois aborda o projeto do espetáculo sempre com temas socioculturais, como o “Bilhete premiado”, em 2013, que trazia a temática do beijo de um casal de homens; um outro tema muito polêmico foi “Marcas”, em 2014, temática tão pertinente do abuso sexual de crianças; e a “Festa da Bugiganga”, de 2016, com o trabalho de solidariedade e da reciclagem, sendo este último campeão do Festival de quadrilha junina da Rede Globo Nordeste.

A terceira categoria definida no artigo é a do desenvolvimento local, visto que a cultura é utilizada com um instrumento de profissionalização dos componentes da quadrilha promovendo assim, renda para os quadrilheiros. As profissões são as mais diversas: coreógrafos, maquiadores, projetistas, roteiristas, aderecistas, costureiros, serralheiros, entre outros.

Eu acho que uma das quadrilhas que mais profissionaliza as pessoas é a Junina Tradição porque a gente sempre está dando oportunidade para as pessoas. Apesar de eu ter amizade assim com todos os outros grupos, de ouvir o pessoal mesmo, a Tradição dá oportunidade mesmo, coisa que outros grupos não dá. A gente sempre, todo ano que a gente faz avaliação, a gente sempre traz um componente novo para a Diretoria para começar a seguir os nossos caminhos, para ver o outro lado. Para não só brincar e sim administrar. E começamos a profissionalizar vários setores, de adereços, de coreografia, de projeto. A Tradição já lançou vários projetistas. Vários coreógrafos, vários aderecistas. Tudo filho de Tradição. Tudo filho de Tradição porque posso citar até nomes,

Anderson Gomes, começou aqui como projetista, Cleidson, começou aqui como Tradição e hoje é um bom projetista. Ricardo, veio pra cá para coreografar e hoje é coreógrafo e projetista. Nayna, chegou aqui para ser coreógrafo e faz trabalho. Temos aderecistas, Gio, Claudia. (quadrilheiro 04)

Além da promoção de renda tão pertinente para o contexto popular, a articulação com as instituições públicas e privadas também é uma realidade.

Nós temos pouco incentivo mas temos um apoio sim. Da prefeitura na época junina, temos um apoio de uma gráfica, que mandamos fazer as camisas e os copos, da Galeria do Ritmo, local que ensaiamos, do Clube Acadêmico, local que fazemos nossas festas e alguns ensaios. (quadrilheiro 03)

Dentro da análise das performances folk comunicacionais como construtora do desenvolvimento local, os aspectos da cultura como profissionalização para a promoção de geração de renda e a articulação das instituições são reconhecidos dentro da pesquisa como instrumentos de ressignificação dos saberes, do local, do território.

Considerações finais

A experiência da vivência com o Morro da Conceição demonstrou que, na complexidade da sociedade globalizada, onde estão inseridos os contextos populares locais, é importante a valorização do endógeno, ou seja, a capacidade cultural e as articulações institucionais, quer sejam elas públicas ou privadas, precisam incentivar uma possível construção do desenvolvimento local.

Constatamos que, a partir dos objetivos propostos, o trabalho verificou que as performances folk comunicacionais na Quadrilha Junina Tradição são construtoras do desenvolvimento local, nos âmbitos social e político. E evidenciamos que o objeto de estudo apresenta inúmeras possibilidades para outras pesquisas dentro da Folkcomunicação e do Desenvolvimento Local - a exemplo do folkmarketing, investigando, por exemplo, a quadrilha como produto comercial dos moradores do Morro.

De fato, apesar de todas as agruras presentes no contexto popular, o grupo da Junina Tradição não desiste de lutar por bons campeonatos, não desiste de trabalhar para melhorar de vida, dentro dos seus campos profissionais para o bem-estar da Tradição e de toda a comunidade do Morro da Conceição.

Referências

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

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **Folguedos e danças de Pernambuco**. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 1989.

CAMARGO, Robson Corrêa; REINATO, Eduardo José; CAPEL, Heloísa Selma Fernandes (Org.). **Performances Culturais**. São Paulo: Hucitec; Goiânia: PUC-GO, 2011.

DE JESUS, Paulo. **Desenvolvimento local**. Disponível em:
<<http://site.cacispar.org.br/artindividual.asp?id=363>>. Acesso em: 13 mar. 2017.

_____. **Desenvolvimento local**. In: CATTANI, D. **A Outra economia**. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos Extremos. O breve século XX - 1914- 1991**. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Explorações metodológicas num estudo de recepção de telenovela. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Temas Contemporâneos em Comunicação**. São Paulo: Edicon/ Intercom, 1997.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Festa Junina em Portugal**: marcas culturais no contexto de folkmarketing. João Pessoa: UFPB, 2012.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática. 1993.

SINGER, Milton. **When a Great Tradition Modernizes**. Chicago: University of Chicago Press, 1972.

TAUK SANTOS, Maria Salett. **Inclusão digital, inclusão social?** Recife: UFRPE, 2009.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação & ativismo midiático**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008

Artigo recebido em: 10/05/2017

Aceito em: 27/05/2017

Escola, Teatro e Folkcomunicação: ou de como a Escola Adalgisa de Barros (Várzea Grande – MT) promove o empoderamento dos jovens da comunidade¹

Aline Wendpap Nunes de Siqueira²

Cibele Antônia de Souza Rodrigues³

Jucelina Ferreira de Campos⁴

RESUMO

Este artigo apresenta os desdobramentos do Projeto “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade”, financiado pelo Programa “Mais Cultura nas Escolas”, em 2014, na Escola Estadual Professora Adalgisa de Barros, em Várzea Grande/MT. Tem por objetivo trazer à cena acadêmica as observações e discussões que emergiram deste período e se justifica na medida em que busca socializar as possibilidades transformadoras que a arte pode gerar, pois, de acordo com o PCN do Ensino Médio (1999), os estudantes podem descobrir uma pluralidade de interferências culturais e políticas atuantes nessas manifestações culturais. Assim, tendo como base a folkcomunicação, consideramos a escola um local privilegiado para o desenvolvimento local e o empoderamento de jovens marginalizados. Nesse contexto, o teatro pode desempenhar um importante papel.

PALAVRAS-CHAVES

Folkcomunicação; Teatro; Escola; Empoderamento.

¹ Trabalho apresentado no GT 4, Folkcomunicação e Desenvolvimento Local, durante a XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada em Recife/PE, de 02 a 05 de maio de 2017, na UFRPE/FACIPE.

² Doutora em Estudos de Cultura Contemporânea pela UFMT. Mestre em Educação pela UFMT. Comunicóloga. Atriz, DRT nº 0000436 – MT. Parceira Cultural do Programa Mais Cultura na Escola Adalgisa de Barros no Projeto: “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade”. E-mail: alinewendpap@gmail.com

³ Mestre em Estudos de Linguagem pela UFMT. Professora de Língua Portuguesa na Escola Estadual Professora Adalgisa de Barros (SEDUC/MT). Colaboradora do Projeto: “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade”. Coordenadora do Projeto Educomunicação na escola. E-mail: cibelesantonia@gmail.com

⁴ Mestre em Estudos de Linguagem pela UFMT. Professora de Língua Portuguesa na Escola Estadual Professora Adalgisa de Barros (SEDUC/MT). Atriz, DRT nº 0000437. Coordenadora do Projeto: “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade” do Programa Mais Cultura na Escola. E-mail: jucelinaferreira@gmail.com

School, Theater and Folkcommunication: or how the Adalgisa de Barros School (Várzea Grande - MT) promotes the empowerment of the youth of the community

ABSTRACT

This article presents the developments of the "Radio and Theater: from writing to orality" Project, funded by the "More Culture in Schools" Program, in 2014, at the State School Professora Adalgisa de Barros, in Várzea Grande/MT. It aims to bring to the academic scene the observations and discussions that emerged from this period and is justified insofar as it seeks to socialize the transformative possibilities that art can generate, since, according to the PCN of the Secondary School (1999), students can discover a plurality of cultural and political interference in these cultural manifestations. Thus, based on folkcommunication, we consider the school a privileged place for local development and the empowerment of marginalized youth. In this context, the theater can play an important role.

KEY-WORDS

Folkcommunication; Theater; School; Empowerment.

Introdução

Este artigo apresenta uma experiência vivenciada com a primeira etapa do Projeto "Rádio e Teatro: da escrita à oralidade", realizado com alunos do Ensino Médio, em 2014, na Escola Estadual Adalgisa de Barros, em Várzea Grande/MT. Para a tessitura deste, a escola é compreendida como um local privilegiado, sendo, portanto, um agente catalizador para o desenvolvimento local e o empoderamento de jovens marginalizados, podendo o teatro representar um papel importante. Tais considerações serão realizadas à luz da Folkcomunicação. Teoria formulada pelo brasileiro Luiz Beltrão (1980), caracteriza-se pelo processo artesanal e horizontal, abrangendo três grandes grupos de audiência: os grupos rurais marginalizados, caracterizados sobretudo por seu isolamento geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual; os grupos urbanos marginalizados, compostos por indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subformadas e com mínimas condições de acesso e os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente. Nesse sentido, os alunos do referido projeto,

entendidos como sujeitos neste artigo, inserem-se na segunda categoria descrita por Beltrão (1980).

A viabilização do Projeto “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade” ocorreu devido ao repasse de recursos da primeira etapa do Programa “Mais Cultura nas Escolas”, do Governo Federal (2014-2016). Assim, trataremos do assunto tendo, dentre outras, a baliza da legislação específica que regulamenta o ensino no Brasil, mais especificamente, as atividades realizadas com o teatro, analisadas a partir de uma perspectiva sociológica, filosófica, pedagógica e cultural. Inicialmente, explicitamos o aporte teórico que norteará a discussão. Em seguida, trilhamos os caminhos percorridos desde a elaboração até a implantação do projeto na escola, mas, principalmente, como se sucedeu sua realização. Para isso, fez-se necessário explicitar quais as condições oferecidas pela escola para sua execução. Posteriormente, apresentamos como as atividades foram realizadas, descrevendo, de forma mais detida, uma aula de campo realizada no Cine Teatro Cuiabá, para a participação em uma oficina de improvisação teatral. E, as palavras que ecoam desta experiência foram recortadas de um relatório solicitado ao final dela.

Por fim, tendo como norte a teoria folkcomunicação, tecemos algumas reflexões sobre os desdobramentos dessa experiência para os estudantes, a partir da análise dos depoimentos contidos nesses relatórios. Tendo em vista o exposto, buscamos trazer contribuições para uma reflexão sobre como a ressignificação da escola, através das atividades artístico-culturais-comunicacionais, pode promover o desenvolvimento local e empoderamento dos estudantes nela inseridos.

Abrem-se as cortinas: a história começa

O “Programa Mais Cultura nas Escolas” foi uma iniciativa do Governo Federal (2014-2016) que buscava incorporar a cultura como vetor de desenvolvimento, assim, incluindo-a na Agenda Social - política estratégica de estado para reduzir a pobreza e a desigualdade social-, que visava retirar da categoria de marginalizados, como denomina Beltrão (1980), um considerável contingente populacional. Sem adentrar no mérito de sua legitimidade, este é um Programa pautado na integração e inclusão de todos os segmentos sociais, na valorização da diversidade e do diálogo com os múltiplos contextos da sociedade brasileira, o que o torna digno de um olhar mais atento por parte da academia.

Entretanto, o Programa “Mais Cultura nas Escolas” representa neste artigo apenas o contexto, ou pano de fundo da história a ser contada, esta última sim, muito mais interessante! Ela começou com a concepção do Projeto “Rádio e Teatro na escola: da escrita à oralidade”, que pretendeu não apenas ofertar oficinas de rádio e teatro na escola, mas sim possibilitar que os estudantes conhecessem estes universos em suas várias dimensões, primeiramente como público expectador e, posteriormente, como integrantes e produtores dos mesmos. Dessa forma, desmistificando o fazer radiofônico e teatral em outras possibilidades, inclusive profissionais, numa tentativa de lançar novos olhares para suas próprias realidades. Os eixos norteadores do Projeto “Rádio e teatro na escola: da escrita à oralidade” eram: a autonomia, a criatividade e o desenvolvimento da oralidade dos estudantes, buscando, assim, proporcionar aos sujeitos condições de desenvolver suas potencialidades, tornando o espaço escolar mais prazeroso e incentivando o diálogo entre as diferenças. Por isso mesmo, sendo também uma forma de estimular a interação entre as pessoas e facilitando a comunicação. E, dessa forma, buscando caminhos alternativos para a construção dos saberes, por meio da oralidade e da ludicidade. Como orienta o PCN de Linguagens, “na vida social, e não somente na sala de aula, o aluno deve ser capaz de reconhecer como a linguagem foi organizada para produzir determinados efeitos de sentido (BRASIL, 1999, p. 62).

Assim, tendo em mente as exigências previstas nos documentos oficiais que regulamentam o ensino de Artes, as professoras Cibele Rodrigues e Jucelina Ferreira, juntamente com a parceira Cultural, Aline Wendpap, elaboraram o projeto, acima citado, em 2013, com apoio da Articuladora de Projetos do ProEMI, Professora Aracy Fátima Curvo de Moraes Peralta e, do então gestor, professor José Maria de Almeida Lara, o que foi fundamental para escolha do projeto, em julho de 2014, pelo Ministério da Cultura (MinC), para integrar o Programa Mais Cultura nas Escolas. Estas figuras remetem aos “líderes-agentes-comunicadores de folk” que, segundo Beltrão (1980), “nem sempre são ‘autoridades’ reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham” (BELTRÃO,1980, p.35).

Apesar dessa postura atuante, este tipo de liderança não pode garantir a realização de um projeto como um todo, uma vez que existem questões burocráticas e hierárquicas que

podem inviabilizar a continuidade de certas ações como, por exemplo, a segunda etapa do Projeto “Rádio e teatro na escola: da escrita à oralidade”. Por isso, atemo-nos à primeira etapa do projeto, que teve início no mês de julho de 2014, quando também começaram as oficinas, que prosseguiram até o mês de novembro do mesmo ano. Foram inscritos 48 alunos e 32 deles concluíram o curso. As oficinas eram realizadas aos sábados das 14 às 18 horas, para possibilitar a participação de alunos dos três períodos escolares. *A priori* a ideia era apresentar a eles as técnicas básicas para se fazer um programa de rádio e/ou uma peça de Teatro, com a possibilidade de despertar-lhes um gosto por tais manifestações artísticas. Contudo, os resultados foram muito além dos objetivos esperados, pois observamos um grande amadurecimento pessoal e cultural dos estudantes no decorrer das oficinas, o que nos instigou a aprofundar teoricamente os estudos e socializar academicamente todo o processo.

A teoria em cena

Conforme a Lei n. 5.692/71, o ensino de Artes fazia parte da, então, denominada Comunicação e Expressão, passando a integrar, com a adoção dos PCN’s, a área de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias. Os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), legislação educacional que se seguiu à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Lei nº 9.394/96, são documentos que visam delinear as principais linhas de referência para a educação escolar, orientando a formulação das propostas curriculares das diversas regiões do Brasil, os projetos pedagógicos, as escolas e as ações dos docentes referentes à elaboração do planejamento didático. Quanto ao ensino de artes, o PCN do Ensino Médio observa que

Por meio de prática sensíveis de produção e apreciação artísticas e de reflexões sobre as mesmas nas aulas de Arte, os alunos podem desenvolver saberes que os levam a compreender e envolver-se com decisões estéticas, apropriando-se, nessa área, de saberes culturais e contextualizados referentes ao conhecer e comunicar arte e seus códigos (BRASIL, 1999, p. 48).

Nessa perspectiva, no texto das Orientações Curriculares para o Ensino Médio, afirma-se que o documento procurou resguardar os avanços identificados nos PCN’s, garantindo, ao mesmo tempo, a inclusão de propostas há muito reivindicadas por aqueles que lidam com o ensino da Arte, em suas diversas instâncias e segmentos, todavia estabelecendo um contato mais estreito com os que se situam na ponta desse processo – os professores. O documento se propôs a tratar sobre o campo abrangente das diversas manifestações da linguagem e o

universo específico da arte, pois esta, numa visão atual, estabelece vínculos muito estreitos com o cotidiano e com todas as outras formas de saber, na medida em que permite a abordagem dos mais diversos aspectos da cultura ligados ao cotidiano, ao entretenimento, aos ofícios, às ciências, etc.

Nesse sentido, o Programa Ensino Médio Inovador (ProEMI) foi lançado pelo Governo Federal, em 2009, tendo as Orientações Curriculares Nacionais para o Ensino Médio como documento norteador, seu objetivo era “garantir o acesso à educação de qualidade e atender as necessidades e expectativas dos jovens brasileiros” (BRASIL, 2013, p. 33). Sua proposta visa viabilizar a construção de um currículo interdisciplinar a partir dos Projetos de Redesenho Curricular (PRC) que deveriam “tender às reais necessidades das unidades escolares” e reconhecer “as especificidades regionais e as concepções curriculares implementadas pelas redes de ensino (BRASIL, 2013, p.10).

Sendo assim, Hernández (1998) enfatiza que projeto não é uma metodologia, mas uma forma de refletir sobre a escola e sua função. E, a elaboração do PRC, propõe-se a isso, uma vez que sua elaboração deveria ter como ponto de partida os macrocampos obrigatórios: Leitura e Letramento; Acompanhamento Pedagógico e Iniciação Científica e Pesquisa. Como também os macrocampos optativos: Línguas Estrangeiras; Cultura Corporal; Produção e Fruição das Artes; Comunicação, Cultura Digital e uso de Mídias e Participação Estudantil. Sendo “essencial que as ações elaboradas para cada macrocampo sejam pensadas a partir das áreas de conhecimento” e que envolvam “temáticas diversas por meio de diálogo entre os conteúdos dos diferentes componentes curriculares de uma ou mais áreas do conhecimento” (BRASIL, 2013, p. 14).

A Escola Estadual Adalgisa de Barros foi inserida no ProEMI em 2012 e, desde então, vem gradativamente, promovendo o redesenho curricular, pautando-se na legislação que regulamenta a organização do Ensino Médio, tanto levando em consideração as orientações do Ministério da Educação, quanto da Secretaria Estadual de Educação do Estado de Mato Grosso. Nesse processo, o ensino de artes se fortaleceu, pois, o percurso histórico que consolidou a disciplina Arte, proporcionou que se inserissem em seu domínio os conhecimentos referentes às linguagens da música, da dança, das artes visuais e do teatro. Isso possibilitou que ela fosse trabalhada de uma forma abrangente, interdisciplinar.

Na tentativa de aprofundar as questões levantadas neste artigo, delimitamos a discussão ao teatro, posto que falar sobre todas as observações referentes ao campo da comunicação radiofônica e também das artes cênicas ampliaria por demais o espectro pretendido, caberia para isso um trabalho mais amplo. Explicado isso, trazemos à cena o pensamento de Jean-Jacques Roubine (2003), que nos guiou desde a fase inicial do projeto. Ele afirma que “a representação não deve visar o realismo. Ela se baseia não sobre o real (o que efetivamente aconteceu), mas sobre o possível (o que poderia ter acontecido). Todavia, essa noção de possível é delimitada e, portanto, limitada, pelo verossímil e pelo necessário” (ROUBINE, 2003, p. 15).

Esta perspectiva a respeito do teatro atende às nossas expectativas, pois não queríamos que os estudantes simplesmente reproduzissem suas realidades no palco, mas que pensassem sobre as inúmeras possibilidades contidas no real, de que fala Roubine (2003). Tendo isso em mente, entendemos que a linguagem teatral se dá mediante o envolvimento do estudante com os elementos referentes à estrutura cênica e dramática como: figurinos, gestual e dicção dos atores, ação, espaço, personagem, público, etc. E, de acordo com Roubine (2003), ao retomar a exegese de Chapelain, tais elementos englobam explicitamente os inúmeros instrumentos que devem ser mobilizados para “tornar o fingimento semelhante à própria verdade” (CHAPELAIN apud ROUBINE, 2003, p. 29).

Roubine (2003) ainda postula que “o fim da representação teatral é, portanto, um verdadeiro processo de alucinação, até mesmo de alienação. O espectador deverá esquecer que está no teatro e acreditar que está presenciando um acontecimento verdadeiro” (ROUBINE, 2003, p. 29). Assim, os elementos já citados trazem consigo inúmeras possibilidades a serem exploradas, ampliando o campo criativo dos alunos que, munidos destes instrumentos, familiarizam-se mais facilmente com o campo teatral. Podemos verificar isso no Relato⁵ nº 04, em que o estudante faz a seguinte colocação: “eu daria uma sugestão de levarem figurinos e objetos de teatro para nós, alunos, começarmos a nos adaptar mais rápido com isso”.

⁵ Denominamos como “relato” as falas dos alunos retiradas do relatório solicitado, quando da participação destes na Oficina de Improvisação Teatral, citado na parte introdutória deste artigo. Como opção metodológica, numeramos essas falas para uma preservar as identidades.

O cenário

Para uma melhor compreensão da proposta do Projeto “Rádio e teatro na escola: da escrita à oralidade”, faz-se necessário contextualizar o local onde foi realizado, de onde saíram os protagonistas da ação. A Escola Estadual Professora Adalgisa de Barros se localiza na região central da cidade de Várzea Grande (vizinha da capital Cuiabá e integrante da região metropolitana do Vale do Rio Cuiabá), por isso recebe uma grande diversidade de alunos oriundos de vários bairros, são cerca de 1.500 alunos matriculados nos três períodos. Atendendo apenas ao Ensino Médio, conta com uma estrutura física de: 14 salas climatizadas; laboratórios de informática, de física, de química, de biologia e de matemática; biblioteca e refeitório. Trabalha com três modalidades de ensino: Programa Ensino Médio Inovador (ProEMI) e Ensino Médio Integrado e a Educação Profissional (EMIEP), nos períodos matutino e vespertino e Ensino Médio por Semestralidade, no período noturno.

Em 2012, a escola foi incluída no Programa Ensino Médio Inovador, o qual visa a melhoria do ensino médio público no Brasil, a partir da ampliação da carga horária para mil horas anuais e do redesenho curricular, propondo um trabalho interdisciplinar a partir de projetos pedagógicos.

Como recebe estudantes de características muito diversificadas, a escola, bem como os profissionais que nela atuam, necessitam adotar ações que possibilitem aos estudantes agir como agentes criadores, uma vez que, seus locais de origem podem dificultar tais manifestações. Nesse sentido, como lembra Gilberto Dimenstein (2007, p. 32), a periferia constitui um local de exclusão dos “benefícios sociais, culturais, tecnológicos e científicos”, que não se baseia apenas em uma definição geográfica, mas, sobretudo, “de aspectos socioculturais e econômicos”. Somado a isso, o município de Várzea-Grande, como um todo, possui características da rurbanidade, ou seja, se apresenta como “un escenario que combina prácticas, saberes, valores y objetos rurales en contextos urbanos, modificando a la ciudad” (KENBEL; CIMADEVILLA, 2009, p. 01). Tendo situado o contexto social dos sujeitos deste artigo, podemos afirmar que a oferta do projeto em questão no espaço da escola se configura como uma perspectiva de apreensão de bens culturais e, como desdobramento, o desenvolvimento local e empoderamento juvenil.

Mudança de cenário: um novo olhar para a mesma história

Além das aulas de conteúdos técnicos e teóricos, os sujeitos deste artigo tiveram a oportunidade de participar de duas aulas de campo, pois, como orienta o art. 2º, § 1º, inc. III, da Resolução nº 04⁶, de 31 de março de 2014, que regulamenta a implantação do Programa Mais Cultura nas Escolas, deve-se “procurar integrar espaços escolares com espaços culturais diversos, como equipamentos públicos de promoção à cultura, centros culturais, bibliotecas públicas, pontos de cultura, praças, parques, museus e cinemas” (BRASIL, 2014, p. 3).

Dessa forma, como primeira atividade do projeto fora do espaço escolar, os estudantes participaram de uma Oficina de Improvisação Teatral, com o ator e diretor cuiabano André D’Lucca⁷, no Cine Teatro Cuiabá. A oficina teve duração de oito horas, nas quais os alunos tiveram a possibilidade de experienciar momentos de muita ludicidade e apreensão de novas realidades, trazidas pela prática da improvisação teatral, o que fez com que estes adolescentes pudessem vislumbrar perspectivas nunca antes oportunizadas, porém sonhadas. Como se pode observar no Relato nº 9, o contato com o teatro e, em especial, a participação na oficina, concretizaram um sonho antigo do sujeito em questão, como se observa em sua fala: “Fazer a oficina foi muito gratificante e marcante, pude aprender várias coisas a cada instante e refletir que ali era um caminho certo para dar vida ao meu sonho que tenho desde criança de ser atriz, ou trabalhar no ramo de teatro”.

A partir do que coloca Eduardo Marques (2007, p. 29), verificamos que um dos resultados de iniciativas como esta do Projeto “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade” é “a redução da segregação social nesse espaço urbano que ainda é excluído”, na medida em que “a ação política dos grupos da periferia, organizados politicamente ou não” podem transformar o estigma de exclusão que paira sobre os moradores dessa região, como parece ter acontecido no decorrer deste projeto.

Pensando em ampliar ainda mais os horizontes dos alunos, pois percebemos o entusiasmo que se evidenciava em seus olhares contemplativos, propusemos, então, um

⁶ Resolução nº 04, de 31 de março de 2014, do Ministério da Educação, que regulamenta a destinação dos recursos financeiros para a realização de atividades culturais, por intermédio do Mais Cultura nas Escolas, de forma a potencializar as ações dos Programas Mais Educação e Ensino Médio Inovador.

⁷ André D’Lucca é conhecido em Cuiabá por sua atuação no teatro, especialmente pela personagem Almerinda, da peça “Os Segredos de Almerinda”. O ator cuiabano tem mais de 20 anos de história no teatro e já atuou em dezenas de peças em várias capitais do Brasil e da Europa. Tendo participado também de algumas novelas da Rede Globo de televisão.

roteiro de passeio ao centro histórico da capital, no horário do almoço, como já estávamos na região, para aproveitar ao máximo a oportunidade. Os estudantes visitaram: o Museu Histórico de Mato Grosso, o Palácio da Instrução (que abriga a Biblioteca Estadual Rubens de Mendonça, a maior do Estado) e a Galeria de Artes da Secretaria de Estado de Cultura. No Museu, puderam conhecer um pouco melhor capítulos importantes da história do estado de Mato Grosso, como a Guerra do Paraguai e a Comissão Rondon. No Palácio da Instrução, eles ficaram maravilhados com a arquitetura, funcionários do local responderam dúvidas e deram explicações sobre o acervo e o funcionamento da Biblioteca. E, na galeria contemplaram as obras na exposição “Pantanal”, de Wander Melo, artista plástico mato-grossense.

No Cine Teatro Cuiabá eles tiveram contato não apenas com a arquitetura e a história do local, mas, principalmente, a experiência de respirar e fazer teatro, inclusive concedendo entrevistas, pois alguns alunos foram convidados, por repórteres de canais de comunicação que cobriam a programação oferecida pelo órgão, para participarem de uma matéria sobre a Oficina de Improvisação Teatral, a qual seria transmitida pela televisão local. Isso parece ter sido uma mola propulsora de algo almejado desde a fase embrionária do projeto, que é o protagonismo juvenil. Ou seja, ao ter contato com um mundo completamente novo para eles e ainda poderem falar sobre estas experiências vividas, os jovens passaram a perceber que fazem parte da sociedade, e mais, que são importantes para ela, ao ponto de serem ouvidos pela grande mídia, ou seja, a televisão.

Diante do exposto, conseguimos estabelecer um diálogo entre saberes, valorizando a integração dos espaços escolares com equipamentos públicos, bem como, espaços culturais diversos, o que está em consonância com o que regulamenta a Resolução nº 04, já reportada anteriormente. E, vários relatos demonstram o quão significativas estas experiências foram para estes jovens, sendo que alguns deles tiveram seu primeiro contato direto com a arte elitizada, dos museus, galerias e teatros. Estas experiências de visitar teatros, museus e galerias de arte parecem ter despertado neles um maior prazer em descobrir como tudo isso funciona, ou seja, o mundo do conhecimento se desvelou a partir destas vivências de ampliação cultural, pois, como afirma o psicanalista Jorge Broide,

A transformação deve ocorrer pela verdadeira inclusão na cadeia simbólica, o que pressupõe o trânsito das pessoas pela cidade, pela cultura, pelo melhor que o ser humano produziu. Isso subentende a possibilidade da circulação da palavra, que se dá com base na construção de uma tessitura no território, e do

território para toda a cidade e para o mundo. É esse movimento que gera escutas, cria matizes, diferenças, canais de comunicação, aberturas de pensamentos, outras formas de trabalho e sobrevivência (BROIDE, 2007, p.31).

Esse pensamento é corroborado pelo Relato nº 5, no qual o sujeito demonstra a relevância desse tipo de experiências para a apreensão de conhecimento, uma vez que o estudante coloca que

A oficina foi muito significativa e importante, tanto para mim quanto meus colegas, todos nos divertimos muito, e melhor do que se divertir é se divertir com os amigos é poder fazer isso aprendendo novas coisas, novas técnicas. Creio que para muitos foi um dia inesquecível, como foi para mim. Penso que a cada mês deve-se ter aulas de campo, para ampliarem meus conhecimentos e de meus colegas, para obtermos mais noção das coisas, adquirir novos conhecimentos [...] que o mundo do teatro pode oferecer (Relato nº 5).

Assim, o movimento, do qual fala Broide (2007), pode ter ampliado as concepções acerca do termo cultura para os sujeitos. Não apenas neste passeio, mas ao longo das oficinas, trabalhou-se com os sujeitos para que não apenas a cultura elitizada fosse apropriada como sinônimo de cultura, mas para que justamente o contraponto dos dois mundos (centro e periferia) e o conhecimento de ambos os lados agissem na formação de novos pontos de vista sobre o tema. E, podemos perceber em alguns outros relatos, como tudo isso colaborou para esta nova perspectiva, que tanto entende a cultura elitizada como cultura, quanto traz as manifestações periféricas ou suburbanas (como grupos de jovens, de dança, de skate, etc.) para o mesmo posto.

Com este projeto, alguns alunos tiveram a oportunidade de ampliar seu roteiro cotidiano que os levaria de casa para a escola, possibilitando, assim, o acesso a bens culturais para além do espaço escolar, incluindo-os em ações importantes para a viabilização do protagonismo juvenil. Nesse contexto, segundo Gilberto Dimenstein (2007, p.32-33), quando “o jovem periférico tem a possibilidade de se integrar socialmente e ser um articulador comunitário e cultural, a periferia vira apenas um conceito geográfico e não mais um conceito socioeconômico e cultural”, como já preconizava Luiz Beltrão (1980).

Ensaio: criando enredos, construindo personagens, mudando figurinos

A voz dos alunos nos relatos evidencia, mesmo que timidamente, o surgimento de uma nova postura, a qual possibilita a construção de um cenário propício para que o

protagonismo juvenil venha à tona. E, sob outro prisma, essa nova percepção de mundo também contribui para o extrapolamento do conhecimento escolar como um todo, pois os desdobramentos dessa nova postura repercutiram em sala de aula e para além dela, como percebemos no Relato nº 8: “Foi um momento especial também, pois pudemos conhecer o Cine Teatro Cuiabá pela primeira vez. Sugiro que possamos fazer mais oficinas que trabalhem a oralidade e a interpretação. Como também visitas a museus, na UFMT, entre outros”. Opinião corroborada pelo Relato nº 6: “Acredito que deva ter, pelo menos uma vez por mês, uma aula de campo, porque é uma boa oportunidade para nossa ampliação de conhecimento”. E, também pelo Relato nº 1: “Para minha escola, eu sugiro mais aulas de campos, nós podíamos [...] assistir algum espetáculo de teatro. Enfim o mundo do teatro e da rádio é muito vasto e é sempre bom conhecer mais e mais deles”.

Numa outra perspectiva, o “para além da escola” significa a percepção de que o conhecimento pode se dar na interação com profissionais alheios ao ambiente escolar, como se observa no Relato nº 7: “A oficina foi muito legal, aprendi muito com ela (técnicas e expressão corporal), também fiquei muito grato de receber informações de outro profissional, além dos professores da oficina”. Isso também ficou evidenciado no Relato nº 8: “A oficina foi bem proveitosa, além da interação dos participantes com um ator experiente como o André D’Lucca, aprendemos algumas técnicas para improvisação e também dicas de posicionamentos com o ator que será muito proveitosa no decorrer do curso de “Rádio e teatro: da escrita à oralidade”.

Os relatos ainda demonstram como esse tipo atividade possibilita um autoconhecimento, o que pode ser observado no Relato nº 3: “A oficina foi perfeita! Meus Deus, como foi bom! Foi maravilhoso ver a evolução de cada um ali, especialmente eu que cheguei lá toda tímida, não querendo nem me apresentar. E, a partir da 2ª atividade, eu me soltei toda. Não queria nem mais parar de falar”. Como também no Relato nº 4: “A oficina foi ótima, eu me senti com mais liberdade e me expressar porque no começo eu estava com muita vergonha e isso foi muito legal, foi uma sensação maravilhosa de estar lá”. Já o aluno que faz o Relato nº 11 acrescenta que além de se conhecer melhor, também pode interagir com o “outro”: “Ao participar da oficina de ‘Rádio e teatro: da escrita à oralidade’, meu objetivo era alcançar um meio de me expressar. E, estou conseguindo, como também a cada dia que passa ganho mais conhecimento e amigos novos”.

Esses relatos dialogam com o famoso aforismo grego “conhece-te a ti mesmo”⁸. Nessa ótica, podemos pensar esse autoconhecimento como ponto de partida para o desenvolvimento de um novo olhar diante do mundo, possibilitando enxergar outras formas de manifestações culturais, antes conhecidas, mas não vistas. Como fica claro no relato nº 11: “Antes, gostava de sertanejo e música eletrônica, mas com o passar das aulas, estou gostando de várias músicas diferentes. E, vejo o mundo de outro jeito, mais compreensivo e vivo, observando como as pessoas andam, falam e se expressam de modo geral”. Este relato demonstra a importância de ampliar “os saberes sobre produção, apreciação e história expressas em música, artes visuais, dança, teatro e também artes audiovisuais” (BRASIL, 1999, p. 172), gerando, dessa forma, sentidos outros a partir de novas vivências.

Cabe enfatizar que, quando nos conhecemos, conseguimos enxergar nossos limites, podendo superá-los, como exemplifica o Relato nº 9: “Realizei todas as atividades com um pouco de insegurança e vergonha, esse sempre foi um dos meus defeitos. Mas, também me senti confortável sabendo que ali tinham pessoas para aprender e ensinar. Naquele dia não está muito bem de saúde, estava gripada, mas queria me entregar por inteiro para aprender, dei o meu máximo mesmo não estando bem”.

A diversidade de abordagens explicitadas nos relatos, demonstram, de forma concreta, a abrangência de conhecimentos possibilitada pelo contato com a arte. Nesse sentido, refletir sobre a aprendizagem nessa área implica pensa-la a partir de uma organização curricular interdisciplinar, que aproxime distintos referenciais teóricos e metodológicos que a compõem, buscando uma formação integral (BRASIL, 1999, p. 352).

Considerações finais

Inspiradas pelos olhares curiosos dos estudantes e também pelos seus semblantes sedentos por “mais cultura”, surgiu a necessidade de escrevermos sobre a experiência de

⁸ "Conhece-te a ti mesmo" é um [aforismo](#) grego que **revela a importância do autoconhecimento**, sendo uma frase bastante conhecida no ramo Filosofia. Contudo, não se tem certeza sobre sua autoria, mas há vários autores que a atribuem ao sábio grego Tales de Mileto. Apesar disso, existem teorias que afirmam que a frase foi dita por Sócrates, Heráclito ou Pitágoras. O aforismo "Conhece-te a ti mesmo" está inscrito na entrada do templo de Delfos, construído em honra a Apolo, o deus grego do sol, da beleza e da harmonia. Em grego esta frase é *gnōthi seauton*. A frase completa é: "Conhece-te a ti mesmo e conhecerás os deuses e o universo." Disponível em: <https://www.significados.com.br/conhece-te-a-ti-mesmo/>

participação neste projeto. Muitos enfrentamentos ocorreram, desde o momento da tessitura do projeto em 2013, até a finalização deste processo, com este artigo. Contudo, os relatos nos mostram que valeu a pena, pois, ainda que de forma tímida, propiciamos aos estudantes o desvelamento de um universo de possibilidades, para além de seus espaços cotidianos, que revelou para eles que a escola pode ser um espaço de transformação e empoderamento de jovens estudantes. Como também, novas perspectivas de ensino-aprendizagem, pois existe um mundo de coisas a serem descobertas.

Reiteramos que isso também repercutiu em nós, enquanto professoras, pois nos fez pensar em nosso papel enquanto educadoras. E, talvez, em algum momento ou em algum lugar de suas jornadas, eles sejam convocados a explorar a curiosidade típica dos artistas mais inquietos e quem sabe não resistam a assistir a uma peça de teatro, visitar uma exposição, dar uma entrevista, escrever um projeto para sua comunidade, ou qualquer outra tomada de iniciativa nas quais sejam protagonistas.

Cabe aqui ressaltar que, em 2016, em uma atividade sobre gêneros textuais na aula de Língua Portuguesa, ministrada pela professora Cibele Rodrigues, um dos participantes do Projeto “Rádio e Teatro: da escrita à oralidade” elaborou um projeto para organizar um Festival de Teatro na Escola, o qual não pode ser viabilizado. Mas, esta iniciativa demonstra que aquele projeto, do Programa Mais Cultura, reverberou e teve desdobramentos, na medida em que o mesmo estudante insistiu e conseguiu mobilizar colegas e as professoras envolvidas no citado projeto de 2014 a inscrever a escola para participar, pela primeira vez, do 13º FETTRAN (Festival Estudantil Temático de Trânsito).

E, mesmo a escola entrando em greve, prosseguimos com as atividades para nossa apresentação em uma das etapas regionais do Festival, sob a direção da então Coordenadora Pedagógica, professora Jucelina Ferreira. Também teve importante papel nessa participação um grande profissional da área teatral, com vasta experiência no ramo, Joílson Francon⁹, que, naquela ocasião, cursava Artes Visuais e estagiava na escola.

⁹ Mestre pelo Programa de Estudos de Cultura Contemporânea pela UFMT (2014). Graduado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda pela UFMT (1999). Licenciado em Artes Visuais pela Faculdade Mozarteum de São Paulo (2016). Desenvolve pesquisa na interface entre comunicação e cultura.

A peça apresentada pela escola conseguiu o vice-campeonato da Etapa Cuiabá¹⁰, na Categoria Juvenil. Porém, o mais gratificante foi o reconhecimento, com o prêmio de ator destaque¹¹, do estudante que primeiro acreditou ser possível tal participação.

Por isso, acreditamos que o teatro seja um dos elementos que podem fazer com que uma mente que se abriu para novas experiências, nunca mais volte ao seu tamanho original, pois promove uma profunda transformação. Contudo, este procedimento implica num processo de ensino-aprendizagem, que não seja aquele restrito ao espaço escolar. Enfim, qualquer que seja a área de conhecimento estudada, ela precisa ser vivenciada e relacionada com a prática, para que os sujeitos envolvidos se sintam produtores de seus próprios saberes. Nesse contexto, foi possível notar que eles estão avançando (cada um a seu tempo e seu modo) na construção de uma postura crítica, que entende a cultura, como uma diversidade de práticas sociais. E, a partir desta nova perspectiva, eles poderão se ver e se ressignificar enquanto cidadãos críticos na sua prática, podendo mudar a realidade na qual estão inseridos.

Nesse sentido, iniciativas, como estas do programa “Mais Cultura nas Escolas”, que permitam o acesso a diversos benefícios culturais, contribuem muito para a formação crítica dos nossos estudantes. Assim, acreditamos que isso possa potencializar as competências adormecidas em cada um deles, pois mesmo que essas vozes, que ecoaram e ressoaram, possam apresentar resultados ainda tímidos, observamos que há muitos caminhos para dar continuidade ao que foi instigado em nossos alunos.

Referências

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

BENJAMIM, Roberto. **Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade**. 2011. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r8-9/ccientifica_06.pdf>> Acessado em 13/05/2015.

BRASIL. MINISTÈRIO DA EDUCAÇÃO. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO BÁSICA. Orientações Curriculares para o Ensino Médio: Linguagens, códigos e suas tecnologias. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Básica: Brasília (DF), 2006 v.I; il.

¹⁰ <http://www.varzeagrande.mt.gov.br/conteudo/15896>

¹¹ <http://www.varzeagrande.mt.gov.br/imagem/45463>

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO MÉDIA E TECNOLÓGICA. Parâmetros Curriculares Nacionais: Ensino Médio. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Média e Tecnológica: Brasília (DF), 1999; il.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO BÁSICA. Programa Ensino Médio Inovador: Documento orientador. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Básica: Brasília (DF), 2013.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Resolução/FNDE nº 4 de 31 de março de 2014. Disponível em http://www.educacao.ma.gov.br/Documentos/resolucao_n4_de_31-03-2014_mais%20cultura.pdf. Acessado em 13/08/2015.

BROIDE, Jorge. Espaços em transformação: depoimento [junho/julho, 2010]. São Paulo: **Revista Continuum**. Entrevista concedida a Mariana Sgarioni e Rafael Tonon.

DELEUZE, Gilles. **O Ato de Criação**. Palestra de 1987. Edição brasileira: Folha de São Paulo, 27/06/1999. Tradução José Marcos Macedo.

DIMENSTEIN, Gilberto. Espaços em transformação: depoimento [junho/julho, 2010]. São Paulo: **Revista Continuum**. Entrevista concedida a Mariana Sgarioni e Rafael Tonon.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Transgressão e Mudança na Educação**. POA: Artmed. 1998.

KENBEL, Claudia; CIMADEVILLA, Gustavo. **La rurbanidad desde el enfoque de las memorias sociales**. X Jornadas Argentinas de Estudios de Población, 2009.

MARQUES, Eduardo. Espaços em transformação: depoimento [junho/julho, 2010]. São Paulo: **Revista Continuum**. Entrevista concedida a Mariana Sgarioni e Rafael Tonon.

MATO GROSSO. SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO. Orientações Curriculares: área de Linguagens: Educação Básica. Secretaria de Estado e Educação de Mato Grosso: Cuiabá: 2012.

ROUBINE, Jean-Jacques. **Introdução às grandes teorias do teatro**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2003.

Artigo recebido em: 29/05/2017

Aceito em: 13/06/2017

“100em1Dia Cuiabá”: Micropolíticas urbanas, mobilização social e ações para a cidadania¹

*Heidy Bello Medina*²

*Maria Thereza de Oliveira Azevedo*³

*Yuji Gushiken*⁴

RESUMO

O artigo produz uma reflexão sobre o evento “100em1Dia Cuiabá”, em especial as dinâmicas comunicacionais das intervenções urbanas e das interações sociais desenvolvidas no desenvolvimento e na realização do festival voltado para a cidadania. Argumenta-se que a questão comunicacional, em sua dimensão de micropolíticas urbanas, possibilita a participação cidadã que potencializa a vida para subverter o planejamento urbanístico capitalista. Nesse sentido, as ações propostas por voluntários permitem pensar a relação entre folkcomunicação, ativismo político e cultura, ao mesmo tempo em que o trabalho coletivo se institui na memória dos indivíduos como força viva das revoluções moleculares para transformar as problemáticas cidades brasileiras. O ‘100em1DiaCuiabá’, ao colocar a cidade numa rede mundial de debates sobre cidadania, demanda considerar as dinâmicas da comunicação no bojo das práticas culturais na vida contemporânea em sua relação direta com as práticas políticas e a busca pela produção de uma vida mais subjetiva.

PALAVRAS-CHAVES

Folkcomunicação; poéticas contemporâneas; 100em1DiaCuiabá; micropolíticas urbana; criatividade coletiva.

¹ Trabalho apresentado no GT 4 (Folkcomunicação e Desenvolvimento Local) da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada de 02 a 05 de maio de 2017 na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFPRE) e na Faculdade Integrada de Pernambuco (Facipe), em Recife, Pernambuco, Brasil. Pesquisa desenvolvida com bolsa Capes-MEC. Trabalho desenvolvido no âmbito do Grupo de Pesquisa Artes Híbridas: Intersecções, Contaminações, Transversalidades (UFMT/Cuiabá).

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/Cuiabá). E-mail: heidy.bello@gmail.com.

³ Professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/Cuiabá). E-mail: maritheaz@gmail.com.

⁴ Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT/Cuiabá). E-mail: yug@uol.com.br

"100em1Dia Cuiabá": Urban micropolicies, social mobilization and actions for citizenship

ABSTRACT

The article produces a reflection on the '100in1Day Cuiabá' event, especially the communication dynamics of urban interventions and social interactions developed in the realization of the festival focused on citizenship. It is argued that the communicational issue, in its urban micropolitical dimension, allows citizen participation that potentiates life to subvert urban planning in the capitalist interest. In this sense, the actions proposed by volunteers allow us to think about the relationship between folkcommunication, political activism and culture, at the same time as collective work is instituted in the memory of individuals as a living force of molecular revolutions to transform the problematic Brazilian cities. By placing the city in a worldwide network of debates on citizenship, the '100em1DiaCuiabá' demands to consider the dynamics of communication in the context of cultural practices in contemporary life in its direct relationship with political practices and the search for a more subjective life.

KEY-WORDS

Folkcommunication; contemporary poetics; 100em1DiaCuiabá; urban micropolitics; collective creativity.

Introdução

A relação entre comunicação e cidadania apresenta-se como uma interface potente na agenda política e cultural neste início de século XXI, na medida em que os usos da tecnologia midiática e os encontros presenciais possibilitam reinventar o exercício de práticas cidadãs e evidenciam os modos como os indivíduos interagem com distintas questões sociais. De modo generalizado, a expansão das práticas midiáticas e a proliferação das redes sociais potencializaram os processos de produção, circulação e consumo de informações a partir da década de 1990, momento histórico em que se registraram a digitalização das tecnologias midiáticas.

Neste momento tecnológico, de intensas transformações midiáticas, indivíduos e grupos sociais desenvolvem distintas estratégias comunicacionais para publicizar interesses gerais e específicos, e assim potencializar forças criativas geradoras do que o psicanalista e filósofo Félix Guattari designou de "revoluções moleculares" (GUATTARI, 1981)

No mundo contemporâneo, as intervenções urbanas têm se atualizado como práticas artísticas que favorecem as pessoas envolvidas e por elas afetadas a pensar em diferentes possibilidades de participar nos assuntos da cidade, produzindo nexos entre arte, vida e direito ao espaço urbano. O termo “intervenções urbanas” tem o propósito de não restringir as ações a uma categoria estanque e restrita a pessoas com habilidades excepcionais próprias ao mundo das artes. A noção de intervenção urbana considera, de modo amplo, duas variáveis: a participação de pessoas não necessariamente vinculadas aos círculos especializados das artes e o alcance das ações propostas por voluntários no Festival da Cidadania “100em1DiaCuiabá”.

Neste artigo, busca-se refletir sobre intervenções urbanas na perspectiva teórica da folkcomunicação, desenvolvida no âmbito acadêmico brasileiro, para pensar as dinâmicas comunicacionais constituintes da organização e realização do Festival da Cidadania “100em1Dia Cuiabá” e as ações intervencionistas em sua condição simbólica de micropolíticas urbanas.

Este trabalho é um desdobramento da dissertação de mestrado com o título “100em1Dia Cuiabá: Micropolíticas urbanas na relação Colômbia e Brasil”, orientada pela Prof. Dra. Maria Thereza Azevedo, e defendida em fevereiro de 2017 no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (PPG ECCO-FCA-UFMT). Desenvolvido na Linha de Pesquisa em Poéticas Contemporâneas, o trabalho visou considerar os distintos modos de fazer artísticos e culturais que constituem as práticas sociais dos voluntários envolvidos nas resoluções do projeto “100em1DiaCuiabá” para “pensar a cidade”.

Ao mesmo tempo, num procedimento interdisciplinar, buscou considerar as dinâmicas comunicacionais que atravessam os diferentes modos de fazer artísticos e culturais presentes nas ações políticas em busca de melhorias para uma cidade com os mais variados problemas como Cuiabá, capital do estado de Mato Grosso, no Centro-Oeste brasileiro, tomada aqui como protótipo da cidade brasileira e latinoamericana.

A cidade marginalizada ou os marginalizados na cidade: revisar o que foi a experiência do “100em1DiaCuiabá” na perspectiva comunicacional, em especial na folkcomunicacional, sugere um procedimento de ordem teórica: considerar as questões próprias da contemporaneidade a partir das singularidades que atravessam a existência da vida social nos

ermos sertões brasileiros, contemporaneamente conectados com o mundo e ao mesmo tempo atravessado por suas singularidades que evidenciam uma modernização que arduamente se instala.

Os sertões como lugar da marginalização geográfica, o Oeste brasileiro como o imaginário do esquecimento, a cidade de origem garimpeira como o lugar da violência. Estes são motivos para se aproximar a experiência das micropolíticas urbanas e as ações para a cidadania da abordagem teórica da “comunicação dos marginalizados”, do pesquisador brasileiro Luiz Beltrão.

Uma cidade como Cuiabá, localizada a meio caminho entre o Oceano Atlântico e o Oceano Pacífico, nos entremeios do cerrado, do Pantanal Mato-Grossense e da Floresta Amazônica, torna-se simultaneamente espaço de circulação de informações globais e ao mesmo tempo engendra-se como lugar do distanciamento na rede urbana brasileira.

O festival, a cidade, o encontro

O Festival da Cidadania “100em1Dia” foi pensado e criado em Bogotá, capital da Colômbia, em 2012, a partir de uma ideia gerada em conjunto entre o grupo Acciones Urbanas, de Bogotá, e o grupo Ciudadanía Activada, da Dinamarca, visando a transformar a capital da Colômbia num espaço mais favorável à habitação, gerar melhores condições de vida à população local e repensar a cultura cidadã da metrópole colombiana.

Parte-se de uma experiência de intervenção urbana que tem servido como motor da ideia para um festival de cidadania: num certo dia em Bogotá, o grupo Acciones Urbanas entregou bilhetes com mensagens positivas nas ruas da cidade e percebeu o impacto causado por esta simples ação nas pessoas que receberam os bilhetes. Os jovens do grupo pensaram num projeto maior que produzisse maior impacto. A proposta foi a organização de cem ou mais ações urbanas positivas realizadas durante um dia, através das quais os indivíduos pudessem expressassem seu afeto pela cidade.

Os jovens que integravam os inúmeros grupos trabalharam unidos à procura de ferramentas de mediação e comunicação que mobilizassem os residentes de Bogotá a realizar cem ações de cidadania durante 24 horas. As intervenções e interações foram possíveis a partir de um processo de reflexão sobre os principais problemas de Bogotá, como a

mobilidade urbana, a saúde pública, a intolerância, a insegurança, a corrupção, entre outros. No entanto, o projeto buscou considerar também os potenciais da urbe bogotana.

Na primeira edição do 100em1dia Bogotá, no dia 26 de maio de 2012, houve 250 ações cidadãs. Após o sucesso obtido nessa primeira jornada, o modelo foi aplicado em Pasto, uma cidade de aproximadamente 400 mil habitantes, localizada no sul da Colômbia. Em seguida, São José, na Costa Rica, seria a primeira cidade fora da Colômbia com grupos de pessoas a identificar-se com a ideia e a participar da iniciativa.

Graças ao fato de as pessoas terem acreditado na possibilidade de mudar sua cidade e se oferecer como voluntários na construção desse lugar desejado, formou-se o movimento cidadão 100em1Dia, uma plataforma aberta de criação colaborativa que envolveu 30 cidades de quatro continentes do mundo, entre as quais se encontram três cidades brasileiras: Rio de Janeiro (Rio de Janeiro), Blumenau (Santa Catarina) e Cuiabá (Mato Grosso).

Em 2105, Cuiabá, capital do estado de Mato Grosso, localizada no Centro-Oeste do Brasil e na parte mais central da América do Sul (Centro Geodésico), entrou na rede 100em1Dia. A cidade, próxima de completar 300 anos, conta com uma população estimada de 585.367 habitantes, de acordo com o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2016.

Cuiabá forma uma conurbação com o vizinho município de Várzea Grande, cuja população estimada é de 271.339 pessoas (IBGE, 2016). As duas cidades constituem a Grande Cuiabá, núcleo da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC), criada pela Lei Complementar Estadual nº 359/09. São parte também da RMVRC os municípios de Santo Antônio de Leverger e de Nossa Senhora do Livramento. A RMVR constitui a terceira aglomeração populacional do Centro-Oeste brasileiro, depois de Brasília (Distrito Federal) e Goiânia (Goiás).

O festival da cidadania da capital mato-grossense foi abrigado pelo projeto Cidade Possível, aprovado em 2014 pela Capes, ao qual está ligado ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPG ECCO-UFMT) e ao Grupo de Pesquisa Artes Híbridas: Intersecções, Contaminações, Transversalidades.

Cidade Possível, projeto interdisciplinar, emergiu motivado pela urgência de pensar e agir na cidade, tendo em conta que a vida vem se mostrando inviável, e a proposta do evento

sugere a criação de territórios existenciais possíveis, segundo Maria Thereza Azevedo, coordenadora do projeto.

FIGURA 1: CARTAZ DE BOAS VINDAS A CUIABÁ NA REDE 100EM1DIA



Fonte: 100in1day (2015).

Durante o Festival da Cidadania “100em1Dia Cuiabá”, realizado no dia 03 de abril de 2016, um domingo de céu azul e Sol forte, aconteceram 101 ações de diversas vertentes artísticas que se espalharam pela cidade durante 24 horas e permitiram colocar a capital mato-grossense num amplo circuito de comunicação ao redor do mundo, facilitando um diálogo comunitário-planetário para refletir sobre a cidade e construir narrativas próprias em torno da participação cidadã.

Folkcomunicação: Intercâmbio de informações e potência da vida

Gushiken (2007) refere-se ao devir epistemológico que pressupõe nos estudos da comunicação a expressão “usos dos meios”, por considerar que a reflexão proporcionava, desde os estudos da comunicação como ciência do comportamento, um interesse por estudar o que os meios faziam com as pessoas. Contudo, tornava-se emergente, no âmbito do pensamento latino-americano em Comunicação, pensar nas possibilidades da utilização dos

meios para falar sobre assuntos que atravessam as pessoas na cotidianidade permite pensar em outra abordagem: a comunicação como cultura.

A folkcomunicação, proposta pelo jornalista brasileiro Luiz Beltrão (1980) considera pensar os diferentes procedimentos de intercâmbio de informações, atitudes, ideias e opiniões dos marginalizados urbanos ou rurais, a partir de meios vinculados direta ou indiretamente ao folclore.

Assim, a folkcomunicação pensa não somente na informação jornalística, mas em outras funções que correspondem à comunicação, como a educativa, a promocional e a possibilidade de entretenimento, enquanto se reflete sobre o viver, o querer e o sonhar das massas populares, quem de uma ou outra maneira foram excluídos pelo processo civilizador.

Peter Pál Pelbart (2002) manifestou desde há algum tempo seu interesse no que acontecia nas cidades brasileiras e do mundo no contexto capitalístico onde se gerava a expropriação e revenda dos modos de vida, e que nessa situação os marginalizados usavam a própria vida como vetor de autovalorização.

Assim, é preciso refletir também se o termo exclusão se refere a pequenos grupos ou se realmente somos todos marginalizados, excluídos de ser, de sentir, de pertencer. No contexto da cidade contemporânea, a vida se converte no único capital nessa situação de exclusão.

Colocar as intervenções/interações do 100em1DiaCuiabá no marco da folkcomunicação visa pensar nas afetações dos seres e das alterações sobre a realidade social produto das mudanças da cidade, mas também em como a partir das narrativas ligadas às memórias e ao cotidiano. Gushiken (2011) indica:

O que a folkcomunicação sugere, em sua singularidade teórica, é atribuir protagonismo à outra margem social, com suas histórias ordinárias do mais banal cotidiano, o que inclui as pessoas comuns, aquelas que não necessariamente fazem parte da elite que produz a margem mais dinâmica e suntuosa da vida moderna.

Beltrão (1980) reconheceu três grandes grupos de audiência da folkcomunicação: 1) os grupos rurais marginalizados, os quais ele caracteriza pela sua condição econômica, intelectual e geográfica adversa; 2) os grupos urbanos marginalizados, como indivíduos localizados na parte inferior da sociedade, classes, entre outros e 3) os grupos culturalmente marginalizados, que dissentem dos padrões da estrutura social em vigência.

Considerando-se os grupos culturalmente marginalizados, o terceiro grupo referenciado por Beltrão favorece estabelecer um diálogo com Pelbart, no que diz respeito à exclusão de uma cultura cidadã ativa que impede a conservação da paisagem urbana, e nestas condições de tensão social torna-se viável relacionar estas questões comunicacionais e políticas com as culturas populares numa cidade brasileira como Cuiabá, com seus inúmeros problemas.

Deste modo, os indivíduos participantes do “100em1diaCuiabá” entraram no projeto de modo voluntário para intervir nas dinâmicas espaço-temporais que privam os sujeitos da criação da própria cidade.

Processos de subjetivação na cidade

Na época atual se procuram cada vez mais fios para segurar a vida. O Capitalismo Mundial Integrado (CMI) produz constantemente um sentimento de não ser e não estar, como têm manifestado vários autores (GUATTARI, ROLNIK; PELBÁRT).

Assim, para se pensar o espaço como produtor de subjetividades seria preciso analisar a maneira como as formas produzem esses sujeitos, como diz Guizzo (2008), levando em consideração a construção de ambientes cada vez mais cinzas, não apenas pela referência à cor, mas ao sentido dos espaços, aos padrões nos quais a vida tenta ser domesticada. Como diz Ricardo Lísias, no prólogo do livro “Cidade de Quartzo”: “nós abrigados pelo concreto, também não temos acesso à menor urbanidade”.⁵

De tal modo, os indivíduos envolvidos no “100em1dia Cuiabá” foram, a partir do processo de reflexão/ação, conscientes da vida vista em pequenas dimensões, deram valor aos desejos, afetos e inovações que geram grandes transformações nas cidades, onde os processos de significação do espaço público e do poder cidadão foram redefinidos para dar lugar ao poder individual e coletivo caracterizado como micropolíticas urbanas.

Micropolítica, segundo Guattari (GUATTARI; ROLNIK, 1996), refere-se aos “efeitos de subjetivação”, conjunto de fenômenos e práticas capazes de ativar estados e alterar conceitos, percepções e afetos (modos de pensar-sentir-querer). Ele pondera as micropolíticas não como um poder partidário, mas, como aquele capaz de acumular uma quantidade de objetivos ao alcance dos grupos sociais diversos. Conforme Guattari (1977, p. 177), “o que se

⁵ DAVIS, Mike. Cidade de quartzo: escavando o futuro em Los Angeles. Boitempo Editorial, 2015.

torna essencial é conectar uma multiplicidade de desejos moleculares, conexão esta que pode desembocar em efeitos de ‘bola de neve’, em probas de força em grande escala”.

Deste modo, as ações estudadas não provêm do institucional (molar), mas das revoluções moleculares. A emergência de movimentos como o 100em1Dia permite às pessoas se organizar coletivamente ao longo do processo de concepção e realização das intervenções/interações como ferramentas de mudança, do meio urbano e das pessoas envolvidas, por meio da experiência. Concebe-se aqui a denominação intervenções/interações urbana na relação entre arte e vida comunitária na cidade, arte inventada por qualquer um.

A formação de iniciativas cidadãs para pensar e praticar novos modos de estar na cidade se espalham pelo mundo. As subjetividades arrancadas do solo, que têm o dom da ubiquidade, como diz Rolnik, vão ao encontro dessas ondas. São contaminadas e contaminam. Tomamos o termo “contaminação” como sinônimo de *afecção*, correspondendo àquilo que Deleuze tinha denominado o “ar do tempo”. As máquinas desejantes estão em sintonia sem que sua localização seja um endereço, mas que evidencia uma necessidade: viver.

Logo, refletir sobre as micropolíticas urbanas, desde a criação do espaço urbano como lugar dos cidadãos, conduz a contemplar as diversas instâncias da economia do desejo nas quais se produzem atravessamentos na relação entre os sujeitos que resultam em revoluções moleculares para fazer valer a vida.

A ideia de revolução molecular diz respeito sincronicamente a todos os níveis infrapessoais (o que está em jogo no sonho, na criação, etc.); pessoais (por exemplo, as relações de autodomação, aquilo que nospsicoanalistas chamam de Superego); e interpessoais (a invenção de novas formas de sociabilidade na vida doméstica, amorosa, profissional, na relação com a vizinhança, com a escola, etc.). (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 46)

Portanto, as micropolíticas urbanas propostas desde na perspectiva da ação cidadã tentam ir ao encontro também do poder como produtor e da vida no âmbito urbano. Busca também ir ao encontro da maneira como os indivíduos são produtores de um espaço físico e de abrigos afetivos e simbólicos dos quais a cidade carece. A inteligência e a inovação dos cérebros em rede, participantes deste tipo de iniciativa, questionam também as relações saber/poder, porque subvertem o discurso de criação do espaço urbano. Peter Pál Pelbart aponta que:

Todos e qualquer um inventam, na densidade social da cidade, na conversa, nos costumes, no lazer – novos desejos e novas crenças, novas associações e novas

formas de cooperação. A invenção não é prerrogativa dos grandes gênios, nem monopólio da indústria ou da ciência, ela é a potência do homem comum. Cada variação, por minúscula que seja, ao propagar-se e ser imitada torna-se quantidade social, e assim pode ensejar outras invenções e novas imitações, novas associações e novas formas de cooperação. Nessa economia afetiva, a subjetividade não é efeito ou superestrutura etérea, mas força viva, quantidade social, potência psíquica e política. (PELBART, 2002, p. 38).

No caso do movimento global cidadão “100em1Dia”, cada pessoa oferece como recurso sua própria vida, com suas aptidões e habilidades, para investir numa cidade melhor, estabelecendo para o cumprimento desse sonho camadas inseparáveis do corpo (experiência-memória-desejo) para com o espaço.

Trata-se de tecidos que constroem um processo dérmico, na medida em que as dinâmicas do espaço (adquiridas pelo corpo experiente) produzem uma disposição de recursos da própria vida, permitindo que a produção de recursos da vida (corpo desejante) propicie novas dinâmicas a partir da prática da cidade.

Processos de comunicação no 100em1Dia

A organização do festival da cidadania em Cuiabá foi um processo de mais de seis meses de duração. A iniciativa incluiu a produção de um site⁶ no qual, além das informações sobre o projeto, as pessoas interessadas podiam informar e cadastrar sua proposta de intervenção/interação para o conjunto de ações do evento. Mas, apesar da construção do site, as dinâmicas comunicacionais do “100em1Dia Cuiabá” evidenciaram dois outros aspectos próprios da vinculação e da mobilização social: a formação de um grupo no Facebook e os encontros presenciais que colocaram em contato os “corpos desejantes” em Cuiabá.

A criação do grupo “CidadePossível00em1diaCuiabá” no Facebook permitiu começar a circulação de diversas mensagens com o intuito de pensar em três questionamentos: *O que significa Cuiabá para você, O que você acha que a cidade precisa e O que você daria de presente à cidade?* A situação criada permitiu considerar a comunicação como uma ferramenta do processo de mudança na cultura cidadã, que adquire sentido e sugere a potência da vida proposta por Peter Pál Pelbart.

As mensagens pretendiam fazer as pessoas a refletir sobre o conhecimento e a significação da cidade e assim estimular a responsabilidade do cidadão em seu caráter

⁶Ver <http://100em1diacuiaba.org/>

político. Por isso, pensar numa cidade não se resume somente a reconhecer quais são as macropolíticas, mas também as micropolíticas e como o indivíduo pode intervir e criar a cidade que ele deseja, dando valor ao seu percurso afetivo na construção desse lugar. Uma das respostas foi:

Quero fazer de Cuiabá uma cidade melhor porque sou cuiabana, filha de cuiabanos, neta de cuiabanos e mãe de duas cuiabaninhas. Vi a cidade crescer, mas não quero ver a cidade destruída, cheia de entulhos de restos de corrupção, sem o verde da rua das mangueiras, sem a água do chafariz da Boa Morte, e sem o colorido nas ruas de quem anda sem medo. Quero poder lembrar da alegria de descer de carrinho de rolemã a rua Cândido Mariano, de tomar sorvete na Patotinha, de dançar na Boite do Tênis Clube. Sem aquele saudosismo melancólico, mas com a felicidade de viver em uma cidade melhor. (CIDADE POSSÍVEL 100EM1DIACUIABÁ, 2015).

As redes sociais permitem perceber, nas dinâmicas comunicacionais, a ideia de contaminação de informações e o fluxo das subjetividades, pois, além de ser um processo mediado, a criação coletiva está presente na medida em que o indivíduo ingressa no grupo através de sua conta no Facebook e depois passa a participar por iniciativa própria.

Uma vez no grupo, as publicações de mensagens pelos indivíduos são compartilhadas com todos ligados à rede. Para este processo, os membros devem seguir um procedimento genérico: colocar o *link* no espaço, aguardar o sistema carregar a informação, escrever um resumo para descrever a proposta e ficar atentos à realimentação dos participantes do grupo.

Além dos processos mediados pela internet, os encontros presenciais também se mostraram facilitadores dos fluxos de informação entre organizadores e participantes do “100em1DiaCuiabá”. Denominaram-se de “Encontros” as situações provocadas para compartilhar as ideias do evento com os participantes que se apresentaram como voluntários. Através do Facebook e das reuniões presenciais, as quais pessoas foram se propondo e se comprometendo a pensar em intervenções a serem realizadas na cidade e buscando vincular em rede outros indivíduos a participar.

O núcleo organizador realizou seis encontros em lugares diversos, como a Casa Cuiabana (um casarão antigo no Centro hoje sob responsabilidade da Prefeitura Municipal), o Sesc Arsenal (centro cultural no bairro do Porto) e ambientes privados como a residência da cantora de música popular Vera Capilé. Os encontros permitiram perceber a contaminação de informações pelas pessoas por meio das narrativas e dos relatos que afetaram os

participantes do grupo. Distintas leituras da cidade, em sua mais singular banalidade, porém no mais amplo espectro de significação afetiva, foram expostas nas rodas de conversa do grupo.

As informações foram organizadas, disponibilizadas e difundidas no Facebook e compartilhadas nos encontros pessoais. O conjunto de informações deu lugar a uma memória coletiva, evidenciando a potência de ação dos indivíduos que apresentaram várias temáticas sobre as quais se desenvolveram as 101 ações do festival cidadão, no 3 de abril de 2016.

FIGURA 2: PRINCIPAIS TEMAS DE DISCUSSÃO NO PROJETO

Grupo de Facebook <i>Cidade Possível-100em1diaCuiabá</i>	Encontros
Arborização da cidade	Águas: Rio Cuiabá e córregos
Agricultura urbana	Arborização da cidade
O indígena na vida urbana	Trocas afetivas
Mobilidade urbana	Cuidado do lugar e do outro (pessoas, animais etc.)
Trocas afetivas no espaço urbano	Agricultura urbana
Reaproveitamento de lixo	Arte na cidade
	Inclusão
	Uso dos espaços públicos

Fonte: Maria Thereza Azevedo & Heidy Bello Medina (2016)

A organização das informações no Facebook e nos encontros presenciais evidencia temáticas similares. Durante os encontros foi possível estabelecer, por exemplo, a importância das águas, presente nas narrativas das pessoas envolvidas. A partir das narrativas, as associavam o rio Cuiabá e os córregos da cidade à vida própria, colocando-se num lugar que eles próprios consideram um lugar privilegiado na construção da história da cidade.

Desta forma, buscou-se permitir a construção de uma narrativa de si que, a partir da a proposta de Michel Foucault, da estética da existência, colocada por Scholze (2007), torna-se um ato político. Assim, fizeram parte das memórias dessas pessoas as águas na cidade de Cuiabá, como os córregos da Prainha e do Barbado e o rio Coxipó, conjunto de águas que cortam o espaço urbano.

Essa relação das pessoas com as águas da cidade, a admiração pelos rios, córregos, nascentes e demais fontes hídricas foram fundamentais no desenvolvimento do projeto “100em1DiaCuiabá” porque permitiram refletir sobre o ser humano em relação aos seres não humanos e a forma em que a vida é concebida, disposta, organizada e reinventada nos espaços da cidade.

Pensar na existência de outros seres como os jacarés dos córregos permite pensar na relação homem-cidade, ou seja, na forma como as ações humanas se atualizam na relação com o meio ambiente. No entanto, o processo desenvolvido na organização do “100em1DiaCuiabá” também permite procurar soluções para as problemáticas do equilíbrio ecológico, que a partir de um movimento possa subverter as mesmas ações humanas que comprometem a paisagem natural da cidade.

Para ilustrar, convém anotar a importância que a Bacia do Rio Cuiabá radica na formação do Pantanal Mato-Grossense, bioma fundamental para o Brasil e para o mundo, mas no contexto regional: “é muito importante pela sobrevivência de cerca de 75% da população do estado de Mato Grosso”. (TURISMO RURAL MATO GROSSO, 2011).

Assim, por exemplo, no caso dos relatos construídos comunitariamente sobre as águas, o relato de uma pessoa sobre sua experiência de infância na bacia do Rio Cuiabá, onde aprendeu a nadar, permitiu potencializar sua ação no tradicional bairro de São Gonçalo Beira-Rio para organizar uma jornada de limpeza no Rio Coxipó, o qual deságua no Rio Cuiabá⁷.

O rio Coxipó e o rio Cuiabá constituem elementos estruturantes do imaginário das águas sobre a cidade de Cuiabá e fornecem amplo repertório simbólico na construção da memória dos povos ribeirinhos e da cidade como totalidade.

Das águas dos rios provém uma variedade de peixes de água doce, como os pacus, piraputangas, piavas, bagres, pintados, cacharas, lambaris. Os peixes constituem matéria-prima da ampla e farta culinária popular da Baixada Cuiabana, o que enfatiza a importância das águas dos rios na subsistência das populações ribeirinhas e na existência simbólica da cidade em busca de suas singularidades.

FIGURA 3. LIXO NAS MARGENS DO RIO CUIABÁ NA REGIÃO DE SÃO GONÇALO

⁷ Trecho tomado de: Globo.com. Série mostra rios que banham as três cidades mais populosas de MT. 03 de novembro de 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2015/11/serie-mostra-rios-que-banham-cidades-mais-populosas-de-mt.html>



Foto: Luzia Abich (2016).

O encontro dos relatos e das experiências permitiu reviver acontecimentos nos sujeitos envolvidos nas ações do “100em1DiaCuiabá”. As lembranças das pessoas fizeram com que o afeto pelo lugar voltasse à memória coletiva de modo explicitado na fala dos envolvidos e provocasse uma pulsão, tendo a reunião e os contatos interpessoais e midiáticos pelas redes sociais como condição de se produzir as ações. Finalmente, como diz Leite (2010): a memória é um “patrimônio de experiências acumuladas”.

FIGURA 4. AÇÃO “REVIVER SÃO GONÇALO” NAS MARGENS DO RIO CUIABÁ



Foto: Célia Soares (2016)

A intervenção/interação “Reviver São Gonçalo” foi uma das 101 ações realizadas. Reuniu um contingente de pessoas no bairro historicamente habitado por pescadores e hoje local de inúmeras peixarias que constituem o mundo do trabalho. O bairro e suas práticas

econômicas e simbólicas constituem parte da cultura popular de Cuiabá, recebeu a visita de um grupo de pessoas que foram até o local para limpar a beira do rio, tendo em conta a importância da fonte hídrica e o cuidado com os seres não humanos presentes na paisagem da cidade e ligados à qualidade de vida da cidade.

Considerações finais

As intervenções/ações de arte e cidadania são micropolíticas urbanas que se apresentam como uma ferramenta de saber e poder para refletir e agir no espaço urbano. Elas operam a partir da necessidade de gerar outros mundos possíveis ante a produção das subjetividades em relação ao planejamento urbanístico capitalista.

A folkcomunicação pondera a reflexão de assuntos banais dos sujeitos em suas dinâmicas comunicacionais. O intercâmbio de informações, atitudes e histórias possibilita pensar as intervenções/interações urbanas na perspectiva dos estudos em comunicação pensados inicialmente a partir da realidade brasileira por Luiz Beltrão.

Refletir sobre a folkcomunicação em diálogo com autores preocupados pela forma como se produzem modos de resistência aos processos de subjetivação no contexto contemporâneo estabelece vínculos sobre como a vida e sua potência criam uma sinergia entre as disciplinas a partir da análise da criatividade coletiva, a cooperação simbolicamente produtiva e os desejos produzidos.

Referências

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

CIDADE POSSÍVEL 100EM1DIACUIABÁ. (2016). Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/410511635823766>. Acesso em: 20 de abril, 2016.

GUATTARI, Félix. *Revolução molecular: Pulsões políticas do desejo*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografia do desejo*. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

GUIZZO, Iazana. *Micropolíticas urbanas: uma aposta na cidade expressiva*. 2008. 159 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia), Universidade Federal Fluminense, Departamento de Psicologia, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia. Rio de Janeiro. 2008.

GUSHIKEN, Yuji. Folkcomunicação: Interpretación de Luiz Beltrão sobre la modernización brasileña. *Revista Razón y Palabra*, v. 77, p. 2011, 2011.

_____. Usos midiáticos na constituição de circuitos culturais e comunicacionais populares urbanos. *E-Compós (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação)*. Brasília, v. 11, n. 1, p. 1-15, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cuiabá. [online]. Disponível em: www.cidades.ibge.gov.br. Acesso em: 18 dez. 2016.

PELBART, Peter Pál. Poder sobre a vida, potência da vida. In: *Lugar Comum*, 17. p. 33-43. (2002). Disponível em: http://uninomade.net/wp-content/files_mf/113003120907Poder%20sobre%20a%20vida%20pot%C3%Aancia%20da%20vida%20-%20Peter%20P%C3%A1l%20Pelbart.pdf. Acesso em: 16 out. 2015.

LEITE, Julieta. A ubiquidade da informação digital no espaço urbano. *Logos*, 15, n. 2, p. 104-116. (2010). Disponível em: http://www.logos.uerj.br/PDFS/29/10JULIETA_LEITE.pdf. Acesso em: 25 jul. 2016.

ROLNIK, Suely. (1998). *A subjetividade antropofágica*. Disponível em: <http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/Subjemobra.pdf>. Acesso em: 18 de out. 2015.

SCHOLZE, Lia. Narrativas de si e a estética da existência. *Aberto*, v. 21, n. 77, p. 61-72. (2007).

TURISMO RURAL MATO GROSSO. *A Bacia do Rio Cuiabá é importante na formação do Pantanal Mato-grossense e para outras partes do Brasil e do mundo*. 23 de junho de 2011. Disponível em: <http://www.turismoruralmt.com/2011/06/bacia-do-rio-cuiaba-e-importante-na.html>. Acesso em: 20 fev. 2017.

Artigo recebido em: 08/06/2017

Aceito em: 20/06/2017

O movimento pela democratização da comunicação no Brasil e a luta por políticas públicas na área: aproximações com a Folkcomunicação

*Carlos Henrique Demarchi*¹
*Maria Teresa Miceli Kerbauy*²

RESUMO

Em uma aproximação com as abordagens folkcomunicacionais, este artigo se propõe a discutir as demandas do movimento social brasileiro pela democratização da comunicação, que busca, junto ao governo, a garantia de espaços democráticos aos grupos marginalizados e a execução de políticas públicas para a área. A metodologia se baseia em pesquisa bibliográfica, entrevistas e análise de documentos do movimento pela democratização. Conclui-se que a iniciativa é uma alternativa que emerge da sociedade civil e contribui para a circulação de ideias contra-hegemônicas diante do sistema midiático dominante.

PALAVRAS-CHAVES

Sociedade civil. Políticas públicas. Democratização. Atores sociais. Grupos marginalizados.

The movement for the democratization of communication in Brazil and the struggle for public policies in the area: approximations with folk communication

ABSTRACT

In an approximation with the folk communicational approaches, this article proposes to discuss the demands of the Brazilian social movement for the democratization of communication, which seeks, with the government, the guarantee of democratic spaces for

¹ Doutorando em Comunicação na Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. Atua como professor no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium (Unisalesiano). E-mail: carlosdemarchi@faac.unesp.br

² Doutora em Ciências Sociais pela PUC/SP. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação na Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. Bolsista produtividade do CNPq. E-mail: kerbauy@travelnet.com.br

marginalized groups and the implementation of public policies for the area. The methodology is based on bibliographical research, survey and document analysis of the movement for democratization. It is concluded that the initiative is an alternative that emerges from civil society and contributes to the circulation of counter-hegemonic ideas to the dominant media system..

KEY-WORDS

Civil society. Public policies. Democratization. Social actors. Marginal groups.

Introdução

A presença de um sistema comercial de mídia hegemônico é uma característica do panorama brasileiro quando se analisa a estrutura dos meios de comunicação no país. Desde a criação da televisão aberta, em 1950, o setor foi dominado por poucos grupos tradicionais de comunicação, tendo como liderança a TV Globo.

Centrado no eixo Rio-São Paulo e seguindo a lógica das emissoras cabeças de rede, o processo de concentração dos canais não abriu espaço às manifestações da diversidade cultural existentes em território nacional, cuja representação nas telas muitas vezes ocorre de maneira caricatural e de acordo com os ditames e interesses mercadológicos.

Diante deste cenário e considerando a dimensão pública do serviço prestado na radiodifusão, segmentos da sociedade civil organizada começaram a questionar o modelo comercial de mídia, discutindo as demandas sociais em espaços alternativos e contra-hegemônicos.

Esse movimento pela democratização da comunicação é recente e adquiriu força principalmente com a redemocratização no país, no final da década de 1980. A concentração, a ausência de diversidade e pluralidade e a exclusão de setores subalternos da sociedade na definição das políticas para o setor são as principais reivindicações feitas junto ao poder público.

Combatidos pelos grandes grupos de mídia, esses grupos criaram canais próprios de expressão e veiculação de suas ideias à margem do sistema dominante. Apesar da dificuldade em efetivamente conseguirem democratizar a mídia, o segmento criou articulações que contribuem para se compreender a comunicação, com publicações e ações ausentes do modelo comercial de radiodifusão.

A partir de pesquisa bibliográfica, entrevistas e análise de documentos das organizações da sociedade civil que discutem a necessidade de democratizar a mídia, o trabalho busca analisar essas demandas sociais de grupos excluídos das políticas para a área, aproximando esses espaços alternativos de expressão dos estudos folkcomunicacionais.

O artigo está estruturado em três partes. Na primeira delas, recorre-se ao arcabouço teórico do campo da folkcomunicação para discutir as ações contra-hegemônicas da sociedade civil. Em seguida, aborda-se o movimento brasileiro pela democratização da mídia, apontando suas principais bandeiras de luta. Por fim, discute-se a atuação da sociedade civil como um ator na disputa pelas políticas públicas para a área.

Folkcomunicação e ações contra-hegemônicas

Ao longo da história, a comunicação é parte do processo de mobilização dos movimentos sociais populares. Com mecanismos singulares para divulgar suas aspirações, esses grupos têm adotado um conjunto de práticas capazes de levarem os cidadãos a entenderem melhor os direitos, incluindo o direito à comunicação.

No caso brasileiro, o movimento social pela democratização da comunicação, criado na década de 1980, tem lançado mão de uma série de instrumentos e se articulado para conseguir a difusão de ideias e perspectivas do que seria um sistema de comunicação ideal no país.

Ao dar voz aos atores sociais marginalizados diante de um sistema de mídia concentrado e excludente, a iniciativa nos leva a uma aproximação teórica da Folkcomunicação de Luiz Beltrão, área que se dedica ao “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”.

Conforme Marques de Melo (2008), a folkcomunicação é uma disciplina cujo objeto de estudo encontra-se na fronteira entre o folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a comunicação de massa (difusão industrial de símbolos, por meio de meios eletrônicos ou mecânicos, destinados a audiências amplas e heterogêneas).

Na sociedade contemporânea, marcada pela diversidade cultural, a observação das demandas desses grupos marginalizados permite compreender a emergência de formas contestatórias da cultura dominante, bem como a criação de formas próprias de manifestação, pois:

Ao reconhecer esta pluralidade de culturas e modos de expressão próprios de determinados grupos e segmentos sociais, as teorias da Folkcomunicação partem da premissa de que, mesmo diante de uma ideologia hegemônica, projetada por forças políticas, econômicas e culturais propagadas pela mídia, existem diferentes formas de apropriação da cultura de massa e de construção de outros referenciais simbólicos, por meio da cultura popular. (WOITOWICZ, 2007, p.59)

Estas expressões folkcomunicacionais, portanto, remetem aos meios informais de comunicação utilizados pelos grupos marginalizados para fazer valer suas ideias e expressar suas visões de mundo (BELTRÃO, 2014).

Neste sentido, a cultura produzida pelos grupos marginalizados é entendida como espaço de comunicação e expressão de modos de agir, crenças e referências próprias de um determinado grupo social. Segundo Woitowicz (2007, p. 63), “a cultura dos grupos marginalizados projeta determinadas políticas de identidade ao reivindicar o reconhecimento das diferenças através de meios de informação e expressão populares”.

A abordagem folkcomunicacional permite abarcar as manifestações desses segmentos marginalizados que, ao permanecerem à margem dos sistemas hegemônicos de comunicação, adquirem independência em relação aos veículos dominantes, produzindo formas de expressão peculiares.

Essa característica, segundo Moraes (2013), remete ao que Gramsci chama de contra-hegemonia, ou seja, projetos alternativos que dão vazão à expressão da diversidade informativa com práticas de resistência cultural. Em outros termos, as ações contra-hegemônicas são tomadas como instrumentos que criam uma nova forma ético-política, cujo alicerce programático é denunciar e tentar superar as condições de marginalização e exclusão impostas a amplos estratos sociais pelo modo de produção capitalista (MORAES, 2013).

O autor situa a contra-hegemonia como o espaço para o contraditório, ao apontar que “por mais que instituições e meios de comunicação tentem modelar a opinião pública e desagregar os que contrariam seus intentos, não o conseguem na plenitude” (MORAES, 2013, p.105-106).

Brittos e Collar (2008) acrescentam que a distribuição irregular do controle dos meios de comunicação no mundo contemporâneo dificulta a entrada de novos atores, impedindo a

participação popular. Essa realidade acaba por privar as organizações da sociedade civil do veículo de comunicação de massa, que seria um meio de divulgação essencial de suas ideias.

Assim, diante da falta de alternativas ou de sua indisponibilidade na mídia tradicional, os grupos subalternos assumem um papel central, ao produzirem conteúdos próprios:

Em sentido geral, eis a tarefa da comunicação contra-hegemônica: reivindicar o pluralismo e o valor das histórias e culturas e motivar-nos à reflexão sobre o mundo vivido. É isso que distingue os seres humanos como sujeitos capazes de interferir em seus próprios destinos, vergando a passividade e recusando as razões do mercado como bússolas para a vida social. (MORAES, 2013, p. 107)

Para Peruzzo (2013), essa “outra” comunicação, realizada por setores organizados das classes subalternas, expressa as necessidades de mobilização social, de falar com seus públicos e de externar sua visão de mundo na sociedade, visando conquistar a hegemonia. Logo, o empoderamento desses processos sociais autônomos, que são criados nos movimentos sociais, é visto como necessidade, enquanto canais de expressão para a mobilização e organização popular.

A voz da sociedade civil: o movimento social pela democratização da mídia

Desde o período da redemocratização, o país tem acompanhado a ampliação das ações de setores excluídos da sociedade pela garantia de políticas públicas e transformação social em diversas frentes. Em áreas variadas, esses grupos destituídos da proteção estatal, que englobam desde entidades, coletivos, organizações não governamentais, pedem maior atenção do poder público.

De acordo com Peruzzo (2013), os movimentos sociais populares são articulações da sociedade civil formadas por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos e se organizam para reivindicá-los, quando estes não são efetivados na prática.

O movimento social que faz a luta pela democratização da comunicação surgiu com a redemocratização do país, em 1984, a partir da iniciativa de um grupo de jornalistas, professores, estudantes e entidades da sociedade civil em torno da Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação.

A organização, que teve papel de relevância nos debates sobre a redação do capítulo da Comunicação Social na Constituição Federal de 1988, saiu derrotada na elaboração da

Constituinte (SOUZA, 1996), mas a rearticulação do grupo origina, em 1991, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), uma das organizações da sociedade civil de maior expressão até hoje no debate sobre o tema. Sobre o surgimento do movimento que luta pela causa da democratização, aponta-se:

Quando falamos em movimento pela democratização da comunicação, estamos nos referindo aos inúmeros movimentos, grupos, experiências sociais e culturais que se desenvolvem na sociedade brasileira com o intuito de expressar diversas vozes, culturas e ideologias que não têm chance de manifestar-se livremente ou são ignoradas pela mídia brasileira. São centenas de grupos de comunicação, cultura popular e sindical, que se articulam em complexas redes de movimentos sociais. Estas redes de movimentos que vem se formando no Brasil apresentam características comuns: busca de articulação de atores e movimentos sociais e culturais; transnacionalidade; pluralismo organizacional e ideológico; atuação nos campos cultural e político. (SOUZA, 1996, p. 24)

Conforme levantamento feito junto à entidade, atualmente o fórum congrega cerca de 70 entidades nacionais e mais de 500 organizações adeptas à agenda da democratização da mídia no país. Trata-se de um conjunto diversificado de atores, cuja postura nem sempre é congruente às ações do movimento.

Na composição do fórum, sobressaem-se, entre as entidades nacionais, as presenças da CUT (Central Única dos Trabalhadores), da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), da Força Sindical e da Confederação Nacional dos Metalúrgicos. Também integram a organização grupos com militâncias em outras áreas, como a Confederação Nacional das Associações de Moradores, o Laboratório de Educomunicação Comunitária, a Marcha Mundial das Mulheres, a União Nacional dos Estudantes, o Movimento dos Trabalhadores Sem Teto e a União de Negros pela Igualdade, além de entidades provenientes de setores regionais.

Ao longo de seus 25 anos de atuação, o FNDC teve como principais conquistas a aprovação da Lei do Cabo, ainda em 1995³; e a realização da 1ª Confecom (Conferência

³ A lei regulamentou o funcionamento de canais privados no sistema brasileiro de televisão por assinatura e dos canais básicos de utilização gratuita (comunitários, legislativos, universitários e educativo-culturais), trazendo alternativas ao setor. Desde a Assembleia Nacional Constituinte, essa foi a mais importante mobilização que reuniu a sociedade civil, as empresas de radiodifusão e o Congresso Nacional para discutir o tema da comunicação, o que demonstrou a capacidade do movimento pela democratização da mídia em se organizar e influenciar as políticas do setor. Para especialistas, um dos legados da Lei do Cabo foi a criação dos canais legislativos.

Nacional de Comunicação), em 2009⁴. Apesar de tais avanços obtidos, o aspecto central e que pode ser aproximado do campo folkcomunicacional é a promoção de uma série de debates não contemplados nos veículos hegemônicos de comunicação, cobrando a execução de políticas públicas para a comunicação.

Em 2001, após quase desaparecer, a entidade retorna, passando a usar as potencialidades da internet – o site oficial é o www.fndc.org.br – para divulgar as ações do grupo. São exemplos recentes dessas atividades a produção de um *clipping* diário encaminhado aos e-mails de usuários cadastrados no site, com informações, análises e críticas sobre os temas relacionados às comunicações, em especial com contestações e visões alternativas à mídia dominante.

Da mesma forma que os segmentos sociais subalternos analisados pelas abordagens folkcomunicacionais buscam mecanismos próprios para expressarem suas crenças, valores e ideias, o fórum tem buscado meios próprios para lançar suas ações, como a consulta pública sobre o marco regulatório da comunicação, a proposta de um projeto de iniciativa popular da Mídia Democrática e as campanhas “Para expressar a liberdade” e “Calar jamais”⁵.

Essas atividades foram adotadas pelos grupos pró-democratização após a Confecom por conta da dificuldade em conseguir mudanças junto ao governo. Conforme Bia Barbosa, secretária-executiva do FNDC, entre os fatores que dificultam a democratização da mídia e a transformação das propostas em políticas públicas para a área no país estão: a falta de vontade política dos governos em pautar o tema; o boicote da mídia hegemônica e a ausência de compreensão da sociedade de que a comunicação é um direito.

Eu acho que quando a gente junta uma falta de vontade política do governo federal com um mercado altamente contrário a que esse debate avance, deformando a opinião pública da sociedade, e uma falta de consciência da população em geral, porque historicamente ela nunca foi informada de que ela tem direito à comunicação e a uma mídia plural e democrática e que isso é considerado algo basilar de qualquer sociedade democrática. Quando você tem a carência dessa percepção, a sociedade não reivindica esse direito como tal e aí fica mais difícil fazer esse cenário, esse contexto se transformar. (BARBOSA, 2017, entrevista concedida ao autor).

⁴ Neste caso, além da capacidade de mobilização do movimento em si, que desencadeou a realização do evento, merece ser enfatizada a participação ativa de outros atores fora do campo da comunicação na conferência setorial.

⁵ Mais informações sobre essas ações podem ser encontradas no site <<http://www.fndc.org.br>>.

Com a ênfase de dar voz a segmentos da sociedade civil, o movimento pela democratização da comunicação trouxe para o debate público a dimensão pública das atividades de comunicação, demonstrando que os cidadãos podem ser protagonistas e reivindicar direitos nessa área também, além da saúde, educação e tantas outras.

Ausentes da mídia hegemônica, essas informações produzidas acerca do que seriam caminhos para democratizar os meios de comunicação no país permitem ao público o acesso a informativos variados sobre a causa do movimento social, o que contribui para a ampliação da veiculação de conteúdos alternativos.

Os atores da sociedade civil e a disputa por políticas públicas na área

Nos estudos de políticas públicas, os atores são comumente definidos como os indivíduos, grupos ou organizações que desempenham um papel na arena política (SECCHI, 2013). Segundo Howlett, Ramesh e Perl (2013), uma miríade de atores influencia na definição de políticas públicas. Neste sentido:

Os atores relevantes em um processo de política pública são aqueles que têm capacidade de influenciar, direta ou indiretamente, o conteúdo e os resultados da política pública. São os atores que conseguem sensibilizar a opinião pública sobre problemas de relevância coletiva. São os atores que têm influência na decisão do que entra ou não na agenda. São eles que estudam e elaboram propostas, tomam decisões e fazem que intenções sejam convertidas em ações (SECCHI, 2013, p. 99).

Nas políticas públicas de comunicação no Brasil, nota-se a existência de um quadro reduzido de atores de relevância na definição das diretrizes para o setor ao longo da história. A literatura sobre o tema permite-nos apontar o empresariado da radiodifusão (setor comercial), o governo e a sociedade civil organizada como os segmentos principais.

Liedtke (2003) afirma que, em alguns momentos, o Estado cede às pressões dos movimentos sociais, mediante a formulação de leis conjunturais que alteram a regulamentação dos meios, em determinados períodos de interlocução com a sociedade civil. No entanto, segundo o autor, essas situações são exceções e não chegam a representar uma política democrática de comunicação.

Tomando como base que “os atores interagem, alocam recursos, constroem coalizões e resolvem conflitos em um cenário político” (SECCHI, p. 99), vê-se que no panorama brasileiro há prevalência do empresariado e do governo na orientação das políticas para a área.

Esses aspectos são evidenciados em diversos momentos da luta pela democratização da comunicação, tendo em vista a dificuldade do movimento social em obter avanços nas pautas democratizantes para a mídia. A concentração do setor e a permanência de políticas governamentais que não enfrentaram os monopólios da mídia são indicadores desse desafio.

Por sua vez, os atores da sociedade civil têm desempenhado ações em torno do interesse coletivo, com propostas de transformações no setor. É por meio desses grupos subalternos que surgem ideias alternativas à mídia hegemônica, bem como espaços sociais que colocam a mídia no centro dos debates, buscando levar aos cidadãos a conscientização sobre o direito à comunicação e de exigência de políticas públicas para a área.

Logo, “as organizações da sociedade civil contribuem em um processo de compartilhamento de conhecimentos e frames cognitivos, para melhor compreensão dos contornos e obstáculos das políticas públicas” (SECCHI, 2013, p. 16).

Ao analisarem o conjunto de atores políticos que exercem alguma influência sobre os processos e outcomes de uma política pública, Howlett, Ramesh e Perl (2013) optam por situar a sociedade civil como grupos de interesse. Desta forma, enquanto as decisões políticas são tomadas pelo governo e são implementadas pelo Executivo e sua burocracia, grupos organizados que advogam os valores sociais de seus membros podem exercer influência considerável na política pública.

Ainda conforme os autores, os impactos políticos dos grupos de interesse na formulação e na implementação de políticas públicas podem variar de forma considerável, dependendo do seu acesso aos diferentes níveis de recursos organizacionais e de quaisquer das várias causas altruísticas da sociedade civil. (HOWLETT; HAMESH; PERL, 2013).

Embora as articulações do movimento pela democratização enfrentem dificuldades de avanços práticos junto ao governo, o debate propiciado deve ser considerado, como assinala Peruzzo (2013, p. 165):

O significado dessas manifestações no âmbito da sociedade civil no Brasil tem sido relevante, pois elas ajudam gerar uma dinâmica de conscientização política e de mobilização social com força suficiente para mexer com as estruturas políticas e interferir nas políticas públicas para que possam ser condizentes aos interesses das maiorias.

Tendo em vista os embates entre os atores diversos na disputa por espaços nas políticas da área, adquire força a expressão “governança pública”, na qual se verifica a interação horizontal entre os atores estatais e não-estatais no processo de construção de políticas públicas. Esses espaços de cogestão seriam, por assim dizer, instrumentos capazes de trazer modificações em uma área que, há tanto tempo, tem permanecido intocável.

Considerações finais

Pretendeu-se neste trabalho discutir, dentro de uma aproximação com o campo da Folkcomunicação, como o movimento social brasileiro pela democratização da mídia tem atuado e serve de espaço para dar voz aos segmentos marginalizados da sociedade.

Aliados dos circuitos hegemônicos da indústria cultural, os grupos da sociedade civil organizada que debatem a democratização da mídia buscam canais próprios para levar os cidadãos a compreenderem a comunicação como um direito e, deste modo, organizarem-se para reivindicar uma comunicação mais plural e participativa.

Ao longo de sua atuação, o movimento obteve conquistas, mas enfrenta a resistência dos outros atores da área em promover transformações efetivas nos meios de comunicação. Ressalta-se que as parcerias entre os atores, se conduzidas na busca de consensos, poderia acarretar avanços no setor.

Os desafios da área passam, portanto, pela capacidade de o movimento pela democratização da comunicação interferir nas políticas públicas de comunicação, levando o governo a acatar suas demandas, bem como fazer com que as ações consigam alcançar os cidadãos. Uma rede própria de articulações e os instrumentos para promover esse debate e dar voz aos segmentos marginalizados a organização já possui.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: Edipucrs. 2014.

BRITTOS, Valério Cruz; COLLAR, Marcelo Schmitz. Direito à comunicação e democratização no Brasil. In: SARAVIA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna (Orgs). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. p.71-90.

FONTES JUNIOR, João Bosco Araujo. **Liberdades e limites na atividade de rádio e televisão**. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Orgs). **Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

HOWLETT, Michael; RAMESH, M.; PERL, Anthony. **Política pública: seus ciclos e subsistemas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

LIEDTKE, Paulo Fernando. Políticas públicas de comunicação e o controle da mídia no Brasil. **Revista Em tese**, Florianópolis, v.1, n.1, p.39-69, ago-dez, 2003.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus. 2008.

MORAES, Dênis de. Agências alternativas em rede e democratização da informação na América Latina. In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. Rio de Janeiro: Faperj, 2013. p.103-144.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

_____. Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. **Contemporanea**, Salvador, v. 11, n.1, jan/abr. 2013. p.138-158.

SECCHI, Leonardo. **Políticas públicas**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SOUZA, Marcio Vieira. **As vozes do silêncio: o movimento pela democratização da comunicação no Brasil**. Florianópolis: Diálogo, 1996.

WOITOWICZ, Karina Janz. Grupos marginalizados. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Orgs). **Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. p. 59-63.

Artigo recebido em: 08/05/2017

Aceito em: 04/06/2017

Construção dos discursos jornalísticos sobre o patrimônio cultural: uma análise do caso da Praça Cívica de Goiânia¹

Déborah Machado Gouthier²

RESUMO

O artigo visa analisar a construção do discurso apresentado pelo jornal O Popular, ao longo do ano de 2015, nas estórias publicadas sobre a Praça Cívica de Goiânia (GO) e a obra de requalificação urbana pela qual o local passava. A proposta é de que, a partir de uma abordagem integrada, seja possível compreender se e como a imprensa promove as discussões a respeito do patrimônio cultural, tendo como estudo de caso um espaço público que, além de patrimônio protegido em âmbito federal pelo Iphan, é também entendido como espaço de folkcomunicação, enquanto principal marco urbano e simbólico da capital goiana.

PALAVRAS-CHAVES

Jornalismo; patrimônio cultural; Praça Cívica; Goiânia; O Popular.

Construction of the journalistic discourses about cultural heritage: an analysis of the case of the Civic Square of Goiânia

ABSTRACT

This article aims to analyze the construction of the discourse presented by the newspaper O Popular, during 2015, in the published stories about the Civic Square of Goiânia (GO) and the works of urban requalification in the place. Based on an integrated approach, the proposal is to understand if and how the press promotes discussions about cultural heritage, taking as a case study a public space which is protected as cultural heritage at federal level by Iphan and

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O artigo foi desenvolvido como parte de uma pesquisa mais ampla, consolidada na dissertação intitulada “Comunicação e preservação do patrimônio cultural: a Praça Cívica de Goiânia entre afetos e estórias de jornal”, apresentada pela autora no âmbito do Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

² Jornalista e mestre em Preservação do Patrimônio Cultural. E-mail: dehgouthier@gmail.com.

is also understood as a space of folkcommunication, as this is the main urban and symbolic landmark of the capital of Goiás.

KEY-WORDS

Journalism; cultural heritage; Civic Square; Goiânia; Iphan.

Introdução

Com a proposta de discutir a comunicação como possível agente de preservação do patrimônio cultural brasileiro, a presente análise aborda o caso específico da Praça Cívica de Goiânia, a partir da construção do discurso jornalístico publicado pelo jornal O Popular. É preciso destacar, sobretudo, que a pesquisa aqui empreendida entende o jornalismo enquanto construção social, partindo da perspectiva da teoria interacionista.

Concordamos com Traquina (2012) quando afirma que a conceituação das notícias como estórias “dá relevo à importância de compreender a dimensão cultural” das mesmas (TRAQUINA, 2012, p.172). Assim, escolhemos trabalhar com o caso específico das estórias jornalísticas sobre a Praça Cívica, analisando o tratamento dado pela mídia local à obra de requalificação urbana realizada naquele que, além de um patrimônio cultural protegido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), também é tido como principal espaço público e marco da cidade e, por isso, passível de ser entendido como importante espaço de folkcomunicação, no sentido de que reúne e intercambia elementos da cultura de massa e da cultura popular.

A Praça Cívica

Goiânia foi fundada em 24 de outubro de 1933, durante o governo provisório de Getúlio Vargas e dentro da política conhecida como Marcha para Oeste, que pretendia acelerar o desenvolvimento e a ocupação da região do Centro-Oeste do Brasil. Sob a justificativa de melhores condições de modernização e crescimento para Goiás, o então interventor federal Pedro Ludovico Teixeira encabeçou a construção de uma cidade, planejada para ser capital estadual e cujo projeto foi desenvolvido pelo arquiteto e urbanista Atílio Côrrea Lima. De acordo com ele (LIMA, 1935), a nova capital teria seu centro cívico disposto

na parte mais alta da cidade, configurando os edifícios administrativos em torno de uma praça, que veio a se chamar Praça Cívica.

A proposta do urbanista para a Praça era torná-la o principal espaço público de Goiânia – não satisfazendo só o tráfego gerado pela centralidade e ponto de convergência das avenidas, mas, principalmente, atendendo também as demonstrações cívicas. “Pela sua amplitude, deverá atrair, nos dias festivos da nação, o povo, despertando atitudes cívicas.” (LIMA, 1937 apud IPHAN, 2010, p. 170). A proposta de espaço público, aqui, retoma a ideia conceituada por Habermas (2003) e desenvolvida por Queiroga e Benfatti (2007) no campo do urbanismo, colocando-o não apenas como suporte físico, mas como espaço onde se realizam as ações da esfera pública.

Atualmente, a Praça é tombada pelo Iphan como principal elemento do traçado urbano de Goiânia. O tombamento³ inclui 22 bens, sendo 12 deles constituintes do chamado Conjunto da Praça Cívica⁴, que inclui edifícios institucionais e mobiliário urbano.

Em fevereiro de 2015 foi iniciada uma obra de requalificação urbana da Praça Cívica, hoje oficialmente denominada Praça Pedro Ludovico Teixeira. Conduzida pela Prefeitura Municipal, com projeto oferecido pelo Governo Estadual, e aporte financeiro de R\$ 12,5 milhões do Governo Federal, via PAC Cidades Históricas⁵, a intervenção tem como mote principal a proposta de “devolver a praça para as pessoas”. Isso se justifica pelo fato de que, nos últimos anos, ela havia se afastado do uso proposto pelo urbanista Atilio Côrrea Lima, funcionando como um grande pátio de estacionamento, que não só escondia suas características urbanísticas e arquitetônicas, mas que também impedia seu uso como espaço simbólico de lazer e convivência na cidade.

³ Processo de Tombamento nº 1500-T-02. Dossiê de Tombamento do Acervo arquitetônico e urbanístico de Goiânia, aprovado pelo Conselho Consultivo do IPHAN em 11 de dezembro de 2002.

⁴ O Conjunto da Praça Cívica, conforme apresentado no dossiê de tombamento, inclui: coreto, fontes luminosas, obeliscos com luminárias, Fórum e Tribunal de Justiça (atual Procuradoria Geral do Estado), Departamento Estadual de Informação (atual Museu Zoroastro Artiaga), Palácio das Esmeraldas, Delegacia Fiscal (futura sede do Iphan/GO), Chefatura de Polícia (atual Subsecretaria Estadual de Cultura), Secretaria Geral (atual Centro Cultural Marieta Telles) e Tribunal Regional Eleitoral. Além deles, também inclui a Residência de Pedro Ludovico (atual Museu Pedro Ludovico) e a Torre do Relógio. Estes dois últimos, por sua vez, não se encontram diretamente na Praça, mas em sua poligonal de entorno.

⁵ Em 2013, o Governo Federal criou uma linha do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) exclusiva para os sítios históricos urbanos protegidos pelo Iphan, dando origem ao PAC Cidades Históricas. Desde então, ele vem sendo implantado em 44 cidades de 20 estados brasileiros, totalizando investimentos de R\$ 1,6 bilhão em obras em edifícios e espaços públicos.

O discurso oficial

O fenômeno da divulgação da obra de requalificação da Praça Cívica na mídia teve algumas características que valem ser observadas. Em primeiro lugar, a obra de requalificação do espaço representou uma parceria intergovernamental. Assim, era de interesse de diferentes atores divulgá-la para a população, de forma atraente e positiva. Os *releases* sobre a questão, portanto, partiram de diferentes frentes: do Iphan, do Governo Municipal e do Governo Estadual, cada um com seus interesses específicos e enfoques distintos diante da ação.

Traquina (2012) e Alsina (2009) explicam a proposta de Molotch e Lester para o processo de negociação constante que é a produção das notícias como um processo interativo entre diversos agentes sociais. Segundo o argumento desses autores, o complexo “xadrez jornalístico” tem como principais peças os promotores das notícias (*news promoters*), os fazedores das notícias (*news assemblers*) e os consumidores das notícias (*news consumers*), identificados respectivamente como as fontes, os jornalistas e a audiência. Para esses autores, transformar um acontecimento em notícia significa dar existência pública a esse acontecimento (Traquina, 2012). Todavia, os chamados promotores das notícias, sejam indivíduos ou coletividades, possuem propósitos diferentes enraizados em suas biografias, culturas e situações específicas e, por isso, geram diferentes necessidades de acontecimentos (Molotch e Lester, 1974/1993, apud Traquina, 2012).

Definida a promoção como a ação de um ator que, ao presenciar uma ocorrência, ajuda a torná-la pública para outras pessoas, Molotch e Lester sublinham primeiro a existência de interesses na promoção de certas ocorrências ou na prevenção de certas ocorrências se tornarem acontecimentos públicos, e a intencionalidade que está por trás de uma parte significativa de acontecimentos (nomeadamente os chamados “acontecimentos de rotina”). (TRAQUINA, 2012, p.187)

Entendendo ainda que os próprios jornalistas, enquanto participantes ativos no processo de produção das notícias, também possuem suas próprias necessidades de acontecimentos, Traquina (2012) conclui que, “nas sociedades *mass-mediatizadas*, o campo jornalístico constitui um alvo prioritário da ação estratégica dos diversos agentes sociais” (TRAQUINA, 2012, p.188), em especial, os do campo político. No caso da obra de requalificação da Praça Cívica de Goiânia, a combinação de interesses entre as três esferas

(federal-estadual-municipal) enquanto promotores daquele acontecimento como notícia gerou uma grande repercussão do assunto, em especial quando do lançamento da obra e da divulgação das primeiras informações a seu respeito.

A Prefeitura Municipal chegou a organizar, em 02 de fevereiro de 2015, uma solenidade para a assinatura da ordem de serviço da obra de requalificação da Praça Cívica, onde recebeu diversos representantes da imprensa local, políticos e representantes das três esferas de governo, gerando grande repercussão na mídia. Meses mais tarde, em outubro, apesar de a obra ainda não ter sido totalmente concluída, o Governo Municipal manteve a proposta anunciada anteriormente e recebeu a população no local, em evento em comemoração ao aniversário de Goiânia e entrega da Praça Cívica requalificada, gerando um novo *boom* das estórias jornalísticas a respeito. Além desses dois momentos de maior impacto, a Praça continuou sendo noticiada em diversas ocasiões ao longo de 2015, em matérias relacionadas à sua história, ao andamento da obra e a outros assuntos pontuais, como veremos adiante.

Em todos esses momentos, é possível notar que a Administração Municipal procurou manter uma linha de coerência em seu discurso, na qual afirmava estar “devolvendo a praça para as pessoas”. Era esse o mote da obra de requalificação: alguns transtornos com a obra, o fim do estacionamento no local, mas tudo em prol de uma retomada daquele espaço como público, como ponto de convergência da cidade, como velho/novo local de entretenimento e lazer. Essa ideia foi difundida nos *releases* institucionais divulgados e reproduzida pela imprensa local, por meio de estórias tais como: “A praça dos carros volta ao povo”, publicada no jornal O Popular de 03/02/15, para anunciar o início e as intenções da obra; e “Praça Cívica volta a ser da população”, reportagem desse mesmo jornal, em edição de 25/10/15, quando da entrega parcial da obra.

O discurso jornalístico

Durante todo o ano de 2015, foram realizados *clippings* diários do que era publicado nos jornais impressos e online de Goiás a respeito da Praça Cívica. Foram compiladas, portanto, 80 estórias jornalísticas veiculadas por oito jornais locais (O Popular, Jornal Opção, A Redação, O Hoje, Diário da Manhã, G1 Goiás, Tribuna do Planalto e Diário de Goiás). No entanto, a fim de conduzir uma discussão mais aprofundada sobre o discurso da imprensa

naquele momento, entendemos a necessidade de um recorte específico que permitisse uma metodologia de abordagem integrada, como o fez Braga (2002), ao aliar análise de texto e contexto; conteúdo e discurso. Separá-los, segundo Mouillaud (2002), gera uma dicotomia que pode ser errônea quando se avalia um jornal, já que essas abordagens não se excluem, mas complementam. Para esse recorte, optamos então pela análise integrada das histórias publicadas em O Popular – em suas versões online e impressa.

A escolha por esse veículo se justifica por algumas razões: 1) esse foi o jornal que publicou a maior quantidade de histórias sobre a praça ao longo do período aqui analisado; 2) é também o veículo de maior destaque no Estado de Goiás, além de ser o único (entre os destacados aqui) listado pela ANJ na lista dos maiores do país; 3) foi o veículo com a maior quantidade de produções de reportagens sobre o tema, mobilizando recursos, equipe, empenho e intenção em torno da questão.

O *clipping* da Praça Cívica no jornal O Popular em 2015 possui 44 histórias, sendo oito do gênero opinativo e 36 do gênero informativo. Todavia, limitando a abordagem ao discurso jornalístico em si, optamos por delimitar nossa análise aos textos informativos – listados no Anexo I. A partir da distribuição das histórias ao longo do ano de 2015, pudemos traçar, em linhas gerais, uma espécie de linha do tempo das principais temáticas para as publicações do referido jornal:

- janeiro: anúncio da obra de requalificação;
- fevereiro: início da obra;
- maio: demolição do prédio da antiga prefeitura (o “caixotão”);
- agosto: conclusão de metade da obra e anúncio de data para a entrega;
- outubro: transferência de monumento de Pedro Ludovico e entrega parcial da obra no aniversário da cidade;
- novembro: informa que a revitalização completa do espaço fica para 2016.

Outro aspecto bastante notável é de que entre as 36 histórias analisadas, 24 foram publicadas na editoria de Cidades e 12 na de Política, sendo dez destas dentro da coluna Giro, que trabalha com notas sobre política e a cidade. Apesar de só alguns dos textos opinativos terem sido enquadrados no caderno de Cultura do jornal (intitulado Magazine), entendemos que a própria ideia de “resgate” de um espaço e de seu uso é uma referência direta à cultura e

aos modos de vida da população goianiense, o que nos leva a concluir que essas temáticas acabam se fundindo entre as editorias.

Também podemos destacar que quatro entre as cinco notas publicadas exclusivamente em meio digital possuíam a clara função de antecipar a estória que seria publicada na edição impressa do jornal do dia seguinte, mais extensa e apurada. Essa possibilidade de publicá-las antecipadamente na edição online atende aos critérios de imediatismo no jornalismo e proporciona maiores chances de furo jornalístico.

Outro fator relevante nessa análise é a predominância das fontes oficiais, principalmente relacionadas à Prefeitura Municipal. Segundo Traquina (2012), qualquer pessoa pode ser uma fonte de informação e um dos aspectos principais do trabalho jornalístico é o cultivo dessas fontes. Todavia, é necessário lembrar que elas são, necessariamente, pessoas interessadas – seja em mostrar ou em esconder alguma informação (Mouillaud, 2002). Assim, para “avaliar a fiabilidade da informação, os jornalistas utilizam diversos critérios na avaliação das fontes, nomeadamente 1) a autoridade; 2) a produtividade; e 3) a credibilidade.” (TRAQUINA, 2012, p.193). Tais critérios justificam a predominância das fontes oficiais também no caso específico da Praça.

Devido a esses critérios é fácil compreender que as fontes oficiais correspondem melhor do que as outras às necessidades organizativas das redações. As fontes oficiais acabam por assumir uma credibilidade adquirida com o tempo e com a rotina. Se a credibilidade da “estória” não pode ser rapidamente confirmada, o jornalista procura basear-se na credibilidade da fonte, na sua honestidade. (TRAQUINA, 2012, p.194)

Bourdieu (1997, apud Traquina, 2013) afirma que os jornalistas possuem óculos particulares, por meio dos quais veem ou deixam de ver as coisas, operando uma seleção e, então, uma construção daquilo que é selecionado. Para além da escolha das fontes, a já referida linha do tempo das publicações nos mostra a importância da ação do jornalista enquanto parte ativa nessa construção, quando nos apresenta alguns dos acontecimentos que foram enxergados pelas lentes dos jornalistas e transformados em notícias, a partir de critérios (valores-notícia) tais como proximidade, relevância, novidade, notabilidade, visualidade, concorrência, conflito, entre outros (Traquina, 2013). Assim, além do início e da entrega parcial da obra da Praça Cívica, a imprensa escolheu destacar dois momentos: a demolição do Palácio das Campinas e a transferência da estátua de Pedro Ludovico.

O primeiro caso se trata do edifício que abrigava a antiga sede da Prefeitura Municipal e foi demolido durante as intervenções na Praça - apesar de não fazer parte do projeto inicial da requalificação. Em seu lugar, foi inserida uma instalação do artista plástico goiano Siron Franco. A alteração foi proposta pela Câmara de Vereadores e custeada pela Prefeitura gerando repercussão na imprensa, sendo oito estórias publicadas pelo jornal O Popular sobre o assunto: uma nota na coluna Giro (05/02/15), as notas “Palácio das Campinas será demolido” (21/05/15) e “Cmeis receberão telhas de prédio” (28/05/15), as reportagens “Antiga prefeitura será demolida” (22/05/15), “Barracão dá lugar à arte” (23/05/15), “Acaba demolição do “caixotão”” (09/06/15) e “Obra de Siron fora do orçamento para a Praça Cívica” (07/07/15), além da fotorreportagem “O último adeus ao “caixotão”” (30/05/15). Já o segundo caso faz referência à estátua do antigo interventor e fundador de Goiânia, Pedro Ludovico Teixeira em seu cavalo. De autoria da artista plástica Neusa Moraes, a obra vinha de um polêmico histórico que se encerrara, anos antes, com sua instalação na parte externa da Praça Cívica, junto ao Centro Administrativo Estadual. A polêmica foi então retomada quando de sua transferência para o anel interno da Praça. Foram então publicadas por O Popular a nota “Estátua de Pedro Ludovico Teixeira é levada para Praça Cívica” (03/10/15) e as reportagens “O passeio de Pedro Ludovico” (04/10/15), “Altura de estátua de Pedro Ludovico vira nova polêmica” (14/10/15), “Esboços revelam ideia original” (20/10/15).

Enquanto o início e o fim da obra são acontecimentos relativamente previsíveis do ponto de vista da noticiabilidade, esses dois momentos específicos envolvem outros conjuntos de valores-notícia passíveis de serem trabalhados pela imprensa. Segundo Wolf (2003), tais valores funcionam de forma dinâmica e complementar: são as diferentes relações e combinações entre os valores-notícia que estabelecem a seleção de um fato como notícia. Para o autor, esses critérios vão estar presentes ao longo de todo o processo de produção jornalística - da seleção à construção do texto em si, como guias do trabalho do jornalista. Destacamos aqui ainda duas das estórias de O Popular: “Reforma tira Joaquim da praça” (07/02/15) e “Eternizados na história da capital” (03/04/15). Ambas as reportagens rendem exemplos de personalização e dramatização, nos termos dos valores-notícias elencados por Traquina (2013). O autor português explica:

A lógica é a seguinte: quanto mais personalizado é o acontecimento, mais possibilidades tem a notícia de ser notada, pois facilita a identificação do acontecimento em termos “negativo” ou “positivo”. Por personalizar, entendemos valorizar as pessoas envolvidas no acontecimento: acentuar o fator pessoa. (...) Inúmeros estudos sobre o discurso jornalístico apontam para a importância da personalização como estratégia para agarrar o leitor porque as pessoas se interessam por outras pessoas. Outro valor-notícia de construção é a dramatização, que figura na lista de valores-notícia de Ericson, Baranek e Chan. Por dramatização entendemos o reforço dos aspectos mais críticos, o reforço do lado emocional, a natureza do conflitual. (TRAQUINA, 2013, p.89)

Desse modo, quando o jornal anuncia que a reforma da Praça Cívica é culpada pelo despejo de um idoso de 90 anos está instigando o lado emocional do público leitor, instaurando um conflito que questiona mesmo a proposta da obra: será mesmo positiva uma intervenção que promove esse tipo de atitude? No entanto, ao longo do texto, o leitor descobre que a trajetória de 65 anos de trabalho de Joaquim na Praça, como comerciante, será sim interrompida pela obra, mas que mesmo ele é favorável à requalificação do espaço, diante do abandono e das más condições em que se encontra. Dramatização e personalização combinados. Já no segundo caso, das “estátuas vivas”, temos a história dos três homens que serviram de modelos para a escultora Neusa Moraes criar os esboços para a obra que seria o Monumento às Três Raças, hoje ponto central da Praça Cívica e um dos símbolos de Goiânia. O monumento foi inaugurado em 1967 e as identidades dos modelos foram reveladas em reportagem do mesmo jornal em 2003. A estória publicada em 2015 visa, no entanto, recontar a história dos três personagens, agora conduzidos pela obra de requalificação como os homens por trás do monumento, a própria personalização do cartão-postal da cidade.

Uma análise quantitativa dos textos aqui coletados também pode trazer à tona alguns aspectos relevantes para a compreensão do discurso jornalístico sobre a Praça. Para isso, a pesquisa traçou a frequência de algumas palavras ao longo das 36 estórias publicadas sobre a Praça Cívica no jornal O Popular durante o ano de 2015. Dentro da nossa frente de análise foram escolhidos vocábulos com relevância para a discussão sobre o patrimônio cultural, tais como “patrimônio”, “cultura”, “tombamento” e “Iphan”; vocábulos relativos à questão da obra e a Praça Cívica, tais como “praça”, “PAC”, “cidade”, “pessoas”; e mesmo as terminologias que buscam definir a intervenção, tais como “requalificação”, “restauração” e “revitalização”. Ao todo foram 35 palavras contabilizadas em todos os textos e relacionadas conforme sua ocorrência (listadas no Anexo II).

Nesse quantitativo podemos constatar, sobretudo, a ocorrência do vocábulo “praça”, encontrado 223 vezes ao longo das 36 estórias analisadas. Isso comprova a hipótese de que a Praça Cívica esteve em grande exposição midiática durante o ano em análise. Em seguida, entre as palavras por nós listadas, as mais recorrentes são “obra” (e seu plural, “obras”), com 115 menções; “prefeitura”, com 50 menções; “monumento” (e seus derivados: “monumental”, “monumentalidade” e “monumentos”), com 43 menções e “cidade” (e seu plural, “cidades”), mencionada 39 vezes. Destacamos ainda a ocorrência da palavra “Iphan” 25 vezes e da palavra “patrimônio” apenas duas. Em contrapartida, temos a ocorrência da palavra “estacionamento” (e seu plural, “estacionamentos”) por 35 vezes e da palavra “carro” (e seu plural, “carros”) 32 vezes.

Apesar de, aparentemente, tratarem de questões distintas, essa notável diferença na menção dos temas “estacionamento” e “patrimônio” comprova o que Traquina (2013) chamou de abordagem jornalística orientada para o acontecimento (nesse caso, o fim das vagas de estacionamento na Praça), como oposição à abordagem orientada para as problemáticas (nesse caso, a questão patrimonial que envolve a temática da Praça).

Controlados pelo relógio, dedicados ao conceito de atualidade, obcecados pela novidade, os jornalistas estão permanentemente envolvidos numa luta (aparentemente perdida) de reagir aos (últimos) acontecimentos. A abordagem das problemáticas requer mais recursos para elaborar a cobertura de algo não definido no espaço e no tempo. Requer, ironicamente, muitas vezes, o subterfúgio do tempo para ligar a problemática à atualidade. (TRAQUINA, 2013, p.113).

Assim, temos o caso da Praça Cívica, onde é muito mais prático (e rápido) para o jornalista ter que lidar com os acontecimentos que estão ali, postos à frente de seus olhos do que com as problemáticas e contextos, como é o caso do patrimônio cultural. Com o início da obra e a proibição do estacionamento no local, os carros saem dali e vão para onde? - não por acaso, é esse o primeiro impacto da obra de requalificação da Praça, reforçado em trechos como: “Fim do estacionamento será a principal mudança. Recursos vieram do PAC Cidades Históricas” e “Cerca de mil carros passarão a disputar vagas de estacionamento” –

respectivamente, subtítulo e intertítulo da primeira reportagem publicada sobre o assunto em O Popular (“Obras começam segunda-feira”, de 31/01/15). Algum sentido de identidade e pertencimento começa a ser superficialmente lembrado a partir da proposta divulgada pela Prefeitura Municipal e o título que se segue à solenidade de assinatura do início da obra é: “A praça dos carros volta ao povo” (03/02/15). Dias depois, mais abordagem para o acontecimento, com “Cresce flagra de veículo parado em local proibido” (10/02/15) e “Vale tudo para estacionar o carro” (17/04/15).

Por fim, destacamos também a forte incidência do termo “monumento” e os vocábulos dele derivados (“monumentalidade”, “monumental” e “monumentos”), citados 43 vezes nos textos analisados. A nosso ver, isso demonstra que ainda prevalece uma cultura de valorização da materialidade e da ideia de monumento enquanto patrimônio cultural, como demonstra Fonseca (2009):

A imagem que a expressão “patrimônio histórico e artístico” evoca entre as pessoas é de um conjunto de monumentos antigos que devemos preservar, ou porque constituem obras de arte excepcionais, ou por terem sido palco de eventos marcantes, referidos em documentos e em narrativas de historiadores. Entretanto, é forçoso reconhecer que essa imagem, construída pela política de patrimônio conduzida pelo Estado por mais de sessenta anos, está longe de refletir a diversidade, assim como as tensões e os conflitos que caracterizam a produção cultural do Brasil, sobretudo a atual, mas também a do passado. (FONSECA, 2009, p.59)

A própria questão do patrimônio intangível (ou imaterial) e as mudanças mais recentes nas políticas de patrimônio cultural⁶ em seu favor vêm interessadas na ampliação dessa noção de patrimônio, agora como “repertório de bens, ou “coisas”, ao qual se atribui excepcional valor cultural, o que faz com que sejam merecedores de proteção por parte do poder público” (FONSECA, 2009, p.66). Entretanto, essa ideia da conservação do que é físico ou material (centrada na própria noção de tombamento⁷) ainda é reforçada em diversos aspectos, que vão desde a configuração da Praça Cívica, que dá destaque e centralidade às grandes obras e

⁶ Podemos salientar, como a mais relevante delas, a própria mudança legal, já que a Constituição Federal de 1988 alarga o conceito de patrimônio cultural, abarcando tanto os bens de natureza material quanto os de natureza imaterial.

⁷ “Tombamento é um instrumento jurídico criado por lei federal – Decreto-lei nº 25 de 1937 (DL 25/37) – que tem por objetivo impor a preservação de bens materiais, públicos ou privados, aos quais se atribui valor cultural para a comunidade na qual estão inseridos” (RABELLO, 2015, p.2-3). Ele é a forma mais antiga e consolidada de preservação do patrimônio cultural, tendo sido absorvido pela Constituição Federal de 1988 como um instrumento, entre outros, de preservação.

esculturas, mas também nos discursos construídos pela imprensa, quando aborda esses monumentos enquanto principais marcos da cidade e reforça essa materialidade enquanto símbolo cultural, como podemos nitidamente perceber em: “Eternizados na história da capital” (03/04/15); “O passeio de Pedro Ludovico” (04/10/15); e “De volta ao monumental” (22/10/15).

A primeira estória, como já foi apresentado, apresenta os três homens que serviram de modelos para a escultora Neusa Morais, responsável pelo Monumento às Três Raças, “dedicado aos trabalhadores anônimos que construíram Goiânia e um dos símbolos da capital” ou “principal marco da Praça Cívica”, como define a reportagem. Entretanto, em nenhum momento a estória promove a discussão sobre esses tais trabalhadores ou ainda sobre o fato de que os três modelos não representam a diversidade racial, como é possível ver nas fotos que ilustram a reportagem.

Na segunda estória destacada, temos a cobertura jornalística da transferência da estátua de Pedro Ludovico em seu cavalo, também já citada por nós. Por si só trata-se de uma reportagem curta e simples, apesar da ideia quase lúdica proposta pelo título e pela imagem da grandiosa estátua entre carros e ônibus, como se estivesse de fato passeando pela cidade. Mas vale lembrar que o assunto foi repercutido pelo jornal em uma nota publicada em sua versão digital no dia anterior (“Estátua de Pedro Ludovico Teixeira é levada para Praça Cívica”, de 03/10/15) e outras duas reportagens, que reforçam a discussão em torno da altura e posicionamento da estátua (“Altura de estátua de Pedro Ludovico vira nova polêmica”, de 14/10/15, e “Esboços revelam ideia original”, de 20/10/15). Altura e proporção, aspectos técnicos e estéticos são colocados em pauta, mas nenhuma discussão sobre a história de Pedro Ludovico e seu cavalo, sua relação com a cidade ou com a Praça Cívica.

Na terceira estória, a associação com o monumento e a materialidade está estampada desde o título. A reportagem tem grande relevância, pois antecede a entrega parcial da obra e pretende mostrar seus resultados. Logo, pelo título, temos que o resultado principal foi a volta a um estado visto como “monumental”. O texto faz referência às propostas do arquiteto e urbanista Atílio Côrrea Lima para Goiânia e afirma que “depois de anos utilizada como um grande estacionamento, a Praça Cívica está retomando sua monumentalidade”. Essa monumentalidade começa, então a ser descrita: o conjunto arquitetônico em art déco tombado pelo Iphan, as avenidas, uma grande escadaria, tipos de revestimento e de granito, o

Monumento às Três Raças, as novas árvores, as pedras portuguesas, e afirma: “O objetivo maior, de fazer com que a população se apodere do espaço para seu lazer e contemplação, como era antigamente, deve ser atingido.” Como se tipos de piso e réplicas de luminárias originais dos anos 1930 fossem o suficiente para que uma população se aproprie do que já é dela.

Conclusão

A análise das estórias publicadas em O Popular ao longo de 2015 revela uma parte significativa do discurso construído pela imprensa goiana sobre a Praça Cívica, abordada como espaço central da cidade e que agora, após uma grande intervenção urbanística, é “devolvida a seus verdadeiros donos”: o povo. Conforme pudemos avaliar do discurso jornalístico, essa devolução se deve, sobretudo, às mudanças estéticas e estruturais: a restrição aos carros, a inserção dos monumentos, o calçamento de pedras portuguesas, etc. Todavia, concluímos também que a imprensa falha quando constrói seus discursos voltados apenas para os acontecimentos, deslocando-os dos contextos e problemáticas. Falha, quando perde seu caráter polifônico, de espaço plural e caminho para a discussão. Falha, ainda, quando deixa de lado a reflexão sobre o que faz daquela Praça, de fato, um espaço público, um símbolo de civismo, um lugar.

A compreensão da Praça Cívica como um espaço de folkcomunicação – pois reúne e intercambia elementos da cultura de massa e da cultura popular da cidade de Goiânia, como pudemos ver anteriormente - nos oferece uma alternativa possível aos discursos construídos tradicionalmente pela imprensa, no sentido de ver e ouvir as outras narrativas produzidas ali e que geram sentido de pertencimento e identidade com a comunidade que usufrui daquele espaço como lugar de troca, de lazer, de civismo ou de trabalho.

Reconhecer os discursos produzidos nas conversas das bancas de revista, dos vendedores ambulantes, flanelinhas e dos tantos Seu Joaquim que trabalham na Praça Cívica; nos grafites espalhados pelos muros e cartazes lambe-lambe pelos postes; nos bancos de pedra transformados em cama para dormir; ou nas fotografias de crianças abraçadas às estátuas do Monumento às Três Raças como recordação da cidade, pode ser uma contribuição fundamental da folkcomunicação ao campo do patrimônio, ao valorizar

os diferentes modos através dos quais os grupos sociais se relacionam e produzem a cultura em meio às tensões entre a comunicação de massa e a comunicação popular. Compreende-se, portanto, que reconhecer a existência de múltiplas culturas e identidades é reivindicar o direito à diferença e à singularidade, ainda que se estabeleça o diálogo e a interação entre tradições e referências culturais diversas. (GADINI; WOITOWICZ, 2014, p.3)

Segundo Berdoulay (2012), “da interação entre cultura e espaço emergem lugares que o sujeito constrói enquanto constrói a si mesmo” (BERDOULAY, 2012, p.121), em um processo que envolve seleções e criações de sentidos e narrativas que, por sua vez, também redefinem os lugares. Acreditamos, portanto, que a combinação dessas narrativas, que partem de dentro e de fora da imprensa, mas, sobretudo, da população, será capaz de contar estórias sobre o passado, mas também sobre o futuro, ampliando a noção de patrimônio cultural e preservando-o, como parte constitutiva da identidade.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Tradução: Jacob A. Pierce. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

ANJ. Associação Nacional de Jornais. **A indústria jornalística**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/categoria/a-industria-jornalisticita/jornais-no-brasil/>> Acesso em: jun. 2016.

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

BERDOULAY, Vincent. Espaço e cultura. In: CASTRO, Iná Elias; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (Orgs.). **Olhares geográficos: modos de ver e viver o espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BRAGA, José Luiz. Questões metodológicas na leitura de um jornal. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2ª ed. p. 321-334. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

FONSECA, Maria Cecília Londres. Para além da pedra e cal: por uma concepção ampla de patrimônio cultural. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mário (Orgs.). **Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos**. 2ª ed. p.59-79. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. A produção da cultura no cenário midiático: contribuições da Folkcomunicação para a análise do jornalismo cultural. In: INTERCOM. **Anais. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Foz do Iguaçu, set. 2014.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução: Flávio R. Kothe. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

IPHAN. **Goiânia art déco**: acervo arquitetônico e urbanístico – dossiê de tombamento. Goiânia: Instituto Casa Brasil de Cultura, 2010.

LIMA, Atílio Côrrea. Relatório do urbanista Côrrea Lima. **Plano diretor da cidade**. Acervo Iphan/GO. Campinas (GO): 1935.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal**: da forma ao sentido. 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

QUEIROGA, Eugenio Fernandes; BENFATTI, Denio Munia. Sistemas de espaços livres urbanos: construindo um referencial teórico. **Paisagem e Ambiente**: ensaios - nº 24. Universidade de São Paulo: São Paulo, 2007, p. 81-88.

RABELLO, Sonia. O tombamento. In: REZENDE, Maria Beatriz; GRIECO, Bettina; TEIXEIRA, Luciano; THOMPSON, Analucia (Orgs.). **Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural**. 1ª ed. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2015. (termo chave Tombamento).

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Volume I. 3ª ed. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Volume II. 3ª ed. Florianópolis: Editora Insular, 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 8ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

Anexo I: Listagem das estórias informativas sobre a Praça Cívica, publicadas em O Popular ao longo do ano de 2015

Gêneros informativos		
Formato	Título	Data de publicação
Reportagem	Obras começam segunda-feira	31/jan/2015
	A praça dos carros volta ao povo	03/fev/2015
	Reforma tira Joaquim da praça	07/fev/2015
	Cresce flagra de veículo parado em local proibido	10/fev/2015
	Eternizados na história da capital	03/abr/2015
	Vestígios de outros tempos	09/abr/2015
	Vale tudo para estacionar o carro	17/abr/2015
	Antiga prefeitura será demolida	22/mai/2015
	“Barracão” dá lugar à arte	23/mai/2015
	Acaba demolição do “caixotão”	09/jun/2015
	Obra de Siron fora do orçamento para Praça Cívica	07/jul/2015
	Paulo Garcia vistoria obras da Praça Cívica e do Macambira Anicuns	24/ago/2015
	Metade da obra já foi concluída	25/ago/2015
	O passeio de Pedro Ludovico	04/out/2015
	Altura de estátua de Pedro Ludovico vira nova polêmica	14/out/2015
	Esboços revelam ideia original	20/out/2015
	De volta ao monumental	22/out/2015
	Praça Cívica volta a ser da população	25/out/2015
	Revitalização total fica para abril	25/nov/2015
Coluna (Giro)	Agenda conjunta / Nova praça / Só pedestres	29/jan/2015
	Tirar prédio/ Barracão	05/fev/2015
	Falta de educação	06/fev/2015
	Arte de rua	02/mar/2015
	Desordem na praça	07/abr/2015
	Ordem na praça	08/abr/2015
	Barreira no caminho	08/nov/2015
	Sem permissão	13/nov/2015
	Outra praça / Em obras / Problema continua	17/nov/2015
	Réveillon na praça / Lava as mãos	06/dez/2015
Nota em meio digital	Palácio das Campinas será demolido	21/mai/2015
	Cmeis receberão telhas de prédio	28/mai/2015
	Estátua de Pedro Ludovico Teixeira é levada para Praça Cívica	03/out/2015
	Revitalização do espaço está quase pronta	21/out/2015
	Obra de Siron Franco é instalada na Praça Cívica	21/out/2015
Nota	Anunciada ciclofaixa entre Praça Cívica e T-63	13/set/2015
Fotorreportagem	O último adeus ao “caixotão”	30/mai/2015

Anexo II: Tabela de frequência de palavras

Palavra	Ocorrências
Praça	223
obra, obras	115
Prefeitura	50
monumental, monumentalidade, monumento, monumentos	43
cidade, cidades	39
histórico, históricos, histórica, históricas, história	39*
estacionamento, estacionamentos	35
carro, carros	32
requalificação, requalificada, requalificado	32
centro, central	26
público, públicos	26
Iphan	25
revitalização, revitalizado, revitalizar	23
veículo, veículos	23
restauração, restauradas, restaurado, restaurados, restaurando, restaurar, restaurativa	21
reforma, reformada, reformado, reformas	19
pessoa, pessoas	17
PAC	13
População	11
cultura, culturais, cultural	9*
resgatar, resgate, resgatando, resgatado	9
goianiense, goianienses	8
tombamento, tombada, tombado, tombados, tombou	8
goiana, goiano, goianos	7
Arquitetura	6
Povo	6
Traçado	6
Déco	5
Conjunto	3
Patrimônio	2*
Preservação	2
Reconfiguração	1
Reconstrução	1
Reestruturação	1
Regularização	1

*Nestes itens não se computa a palavra quando ela ocorre em nomes próprios, como Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional ou Secretaria Municipal de Cultura.

Artigo recebido em: 08/05/2017

Aceito em: 10/06/2017

Iniciativas independentes digitais de jornalismo e possíveis contribuições às expressões culturais de grupos marginalizados

Gustavo Panacioni¹

RESUMO

A reflexão proposta é uma derivação do projeto de pesquisa desenvolvido junto ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa que tem como objeto de análise as iniciativas de jornalismo digitais autodenominadas independentes. A reflexão deste artigo parte do objetivo de entender qual a participação dessas iniciativas independentes de jornalismo localizadas em plataformas digitais no processo de preservação e auxílio das expressões culturais de culturas marginalizadas. No aporte teórico são abordados conceitos de cultura hegemônica, supressão de identidades regionais, folclore, grupos marginalizados e o papel do líder de opinião ou, num contexto atualizado, o mediador ativista. Como o objeto empírico utiliza-se a iniciativa independente Amazônia Real e as produções realizadas pela organização.

PALAVRAS-CHAVES

Journalism, Folk Communication, Independent Initiatives, Cultural Expressions.

Independent digital journalism initiatives and possible contributions to the cultural expressions of marginalized groups

ABSTRACT

The proposed reflection is a derivation of the research project developed with the Postgraduate Program Master in Journalism of Universidade Estadual de Ponta Grossa that has as object of analysis journalistic digital initiatives that are self-nominated independent. The reflection of this article is based on the objective of understanding the participation of these independent initiatives of journalism located in digital platforms in the process of preservation and assistance of the cultural expressions of marginalized cultures. In theoretical contribution, concepts of hegemonic culture, suppression of regional identities, folklore,

¹ Mestrando em jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: gustavopanacioni@gmail.com

marginalized groups and the role of the opinion leader or, in an updated context, the activist mediator are approached. As empirical object the independent initiative Real Amazon and the productions realized by the organization are used.

KEY-WORDS

Popular Festivals; Folkcommunication; Sociocultural Photocartography.

Introdução

Um dos desdobramentos que vem ganhando espaço no mercado jornalístico nos últimos anos é o surgimento de iniciativas independentes digitais de jornalismo. Levantamento realizado pelo pesquisador Sérgio Lüdtke, a partir da pesquisa Empreendimentos do Jornalismo Digital Brasileiro, detectou 31 empreendimentos com até dois anos, 22 com idade de três a cinco anos e apenas 12 com mais de 5 anos. Esses 65 empreendimentos são derivados de uma seleção que mapeou 200 iniciativas digitais de jornalismo. Os números dão indício de como a internet e os meios digitais favoreceram o crescimento dessa prática, sobretudo no século XXI, frente às transformações decorrentes no jornalismo.

Este cenário deriva de um mercado em constante mudanças, que também é resultado do aprimoramento dos meios digitais. Os impactos repercutiram também no mercado de trabalho e na cultura profissional do jornalismo. Entre 2012 e junho de 2015, de acordo com dados da Volt Data Lab², foram 3.568 demissões nos veículos de imprensa. Só em 2015, segundo o site Comunique-se³, mais de 1400 jornalistas que atuavam em meios impressos foram demitidos. Os constantes cortes no mercado de trabalho levam os jornalistas a buscarem alternativas no exercício da profissão. Uma dessas alternativas é a criação de sites de jornalismo independentes.

O presente artigo tem por objetivo tentar estabelecer relações entre esses empreendimentos digitais, que se autodenominam independentes, com a preservação de expressões culturais marginalizadas. Com isso a intenção é descobrir ferramentas conceituais nos estudos de Folkcomunicação que dialoguem com iniciativas independentes digitais de

² De acordo com a pesquisa “A conta dos Passaralhos – Um panorama sobre demissões de jornalistas nas redações do Brasil”. Disponível em <<https://medium.com/volt-data-lab/a-conta-dos-passaralhos-953e7e254d4a#.4a42uxzdu>>, acessado em 28 de agosto de 2016.

³ Disponível em [//portal.comunique-se.com.br/](http://portal.comunique-se.com.br/), acessado em 01 de abril de 2016.

jornalismo. Para isso, utilizam-se os estudos sobre mediadores ativistas, derivação da figura do líder de opinião proposta por Luiz Beltrão, e a análise da iniciativa independente de jornalismo investigativo Amazônia Real⁴, dedicada a cobrir assuntos ligados às tribos indígenas da Amazônia e outros problemas ligados à região. Relações de iniciativas independentes de jornalismo contribuindo para a manutenção e preservação de uma identidade local.

O contexto hegemônica cultural e a supressão de identidades regionais

Perceber a realidade midiática em que as culturas estão inseridas atualmente é um contexto necessário para este trabalho. O desenvolvimento dos meios de comunicação nos séculos XX e, principalmente, XXI, agregado aos avanços tecnológicos, juntos tornaram maior e mais rápida a troca de informações entre as diferentes regiões do mundo.

Depois das etapas simbolizadas pela enxada (agricultura) e pela chaminé (indústria), adentramos uma era em que o computador (informação) assume a hegemonia. Vivemos um processo de aceleração histórica em que as noções de *tempo e espaço* adquirem novos significados, ainda não vislumbrados com nitidez (MARQUES DE MELO; KUNSCH, 1998, p. 30).

Deste conceito de novas significações de tempo e espaço é que se pode partir para um entendimento da atuação hegemônica, pela globalização, que influencia as produções e expressões culturais. Um processo que se iniciou com o advento do rádio e televisão, mas que atingiu o ápice com as tecnologias digitais apresentadas no final do século XX e início do século XXI. Computador, internet e todas as variações geradas permitem uma intensificação do sintoma hegemônico. É desses mecanismos, inclusive, que se materializam ainda mais os novos significados de tempo e espaço, pois é a partir da constante globalização da sociedade que surge uma noção de cultura de caráter global, de massa, em que valores, costumes e informações são consumidos por pessoas do mundo inteiro.

A informação que antes necessitava de dias, horas ou minutos, hoje chega de um lado a outro do mundo em questão de segundos. E é dentro dessas condições que uma cultura

⁴ Este artigo, e o objeto empírico apresentado, deriva-se do projeto de pesquisa que se desenvolve na linha de pesquisa 1 - processos de produção jornalística -, do Programa de Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa

midiatizada e de massa se estabelece, contribuindo para um novo conceito, até mesmo, de civilização. Uma sociedade em que “costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na ‘aldeia global’” (SCHMIDT, 2006, p. 98). Estabelece-se um processo de trocas de informações e conhecimentos que possibilitam uma universalização dessa cultura de massa.

O sistema de comunicação de massa é um sistema universal. (...) As necessidades de bem-estar e de felicidade, na medida em que se universalizam no século XX, permitem a universalização da cultura de massa. Reciprocamente, a cultura de massa universaliza essas necessidades. Isso significa que a difusão da cultura de massa não resulta apenas da mundialização de uma civilização nova, ela desenvolve essa mundialização. Despeita as necessidades humanas subdesenvolvidas, mas em toda parte virtuais, contribuir para a expansão da nova civilização (MARQUES DE MELO; KUNSCH, 1998, p. 32).

Mas ao mesmo tempo em que há uma certa identificação universal de civilização mundial, também há, automaticamente, uma supressão das culturas regionais e locais. Essa cultura de massa e todas as expressões pertencentes à lógica midiática e global consolida uma produção que acaba por sobrepor e enfraquecer a expressão cultural local de diferentes partes do mundo. São opções de tecnologias inovadoras “que destroçam as fronteiras físicas entre as nações expondo os indivíduos a uma cultura mundializada que pode minar pela base as identidades nacionais ou regionais” (MARQUES DE MELO; KUNSCH, 1998, p. 18). Os meios de comunicação caracterizam-se como um dos meios de mediação na difusão da cultura de massa. Torna-se, então, uma cultura não só mundializada como também midiaticizada e que, conseqüentemente, estão condicionadas a uma lógica mercadológica pelas quais os meios de comunicação são fundamentados. As estratégias comerciais intensificam a proposta hegemônica e global de cultura, já que existem mediações que obedecem a objetivos capitalistas “graças ao aparecimento de um conjunto econômico que objetiva apoderar-se de todas as manifestações da vida humana” (SCHMIDT, 2006, p. 89). As referências para esse processo podem também ser entendidas pelo conceito de “conhecimento alienígena”, que contribui para a apropriação deste contexto imposto pela mídia internacional.

Esse conhecimento alienígena pode ser visto como aquele hegemônico, situado no Norte epistemológico, dominante, quer seja científico ou mercantilista, cujos referenciais históricos e contextos da produção da invisibilidade dos

conhecimentos tradicionais e do campo do senso comum, considera estes como de fora do berço da verdade do conhecimento, por falta da metódica quantificação e comprovação com base nas estatísticas e confirmações laboratoriais ou fora do cerco das produções de massa ou eliminadas (NOBRE; GICO, 2015, p. 42).

A dominação exercida por esse “conhecimento alienígena”, essa cultura massificada, midiaticizada e comercial, entretanto, não significa gerar uma extinção das culturas populares, locais. A existência dessas duas categorias culturais, a global e a local, acontece simultaneamente. “As práticas culturais populares, na verdade, se modificam, juntamente com o contexto social em que estão inseridas, sem que isso implique necessariamente sua extinção” (MARQUES DE MELO; KUNSCH, 1998, p. 34). É nessa era da informação, no contexto social atual, inclusive, que “ocorrem com muito mais frequência e intensidade as aproximações entre as culturas populares e as midiáticas” (SOUZA; PEDROSA, 2012, p. 83). E são nessas interações em que se consolidam as forças de preservação e manifestação populares, de expressões culturais locais e regionais, diante dos conhecimentos tidos como alienígenas. Este é outro aspecto coerente para as bases metodológicas que auxiliam a compreender o objetivo deste trabalho, no que diz respeito ao processo de reconhecimento do folclore como uma forma de proteção das identidades e culturas locais.

A evidencia que não pode ser ignorada diante dos processos de globalização e inserção cada vez maior a uma cultura massificada é o “fato de que o cidadão global continua atado a raízes familiares e comunitárias (locais), elas próprias articuladas a teia micro-regionais” (MARQUES DE MELO; KUNSCH, 1998, p. 30). Há de se considerar aqui a dinamicidade da cultura, não sendo possível manter algo preservado, desta força alienígena, por muito tempo. Ou seja, mesmo diante do intenso incentivo ao consumo e conseqüente pertencimento àquela cultura de aldeia global, mesmo diante da possibilidade de criar cenários em que comunidades buscam e apropriam-se de novas referências fortalecendo e renovando “formas particulares de comunicação” (SCHMIDT, 2006, p. 97), ainda há um vínculo com as identidades originais daquela comunidade. Nesse efeito encontra-se o folclore como um ator com habilidade de realizar um diálogo entre o que é tido como hegemônico e aquilo que é de origem. “É um olhar que vê a pureza da cultura popular ameaçada pela industrialização, fundamentalmente, pelos meios de comunicação” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 116). O folclore é, como caracterizam Marques de Melo e Kunsch, um elemento de adaptação

ao contexto de globalização.

A velocidade com que flui o processo de mundialização não deixa outra alternativa às culturas nacionais senão integrar-se no cenário da aldeia global. Trata-se de um processo que tem como agente o *cidadão global*, atuando como consumidor no mercado cultural e balizando-se pelas mensagens que a mídia (massiva ou segmentada) dissemina cotidianamente. O folclore atua como elemento de mediação/decodificação/adaptação no âmbito comunitário (MARQUES DE MELO; KUNSCH, 1998, p. 56).

Mas a habilidade do folclore vai além. Ele atua não só como esse elemento de mediação como também abre possibilidades de preservação por meio de uma resistência, em que “teimosa e obstinadamente, resiste ao imperialismo cultural” (BELTRÃO, 2001, p. 62). É nessa resistência, desenvolvida por representantes de uma determinada cultura regional, utilizando-se de “formas tradicionais e rudimentares de expressão, ao seu alcance – já que privados dos meios e veículos de maior extensão mas de manejo reservado às camadas privilegiadas” (BELTRÃO, 2001, p. 62) que se encontra fundamento para analisar se iniciativas independentes de jornalismo dialogam com essas maneiras que as comunidades encontram para manterem as identidades preservadas.

O folclore como ferramenta de expressão de grupos marginalizados

A noção de folclore passa pelas atividades rotineiras de uma comunidade, que na maioria das vezes não tem relação direta com processos de comunicação. Mas mesmo não tendo, como objetivo final, uma certa divulgação, as crenças e costumes de um povo operam em um nível simbólico na identificação daquela cultura. Indiretamente contribuem na transmissão de informações. O trabalho, a produção de vestuários, artesanato, danças e brinquedos, por exemplo, “são meios de registrar o cotidiano e de transmitir informações e conhecimentos. O pensar, o sentir e o agir do povo de uma localidade, segue um conhecimento inicial denominado folclore” (SCHMIDT, 2006, p. 91). É no folclore que se estabelecem registros que são transmitidos de uma geração a outra, definindo conhecimentos populares. Por essa natureza, as produções folclóricas de um povo também podem ser caracterizadas como, mesmo que informais, veículos e meios de comunicação popular que, “continuam, hoje, a conter o pensamento da massa, embora aquela explosão opinativa não

tenha conseguido sensibilizar ao ponto ideal de atenção as elites dirigentes e culturais” (BELTRÃO, 2001, p. 64). Mesmo não tendo força para ganhar uma posição de destaque no circuito midiático, as produções populares estabelecem uma relação com a cultura de massa, midiaticizada, tanto na mediação de elementos, como na geração de tensão entre uma esfera e outra.

... a cultura popular está em parte envolvida na luta pela hegemonia – e para Gramsci, os papéis desempenhados pela maioria dos aspectos culturais sedimentados da vida cotidiana estão crucialmente implicados nos processos por onde a hegemonia é disputada, vencida, perdida, resistida – e o campo dessa cultura está estruturado tanto pela tentativa da classe dominante em obter a hegemonia quanto pelas formas de oposição a esse empreendimento (ECOSTEGUY, 2010, p. 115).

A característica que deve ser evidenciada aqui é que o folclore, diante dos argumentos apresentados, deve ser analisado pela perspectiva dos processos de comunicação de determinada cultura, e não simplesmente por uma perspectiva de análise sobre culturas. É nas relações estruturadas no âmbito da comunicação que o fato folclórico se materializa, muito ligado às manifestações do conhecimento do povo sem deixar de considerar as interações necessárias entre o massivo e o popular e sem deixar de considerar, também, as implicações comerciais as quais este fato folclórico está submetido. “A folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais” (SCHMIDT, 2006, p. 99). Para abarcar toda essa complexidade, é que se utiliza a proposta metodológica da Folkcomunicação que pode ser entendida como uma “possibilidade de um diálogo entre agentes folk e mercado, uma mediação de interesses” (SCHMIDT, 2006, p. 89).

O conceito de Folkcomunicação, defendido por Luiz Beltrão no final da década de 1960, inicialmente tratou de problematizar “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p. 79). O desenvolvimento dos meios de comunicação e das sociedades, no decorrer do século XX, levou a uma atualização dos focos possíveis para estudos a partir da Folkcomunicação. Dessa maneira, atualmente entende-se que a Folkcomunicação também aborda os formatos de como as culturas são retratadas pelos

meios de comunicação e, por fim, as relações entre as diferentes culturas com a mídia e a cultura midiaticizada. As interpretações das propostas da Folkcomunicação também continuam a avançar do objetivo inicial apresentado por Beltrão ao reforçar a proposta de resistência das culturas locais quando expostas aos processos midiáticos globais.

A compreensão sobre a Folkcomunicação no contexto das epistemologias do sul pode ser elucidada no entendimento desta como uma linha de pensamento que tende a se opor ao epistemicídio, em linhas gerais, nas suas proposições teóricas, reflexivas e divulgadoras do pensamento popular, das mensagens geradas pelos ativistas midiáticos como um retrato da cultura local, regional (NOBRE; GICO, 2015, p. 39).

Um dos mecanismos manejados por Beltrão na construção da teoria da Folkcomunicação, o líder de opinião, tem especial importância na construção metodológica deste artigo. Segundo Beltrão, o líder de opinião é uma das figuras chave para se investigar “como se informam e participam do processo social as camadas marginalizadas e menos cultas da população” (BELTRÃO, 2001, p. 70). Pertencente à comunidade, ele atua como um tradutor dos acontecimentos externos, do mundo, para os outros habitantes daquele contexto local, regional, sendo considerado o elemento de ligação da comunidade com o mundo de fora. Não só tem importância para os processos de investigação e pesquisa entorno das expressões culturais, como também é extremamente necessário para a própria comunidade que, para preservar a identidade cultural, precisa de todos os mecanismos possíveis para não deixar de transmitir as crenças e valores originais, diante da força de atuação das mídias globais.

No cumprimento da sua missão na sociedade – e até mesmo no seu próprio interesse de sobrevivência e manutenção da posição de liderança – esses grupos dirigentes precisam valer-se não somente dos grandes meios de comunicação do seu patrimônio e dos comunicadores de seu próprio ambiente como, ainda, dos líderes de opinião populares, armados, por seu turno, de recursos e veículos que apenas eles possuem e sabem manejar (BELTRÃO, 2001, p. 72).

A contextualização necessária ao conceito do líder de opinião apresentado por Beltrão deve levar em conta a complexidade que os fluxos de comunicação atingiram com a evolução dos meios de comunicação. “O mundo atual é bem diferente do vivido pelo fundador da Teoria da Folkcomunicação” (TRIGUEIRO, 2013, p. 697). A defesa de Osvaldo Meira Trigueiro é

que em decorrência da disponibilidade de informações, em qualquer parte do mundo, hoje a figura do líder de opinião já não tem fundamento se analisada pela perspectiva de uma figura que leva o conhecimento para a população marginalizada. Com o crescimento das opções de meios de comunicação digitais o acesso às informações está disponível para grande parte da população. O resultado é que “o agente social da rede da folkcomunicação continua operando com toda a tenacidade nas malhas das interações sociais dos seus grupos, agora no campo de operação como mediador ativista” (TRIGUEIRO, 2013, p. 698). O que ocorre agora é uma intensificação do papel de representante da comunidade que o líder de opinião tem na preservação da identidade cultural daquela região.

O agente comunitário da folkcomunicação não é mais o decodificador que exerce o papel de interdição, que se interpõe entre os poucos que sabem muito e os muitos que sabem pouco, para dar lugar ao mediador ativista, atuante como interlocutor entre os diferentes contextos culturais do local. Atua junto aos interesses da audiência ativa da folkcomunicação. O mediador ativista da folkcomunicação potencializa o seu produto simbólico e remete para novos processos de interação que se prolongam da esfera dos interconhecimentos da escala local para apropriação e uso dos meios midiáticos como estratégia de fazer circular os seus produtos simbólicos na rede folk-midiática em escala planetária (TRIGUEIRO, 2013, p. 699).

Apesar da atualização de um líder de opinião para um mediador ativista em diferentes características, há um pressuposto que não pode ser ignorado e permanece intacto independentemente das novas funções adquiridas por este agente social. É preciso reconhecer que o mediador ativista tem uma origem na comunidade que representa e “se sobressai dos demais do seu grupo primário, pela sua produção intelectual que é apropriada e incorporada ao uso das práticas da comunidade local” (TRIGUEIRO, 2013, p. 700). Sendo assim, o mediador ativista atua quase como em prol de uma causa própria, do contexto em que foi criado e do grupo do qual faz parte. O trabalho dele, então, pela lógica da Folkcomunicação e das relações com os meios de massa, é promover as próprias referências culturais. É um “emissor criador da cultura local, utiliza-se de meios multifacetados e até simulados da folkcomunicação para divulgar o seu mundo local para o mundo global” (TRIGUEIRO, 2013, p. 700).

Mesmo com essa condição *sine qua non* que caracteriza um líder de opinião, ou mediador ativista nas condições atuais, não significa que outras características destes agentes

não devam ser consideradas em processos de análise. Afinal, é neste ator que podem ser encontrados resquícios de uma atividade ativista de preservação de uma cultura regional. O trabalho de potencialização de produtos simbólicos, por exemplo, que não têm espaço em meios de comunicação hegemônicos, como uma estratégia de visibilidade e preservação da cultura local, é uma propriedade de atuação que talvez possa ser encontrada nas atividades de iniciativas independentes de jornalismo, mesmo que essas iniciativas não sejam produtos de comunidades marginalizadas. É o caso da Amazônia Real, que se dedica a cobrir assuntos relacionados às populações indígenas da região amazônica e outros assuntos ligados ao tema, como cultura, meio ambiente e política.

A fundamentação para a escolha de uma característica do mediador ativista como forma de análise de uma iniciativa autodenominada independente em jornalismo deve-se pela dificuldade na localização deste estilo de empreendimento jornalístico nos processos de comunicação. Por serem organizações recentes e desenvolvidas com maior intensidade nos últimos cinco anos justamente pelas facilidades dos meios digitais, algumas das iniciativas autodenominadas como independentes em jornalismo digital têm ações que não se encaixam nas definições, por exemplo, de mídia alternativa sob a perspectiva da Folkcomunicação.

Falar sobre mídia alternativa pressupõe, portanto, o reconhecimento das contribuições da folkcomunicação na observação dos meios próprios produzidos pelos grupos marginalizados para expressar suas lutas e seus valores, em linguagem popular (WOITOWICZ, 2011, p. 13).

Simplesmente considerar a classificação independente atribuída ao aspecto de mediadores ativistas, e conseqüentemente mídia alternativa, incorreria em um erro conceitual básico, já que não são originárias da comunidade que se dedicam a defender. Ao mesmo tempo, também se entende que posicionar independentes em referência ao campo de jornalismo do “outro lado” da comunidade, em uma categoria de mídia tradicional ou hegemônica, não daria conta de perceber as complexidades das relações e contribuições entre iniciativa independente e comunidade. A solução encontrada pela presente reflexão para este embate conceitual parte do pressuposto de um meio termo entre o global e o local. O entendimento, enfim, é de que uma forma de mídia que está muito mais próxima da comunidade - ao tentar entender e preservar os costumes regionais -, do que da mídia e

cultura hegemônicas - procurando dar um espaço midiático não encontrado nos meios tradicionais -, pede uma análise com conceitos que dialoguem com o mediador ativista sem necessariamente caracterizar essas iniciativas independentes como tal.

Amazônia Real e a relação com os povos indígenas da região

Fundada em 2013 a Amazônia Real, sediada em Manaus/AM, caracteriza-se como uma organização sem fins lucrativos, caracterização que segundo as idealizadoras do site ajuda a sustentar a conceituação de independência da agência. Independente porque, de acordo com entrevista realizada com as duas jornalistas responsáveis pela iniciativa⁵, a Amazônia Real procura maneiras de financiamento que não influenciem a linha editorial desenvolvida. Esta é a primeira evidência que pode ser relacionada ao objetivo da Amazônia Real. Com a proposta de ser independente, declara-se que não está fundamentada nas mesmas relações econômicas dos meios tradicionais de comunicação. A forma de arrecadação financeira, e a preocupação com a linha editorial, também dão espaço para o foco nos povos indígenas sem interferências diretas de classes dominantes, nesse sentido, a independência também está associada aos interesses dominantes presentes, usualmente, na mídia hegemônica.

Outra evidência que dialoga com os pressupostos teóricos do mediador ativista, mesmo que não exista essa ligação de origem com a comunidade por parte da Amazônia Real, é o texto de apresentação disponível no site da iniciativa. A linha de atuação do projeto é descrita com o objetivo de “fazer jornalismo ético e investigativo, pautado nas questões da Amazônia e de seu povo e linha editorial em defesa da democratização da informação, da liberdade de expressão e dos direitos humanos”. Em outra parte do texto de apresentação fica mais evidente o engajamento com as comunidades indígenas, marginalizadas. O texto defende um “jornalismo produzido por profissionais com sensibilidade na busca de grandes histórias da Amazônia e de suas populações, em especial daquelas que têm pouco espaço e visibilidade na chamada grande imprensa⁶”.

O nome Amazônia Real e as categorias de apresentação de reportagens exibidas no

⁵ Entrevista exploratória realizada como parte da definição do corpus do projeto de pesquisa, que se desenvolve na linha de pesquisa 1 - processos de produção jornalística -, do Programa de Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, do qual este artigo é derivado. A entrevista foi realizada no dia 01/04/2016 por Skype.

⁶ Descrições disponíveis em: <http://amazoniareal.com.br/por-que/>. Último acesso em 29/01/2017.

site, que especificam a área de atuação editorial, também são evidências desta ligação da iniciativa com as propostas de um mediador ativista. O foco, como mencionado anteriormente, é a “busca por grandes histórias da Amazônia e de suas populações”. Sendo assim, no site da agência há diferentes categorias de reportagens que procuram abraçar o objetivo de atuação: Meio Ambiente, Questão Agrária, Política, Economia e Negócios, Cultura e Povos Indígenas. É nesta última categoria que as expressões culturais das populações indígenas marginalizadas da Amazônia são materializadas de forma direta, reforçando a proposta que de fato vai ter relação com o manejo teórico-metodológico apresentado por este artigo. São reportagens que têm alguma identificação com a proposta de potencializar produtos simbólicos culturais que não ganham espaço nos meios hegemônicos de comunicação.

O que se encontrou foram textos que fazem algum tipo de relato documental da cultura indígena ou dão um espaço de visibilidade aos representantes das populações indígenas que estão envolvidos em alguma situação crítica. Para exemplificar a presença de mais uma evidência de características de mediador ativista, relacionam-se títulos de algumas reportagens que demonstram, de alguma forma, a proposta de potencialização das expressões culturais desses grupos marginalizados. O período analisado foi de janeiro de 2015 a dezembro de 2016, somente na categoria Povos Indígenas, o que resultou em uma análise dentro de um universo de 70 reportagens sobre a cultura indígena. A seleção final chegou a nove matérias: 1) Povo Sateré-Mawé, os excluídos da discussão sobre as usinas do Tapajós - do dia 23/11/2016 – com o objetivo de dar visibilidade às vontades e opiniões do Povo Sateré-Mawé em relação a construção de usinas na região; 2) A Festa da Menina-Moça Tejuvi Juma-Uru Eu Wau Wau - do dia 03/10/2016 – é um registro documental da cultura indígena; 3) No tempo de Kuarup, o retorno da onça-d'água - do dia 23/08/2016 – também com o objetivo de registro de uma expressão cultural; 4) Vale do Javari: “Não brigamos por terra com os Korubo, isso é uma invenção da Funai”, diz Marke Matís - do dia 16/02/2016 – traz a opinião de outra tribo, diferente de uma declaração oficial; 5) Waimiri Atroari não autorizam linha de Tucuruí em suas terras - do dia 07/01/2016 – também apresenta a visão de uma população indígena a respeito de uma obra viária; 6) Diamantes de sangue na Amazônia - do dia 20/12/2015 – registra a história de uma tribo que vive em cima de uma mina de diamantes; 7) São Gabriel e seus demônios - do dia 15/05/2015 – relata as histórias de suicídios no município mais

indígena do Brasil; 8) Índios Juma, uma história de abandono e sobrevivência na Amazônia - do dia 27/01/2015 – conta como uma população indígena quase dizimada ao defender as terras ainda sobrevive na Amazônia ; 9) Borehá Juma foi separada da filha por suposta adoção - do dia 27/01/2015 – apresenta uma investigação a respeito de uma suposta adoção que separou mãe e filha indígenas.

Se por um lado elencou-se até aqui elementos que reforçam a ligação da Amazônia Real com objetivos de preservação de uma cultura marginalizada, por outro é necessário também trazer indicações que mostrem a distância que a iniciativa tem da comunidade. Ou seja, não pode ser caracterizada como mídia alternativa ou como mediador ativista pois não é um meio de comunicação desenvolvido por agentes do próprio grupo marginalizado. Isso fica mais claro quando se tem acesso à história das fundadoras da iniciativa independente, Kátia Brasil e Elaíze Farias, e percebe-se a trajetória profissional das duas jornalistas. Mesmo tendo envolvimento com assuntos da região amazônica e povos indígenas antes de darem início ao empreendimento, o contato delas com esses temas se deu apenas pela atuação em veículos tradicionais brasileiros. Kátia Brasil mudou-se do Rio de Janeiro para Roraima em 1991 e, desde então, passou por veículos como O Estado, A Gazeta, TV Educativa, O Globo e O Estado de São Paulo. A última empresa jornalística da qual fez parte foi a Folha de S. Paulo, atuando por 13 anos. Já Elaíze Farias atuou, por mais de 20 anos, como repórter em jornais de Manaus (A Crítica, Diário do Amazonas e Amazonas em Tempo). A especialização de Elaíze foi na produção de reportagens “sobre temas socioambientais na Amazônia com enfoque em povos indígenas e povos tradicionais, direitos territoriais, direitos humanos e biodiversidade⁷”. Além de Kátia e Elaíze, a Amazônia Real conta com outros 12 profissionais que colaboram com as produções jornalísticas da organização.

Outro elemento fundamental na percepção de como a Amazônia Real não tem ligação original com as comunidades as quais se dedica, é a fonte de financiamento da organização. A iniciativa recebe recursos da fundação americana Ford Foundation, a única mantenedora da Amazônia Real. O vínculo entre as duas instituições descaracteriza qualquer ideal de mídia alternativa, desenvolvida pelas próprias comunidades, ou de mediador ativista.

⁷ O histórico de atuação de Kátia Brasil e Elaíze Farias está disponível em: <http://amazoniareal.com.br/quemsomos/>. Último acesso em 29/01/2017.

Por fim, um terceiro aspecto que contribui para a delimitação deste objeto como uma iniciativa que atua em prol de expressões culturais de grupos marginalizados mas não é originária deles, é a entrevista exploratória realizada para a pesquisa da qual este artigo se origina. Na entrevista, Kátia Brasil exemplifica com algumas palavras a atuação da Amazônia Real. “Ao mesmo tempo em que as comunidades observam que elas podem contar com a gente, abrir o verbo com a gente, eles sabem também que se tiver alguma coisa errada nós vamos contar. Nós não somos ativistas, nós somos defensores. Mas o que a gente faz em primeiro lugar é reportagem, é jornalismo”. A fala de Kátia é praticamente uma síntese dos elementos tipos de elementos percebidos na análise do site. Da mesma maneira em que mantém uma proximidade com as comunidades, defendendo-as, a Amazônia Real também tem um distanciamento natural que de certa forma prioriza os próprios interesses da iniciativa: a reportagem, o jornalismo. Assim o que se constata é que as reportagens acabam dando voz a essas comunidades, voz esta que pouco ecoa na mídia hegemônica.

Considerações finais

A descrição das duas perspectivas diferentes da Amazônia Real é fundamental para entender a relação que esta iniciativa tem com os grupos marginalizados aos quais se dedica a defender, a dar visibilidade no jornalismo. Fica clara a intenção de defesa e preservação de expressões culturais dessas comunidades, ao mesmo tempo em que a iniciativa não tem a origem nas populações. Este tipo de ambiguidade detectada a partir da análise vai ao encontro da hipótese estabelecida anteriormente de que algumas iniciativas autodenominadas como independentes em jornalismo não podem ser analisadas pelos mesmos conceitos manejados pela Folkcomunicação no diálogo com mídias alternativas ou na definição das figuras do líder de opinião ou mediador ativista.

Para tentar encontrar uma localização para essas iniciativas em jornalismo no aporte teórico de Folkcomunicação, sugere-se o esforço de apropriação de algumas características que caracterizam as mídias alternativas e, principalmente, os mediadores ativistas. É importante nunca deixar de reconhecer, entretanto, a complexidade entorno das relações entre esses empreendimentos e as populações marginalizadas. Um dos exemplos nesta questão é o fato de essas iniciativas independentes não terem origem nas comunidades

populares. Outro exemplo é a forma como as iniciativas jornalísticas são administradas, já que ao serem financiadas parte-se do pressuposto de que estão atreladas, mesmo que minimamente, às mesmas lógicas comerciais dos grupos hegemônicos de comunicação. Mesmo que a principal forma de financiamento seja de uma fundação que promove a democracia e luta contra a pobreza, como é o caso da Ford Foundation, não fica claro se existem outros objetivos por trás da manutenção das expressões culturais marginalizadas.

Mesmo com tantas variantes influenciando a atividade, é preciso reconhecer, porém, o papel de determinadas iniciativas ditas independentes em jornalismo no auxílio de visibilidade de determinadas culturas que não têm espaço na mídia tradicional. Dessa maneira, é preciso reconhecer, também, que há aspectos nessas iniciativas ditas independentes identificados com determinados conceitos que norteiam Folkcomunicação e estudos culturais. Este trabalho tenta estabelecer um diálogo inicial apontando certas proximidades que talvez possam contribuir para o entendimento de iniciativas autodenominadas independentes em jornalismo, com escopo em comunidades, ao patrimônio cultural brasileiro.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais: Uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

MARQUES DE MELO, José; KUNSCH, Waldemar Luiz (org). **De Belém a Bagé**: imagens midiáticas do Natal brasileiro. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo; Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 1998.

NOBRE, Itamar de Moraes; GICO, Vânia de Vasconcelos. A Folkcomunicação no contexto da epistemologia do sul: reflexões iniciais sobre uma descolonização das ideias. In **Revista Internacional de Folkcomunicação**, vol. 13, n. 29, 2015.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudo. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.

SOUZA, Alênicon Pereira de.; PEDROSA, Ana Paula da C. Amorim. O Paradigma da Folkcomunicação: estudo de caso à luz da teoria de Beltrão, Trigueiro e Hohlfeldt. In **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, São Paulo, ano 16, n. 16, jan/dez. 2012.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Folk-Ativismo. In MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (Org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

WOITOWICZ, Karina Janz. Diálogos entre Folkcomunicação e mídia alternativa: um passeio teórico pelas formas de comunicação dos grupos marginalizados. In **Primeira Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación**, n. 77, ago/out. 2011.

Artigo recebido em: 11/05/2017

Aceito em: 27/05/2017

Redes Folkcomunicacionais e Políticas Públicas: A Escola de Cidadania e Espaço Político e de Ativismo Midiático

*Daniel Marcelino dos Santos¹
Cristina Schmidt²*

RESUMO

As ações folkcomunicacionais e as atividades relativas às políticas públicas se manifestam em territórios de interação. Com o objetivo de observar e discutir a Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” sob a ótica da folkcomunicação e das políticas públicas. Esse estudo apresenta inicialmente algumas considerações sobre educação, cidadania, movimentos sociais, e comunicação, e na sequencia realiza uma discussão a partir da perspectiva folkcomunicacional das políticas públicas. A Escola de Cidadania se configura como um espaço em que se observa a convergência de aspetos tanto de folkcomunicação quanto de políticas públicas. A aproximação conceitual de diferentes áreas de conhecimento mostra que a complexidade das relações existentes na sociedade, ao mesmo tempo em que reforça a necessidade dessas confluências para sua compreensão.

PALAVRAS-CHAVES

Folkcomunicação, Movimentos Sociais, Educação, Políticas Públicas.

Folk Communication Networks and Public Policies: The School of Citizenship and Political Space and Media Activism

ABSTRACT

The Folkcomunicacionais actions and activities related to public policies are manifested in interaction territories. With the objective of observing and discussing the Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” from the point of view of folkcomunicação and public policies, this

¹ Mestre em Políticas Públicas pela Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), Especialista em Educação Especial e Bacharel em Fisioterapia. Professor de Educação Básica na Prefeitura da Estância Hidromineral de Poá, com atuação na Educação Especial. Membro do GRUPPU - Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes.

² Doutora em Comunicação pela PUC-SP. Coordena o Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), onde também é professora e pesquisadora. E-mail: crisschmidt@umc.br

study initially presents some considerations about education, citizenship, social movements, and communication, and in the sequence conducts a discussion from the folk-public perspective of public policies, with a view to characterizing it in a landscape that is configured as both a political space and a media activism. The School of Citizenship is configured as a space in which the convergence of both folkcomunicação and public policy aspects is observed. The conceptual approach of different areas of knowledge shows that the complexity of existing relationships in society, while reinforcing the need for these confluences for their understanding.

KEY-WORDS

Folkcomunicação, Social Movements, Education, Public Policies.

Introdução

As redes sociais são mecanismos de comunicação pelos quais diferentes grupos se relacionam. Essas conexões superam os modelos digitais, comuns na atualidade, e se referem às inúmeras possibilidades de articulação interpessoal, que, por meio de processos folkcomunicacionais, promovem a troca de informações, sua significação e ressignificação nos distintos contextos da vida social. Essas redes são elementos intrínsecos à relação humana, assim como podem ser estabelecidas com objetivos previamente determinados (SCHMIDT, 2016).

O conceito de políticas públicas se desenvolve a partir do entendimento daquilo que não é privado, e, portanto, vincula-se ao território comum, cujo controle acontece por meio da governança pública. Dias; Matos (2012) conceituam políticas públicas como “ações empreendidas pelos governos que deveriam estabelecer condições de equidade no convívio social, tendo por objetivo dar condições para que todos possam atingir uma melhoria da qualidade de vida” (DIAS; MATOS, 2012 p.12).

As redes folkcomunicacionais e as políticas públicas não se desenvolvem num contexto individual. Tanto as ações folkcomunicacionais quanto as atividades relativas às políticas públicas se manifestam em territórios de interação, no qual a ação coletiva, independentemente do número de sujeitos, se articula num movimento dinâmico. Nesse cenário, a Escola de Cidadania se configura como um espaço em que se pode observar a convergência de aspectos tanto de folkcomunicação quanto de políticas públicas.

A escola de Cidadania é uma iniciativa da sociedade civil, vinculada à Igreja Católica e a diferentes movimentos sociais, e que tem o propósito central de qualificar líderes comunitários e a sociedade em geral no que tange às políticas públicas, por meio de debates acerca dos mais variados temas que permeiam a ação ou a ausência do poder público. Em reuniões sistematizadas e frequentes, compostas por diferentes sujeitos e abertas a quem se interessar a participar, nos encontros são discutidos temas que permeiam a vida cotidiana.

Com o objetivo de observar e discutir a Escola de Cidadania “José de Souza Cândido”, que desenvolve suas atividades na região do Alto Tietê, estado de São Paulo, sob a ótica da folkcomunicação e das políticas públicas, com recursos bibliográficos e documentais, esse estudo apresentará inicialmente algumas considerações sobre educação, cidadania, movimentos sociais, e comunicação. Em seguida a Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” será discutida a partir da perspectiva folkcomunicacional das políticas públicas com vistas a caracterizá-la numa paisagem que se configura tanto como um espaço político quanto de ativismo midiático. A Escola de Cidadania se configura como um espaço em que se observa a convergência de aspectos tanto de folkcomunicação quanto de políticas públicas.

Educação, Cidadania, Movimentos Sociais e Comunicação

A educação é um direito social recentemente garantido nos dispositivos legais brasileiros, e sua efetivação é objeto constante de problematização. A esse respeito, Paro (2014) coloca a necessidade de se realizar uma discussão mais ampla sobre a educação e em suas considerações, destaca que é por meio dela que os seres humanos se constituem enquanto sujeitos sociais, e, portanto, a educação “consiste na apropriação da cultura” (PARO, 2014 p.23).

Esse autor considera que a cultura é tudo aquilo que é produzido pela humanidade, em contraponto com o natural, que existe independentemente à sua vontade. Por sua vez, a posição de sujeito social implica diretamente em uma condição política, ou seja, na convivência entre pessoas e grupos. Essa convivência pode acontecer pela via da dominação, com a anulação da subjetividade daqueles que se encontram dominados, ou ainda pelo diálogo, numa relação em que há ajustes de interesses, negociações e interlocuções, nas quais as subjetividades são afirmadas e o convívio se caracteriza por aquilo que se denomina democracia (PARO, 2014).

Também numa concepção abrangente de educação, Ghon (2010) apresenta três diferentes campos educacionais - a educação formal, a informal e a não formal, cada qual com características próprias. A educação formal é aquela estruturada legalmente, organizada por meio de um currículo, desenvolvida em escolas, diferentemente da educação informal, que acontece nos grupos sociais, sem uma organização específica e de maneira espontânea. Já a educação não formal possui uma organização construída por aqueles que participam do processo, e assim, representa um conjunto de ações intencionais e atua na construção de uma identidade coletiva.

Em 2014, a Diocese de Mogi das Cruzes, localizada na Região do Alto Tietê, estado de São Paulo, decidiu implantar a Escola de Cidadania, inspirada em iniciativa de mesmo nome, já desenvolvidas em outras localidades, tais como na Zona Leste da capital paulista. Na Diocese de Mogi das Cruzes a implantação ficou sob responsabilidade da Comissão Diocesana para o Serviço da Caridade, da Justiça e da Paz (Comissão das Pastorais Sociais) e do Fórum Diocesano das Pastorais Sociais, em parceria com a Universidade Federal de São Paulo – Unifesp, e posteriormente passou a ser denominada Escola de Cidadania “José de Souza Cândido”.

A Igreja Católica é uma instituição social que tem sua atuação no Brasil desde a chegada dos portugueses. Desde então, sua relação com o Estado aconteceu com diferentes propósitos, e em vínculos mais, ou menos harmoniosos. Mesmo que esse estudo não objetive estudar a Igreja Católica, mas se dedique a observar e discutir um movimento que possui vínculos com esta instituição, é importante destacar que segundo Gomes (2014), entre os bispos católicos, existem várias tendências ideológicas, porém, sempre com a preservação de princípios teológicos. Isso possibilita que a Igreja seja observada de maneira heterogênea, e assim, compreender as nuances, desde as mais tradicionais, até as mais progressistas.

A Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” é um movimento de educação não formal, que de acordo com a concepção de Ghon (2010),

É um processo sociopolítico, cultural e pedagógico de formação para a cidadania, entendendo o político como a formação do indivíduo para interagir com o outro em sociedade. Ela designa um conjunto de práticas socioculturais de aprendizagem e produção de saberes, que envolve organizações/instituições, atividades, meios e formas variadas, assim como uma multiplicidade de programas e projetos (GHON, 2010 p.33).

A proposta da Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” destina-se a promoção de um espaço no qual as políticas públicas possam ser discutidas e ao mesmo tempo, favorecer a formação de líderes comunitários, conselheiros municipais, agentes pastorais, gestores públicos e demais atores da sociedade civil para a participação ativa diante da realidade social na qual encontram-se inseridos. A esse respeito, Ghon (2010) destaca que a educação não formal tem sua intencionalidade direcionada a formação para a cidadania e na emancipação social, numa luta contra a exclusão e na criação de laços de pertencimento.

Ao tratar de políticas públicas de cidadania e constituição de sujeitos políticos, Rego; Pinzani (2014) ressaltam que na sociedade moderna houve um avanço jurídico que colocou o direito como algo subjetivo, porém, para que haja sua titularidade, os sujeitos necessitam ter condições para sua fruição. Além disso, a condição subjetiva do direito implica na existência de deveres consigo mesmo e com a comunidade de pertinência. Assim, a titularidade do direito carece do desenvolvimento de habilidades que permitam que o sujeito exercite sua cidadania, respondam por suas ações e mantenham um vínculo de pertencimento à uma comunidade e a existência de um senso de coletividade. Nessa mesma perspectiva, Ghon (2010) ressalta a educação como um direito humano e destaca que por meio dela é que se atinge a autonomia para agir e compreender politicamente no mundo.

Os movimentos sociais possuem uma significativa relevância quando se trata de coletividade. Para Downing (2004), é necessário que se compreenda o significado do termo “movimentos sociais” de acordo com as diferentes circunstâncias na qual ele foi empregado., desde o século IX. Segundo o autor, primeiramente o termo “movimentos sociais” foi empregado para referir-se a rebelião das massas, movida pela emoção e marcada pelo tumulto. Num segundo momento foi utilizado para descrever as atividades organizadas de greve, as passeatas e demais ações coletivas que tinham como propósito influenciar o processo político, cujos participantes eram principalmente sujeitos a margem da riqueza. A terceira abordagem sobre os movimentos sociais refere-se ao que se conhece por novos movimentos sociais, que não perseguiram especificamente ganhos materiais, mas se concentravam na busca pelo crescimento pessoal e pela identidade coletiva.

No Brasil, Ghon (2010) relata que os movimentos sociais atuais são diferentes daqueles que existiram durante a fase populista ou no regime totalitário que se iniciou em

1964, ainda possam guardem referências daqueles movimentos. A autora destaca que os movimentos atuais se localizam num cenário de fronteiras alargadas e ampliação das tensões em decorrência da globalização, e podem ser agrupados em movimentos de identidade – compostos por grupos excluídos da sociedade e geralmente de camadas populares, como mulheres, negros, pessoas com deficiência; movimentos luta por melhores condições de vida – que demandam por acesso a serviços de educação, saúde, moradia, transporte; e os movimentos globais, globalizantes e transnacionais.

Os movimentos sociais guardam uma íntima relação com a comunicação, uma constatação também elaborada por Downing (2004). Para ele, a esfera pública materializa a ágora grega e nela é possível observar diferentes teias de comunicação, em círculos que se inter-relacionam e que possibilitam mútuas comunicações, que favorecem o debate em diferentes níveis. Nesse sentido, a relação entre a comunicação e os movimentos sociais também é abordada por Albano (2006), que apresentada essa como uma vinculação essencial:

A comunicação mostra-se essencial na configuração dos movimentos contemporâneos. A partilha, o diálogo, a comunicação em si é responsável pela descoberta do comum, do agir comum, da intersubjetividade, o que faz com que o desejo de um tenha elementos comuns com o desejo de outros. Pensando em multidão, a produção do comum (comunidade) exige uma reconfiguração das instituições sociais e políticas, pois as singularidades não podem ser afirmadas de forma total em suas atuais formas estruturais (ALBANO, 2016, p14).

A Escola de Cidadania, ao ser considerada como um movimento de educação não formal, com atividades educacionais intencionalmente organizadas, pode ser circunscrita dentro de uma perspectiva que entende a educação como um meio para construção da historicidade e assim, de apropriação da cultura. Encontra-se inserida no palco dos movimentos sociais, cujas relações políticas se manifestam mediante as relações interpessoais, em redes intencionais de comunicação, e que coloca em questão variados temas sociais. Dessa maneira, permite, ser observada tanto pelo olhar das políticas públicas quanto pela ótica da Folkcomunicação, tal como procurará ser realizado a seguir.

A Escola de Cidadania no contexto das Redes Folkcomunicacionais e das Políticas Públicas

A observação da Escola de Cidadania sob o ângulo da folkcomunicação e das políticas públicas permite a identificação de elementos desses dois campos de conhecimento. Do

ponto de vista da folkcomunicação, serão discutidas as redes culturais e o ativismo midiático, enquanto que pelo prisma das políticas públicas serão elencados aspectos relacionados à atuação dos atores sociais na esfera política, o conceito de arena pública e de agendamento de políticas públicas. Esses elementos, mesmo que aparentemente específicos de cada área de conhecimento, dialogam entre si e podem favorecer a compreensão do movimento social analisado nesse estudo.

Os organizadores da Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” definem semestralmente um programa de atividades. Neste programa há a previsão de datas dos encontros, assim como são estabelecidos os temas que serão desenvolvidos em cada reunião, que acontecem semanalmente, aos sábados, pela manhã. Os programas são divulgados por meio de panfletos, que são distribuídos nas paróquias e também nos círculos frequentados pelas pessoas que já participam do grupo ou por que a elas se vinculam de alguma maneira de alguma maneira com os participantes. Este estudo conta com três programações da Escola de Cidadania “José de Souza Cândido”, com o propósito de exemplificar as ações e facilitar sua localização no contexto da folkcomunicação e das políticas públicas.

Tabela 1 - Programação 2º Semestre/2015

DATA	TEMAS	CONVIDADOS
05/07/14	Constituição e Reforma Política	Markus Sokol , economista com atuação nos movimentos sociais
12/07/14	Movimentos Sociais e o Papel da Igreja	Antonio Luiz Marchione – Padre Ticão, Escola da Cidadania da Zona Leste
19/07/14	História da Igreja	Prof. Hélio Vale Mestre da Igreja
26/07/14	História da Igreja	Prof. Hélio Vale Mestre da Igreja
02/08/14	Teologia da Libertação	Padre Paulo Bezerra, Paróquia N.Sra do Carmo – Itaquera
09/08/14	Violência Doméstica, Familiar e Social	Celina Aparecida Simões, Escola da Cidadania da Zona Sul
16/08/14	Democracia e Participação Popular	Ana Maria Martins, assistente social e professora, foi vereadora na Capital (SP)
23/08/14	História das Doutrinas Políticas, Democracia, Poder e Serviço	Marlon Lulis, psicólogo.

30/08/14	Ditadura Militar	Alipio Frete, jornalista e escritor
06/09/14	Ética, Moral, Política e Corrupção	Mario Sergio, professor
13/09/14	Trabalho e Renda na perspectiva da Economia Solidária	Sônia Kruppa, pedagoga, mestrada e doutorada em educação e pesquisadora
20/09/14	Sistema Político Atual: Governo, Estado e Instituições Políticas.	Marlon Lulis, psicólogo.
27/09/14	Doutrina Social da Igreja	Rosana Manzini, professora da Faculdade de Filosofia e Teologia Paulo VI
11/10/14	Doutrina Social da Igreja	Rosana Manzini, professora da Faculdade de Filosofia e Teologia Paulo VI
18/10/14	O Papel da Igreja: O Leigo na Igreja	Waldemar Rossi, Comissão de Justiça e Paz da Arquidiocese de S. Paulo
25/10/14	O papel da Igreja na Ditadura Militar	Dom Angélico Bernardino, Bispo Emérito Diocese Blumenau
1/11/14	Orçamento Municipal	Odilon Guedes, professor e mestre em economia, foi vereador na Capital (SP)
08/11/14	Conselhos Municipais	Ruda Ricci, sociólogo e cientista político
22/11/14	Conselhos Municipais	Ruda Ricci, sociólogo e cientista político
29/11/14	O Brasil que temos e o que queremos: um país melhor para viver.	Dr.- Luciano P. Santos , advogado, professor e membro da Movimento de Combate a Corrupção Eleitoral – MCCE
06/12/14	Confraternização e entrega dos certificados e celebração	Dom Pedro Luiz Strilnghini, Bispo Diocesano da Diocese de Mogi das Cruzes

Fonte: Escola de Cidadania “José de Souza Cândido”

Tabela 2 - Programação 2º Semestre/2016

DATA	TEMAS	CONVIDADOS
06/08/16	Jesus Histórico	Prof. Hélio de Medeiros
13/08/16	Seminário do Alto Tietê – Local: UNIFESP Guarulhos	Estrada do Caminho Velho, nº333 - Pimentas – Guarulhos
20/08/16	Políticas Públicas, Cidadania e Qualidade de Vida no Alto Tietê	Padre Ticão
27/08/16	Programa Recomeço Família – Família x Drogas	Tamires de Aquino Ramos

03/09/16	Refletindo Sobre Finanças Públicas: um exercício importante para a cidadania	Profa. Selene Moraes
10/09/16	Igreja e o Desafio das Transformações sociais	Prof. Waldir Augusti
17/09/16	O Papel dos Hospitais Filantrópicos no SUS	Dr ^a . Ana Nem
24/09/16	Consumo e Propaganda no Brasil: uma abordagem histórica	Prof ^a .Dr ^a . Rosângela F. Leite
08/10/16	O Eca um Grande Desafio no Brasil	Dr ^a . Célia Aparecida de Souza
15/10/16	A Metrópole e as Águas: prevenção e degradação ambiental na região de São Paulo	Prof.Dr. Janes Jorge
22/10/16	DSI, um tesouro desconhecido	Prof. ^a . Rosana Manzani
29/10/16	Educação Para o Exercício da Cidadania	Prof.^a. Dr.^a Marineide Gomes
08/10/16	O Eca um Grande Desafio no Brasil	Dr. ^a Célia Aparecida de Souza
15/10/16	A Metrópole e as Águas: prevenção e degradação ambiental na região de São Paulo	Prof. Janes Jorge
22/10/16	DSI, um tesouro desconhecido	Prof. ^a . Rosana Manzani
05/11/16	Uma Década de Políticas Sociais Inclusivas: balanço de um desvio	Prof. Rudá Guedes Ricci
12/11/16	Qualidade na Escola Pública	Eda Luiz (Cieja Campo Limpo)
19/11/16	As Manifestações Religiosas nos Cultos Afro-Brasileiros e Ameríndios	Prof. Padre Valmir Batalha
26/11/16	Encerramento de Semestre	

Fórum	Data	Período	Área Pastoral
3°	Setembro/2016	Tarde	Mogi das Cruzes
4°	Abril/2017	Tarde	Arujá
5°	Junho/2017	Tarde	Santa Isabel
6°	Agosto/2017	Tarde	Salesópolis e Biritiba Mirim
7°	Outubro/2017	Tarde	Suzano
Diocesano	Novembro/2017	A definir	Mogi das Cruzes

Fonte: Escola de Cidadania “José de Souza Cândido”

Tabela 3 - Programação 1º Semestre/2017

DATA	TEMAS	CONVIDADOS
11/02/17	Campanha da Fraternidade	Diácono Dercicles
13/03/17	Campanha da Fraternidade	Diácono Odair
04/03/17	Violência Doméstica	Profª. Celina Soares
11/03/17	Racismo Institucional: aspectos e consequências	Prof Eduardo Januario, Doutorando USP
18/03/17	Orçamento Público: Suzano, Mogi das Cruzes, Salesópolis	Marcelo Cândido
25/03/17	Oficina da Lembrança - A Utilização de Computadores e Internet por Idosos	Ana Claudia Bonilha (UNIFESP)
01/04/17	Lei Brasileira de Inclusão (LBI) - 13146/15	Ms.Daniel Marcelino dos Santos
08/04/17	A Importância do Sistema Único de Saúde	Profª. Drª.Ana Nem (UNIFESP)
22/04/17	Atividade em Grupo	Profª. Cida Sena
29/04/17	Lei de Orçamento Público: Santa Isabel, Arujá, Guararema,Biritiba Mirim	Rosenil Orfão
06/05/17	Ética na Educação, Escola sem Partido	Prof. Douglas Martins Izzo
13/05/17	Visita à Pinacoteca de São Paulo	Prof. Dra. Letícia Squeff (UNIFESP)
20/05/17	O Ensino Social da Igreja Segundo o Papa Francisco	Padre Antonio Luiz Marchione (Padre Ticão)
27/05/17	Atividade em Grupo	Drª Antonia Alexandrina
06/05/17	Ética na Educação, Escola sem Partido	Prof. Douglas Martins Izzo
03/06/17	Sistema Único de Assistência Social - SUAS: avanços e desafios	Marcio cândido
10/06/17	Tecnologia e Literatura: o prazer de pensar	Marlon Ribeiro (UNIFESP)
17/06/17	Participação da Mulher na Política	Assistente Social Ana Maria Martins

24/06/17	Confraternização e Avaliação	
----------	------------------------------	--

Fonte: Escola de Cidadania “José de Souza Cândido”

Ao proporcionar um espaço de discussão, a Escola de Cidadania também se apresenta como um meio para que a comunicação entre diferentes sujeitos aconteça, ao mesmo tempo em que se configura como parte de uma rede comunicativa, permeada por pessoas que transitam em diferentes realidades, haja vista que as reuniões não possuem medidas restritivas quanto ao público. É uma amostra de rede cultural, entendida por Schmidt (2016)

(...) como a dimensão primária para a comunicação interpessoal e a composição de grupos ativos de audiência, ou seja, as redes sociais como conjuntos de ações múltiplas e simultâneas de comunicação que proporcionam a interação entre diferentes indivíduos, grupos e níveis nos processos culturais. Estas, conferem aos indivíduos um poder de participação em redes comunicativas que vão do interpessoal ao empresarial, do pessoal ao comunitário e ao planetário através de recursos interativos próprios a cada cultura. As Redes se instituem a partir de interesses comuns que vão do econômico ao religioso, do afetivo ao artístico de seus agentes ativos e promotores e demais participantes (SCHMIDT, 2016 p. 13).

Nesse espaço comunicativo, os participantes podem, a partir dos vínculos interpessoais, ressignificar percepções e concepções que estão intrinsecamente ligados ao seu modo de vida e a sua maneira de entender o contexto no qual trabalham, residem e participam das práticas culturais. A Escola de Cidadania, enquanto rede cultural, possibilita discussões que facilitam a aproximação entre os participantes, que encontram, entre os diferentes temas abordados, fragmentos que permitem o encontro entre signos de diferentes culturas, que ao invés de ampliar as particularidades, procuram, guiados pelo princípio da compreensão política e participação social, estimular as relações humanas e a valorização das subjetividades. Nessa direção, convergem com a posição Schmidt (2016), quando apresenta que as redes culturais como espaços em que a comunicação acontece de forma múltipla.

A partir de temas como a violência doméstica, ética e moral na política, orçamento municipal, consumo e propaganda no Brasil, Escola sem Partido, entre outros, que são cotidianamente abordados pela mídia de massa, os participantes da Escola de Cidadania encontram um território no qual podem encontrar sentido, projetar suas realidades e incorporar ao seu universo simbólico a temas que muitas vezes seriam observados apenas de

maneira passiva. Os participantes se organizam em torno de temáticas que passam a ser do interesse comum, e assim articulam uma rede cultural, que se formam, de acordo com Schmidt (2016, p.2) “a partir das dinâmicas sociais espontâneas ou circunstanciais”. A partir dessa consideração, é possível pensar até mesmo nas potenciais redes que podem se formar a partir das conexões espontâneas estabelecidas entre os participantes.

No cenário comunicativo – midiático ou folkmediático, Trigueiro (2006) apresenta importantes definições sobre a prática dos sujeitos ativos e dos ativistas. Para ele todos que exercem uma atividade de acesso aos veículos comunicativos são considerados sujeitos ativos, o que difere dos ativistas, que além de acessarem, desempenham uma atividade de militância, e assim, planejam e participam de movimentos nos quais manifestam suas posições. O ativista midiático é um motivador, que parte do anonimato para o reconhecimento público, ou seja, passa a ter visibilidade no bairro, em instituições públicas e nos diversos meios sociais.

Ao colocar-se diante da ideia de formar líderes comunitários, conselheiros municipais, agentes pastorais, gestores públicos entre outros atores para uma atuação ativa na sociedade, a Escola de Cidadania também se coloca como um espaço de ativismo midiático. Trigueiro (2006) destaca que

No mundo globalizado, fica cada vez mais difícil estudar-se a comunicação dissociada da cultura. Nesse novo espaço se reconhece a importância dos ativistas midiáticos dos sistemas folkcomunicacionais que atuam nos movimentos participativos da cidadania, como agentes comunicadores vinculados aos movimentos culturais que utilizam estratégias, que legitimam a sua participação como cidadãos conscientes do seu papel na organização da sociedade civil (TRIGUEIRO, 2006 p. 10).

Enquanto ativistas midiáticos, os participantes da Escola de Cidadania encontram mecanismos para ampliar a capacidade de posicionar-se diante das demandas sociais, e por meio de ações comunicativas, encontra meios para a atuação em outros movimentos sociais. A participação cidadã, preconizada pelos princípios orientadores da Escola de Cidadania é uma característica do ativista midiático, tal como destacado por Trigueiro (2006). Esse autor, ao aproximar a cultura da comunicação, assemelha-se ao proposto de Downing (2004), onde destaca que a esfera pública é formada por teias comunicativas, onde acontecem os debates e a inter-relação entre seus participantes.

No campo das políticas públicas existem aqueles conhecidos como atores sociais. Esses integrantes da cena política possuem o importante papel de atuação diante do processo de agendamento, construção, implementação e nos desdobramentos das políticas públicas. Para Secchi (2010), os atores sociais são pessoas ou grupos que atuam na sensibilização pública acerca dos temas relevantes ou ainda concentram sua ação diretamente na elaboração de propostas que serão convertidas em políticas públicas. Esse autor explica que a palavra ator é importada das artes cênicas, numa analogia a interpretação de papéis:

Nesse sentido, há um entendimento de que os indivíduos, grupos e organizações que influenciam o processo político não têm comportamentos ou interesses estáticos, mas sim dinâmicos de acordo com os papéis que interpretam. Os atores interagem, alocam recursos, constroem coalizões, resolvem conflitos em um cenário político. Há também um viés elitista no emprego da palavra “ator”, pois, enquanto atores interpretam papéis em um enredo e cenário, a plateia assiste passivamente ao desenrolar da história (SECCHI, 2010 p.77).

O discurso elitista existente na utilização da palavra ator é algo que a Escola de Cidadania sinaliza atuar com vistas a superação. Nos programas é possível observar a presença de temas relacionados à participação em conselhos e a discussão sobre o orçamento público, inclusive na conjuntura dos municípios do Alto Tietê, região onde a Escola de Cidadania “José de Souza Cândido” encontra-se instalada. Esse viés elitista também tende a ser superado quando o ator social é observado enquanto ativista midiático, conforme o exposto por Trigueiro (2006). Nesse sentido, e a partir de uma perspectiva cidadã e do objetivo da educação não formal, os participantes dos encontros, além de se perceberem enquanto membros de uma comunidade, possuem a incumbência de mobilizar os demais entes para a construção de um projeto comum.

Atores Sociais na Arena Política

Na literatura acadêmica é comum a utilização da expressão “arena política” para evidenciar a existência de um espaço, em que acontecem os embates políticos, onde os atores sociais disputam suas posições e colocam o antagonismo de ideias em cena (CORTES, 2009). Esse espaço conflitivo não possui uma demarcação física, e as disputas são realizadas entre aqueles que se colocam a frente de embates, com a expectativa de definir um rumo as decisões políticas. As características desse espaço “determinarão, em grande parte, a

dinâmica da vida política, conforme as instituições decisórias vigentes, a configuração organizacional dos grupos, os valores e/ou prioridades estratégicas dos contenedores” (REIS, 2013 p.94).

A atuação do ator social depende de seu desempenho na arena política, que, por conseguinte será em grande parte determinada pela permeabilidade desse ator, entendido como um agente individual ou coletivo, em atingir as instâncias decisórias. Esse movimento demanda, na maioria das vezes, uma formação política. A esse respeito, a Escola de Cidadania potencialmente congrega experiências diversificadas, e coloca-se como um território fecundo para essas interações. O conceito de redes comunicativas, apresentadas Schmidt (2016), é pertinente quando se trata da permeabilidade do ator social, haja vista que, conforme essa autora as interações comunicativas entre os sujeitos e as redes comunicativas possibilitam novas conexões entre diferentes agentes, conferindo-lhes adaptabilidade, bem o suprimento de necessidades momentâneas ou históricas.

Um momento importante para a formulação de uma política pública é a formulação de uma agenda. Nesse caso, agenda não significa necessariamente a elaboração de um documento formal, mas trata-se, no campo das políticas públicas, da ação de colocar um determinado problema na lista de prioridades a serem atendidas pelo poder público. Colocar um tema em agenda não é sinônimo de resolução do problema, mas indica que a temática será discutida. Os atores sociais são aqueles que, ao identificarem uma necessidade e manifestarem interesse em sua solução, se articulam para que a sejam tomadas atitudes para sanar a questão (DIAS; MATOS, 2012). Trigueiro (2006 p.4), ao tratar dos ativistas midiáticos, destaca que esses indivíduos desempenham uma atividade intensa “como protagonistas encadeadores de temáticas culturais, políticas e econômicas no interior dos seus grupos sociais ou comunitários”. Esse apontamento encontra confluência com a possível atuação do ator social no processo de agendamento das políticas públicas.

Considerações finais

A rede comunicativa estabelecida por meio dos vínculos potencializados pela Escola de Cidadania e a caracterização de seus participantes como possíveis ativistas midiáticos contextualiza as ações desse grupo no campo folkcomunicacional, do mesmo modo que

também encontram fundamento nas políticas públicas, quando os participantes são caracterizados como atores sociais, capazes de interferir no agendamento das políticas públicas.

A Escola de Cidadania, ao ser observada sob o ângulo da Folkcomunicação e das políticas públicas revela, que elementos dessas duas áreas de conhecimento que se entrecruzam e mostram um cenário que permite uma melhor compreensão dos fenômenos sociais. A aproximação conceitual de diferentes áreas de conhecimento mostra que a complexidade das relações existentes na sociedade, ao mesmo tempo em que reforça a necessidade dessas confluências para sua compreensão.

Referências

ALBANO, Sebastião Guilherme. De massa, multidão e outros: acepções na modernidade e na contemporaneidade. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Volume 14, Número 31, p.30-46, jan./abril 2016. Disponível em <<http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/2029/1428>> Acesso em 19 abr. 2017.

CORTES, Soraya Vargas. Sistema Único de Saúde: espaços decisórios e a arena política de saúde. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 7, p. 1626-1633, jun. 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2009000700022> Acesso em 19 abr. 2017.

DIAS, Reinaldo; MATOS, Fernanda. **Políticas Públicas: Princípios, Propósitos e Processos**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

GHON, Maria da Glória. **Educação Não Formal e o Educador Social – Atuação no Desenvolvimento de Projetos Sociais**. São Paulo: Cortez, 2010

GOMES, Paulo César. **Os Bispos Católicos e a Ditadura Militar Brasileira – A Visão da Espionagem**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

PARO, Vitor Henrique. **Educação como exercício de poder: crítica ao senso comum em educação**. São Paulo: Cortez, 3ª ed., 2015.

REIS, Bruno P. W. Arena Política In: Giovanni, Geraldo Di; NOGUEIRA, Marco Aurélio (Org.). **Dicionário de Políticas Públicas – Fundap**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2013

REGO, Walquiria Leão; Pinzani, Alessandro. **Vozes do Bolsa Família – Autonomia, dinheiro e cidadania**. São Paulo: Editora Unesp, 2ª ed., 2014.

TRIGUEIRO, Osvaldo. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, vol. 4, n. 7, 2006. Disponível em <<http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/536/370>> Acesso em 19 abr. 2017.

SCHMIDT, Cristina. Redes Culturais Comunicativas: uma pesquisa colaborativa e interdisciplinar em Folkcomunicação. **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2016. v. 1. p. 1-14. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2669-1.pdf>> Acesso em 19 abr. 2017.

SECCHI, Leonardo. **Políticas Públicas: Conceitos, Esquemas de Análise, Casos Práticos**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

Artigo recebido em: 12/05/2017

Aceito em: 04/06/2017

Folkcomunicação: Tradição Oral, Valores e Cultura Dentro do Espaço Escolar¹

Edilene Sanchez Baptista²

Francisco Carlos Franco³

Cristina Schmidt⁴

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo demonstrar como a tradição oral, compreendida como integrante da cultura de um povo, pode ser disseminada na escola e com isso resgatar os valores dentro do espaço escolar. Partimos de um dos princípios da folkcomunicação que menciona a necessidade de difusão de conhecimentos de maneira pedagógica. Logo, o espaço escolar, torna-se um dos meios mais dinâmicos para se disseminar a cultura popular e com isso ocorrer o resgate de valores morais socialmente aceitos.

PALAVRAS-CHAVES

Folkcomunicação, tradição oral, valores.

Folk media: oral lore, values and culture within school environment

ABSTRACT

This paper aims at demonstrating how oral lore, as an element incorporating people culture, can be disseminated in school in order to redeem specific values within school environment, based in one of the principles of folk media that stresses the need for knowledge to be

¹ Trabalho apresentado no GT 4: Folkcomunicação e Desenvolvimento Local da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação em Recife – PE na UFRPE/FACIPE.

² Aluna do Curso de Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes, orientanda do Prof. Dr. Francisco Carlos Franco. Artigo apresentado para a disciplina Diversidade Cultural e Direitos Humanos, ministrada pela Profa Dra. Cristina Schmidt.

³ Doutor e Mestre em Educação: Psicologia da Educação pela Pontifícia Universidade Católica - PUC, de São Paulo. Atualmente é professor do Programa de Mestrado em Políticas e no Curso de Pedagogia na Universidade de Mogi das Cruzes - UMC e professor de cursos de formação de professores na Universidade Braz Cubas - UBC.

⁴ Doutora em Comunicação pela PUC-SP. Coordena o Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), onde também é professora e pesquisadora. E-mail: crisschmidt@umc.br

communicated in a pedagogical way. In such a way that school environment is one of the more dynamics means to disseminate popular culture and stimulate moral values that are socially acceptable to come back.

KEY-WORDS

Folk media, oral lore, values.

Introdução

A educação é um tema em constante pujança, sempre sujeito ao olhar crítico de pesquisadores, dos gestores públicos e da sociedade em geral. Mais que uma função de formadora de profissionais para o mercado, o ato de educar caracteriza-se, sobretudo, pela função de formar cidadãos. Pessoas que desempenharão papéis na sociedade e influenciarão e sofrerão influências. Em um contexto de globalização e constante mudança, o ambiente educacional torna-se indispensável para a preservação e disseminação da cultura.

Neste sentido, a manutenção das tradições culturais sofre influências ao longo do tempo e de alguns fenômenos: a globalização é um desses fatores. “Globalização significa que o Estado não tem mais o poder ou o desejo de manter uma união sólida e inabalável com a nação” (BAUMAN, 2005, p. 34). Segundo Hall (2006) a globalização promoveu deslocamentos no interior das identidades culturais nacionais. O autor defende que isso fez as identidades locais e regionais ganharem notoriedade.

Hall (2006) também afirma que as identidades culturais são marcadas por um hibridismo, que teve origem na migração dos povos pelos territórios do planeta e que essas identidades estão em constante mudança. Portanto, não faz sentido falar em uma identidade nacional, mas sim em um processo de identificação, sujeito a mudanças e transformações.

Essas reflexões são fundamentais para entender o contexto desafiador de preservação das tradições, permeado por singularidades e contradições. A sociedade do consumo, conforme observa Bauman (1999), transforma os indivíduos em consumidores, ambiente possibilitado pela ascensão de uma conjuntura em que tudo é efêmero e está em constante movimento. Conforme observa o autor,

Não se pode “ficar parado” em areia movediça. Nem nesse nosso mundo moderno final ou pós-moderno — um mundo com pontos de referência sobre rodas, os quais têm o irritante hábito de sumir de vista antes que se possa ler toda a sua instrução, examiná-la e agir de acordo. (BAUMAN, 1999, p. 86)

Com isso assinalamos o risco de se perder a memória e os conhecimentos populares sem a consolidação de instrumentos que permitam a manutenção dessa imaterialidade para gozo das futuras gerações. Portanto, o objetivo deste estudo consiste em demonstrar que o espaço escolar pode ser um local de disseminação de cultura. Através da tradição oral, tão realizada no espaço escolar, podemos proporcionar o acesso à cultura democrática, bem como, trazer o resgate de valores morais a luz da folkcomunicação.

Desenvolveremos uma conceituação acerca de valores morais e contação de histórias, esta última como sendo o objeto para que todo o nosso estudo aconteça. Promovemos também uma breve conceituação de cultura para nortear a argumentação de que a cultura humaniza – e faz isso, dentre outras ferramentas, por meio da contação de histórias no ambiente escolar.

O estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa do tipo bibliográfica. Segundo Dalfovo, Lana e Silveira (2008) a pesquisa qualitativa utiliza majoritariamente dados qualitativos, ou seja, as informações coletadas pelo pesquisador não são retratadas em números, ou a representação numérica assume um papel menor na análise. Para Gerhardt e Silveira (2009):

As características da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 32).

Sobre a tipologia da pesquisa bibliográfica, Fonseca afirma que ela é “feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites”. (FONSECA, 2002, p. 32).

Os valores morais e as narrativas: breve conceituação e possíveis relações

Entender valores morais nos remete saber o significado da palavra *moral*, que segundo Ávila (1967):

[...] da raiz latina, “mores” = costumes, conduta, comportamento, modo de agir. É o conjunto sistemático das normas que orientam o homem para a realização de seu fim. [...] ela define as condições do ato livre e o pauta em todas as suas dimensões: na sua dimensão interior ao homem, enquanto comanda o exercício de todas as suas faculdades físicas e mentais, na sua dimensão exterior enquanto tem por objetivo as coisas e outros homens.... e em todas essas relações ela define os deveres que incumbem ao homem cumprir (p.334).

É necessário que saibamos quais valores a nossa sociedade julga como aceitáveis sob o ponto de vista comum, ou seja, sabemos ser um conjunto de normas que temos que seguir, e tais regras devem ser aceitas sem coação por todos os concernidos. Kiel (2005) buscou na Declaração dos Direitos das Nações Unidas sua base lógica para encontrar princípios comuns a diversos princípios adotados pelas culturas do mundo e sua pesquisa resultou em quatro destes, que não são o fim para valor moral mas um norte. Para que não fiquemos com a ideia de que é abstrato e subjetivo demais o nosso tema, vejamos:

Compromisso com algo maior do que si mesmo. Respeito por si mesmo, mas com humildade, autodisciplina e aceitação da responsabilidade pessoal. Respeito e cuidado com os outros (ou seja, a Regra de Ouro). Cuidar dos outros seres vivos e do meio ambiente (p.37).

Comum entre autores é o exemplo de Durkheim, in La Taille (2007), onde, ser moral é obedecer aos mandamentos de um “ser coletivo” superior que inspira um sentimento sagrado por ser temido e desejável. La Taille (2007, p.18) complementa nosso quadro dizendo que das definições de moralidade “todas elas a concebem como um conjunto de deveres”. Mas o que dizer de uma sociedade em transição que pode ser considerada como uma sociedade que está em crise?

Seria correto dizer que passamos por uma crise de valores morais, explicando-se pela falta de projetos, de desespero existencial ou de mediocridade dos sentidos dados à vida estando ligada a questão: “Que vida vale a pena viver?” (La Taille, 2003).

De fato estamos em transição social, os costumes e valores estão mudando rapidamente, Freire (1985, p.33) nos dá um conceito de sociedade em transição, que na maioria das vezes é julgada como crise, segundo o autor vivemos épocas em que construímos determinados valores, e a medida que esses se envolvem há o rompimento deles, segundo ele daí vem a importância em “[...] saber o que fomos e o que somos, para saber o que seremos”.

Deste modo, vemos a importância de educadores terem suas intenções muito bem alinhadas com o que se espera da escola atual, para que ao se depararem com esse rompimento que Freire (1985) mencionou, saibam corretamente onde querem chegar. Vejamos o que Puig (1998) nos acrescenta:

[...] do ponto de vista pedagógico, a clarificação de valores baseia-se na ação consciente e sistemática do educador, que **tem por objetivo estimular processos de valorização que levem os alunos à compreensão de quais são realmente os seus valores, para que possam sentir-se responsáveis e comprometidos com os mesmos.** (p.39, nossos grifos)

E Piaget (1994) conecta o quadro dizendo:

[...] é uma tarefa urgente da educação refazer a unidade de nossa consciência reconciliando o bem e o dever, para que o bem maior que é a sociedade não seja prejudicada, para ele o dever é a moral enquanto comanda, uma autoridade que devemos obedecer, portanto uma condição deve estar sob a outra, o indivíduo na sociedade deve respeitar regras. (p.264)

Mas ele ressalta também que o objetivo principal da educação moral é construir personalidades autônomas, logo, a finalidade básica da educação moral segundo Puig (1998, p. 264) “[...] é propiciar ao aluno as condições que estimulem o desenvolvimento do juízo moral”. Tendo consciência moral, o indivíduo consegue conter-se de seus sentimentos indesejáveis para o “bem estar” da sociedade.

Vale destacar também que, segundo La Taille (2007) “[...] há um conceito piagetiano sobre a distinção do bem e do mal, capaz da criança ter, que remete ao conceito de heteronomia e autonomia”, onde no primeiro a criança obedece pura e cegamente às regras a ela imposta, e no segundo ela decide através do seu próprio conceito de que tais regras devam ser obedecidas ou não. Também consideremos que o juízo moral advém de uma padronização de regras e normas escolhidas pela cultura em que se vive naquele momento.

O processo de construção desses valores, segundo Araújo, (2007, p.34) “[...] se dá a todo instante, dentro e fora da escola”. Logo, a escola deve buscar propostas em seu currículo coerentes aos sentimentos, às emoções e aos valores éticos desejáveis em nossa cultura. Araújo (2007, p.34) também destaca que “[...] o processo de construção de valores são incertos e aleatórios”, isto significa dizer que a escola pode buscar estratégias que aumentem a probabilidade dos valores morais se tornarem projeções afetivas e positivas dos agentes

com seus alunos, construindo os valores juntos, nesse sentido a tradição oral vem ser um facilitador.

Dias (2003, p.212) conversa com nosso quadro dizendo ser fundamental que o professor saiba ver com clareza sua função formadora exercida sob seus educandos, logo “[...] sua atuação jamais será neutra e requer uma constante avaliação, parcerias e um engajamento político”. Parafrazeando Araújo (2007), os valores morais que o ser humano possui são resultados do processo de aquisição do que é entendido por este sobre o que é valor, ou seja, do ambiente em que ele cresce, os costumes que adquire, é que vão direcionar essa percepção. Porém, não devemos deixar de considerar os valores culturais que são resultados do que o senso comum acredita serem ideais.

Marques (2012, p.35), complementa essa ideia de Araújo (2007) dizendo que “[...] os bons hábitos nascem pela força da boa educação, o que inclui uma imitação de bons modelos, assim acontece na arte de aprender, por modelos e repetição.”, o que implica dizer que devemos educar praticando a generosidade, harmonizando relações e muitas outras qualidades que consideramos, através da sociedade atual, como moral e bons valores.

E complementa dizendo:

[...] a dimensão moral da criança tem de ser tratada desde a educação infantil e se estender por toda a trajetória de sua vida escolar – não necessariamente como conteúdo didático, mas, principalmente, no convívio diário da instituição, para que seja cada vez mais cooperativo e inspire o respeito mútuo (Idem, p.46).

Ou seja, devemos educar os educandos para que tenham atitudes reflexivas, que segundo Freire (1985, p.30), “[...] existe uma reflexão do homem face à realidade. O homem tende a captar uma realidade, fazendo-se objeto de seus conhecimentos”. Essa reflexão é possível através do momento dado a tradição oral dentro do espaço escolar, pois, dadas as finalidades escolares, consideramos esse ser o único momento em que o educando pode se apropriar da cultura.

Tendo o sujeito sido ensinado a ter atitudes anteriormente pensadas por um coletivo torna-se próprio de todos e não privilégio de alguns. E acrescenta na mesma página: “[...] por isso a consciência reflexiva deve ser estimulada: conseguir que o educando reflita sobre sua própria realidade”. Essa reflexão é dada no momento da entrega ao escutar.

É importante frisar que a criança aprende muito mais por experimentação do que por simplesmente ouvir, logo, a criança deve ter experiências que a levem a perceber sentimentos valorizados por nossa sociedade e tornar-se uma pessoa cuja atitude seja refletida antes de cometida. Antunes (2005, p.54) nos mostra que devemos ajudar a criança a construir um bom caráter, desenvolvendo nela a consciência do erro e do acerto. Segundo ele, caráter e consciência expressam a visão que ela possui de si mesma e aproximam-se muito do sentimento de autoestima. O autor também nos acrescenta, na mesma página, que devemos

[...] verbalizar 'o que é ser uma pessoa bondosa' tendo em vista que além disso devemos dar exemplos de como ser uma pessoa: honesta, justa, serena, persistente, corajosa ou ainda muitos outros valores [...] mas a utilidade reveste-se de grandeza mais expressiva quando às palavras acrescenta-se gesto da ação.

Na prática, a influência do prestígio do professor afeta quase que diretamente na construção dos valores dentro da escola. Ter uma prática pedagógica condizente com *bons* valores é uma estratégia que talvez possa nos ajudar a promover os valores morais dentro da escola, mais precisamente na educação infantil em todo seu contexto, deixando de lado o relativismo de que os valores são subjetivos e, portanto, não devem ser refletidos e aprendidos na escola.

Ao falarmos sobre a boa educação nos dá oportunidade para refletirmos sobre valores, sobre regras e limites e seus reflexos na vida do ser humano. Logo, é necessário que haja intenção de quem educa. Dentre os ensinamentos sensíveis que a educação infantil tem possibilidade de ensinar, consideremos o Amor, que Inoue (1999, p.21) apud Baba (1992) diz:

Desde os primeiros anos, deve-se ensinar as crianças a cultivar o Amor para todos. O amor conduz à divindade. Hoje não há Amor, e, em lugar da unidade, encontramos antagonismos. Um ser humano sem Amor é pior do que um animal selvagem na selva. Os animais, os pássaros, as árvores são sempre integrados ao seu ambiente. Sua vida está a serviço dos demais, mas o homem, quando é egoísta, não apenas não ajuda, como também causa danos. Sob esse aspecto, os instruídos são piores que os analfabetos. São muitos os adultos cultos que se metem em delitos violentos, ofensas graves à sociedade. Será esse o tipo de transformação que se deva esperar da educação!⁵

⁵ Santhya Sai Baba, Educación Sathya Sai em Humanos. Buenos Aires, Errepar, 1992, p.13

Se os profissionais da educação estiverem dispostos a ter o compromisso diário de construir uma relação de união e afeto, teremos condições de, Segundo Puebla (1997, p.23), “[...] refletir sobre as contradições existenciais e a buscar abordagens para superá-las, podendo assim conscientizar e praticar uma concepção harmônica da vida”.

Cultura: um breve esforço de definição

Para a continuação deste trabalho de correlacionar os esforços de uma educação direcionada a valores com a utilização da tradição oral como apoio pedagógico, faz-se necessário trazer alguns breves apontamentos sobre o conceito de cultura. Isso porque a contação de histórias integra o arcabouço cultural de um povo, definindo sua herança imaterial. A elaboração de um conceito de cultura é uma empreitada desafiadora. O verbete apresenta um grande número de significações, construídas num bojo pluridisciplinar. Segundo Silva e Silva (2010) existem múltiplas definições, não consensuais e que apresentam, inclusive, contradições entre as diversas acepções formuladas ao longo do tempo. Os autores apontam uma definição clássica de cultura, mas ainda atual, proposta por Edward Tylor no século XIX, segundo a qual o significado mais simples do termo

[...] afirma que cultura abrange todas as realizações materiais e os aspectos espirituais de um povo. Ou seja, em outras palavras, cultura é tudo aquilo produzido pela humanidade, seja no plano concreto ou no plano imaterial, desde artefatos e objetos até ideias e crenças. Cultura é todo complexo de conhecimentos e toda habilidade humana empregada socialmente. Além disso, é também todo comportamento aprendido, de modo independente da questão biológica. (SILVA e SILVA, 2010, p. 85).

De acordo com Turner, “cultura é um sistema de símbolos que uma população cria e usa para organizar-se, facilitar a interação e para regular o pensamento” (TURNER, 2000, p. 46). Portanto, podemos identificá-la como o elemento constituinte primário da identidade. Por meio desse conjunto de símbolos, um povo se reconhece, estabelece seu modo de vida e o retransmite para as gerações futuras. No entanto, como advertem Silva e Silva (2010), “todas as culturas têm uma estrutura própria, todas mudam, todas são dinâmicas. Assim, não é possível falarmos de povos sem história, porque tal fenômeno significaria a existência de uma cultura que não passasse por transformações ao longo do tempo [...]” (SILVA e SILVA, 2010, p. 87).

Segundo Chauí (2006) a cultura é um conjunto de práticas contemporâneas, ações, e instituições pelos quais os homens se relacionam entre si e com a natureza e delas se distinguem. “[...] é, pois, a maneira como os humanos se humanizam” (CHAUÍ, 2006, p. 111). Cândido (1995) explica que humanização é o processo que verifica no homem os atributos essenciais, “como o exercício da reflexão, a aquisição do saber, a boa disposição para com o próximo, o afinamento das emoções, a capacidade de penetrar nos problemas da vida, o senso da beleza, a percepção da complexidade do mundo e dos seres, o cultivo do humor” (CANDIDO, 1995, p. 249).

Sobre os aspectos institucionais e marcos legais, os mecanismos de garantia da preservação da cultura no Brasil estão distribuídos na legislação federal, dos Estados e dos municípios. A Constituição Federal de 1988 (CF/1988) reservou uma sessão para tratar especialmente da temática. O texto estabelece a garantia de pleno exercício dos direitos culturais a todos os cidadãos e o acesso às fontes da cultura nacional e afirma o apoio do Estado à valorização e a difusão das manifestações culturais (BRASIL, 1988). Também prevê a proteção das manifestações culturais populares, indígenas e afro-brasileiras. Neste sentido, a Carta Magna representa uma conquista significativa na preservação da diversidade.

Narrativas orais e Folkcomunicação

Os contos de literatura oral se perpetuaram na história da humanidade através da voz dos contadores de histórias e há registros de que a Literatura Medieval surgiu na Europa através desta fonte: popular (prosa que vinha o Oriente) e culta (prosas cheias de aventuras das novelas de cavalaria). Na fonte Popular podemos destacar o idealismo e um mundo mágico e maravilhoso; já na Culta, o destaque é para os valores éticos sociais, os problemas do cotidiano e as lições consequentes da sabedoria prática.

Os contos de fadas tomaram conta da Europa a partir do século XII e foram registrados pelo francês Charles Perrault (1628-1703). São caracterizados pelo simbolismo, além de retratar violência contra mulheres e crianças, práticas canibalistas, incestos e abandono de crianças na floresta devido à fome e a miséria. Algumas narrativas da época podem ser encontradas em diversas obras cristãs, tais como: Disciplinas Clericalis, de Pedro Alfonso, que contém conselhos morais de um pai ao filho; O livro de exemplos, de Clemente Sanchez, que compila mais de trezentos contos de caráter moralizante, sentencioso e doutrinário, usado

por pregadores cristãos; O livro de Esopo, vindo da Grécia, também é um exemplo. O que podemos perceber é que, desde a sua origem, a Literatura Infantil é moldada de acordo com a época e a sociedade vigorante.

Para os povos orientais o conto oral era mais do que um estilo literário a serviço do divertimento, eles sabiam que neles estão contidos o conhecimento e ideias de um povo, e que através deles era possível indicar condutas, resgatar valores. (BUSSATO, 2012).

Os contadores estavam por toda parte, eram simples camponeses, lavadeiras, amas, pescadores. Conta Ítalo Calvino que uma velha e analfabeta, costureira de edredões e empregada, era uma campeã de memória. Foi através de suas narrativas que Pitré publicou a sua antologia de contos populares: *Fiabe, novelle, racconti popolari siciliani, em 1875*. Foi também no oriente que se localiza o mais conhecido dos contos populares indianos o *Calila e Dimma*, livro que reúne fábulas, onde os personagens denunciavam as injustiças sociais, desigualdades e os valores pouco dignos cultivados pelo homem, como a inveja, imprudência, arrogância (BUSSATO, 2012).

No Brasil vamos encontrar os registros de contos populares realizados por viajantes, antropólogos e os folcloristas. Entre eles destacamos a figura de Silvio Romero e o grande ouvinte de histórias Câmara Cascudo, que registrou as falas de sua ama e ficou conhecido como o representante da manutenção da tradição oral brasileira.

Sendo a narrativa oral ou escrita é inegável que ela tem um papel de destaque na construção da história local de seus participantes, bem como na elaboração e reivindicação de sua identidade e rememoração. Durante muito tempo a memória era o único recurso de armazenamento e transmissão de conhecimento. Era através das narrativas orais que as pessoas se apoderavam de conhecimento. Eram os narradores os responsáveis por discutir fatos, encadear acontecimentos, perpetuar crenças e manter as tradições.

Isto significa dizer que no momento da narração de histórias há um intenso momento de troca de valores, ideias, conceitos, tradições. Isto é o que Beltrão (2001) chama de Folkcomunicação. Segundo ele, é o processo de intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. O espaço escolar constitui-se como veículo adequado a promoção de mudança social. É lá que os intercâmbios acontecem através desses veículos e agentes, que as camadas populares organizam uma consciência comum, preservam experiências, encontram educação, estímulo, recreio (BELTRÃO, 2001).

Podemos relacionar a folkcomunicação às narrativas existentes no espaço escolar pois, segundo Beltrão (2001), a folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. Para Beltrão o folkcomunicador recodifica a mensagem midiática e reinterpreta a informação de acordo com os valores da comunidade em que está inserido.

O papel do comunicador é muito importante no processo de folkcomunicação. Neste caso, podemos considerar o papel do professor (que é um comunicador) como sendo uma figura respeitada, ou seja, figura que exerce influência sobre os seus agentes de que Beltrão menciona. Não há dúvidas de que no espaço escolar o educador exerce esse papel. Enquanto os discursos de comunicação social são dirigidos ao mundo, o da folkcomunicação é um mundo em que palavras, signos gráficos, gestos e atitudes, linhas e formas mantêm uma relação muito tênue (Beltrão, 1980, p.40).

Desde os primórdios, o ato de contar histórias é uma atividade privilegiada na transmissão de conhecimentos e valores humanos. As próprias definições acerca da história infantil trazem na sua essência essa possibilidade de introdução. Tahan (1957) cita a professora Otília de Oliveira Chaves (A arte de contar histórias, Rio de Janeiro, 1952) onde “a história grava-se, indelevelmente, em nossas mentes e seus ensinamentos passam ao patrimônio moral de nossa vida”.

Ao depararmos com situações idênticas, somos levados a agir de acordo com a experiência que, inconscientemente, já vivemos na história. Por isso, em nossos dias, pais e professores bem orientados e inteligentes, empregam a história como meio eficaz de corrigir faltas, ensinar bons costumes, inspirar atitudes nobres e justas, enfim, “[...] e o mais eficaz processo de formar caracteres. E a experiência tem provado, de sobejo, o acerto do caminho seguido.” (idem,p.27, grifos nossos) .

A contação de histórias é um ato folclórico pois é ouvindo histórias que desenvolvemos as relações interpessoais, nela podemos sentir (também) emoções importantes, como a tristeza, a raiva, a irritação, o bem-estar, o medo, a alegria, o pavor, a insegurança, a tranquilidade, e tantas outras mais, e viver profundamente tudo o que as narrativas provocam em quem as ouve. Tais expressões são identificadas no que Carneiro

(1965, p.22) complementa dizendo sobre o folclore, como sendo a expressão das aspirações e expectativas populares que represente o pensar, o sentir e o agir das comunidades. E, ao mesmo tempo entendendo-o como processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, pois, dependendo da história a ser contada podemos identificar o que pensa aquela cultura escolar e mais, que valores humanos eles têm.

Não há como negar que as histórias podem trazer sentimentos, emoções, inseguranças, tranquilidade e muito mais, pois aquele momento é tão único que faz com que ouvinte o viva profundamente. É fundamental que a criança possa vivenciar a palavra e a escuta em todas as suas possibilidades, explorando diferentes linguagens, capturando-as e apropriando-se do mundo que a cerca, para que este se desvele diante dela e se torne fonte de interesse vivo e permanente, fonte de curiosidades, de espantos, desejos e descobertas, numa dinâmica outra em que ela se socialize e se manifeste de forma ativa, cri(ativa), particip(ativa) e em qualquer situação, não apenas “recebendo” passivamente, mas produzindo e (re)produzindo cultura. (Dias 2003 p. 97) .

Há socialização na contação de histórias, logo, há folkcomunicação, ao viajar pela imaginação, ao interagir, ela pode ouvir e ser ouvida, fazendo com que haja um significado para si e para o mundo em que ela vive. Também podemos considerar que o momento da narrativa proporciona uma esfera criativa entre narrador e ouvinte, que segundo o autor há a descoberta da:

[...] escuta sensível e interessada, proporcionando ao ouvinte um estado de encantamento inebriante, fazendo-o esquecer-se “de si mesmo”. Ele grava com facilidade a história que é ouvida, assimila a experiência do outro e “adquire espontaneamente”, como diz Benjamin o “dom” de narrá-la e recontá-la um dia. (idem,p.100)

A essa espontaneidade podemos agregar o laço afetivo, pois a relação entre o ouvinte e o narrador, torna-se tão próxima que Dias (2007, p.210) explica que elas ficam entusiasmadas e que as intenções pedagógicas devem proporcionar mudança de vida aos envolvidos, bem como mudança nos valores dos mesmos, isto explica o que o autor chama de “[...] a ‘cultura elaborada’ que propicia que um grande número de vontades, cujos objetivos são heterogêneos, unam-se para atingir a mesma finalidade.”

O processo folkcomunicacional ocorre na escola a medida que os conteúdos são considerados como produtos sociais, culturais e o professor como um agente mediador entre

o indivíduo e a sociedade. Consideremos que o aluno é um aprendiz social, e as práticas sociais influenciam o desenvolvimento das pessoas, logo, são indissociáveis.(DIAS, 2007, p. 211).

Interessante o que Tahan (1957, p.32) nos traz complementando essa ideia dizendo que a contação de histórias ajuda na formação de hábitos e atitudes sociais e morais, através da imitação de bons exemplos e situações decorrentes das histórias, estimulando bons sentimentos na criança e incitando-a na vida moral. O autor decorre o capítulo dizendo também que esse entusiasmo cultural que Dias (2007) também diz, é uma ferramenta valiosa ao professor, verificando a importância da mediação do professor, mediação esta que Beltrão (2001) salienta ser necessária para que os processos folkcomunicacionais aconteçam.

Para que a cultura de massa possa ser difundida e portanto conhecida, sendo necessário que os agentes estejam ligados, nesse caso no momento da contação de histórias o agente dá oportunidade de troca, automaticamente os valores vão sendo transmitidos e ressignificados, é um momento cultural incrível. Conectamos a isso o que Chauí (2008) define acerca da compreensão de cultura onde os sujeitos humanos instituem práticas e os valores e...

“A cultura passa a ser compreendida como o campo no qual os sujeitos humanos elaboram símbolos e signos, instituem as práticas e os valores, definem para si próprios o possível e o impossível, o sentido da linha do tempo (passado, presente e futuro), as diferenças no interior do espaço (o sentido do próximo e do distante, do grande e do pequeno, do visível e do invisível), os valores como o verdadeiro e o falso, o belo e o feio, o justo e o injusto, instauram a idéia de lei, e, portanto, do permitido e do proibido, determinam o sentido da vida e da morte e das relações entre o sagrado e o profano” (p.57)

Como agentes da folkcomunicação, os professores presenciam o encontro de pessoas singulares, ou seja, na relação interpessoal dos sujeitos por meio de expressões faciais, dos gestos e da palavra criam vínculo mútuo e se envolvem numa situação – não totalmente programada – de participação conjunta numa tarefa formativa, tarefa que pressuponha pelo menos uma operação que conjugue conhecimento e afeto (ARAÚJO, 2007,p.87).

O momento da narrativa oral é único e somente daquele grupo. O elo de ligação que se forma com a rotina de estarem juntos todos os dias faz com que a criança fique pronta para receber e ou aprender os valores morais em sala de aula, bastando apenas a intenção do

educador nessa relação autêntica, pois, não se discute a importância da diversidade cultural que as narrativas orais trazem, a expansão dos conceitos éticos e estéticos também.

Quando trazemos para a sala de aula histórias de outros povos, além de contribuirmos para que a diversidade cultural seja disseminada, proporcionamos a oportunidade do educando em ver determinado povo através de um olhar poético e com isso produzimos significados de existência, logo há atribuição de valor as manifestações sociais, o aluno passa a se perceber e a perceber o outro na sua comunidade.

Neste contexto, consideramos que a narrativa oral na escola, ou seja, a contação de histórias é um ato folkcomunicação no sentido de relação interpessoal da massa que atua neste momento em uma atividade cultural pois institui um campo de símbolos e signos, de valores, comportamentos e práticas, que Chauí (2008) denomina de pluralidade de grupos e movimentos sociais.

Considerações finais

A educação é uma temática em constante debate. Debate-la é essencial para a análise e avaliação dos recursos que dispõe para cumprir um de seus objetivos basilares: contribuir na formação do cidadão participando ativamente no processo de transmissão de valores. Na era contemporânea, marcada pela velocidade da informação e pela efemeridade, o ato de educar também representa a possibilidade de preservação da memória por meio da utilização das narrativas orais (como o caso da contação de histórias) em sala de aula.

Preservar a memória é contribuir para a preservação da cultura. A imaterialidade cultural de um povo corre o risco de se perder se não for valorizada, por isso acreditamos que estudos que conectem a folkcomunicação memória e educação contribuem de maneira significativa para a proteção e disseminação para as futuras gerações. Esta é uma reflexão necessária, alvo de pesquisadores e de interesse social. A partir desta compreensão defendemos a necessidade de formulação de políticas públicas que integrem folkcomunicação, educação e cultura. Entender a tradição oral é requisito para preservá-la e integrá-la aos mais variados contextos sociais, mas, principalmente, torná-la uma atividade presente nas salas de aula do Brasil.

Referências

ABRAMOVICH, Fanny. **Literatura infantil**: gostosuras e bobices. 2.ed. São Paulo: Scipione;1991.

ANTUNES, Celso. **A linguagem do afeto**: como ensinar virtudes e transmitir valores – Campinas – SP, Papirus, 2005.

ARAÚJO, Ulysses F. **Educação e valores**: pontos e contrapontos, São Paulo, Summus, 2007.

ÁVILA, Fernando B. de. **Pequena enciclopédia de moral e civismo**. Rio de Janeiro, MEC, 1967.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____. **Identidade**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

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

BERNARDINO, Andreza Dalla. **A contação de histórias como estratégia pedagógica na educação infantil e ensino fundamental**. In: REVISTA Educere et educare, pág. 235-249 Vol. 6 nº 12- Cascavel Paraná - jul./dez. 2011 ISSN 1809-5208

BUSATTO, Cléo. **Contar e encantar**: Pequenos segredos da narrativa, RJ – 2012

CÂNDIDO, Antônio. O direito à literatura. In: CANDIDO, A. **Vários escritos**. 3ª edição. São Paulo: Duas Cidades, 1995.

CARNEIRO, Edson. **A dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1965

CHAUÍ, Marilena. **Cidadania Cultural o Direito à Cultura**. 1ª edição. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____. **Cultura e democracia**. Crítica y Emancipación, (1): 53-76, junio 2008

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**. Blumenau, v.2, n.4, p.01-13, Sem II. 2008.

DIAS, Marina Celia Moraes e Nicolau, Marieta Lucia Machado (orgs). **Oficinas de sonho e realidade na formação do educador da infância** – Campinas – SP: Papirus, 2003 (coleção Papirus Educação).

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Metódos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas. 2ª edição. 2014.

FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança**, São Paulo, Paz e Terra, 1985

GERHARDT, Tatiana Engel (Org.); SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. v. 1. 120p.

HALL, Stuart. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 11ª. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KIEL, Fred. **Inteligência moral**: descubra a poderosa relação entre os valores morais e o sucesso nos negócios; tradução Marcello Lino. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

KRAMER, Sônia; BAZILIO, Luiz Cavallieri. **Infância, educação e direitos humanos**. São Paulo: Cortez, 2008.

LA TAILLE, Yves. **Moral e ética**: dimensões intelectuais e afetivas, Porto Alegre, Artmed, 2006.
MACHADO, Ana Maria e Rocha, Ruth. **Contando histórias, formando leitores**, Campinas, SP: Papirus 7 mares, 2011 – (coleção Papirus Debates)

MARQUES, Maria Helena. **Como educar bons valores**: desafios e caminhos para trilhar uma educação de valor, São Paulo: Paulus, 2012. (coleção pedagogia e educação)

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2006.

NEVES, Margarida de Souza; Lobo, Iolanda Lima, Mignot, Ana Cristina V., Meirelles, Cecília. **A poética da Educação**, Editora Loyola, 2001.

PARO, Vitor Henrique. **Escritos sobre educação**. São Paulo: Xamã, 2001.

PIAGET, Jean. **O juízo moral na criança**, tradução de Elzon Lenardon. – São Paulo: Summus, 1994.

PUIG, Josep Maria – **A construção da personalidade moral**, São Paulo, Editora Ática, 1998.

PUEBLA, Eugenia – **Educar com o coração**: uma educação que desenvolve a intuição – São Paulo, 1997.

SCHIMIDT, Cristina, (organizadora), **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos, São Paulo, Ductor, 2006

SILVA, Maciel Henrique; SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 2ª edição, 2ª reimpressão. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

SUNDERLAND, Margot. **O valor terapêutico de contar histórias**: para crianças e pelas crianças, São Paulo, Cultrix, 2009.

TAHAN, Malba. **A arte de ler e contar histórias**. Rio de Janeiro, Editora Conquista, 1957.

TURNER, Jonathan H. **Sociologia Conceitos e Aplicações**. São Paulo: Editora Markon, 2000.

Artigo recebido em: 16/05/2017

Aceito em: 20/06/2017

RIF

arti

artigos

artigo

gos

Estudo comparativo entre as siglas poveiras de Póvoa de Varzim/Portugal e as marcas de gado do sertão nordestino/Brasil: aproximações e distinções na construção dos padrões gráficos e transmissão hereditária¹

*Rafael Arnoni²
Susana Barreto³*

RESUMO

O objetivo do artigo é apresentar e comparar características de criação, utilização e transmissão hereditária de dois sistemas gráficos utilizados para a identificação do gado, utensílios de pesca e objetos pessoais, avaliando a influência do meio, da memória, da cultura local e de influências externas na construção das marcas. A partir da contextualização do meio, as Siglas Poveiras dos pescadores de Póvoa de Varzim em Portugal e as marcas de gado dos criadores no Sertão nordestino são apresentadas em suas características gráficas mais relevantes. São comparados a partir de suas formas de transmissão, relações com o meio e sua função original. Os resultados obtidos reforçam a possibilidade de migração dos mecanismos de transmissão hereditária das Siglas Poveiras para o contexto local dos criadores de gado nordeste do Brasil.

PALAVRAS-CHAVES

Design gráfico popular, Marcas de Gado, Siglas Poveiras, identidade, tradição.

Comparative study of siglas poveiras of Varzim póvoa/Portugal and cattle brands of Brazilian northeastern's sertão: approximations

¹ Este artigo tem como origem o estudo de caso apresentado para disciplina de Metodologia de Pesquisa do Doutorado em Design da Universidade do Porto, Universidade de Aveiro, UPTEC e ID+. Está relacionado ao projeto de tese voltado a identificação de características gráficas, origens e influências culturais das marcas de gado da Região do Rio da Prata.

² Doutorando do Programa de Doutorado em Design da U.do Porto, U.de Aveiro, UPTEC e ID+, 2 Professor da Coordenadoria de Design do Instituto Federal Sul-rio-grandense, Pelotas, Brasil - rafael.arnoni@gmail.com

³ Professora Dr.^a Auxiliar da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Professora do Programa de Doutorado em Design da U.do Porto, U.de Aveiro, UPTEC e ID+, Membro do ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura - susanaxbarreto@gmail.com

and distinctions in the construction of graphic patterns and hereditary transference

ABSTRACT

The purpose of this article is to present and compare the characteristics of the creation, use and inheritance of two graphic systems used to identify cattle, fishing utensils and personal objects, evaluating the influence of the environment, memory, local culture and external influences in the construction of brands. From the contextualisation of the environment, the Siglas Poveiras of the fishermen of Póvoa de Varzim in Portugal and the livestock brands of the breeders in the Brazilian Northeastern Sertão are presented in their most relevant graphic characteristics. They are compared from their forms of transmission, relations with the medium and their original function. The results obtained reinforce the possibility of migration of the mechanisms of hereditary transmission of the Siglas Poveiras to the local context of cattle breeders northeast of Brazil.

KEY-WORDS

Popular graphic design, Cattle Brands, Siglas Poveiras, identity, tradition.

Introdução

O desenvolvimento deste artigo é realizado a partir do reconhecimento de semelhanças em mecanismos de transmissão hereditária de sinais gráficos utilizados nas Siglas Poveiras da comunidade pesqueira de Póvoa de Varzim em Portugal e Marcas de Gado do Sertão Nordestino no Brasil. Com este estudo pretende-se assinalar a provável relação de continuidade entre os dois sistemas gráficos, por meio do reconhecimento de suas semelhanças e diferenças. A metodologia utilizada baseia-se em ferramentas de investigação visual qualitativos (ROSE, 2012; CRESWELL, 2014), utilizando nesta etapa observações de campo⁴, entrevistas em Póvoa de Varzim⁵ e referências bibliográficas sobre ambos sistemas⁶.

Mollerop (1997) distingue a origem histórica das marcas contemporâneas a partir de dois motivos: a necessidade e o desejo, sendo utilizadas como meio de identificação de três maneiras: para a identidade social - quem a pessoa é; para a propriedade – a quem pertence;

⁴ Visitas realizadas ao Museu Etnográfico e Histórico de Póvoa de Varzim em 29/12/2015 e 06/01/2016.

⁵ Entrevista com a Dra. Deolinda Carneiro, diretora do Museu Etnográfico e Histórico de Póvoa de Varzim, em 06/01/2016.

⁶ As referências sobre as siglas poveiras baseiam-se em Graça (1932), Filgueiras (1970) e Heitlinger (2007). Sobre as marcas de gado sertanejas as referências foram Suassuna (1974, 2013), Medeiros Filho (1981), Maia (2004), Diniz (2008), Paes (2011) e Macedo (2012).

e para designar origem - quem produziu. Em sua origem ambos os sistemas aqui apresentados podem ser considerados como marcas necessárias a identificação de utensílios e animais, convertendo-se com o tempo em marcas que demonstravam o pertencimento a um grupo familiar, inserido em um contexto cultural e social.

As Siglas Poveiras possuíam a função de identificar utensílios pessoais de pesca, muitas vezes utilizados e armazenados junto aos pertences de outros pescadores. Com propósito semelhante, as marcas de gado eram utilizadas originalmente para identificar animais criados em campos indivisos que ficavam misturados aos de outras pessoas ou de outros grupos. Essa necessidade de identificação pode ser entendida com maior clareza a partir da contextualização de Frutiger (1999):

A ideia de propriedade em ferramentas, objetos de uso doméstico, entre outros, era um modo de expressar o desejo individual de marcar os bens, determinado não apenas por questões de segurança, uma vez que a maioria dos equipamentos, móveis, etc permanecia sob o teto do proprietário. Os animais domésticos, porém, principalmente o gado, não possuíam um local geográfico fixo dentro dos limites de uma propriedade. As ovelhas, cabras e o gado bovino de toda a comunidade eram sempre reunidos em manadas para serem levados de pastagens em pastagens à procura de alimento. Por essa razão, a marcação do gado era absolutamente necessária (FRUTIGER, 1999, p.295).

À esta necessidade inicial de identificação dos objetos, somam-se com ao longo do tempo outras funções simbólicas, voltadas a preservação de memórias familiares e como elemento de reconhecimento da identidade de um grupo ou de uma cultura local. Este artigo pretende explorar essas construções simbólicas, contextualizando e descrevendo as principais características de transmissão hereditária e construção dos padrões gráficos das Siglas Poveiras e das Marcas de Gado, para ao final estabelecer pontos de contato e analogias possíveis entre os dois sistemas.

As Siglas Poveiras

As Siglas Poveiras foram marcas utilizadas pela comunidade pesqueira tradicional de Póvoa do Varzim, localizada na região norte de Portugal. Segundo Graça (1932) e Filgueiras (1970) a comunidade ou colmeia poveira caracterizava-se por possuir tradições e regras comunitárias claramente definidas em relação a estratificação social do trabalho com a pesca,

casamentos, vida social, auxílio e suporte à comunidade. Entre estas regras estava a transmissão das marcas pessoais utilizadas pelos pescadores para seus filhos ou herdeiros de direito. Estas marcas faziam parte de um contexto gráfico simbólico mais amplo, que abrangia ainda as divisas – representações de caráter mágico-religiosas pintadas nos barcos, e as balizas – boias para redes de pesca com identificação de seus proprietários. Em um momento em que poucas pessoas da comunidade sabiam ler e escrever, as siglas substituíam os nomes em negócios ou na marcação de utensílios de pesca e pessoais. Eram reconhecidas por toda a comunidade e consideradas como brasões de famílias (GRAÇA, 1932).

A transmissão dessas marcas para os filhos ou herdeiros obedecia regras definidas que refletiam em sua composição gráfica. Os filhos possuíam o direito de acrescentar à marca do pai um elemento gráfico que representaria a descendência. Por esta ordem o primeiro filho acrescentaria um elemento, o segundo filho dois, até o último filho, conforme a Figura 1 (GRAÇA, 1932). Ao último filho caberia a marca original do pai e seus instrumentos de pesca, por ser tradicionalmente o responsável pelo cuidado dos pais até sua morte.

Figura 1 – Representação das Regras utilizadas pelos descendentes.

Pae	1º FILHO	2º FILHO	3º FILHO	4º FILHO	FILHO MAIS NOVO: HERDEIRO

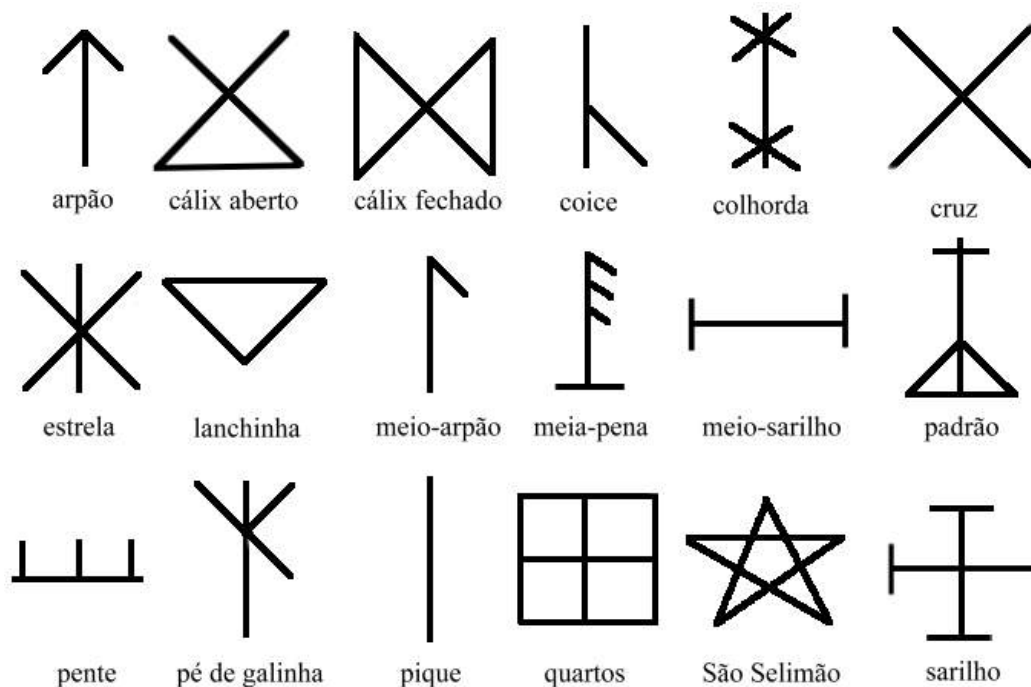
REGRAS USADAS PELOS DESCENDENTES

Fonte: Graça, 1932.

As características gráficas mais marcantes são a concisão em relação aos traços, sempre retos e com poucos detalhes. Defende-se aqui a hipótese de que esta característica tenha com origem a forma como as marcas eram registradas, geralmente com materiais cortantes sulcados na madeira ou cortiça. As referências visuais para a construção destes sinais gráficos estão associadas com simplificações de referências do cotidiano (GRAÇA, 1932), como mostra a Figura 2 (HEITLINGER, 2007). Estes elementos básicos associados entre si formavam as marcas pessoais de cada poveiro pescador. É possível perceber que os elementos não sofrem modificações ou interferências, sendo apenas acrescentados ao lado ou sobrepostos à marca original.

Ao longo do tempo as Siglas incorporaram significados para além da identificação do material de pesca. As marcas passam a ser utilizadas em objetos pessoais e na decoração de vestimentas e utensílios. Atualmente, ainda que utilizadas com seu propósito original por algumas famílias de pescadores, foram convertidas em elemento identitário amplamente utilizadas e reconhecidas da comunidade de Póvoa de Varzim.

Figura 2 – Figuras básicas utilizadas nas Siglas Poveiras



Fonte: Heitlinger, 2007.

As Marcas de Gado Sertanejas

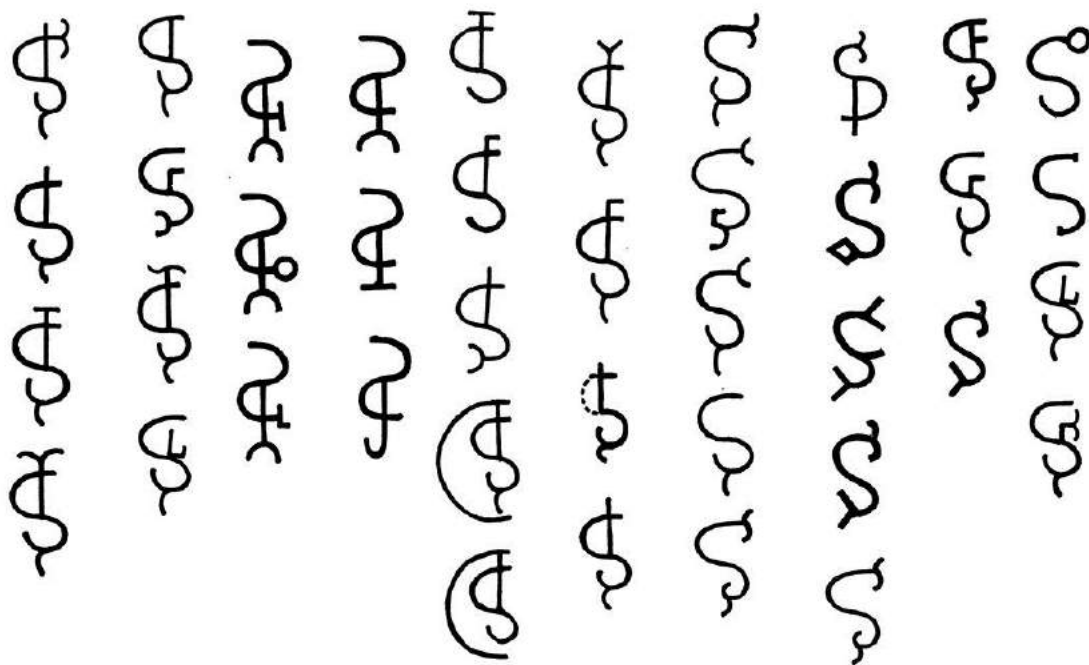
As marcas de gado sertanejas, mais especificamente da região do Seridó do Nordeste do Brasil, estão inseridas em um universo simbólico altamente rico e elaborado, sendo explicitado e explorado inicialmente por Ariano Suassuna (1974) no período em que lança o Movimento Armorial. Segundo Maia (2004), Suassuna “chamava a atenção para a existência no Brasil, de uma rica heráldica, presente desde os ferros de marcar bois no Sertão nordestino aos emblemas dos clubes de futebol das nossas grandes cidades, passando pelas bandeiras das Cavalhadas, pelos estandartes dos Maracatus, dos Caboclinhos ou das Escolas de Samba. A ligação com essa heráldica seria um dos pontos de partida para a realização de uma arte nova, erudita e de caráter brasileiro – a arte armorial”. Neste contexto de reconhecimento de uma heráldica popular brasileira, as marcas de gado sertanejas são reconhecidas como brasões de família, reconhecidos e utilizados por gerações de criadores.

O processo de colonização da América do Sul por portugueses e espanhóis (PONT, 1983; MAIA, 2004, pp. 01-03) trouxe consigo a prática de criação de gado e a utilização de suas marcas tradicionais. Em relação ao Nordeste, Paes (2011) afirma que

Com o processo de ocupação territorial no Nordeste e mais especificamente nos sertões, a criação de gado passou a ser uma das principais atividades econômicas, de forma que as práticas relacionadas ao ciclo do gado – entre elas a marcação dos animais – tornaram-se recorrentes na região (op. cit., p.21).

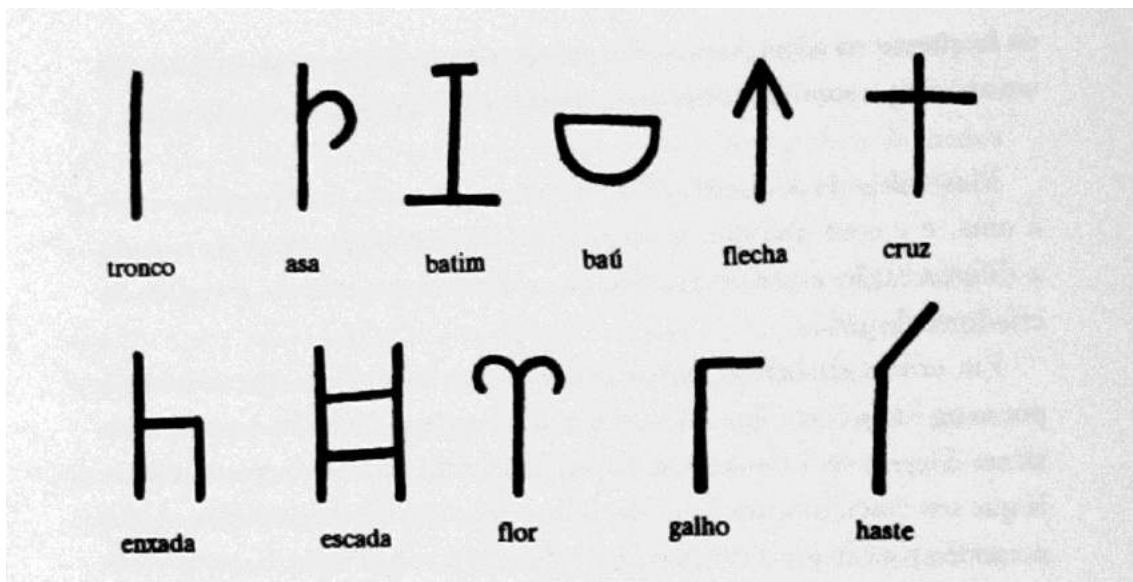
Nessa região, a forma de criar e transmitir aos herdeiros as marcas de gado adquiriu aspectos particulares, em relação a forma como as marcas eram transmitidas e reelaboradas a partir da marca do antecessor. A partir da marca do patriarca, denominada *mesa* ou *caixão* (MAIA, 2004), os filhos acrescentavam elementos à marca do pai, conforme exemplos da Figura 3 (MAIA, 2004). Neste processo, as marcas originais sofrem supressões, acréscimos de novos elementos conhecidos como *diferenças*, espelhamentos, rotações e outras formas de distinção. Não existem aqui regras claras para a criação das novas marcas, que são feitas segundo a vontade do futuro proprietário. As *diferenças* das marcas de gado possuem, como nas Siglas Poveiras, uma nomenclatura específica, em alguns casos com referências claras a objetos, como pode ser observado na Figura 4 (MAIA, 2004).

Figura 3 – Marcas da família de Manuel Fidélis



Fonte: Modificado de Modificado de Maia, 2004, pp. 40-44.

Figura 4 – Divisas utilizadas nas marcas sertanejas.



Fonte: Maia, 2004, pg. 36.

As marcas de gado nordestinas partem geralmente de uma base criada a partir de algarismos, letras, sinais gráficos abstratos ou figurativos bastante simples. A partir de

avaliação dos registros presentes na bibliografia consultada (SUASSUNA, 1974; MAIA, 2004; DINIZ, 2008; PAES, 2011), acredita-se que a base das marcas seja determinada em razão do nome dos proprietários, representados por suas iniciais, na forma de monogramas, ou por elementos que estejam associados a referências visuais relevantes a seus autores. A partir desta base são realizadas supressões, acréscimos ou outros tipos de modificação.

As marcas de gado são elaboradas utilizando geralmente formas curvas, com cantos curvos e poucos inflexões bruscas. Acredita-se que essa forma de construção seja influenciada pelas características do material utilizado na confecção dos ferros. Neste processo, as formas curvas são moldadas com mais facilidade do que aquelas com mudanças de direção acentuada. Em pontos de união específicos e para a incorporação das *divisas* nas bases, percebe-se a utilizados de solda.

Segundo Paes (2011, pg. 68) as marcas familiares perdem espaço para o uso de marcas desvinculados a transmissão familiar. Entretanto, é possível identificar sua utilização para além da marcação do gado, em objetos pessoais e como elementos decorativos.

As relações entre as Siglas Poveiras e as Marcas de Gado Sertanejas

A partir de suas particularidades as Siglas Poveiras e as marcas de gado sertanejas permitem que se estabeleçam comparações entre os dois sistemas, a partir da observação de seus pontos de aproximação e diferenças. Levanta-se a hipótese de que as Siglas Poveiras foram levadas ao nordeste brasileiro por colonizadores da região de Póvoa de Varzim, sendo adaptadas às necessidades dos criadores de gado e adquirindo uma dinâmica própria de transmissão. A hipótese ganha força a partir dos textos de Medeiros Filho (1981) e Macedo (2012), onde registram a migração de descendentes portugueses das regiões do Minho e Douro a partir da primeira metade do século XVII para a região do Seridó, conforme Tabela 1 (Macedo, 2012).

Tabela 1 – Procedência dos migrantes lusitanos do Seridó

Região	Freguesia ou Vila	Patriarcas
Açores	S. Pedro da Ribeira Seca, Ilha de S. Miguel	Rodrigo de Medeiros Rocha e Sebastião de Medeiros Mattos
	Ilha de S. Miguel (sem indicar freguesia)	José Inácio de Matos, José Tavares da Costa, Antonio Garcia de Sá e Manuel Pereira Bolcão
	Ilha de S. Jorge e matriz da mesma	Manuel Vieira do Espírito Santo
Minho (Braga*)	Barcelos	José Dantas Corrêa
	Vilar da Veiga	Joaquim Barbosa de Carvalho
	Viana do Castelo	Tomaz de Araújo Pereira
	Sem indicação	Antonio de Azevêdo Maia
Douro (Porto**)	Santo Tirso	Antonio da Silva e Souza
	S. Vicente de Loredó	José Ferreira dos Santos
	S. Mamede, Vila da Feira	Manoel Pereira de Freitas
	Santa Maria de Água Santa	Manoel e Rodrigo Gonçalves de Melo
	Vila do Faral	Antonio Fernandes Pimenta
Estremadura	Bispado de Leiria	Manuel Rodrigues da Silva
	Santa Maria de Lourdes do Patriarcado de Lisboa	Bartolomeu dos Santos
Trás-os-Montes	Torre de Moncorvo	Antonio da Rocha Gama

fonte: MEDEIROS FILHO, Olavo de. *Velhas famílias do Seridó*, p. 4.

* Arcebispado; ** Bispado

Procedência dos migrantes lusitanos que constituíram família ou tiveram descendentes na Freguesia do Seridó. Fonte: Macedo, 2012.

O ponto de contato mais evidente são os mecanismos de transmissão hereditária que, embora apresentem distinções na configuração das marcas, possuem o mesmo caráter de perpetuação da memória familiar, como brasões de origem popular e de reconhecimento como símbolos individuais ou coletivos; a extrema concisão dos padrões gráficos; e sua utilização para fins que vão além de sua função original. Enquanto a composição gráfica das Siglas Poveiras se mostra definida e regrada, influenciada tanto pela forma de transmissão quanto pelos padrões utilizados como base para criação, a composição das Marcas Sertanejas é realizada de forma livre, sem uma base de padrões ou regramento de transmissão definidos. Ambos os sistemas utilizam referências visuais da cultura local em seus elementos básicos, seja no corpo da marca, como no caso das Siglas Poveiras, seja nos complementos, como nas Marcas Sertanejas.

Destaca-se a importância que os materiais e a forma de utilização desempenham na composição de ambos os tipos de marcas. A forma resultante é dada pela maneira como as marcas são gravadas ou pelo processo de produção do meio de gravação. No caso das Siglas Poveiras, os traços retos que podem ultrapassar o limite do ponto de intersecção, em razão da realização de sulcos na madeira ou cortiça. No caso das marcas de gado, as linhas curvas e

cantos arredondados, em razão da necessidade da dobra do ferro, como demonstra a Figura 5.

Figura 5 – Siglas poveiras e marcas sertanejas gravadas na madeira.



À esquerda: Porta gravada com Marcas de Gado à esquerda. (PAES, 2011). À direita: Porta gravada com Siglas Poveiras (Museu Etnográfico e Histórico de Póvoa de Varzim. Foto: Acervo do Autor).

Por fim, cabe destacar a significativa redução do uso original de ambos os sistemas e sua transmissão hereditária, dando lugar a funções simbólicas distintas, seja para identificação de bens pessoais diferentes de sua utilização original, suporte memorial de famílias ou símbolo que representa e expressa uma comunidade e sua cultura.

Considerações finais

A proposta de comparação entre os sistemas gráficos das Siglas Poveiras e das Marcas de Gado Sertaneja permitiu que fossem observados e interpretados sendo possível estabelecer analogias entre seus mecanismos de transmissão hereditária oriundos de uma organização social estabelecida, a forma de construção ligada ao uso e produção e a presença marcante da cultura e referências locais na origem de seus padrões gráficos. Considera-se que o estudo como uma etapa inicial, que necessita ser aprofundado de forma a confirmar a migração das siglas de Póvoa de Varzim para o contexto da criação de gado para o Sertão nordestino. Abrem-se, de maneira geral, possibilidades para que se avancem estudos que

estabeleçam vínculos entre sistemas sinais gráficos, a influência da cultura local em sua configuração e sua utilização como elemento identitário de um grupo ou comunidade.

Referências

CRESWELL, J. W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo entre Cinco Abordagens**. Penso Editora, 2014.

DINIZ, Nathália Maria Montenegro. **Velhas fazendas da Ribeira do Seridó**. 2008. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

FILGUEIRAS, O. L. Sobre as origens do barco poveiro. In: Câmara Municipal, 1970. **Boletim cultural “Póvoa de Varzim”**, Vol IX-2.

FRUTIGER, A. **Sinais & Símbolos: Desenho, projeto e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GRAÇA, A. S. **O poveiro**. Câmara Municipal da Póvoa de Varzim, 1932.

HEITLINGER, P. Marcas e siglas poveiras. **Cadernos de Tipografia**. Disponível em: <http://www.tipografos.net/cadernos/cadernos-03.html>. Acesso em 01 Mar 2016.

MAIA, V. **Rudes Brasões: ferro e fogo das marcas avoengas**. Cotia: Atelier Editorial, 2004.

MACEDO, H. A. M. Colonos Portugueses e Luso-Brasílicos na Formação de Agrupamentos Familiares na Freguesia do Seridó (1788-1811). **Clio-Revista de Pesquisa Histórica**, n. 29.2, 2012.

MEDEIROS FILHO, O. **Velhas famílias do Seridó**. Brasília: Centro Gráfico do Senado Federal, 1981.

MOLLERUP, P. **Marks of excellence**. Phaidon Incorporated Limited, 1999.

PAES, D. L. N. **Sob o signo das boiadas: as marcas de ferrar gado que povoam o sertão paraibano**. 2011. Mestrado do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro.

PONT, R. **Campos realengos: formação da fronteira sudoeste do Rio Grande do Sul** (Vol. 1). Prefeitura Municipal de Uruguaiana, 1984.

ROSE, G. **Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials**. Sage, 2012.

SUASSUNA, A. **O Movimento Armorial**. Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/91421023/historicomovimentoarmorial2-100825060922-phpapp02> >. Acesso em: 13 Fev 2013.

SUASSUNA, A. **Ferros do Cariri: uma heráldica sertaneja**. Recife: Editora Guariba, 1974.

Artigo recebido em: 12/04/2017

Aceito em: 05/06/2017

Criptomoedas, Cyber-Folkcomunicação e Endemismo

*André Torres*¹
*Andrea Ferraz Fernandez*²

RESUMO

O presente artigo objetiva aprofundar o entendimento sobre o endemismo do ciberespaço e da cultura manifestada em tal ambiente. Secundariamente, objetiva distinguir a prática folkcomunicação convencional daquela originada dentro do ciberespaço. Fez-se o uso da pesquisa exploratória, observada a partir do enfoque hipotético-dedutivo, e utilizou-se da revisão bibliográfica para a coleta dos dados e posterior análise. Através da relação com a Folkcomunicação, as criptomoedas foram identificadas como expressões endêmicas do ciberespaço – EEdC. Também se observou uma distinção da folkcomunicação tradicional, quando considerando o ciberespaço como um ecossistema, e, portanto, gerador e portador de uma cultura própria.

PALAVRAS-CHAVES

Cultura digital; endemismo do ciberespaço; cyber-folkcomunicação; criptomoedas, blockchain.

"Criptomoedas", Cyber-Folkcommunication and Endemism

ABSTRACT

The present article aims to deepen the understanding about the endemism of cyberspace and the culture manifested in such environment. Secondly, it aims to distinguish conventional folk-communicative practice from that originated within cyberspace. Exploratory research was used, based on the hypothetical-deductive approach, and the bibliographic review was used to collect the data and later analyze it. Through the relationship with Folkcommunication, cryptocurrencies were identified as endemic expressions of cyberspace - EEOC. A distinction

¹ Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea na UFMT, Membro do GP Mídias Interativas Digitais – MID-UFMT. Tradutor e Coordenador do livro *Mastering Bitcoin no Brasil*, e-mail: turistorres@gmail.com

² Professora Doutora do programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso – ECCO-UFMT, e-mail: ferrazfernandez@gmail.com

was also made between traditional folkcommunication, when considering cyberspace as an ecosystem, and therefore generator and bearer of a culture of its own.

KEY-WORDS

Digital culture, endemism of cyberspace, cyber-folkcommunication, cryptocurrency, blockchain.

Introdução

Ao considerar o *hacking* como a interferência de um elemento externo em um sistema, inclui-se a afirmação que os hackers existem há mais de cem anos, com suas histórias em compasso com o início das telecomunicações. Há exemplos registrados, como as invasões de chamadas telefônicas – realizadas em 1870 pelos primeiros operadores da empresa de telefonia, a Ma Bell, ou ainda, a interferência ocorrida em uma apresentação pública de Guglielmo Marconi, para os *fellows* da Royal Institution (HONG, 2001, p. 110). Para tal *hacking*, ocorrido em 1903 e de autoria do mágico e inventor John Nevil Maskelyne, utilizou-se o código Morse para interferência remota. A atuação de Maskelyne ocorreu após Marconi ter declarado ao St. James Gazette of London “que poderia ajustar seus instrumentos de forma tal que nenhum outro instrumento pudesse interceptar suas mensagens”³ (MARKS, 2011, tradução nossa).

Contemporaneamente, o termo *hacking* tem seu uso desde a década de 1950, no Massachusetts Institute of Technology, mais precisamente no Tech Model Railroad Club, onde, posteriormente, parte dos membros passou a frequentar o MIT’s Artificial Intelligence Laboratory⁴. Historicamente, como posto por Levy (2010), a cultura hacker surge com os ‘hackers verdadeiros’ do MIT AI Lab das décadas de 50 e 60, passando pelos hackers populistas da Califórnia dos anos 70, bem como pelos jovens hackers dos anos 80, que deixaram suas marcas nos jogos de PC (LEVY, 2010). Essa cronologia contribui para a definição sobre a Ética Hacker, criada ainda nos primeiros anos do MIT AI Lab, e seguida de diferentes formas neste decorrer de tempo, passando, assim, também a conotar outros significados.

³ No original: I can tune my instruments so that no other instrument that is not similarly tuned can tap my messages.

⁴ O Laboratório de Inteligência Artificial do MIT – Massachusetts Institute of Technology.

Neste artigo, o termo hacker será utilizado conforme *the Jargon File* (2004) – códex hacker que é mantido até os dias de hoje, com origem em meados dos anos 70 em Stanford e no MIT: 1 - Uma pessoa que gosta de explorar os detalhes de sistemas programáveis e de como melhorar suas capacidades, o que se opõe à maioria dos usuários, que preferem aprender apenas o mínimo necessário; 2 - Um expert ou entusiasta de qualquer tipo. Alguém pode ser um hacker da astronomia, por exemplo; 3 - Aquele que desfruta o desafio intelectual de sobrepujar ou evitar criativamente as limitações. Também, quando referindo ao sentido depreciado do termo hacker, será usado: Um intrometido malicioso que tenta descobrir informações confidenciais bisbilhotando. Daí os termos como *password hacker* e hacker de redes. Nesse sentido, o termo correto é *cracker* (The Jargon File, version 4.4.8, 2004).

Conforme Lapsley (2014), historicamente, o uso prático do *hacking* na telefonia inicia em 1969 com John Engressia (também conhecido como ‘The Whistler’, ‘Joybubbles’ e ‘High Rise Joe’) – um aluno de matemática da Universidade de San Francisco, ao descobrir que poderia enganar os circuitos eletrônicos e permitir chamadas sem custos ao assobiar um tom específico durante ligações feitas em telefones pagos (LAPSLEY, 2014, p. 78).

O feito de Engressia rendeu-lhe outro apelido, o pai do *Phreaking* – um termo oriundo da contração de *phone phreak* – e uma subcategoria do *hacking* que começou a tomar proporções a partir de 1971, quando John Draper, conhecedor da informação de Engressia e de outro *phreaker*, Sid Bernay, expande o uso da técnica, fazendo uso de um apito – que acompanhava as caixas do cereal *Cap’n Crunch* – o qual gerava o mesmo sinal de 2600 Hertz que as comutadoras telefônicas usavam nas chamadas (LAPSLEY, 2014, p. 155).

Desai (2013) complementa que Draper constrói uma caixa azul (*blue-box*) que, ao ser utilizada em conjunto com o apito, permitia aos *phreakers* realizarem chamadas grátis. O diagrama esquemático da *blue box* é publicado em uma revista de grande circulação, passando então a ser copiado por outros *phreakers*. Dentre eles, estavam Steve Jobs e Steve Wozniak, que construíam *blue-boxes* e as vendia ao público em geral (DESAI, 2013, p. 267). Por toda a década de 1970 – e na mesma medida que se expandiam as BBS (*Bulletin Board Systems*) pelos Estados Unidos, as ações *phreaker* também se intensificam. Algo expressivo, pois, conforme Desai (2013), em 1978 havia uma estimativa de 5.000 *desktops* já em uso – número que, ultrapassou os 350.000 em 1980.

Em período de crescente dissolução da antiga cultura hacker, perdendo alguma de suas mentes mais brilhantes para as empresas de desenvolvimento de PCs e software – parcialmente devido à divisão da ARPANET em duas seções, a militar e a civil (DESAI, 2013, p.272) – em 1982, William Gibson cria⁵ o termo ciberespaço (*cyberspace*) e faz seu uso em uma publicação intitulada *Burning Chrome*, um ano antes do surgimento da internet. Aqui, há uma importante expansão da cultura digital a ser notada. Tal qual o termo ciberespaço, massificado em 1984 através de *Neuromancer*, surge, em outra publicação de Gibson, outro termo crucial na cultura digital – o *Cyberpunk* - utilizado como título de uma estória de Bruce Berthke, publicada em *Amazing Science Fiction Stories*, e que deu início à maior contracultura digital dos anos 80.

Similarmente ao fato do termo ciberespaço ter sido cunhado no meio da ficção científica e posteriormente utilizado por estudiosos da Filosofia e Sociologia – como Pierre Lévy, Manuel Castells, André Lemos e outros – ocorre o mesmo com o *cyberpunk*. Paul Saffo (1993), em um artigo intitulado *Cyberpunk R.I.P.* e veiculado em 1993, na revista *Wired*, relaciona o *cyberpunk* e a geração *Beat* como formas de contracultura de seus tempos. Para o autor, da mesma forma que os *beatniks* anteciparam os *hippies* na década de 60, o *cyberpunk* anteciparia um movimento que, em meados de 1990 ainda não possuía um nome (SAFFO, 1993), e que posteriormente veio a ser conhecido como *cypherpunk*.

Contracultura é entendida como: 1 – Fenômeno histórico concreto e particular, cuja origem pode ser localizada nos anos 60; 2 – Postura, ou até uma posição, em face da cultura convencional, de crítica radical, segundo a definição de Pereira (1992, p. 14). A este conceito incorpora-se o entendimento de contracultura como “a cultura marginal, independente do reconhecimento oficial” (PEREIRA, 1992, p. 13).

Com a popularização dos computadores domésticos e da onda *cyberpunk*, aumentou o número de *crackers*, diminuindo ainda mais a influência da antiga ética hacker, sendo um dos motivos a aprovação, em 1984, do *Comprehensive Crime Control Act*: uma modificação no código penal estadunidense que ampliou a jurisdição do Serviço Secreto Americano para

⁵ Potencialmente inspirado no Atelier Cyberspace, um duo artístico composto pelos dinamarqueses Susanne Ussing e Carsten Hoff, que teve boa parte de seus materiais produzidos entre 1968 e 1970, mais de uma década antes de Gibson fazer uso da terminologia.

atuação com fraudes de cartão de crédito e de computadores. Outra lei, o *Computer Fraud and Abuse Act* (CFAA), aprovada dois anos mais tarde, traria fortes alterações na forma de compreender a atuação na internet. Desde então, e a partir de ações como o roubo digital *do First National Bank of Chicago*, uma caçada aos hackers foi declarada, aumentando também a preocupação com a criptografia e privacidade.

Privacidade e Criptomoedas

De conversas entre os hackers e libertários Eric Hughes Tim May e John Gilmore, surgem o termo *Cypherpunk* e a lista eletrônica homônima. Hughes (1993) em suas primeiras linhas do *Cypherpunks's Manifesto*, apresenta a questão:

Privacidade é necessária para uma sociedade aberta na era eletrônica. Privacidade não é segredo. Um assunto privado é algo que alguém não quer que o mundo inteiro saiba, mas um segredo é algo que uma pessoa não quer que ninguém mais saiba. Privacidade é o poder de seletivamente revelar-se ao mundo⁶ (HUGHES, 1993, tradução nossa).

John Gilmore (1991), em um de seus discursos, complementa a ideia, quando diz que esse é o tipo de sociedade que quer construir, pois busca garantias – com física e matemática, não com leis – que é possível dar a nós mesmos privacidade real nas comunicações pessoais (GILMORE, 1991). Com a aparição de novas linguagens de programação mais seguras e com a apresentação das chaves PGP, uma nova tecnologia de encriptação, aquele era um momento bastante propício para os temas em questão.

Em *Cyphernomicon*, escrito por Tim May e compilado a fim de delinear a filosofia por trás do *Cypherpunk*, o autor explica que essa subcultura possuía interesses em áreas como privacidade, tecnologia, encriptação, política, cripto-anarquia, protocolos e dinheiro digital (MAY, 1994). Em um momento onde os esforços criptográficos eram direcionados à privacidade da informação, alguns *cypherpunks* estudavam a relação da privacidade com o dinheiro. Assim, em 1998, Wei Dai (1998) apresenta um *paper* na *Cypherpunk mailing list*, descrevendo a teoria do *b-money*, um protocolo para a criação, envio e recebimento de dinheiro e outras informações que pudesse ser utilizado por qualquer pessoa.

⁶ No original: Privacy is necessary for an open society in the electronic age. Privacy is not secrecy. A private matter is something one does not want the whole world to know, but a secret matter is something one does not want anybody to know. Privacy is the power to selectively reveal oneself to the world.

Para tal, o esforço computacional seria usado para criação do dinheiro digital. Para as transferências, os usuários seriam pseudoanônimos e vinculados a pseudônimos digitais, de modo similar ao funcionamento das chaves públicas da criptografia tradicional (DAI, 1998). Em termos não técnicos, o que Wei Dai propôs foi um protocolo onde pessoas pudessem cooperar com outras, de modo mais eficiente. Para isso, forneceu um meio de trocas e um meio de garantias de contratos. Neste mesmo período, Nick Szabo, outro *cypherpunk*, apresentou o conceito dos contratos inteligentes ou *smart contracts*, e apresentou, também na lista *Cypherpunk*, uma teoria para uma criptomoeda chamada Bitgold (SZABO, 1996).

Conceitualmente, criptomoeda é “um sistema de dinheiro eletrônico completamente descentralizado que não depende de uma autoridade central para a emissão de moeda ou para a liquidação e validação de transações (ANTONOPOULOS, 2015, p. 3). Embora as contribuições de Wei Dai e Nick Szabo tenham permanecido como teorias, possuíam características comuns, como a descentralização – o principal atributo das criptomoedas atuais – e componente presente na cultura hacker desde seu início. Acerca do assunto, Gwern Branwen (2011) reforça que dentro do paradigma *cypherpunk*, a centralização é inaceitável para muitas aplicações. A centralização significa que qualquer interesse político ou comercial pode interferir para qualquer finalidade, seja a taxaço, especulaço financeira, fomento do crime organizado, manipulaço ou deposiço de governos (BRANWEN, 2011).

Em 2008, combinando diversas tecnologias pré-existentes – como o *b-money* de Wei Dai e o *HashCash* de Adam Back, um usuário sob o pseudônimo de Satoshi Nakamoto (2009), propõe a soluço do maior problema do dinheiro digital – o risco do gasto duplo – em um *white-paper* publicado na *Cryptocurrency Mailing List* e intitulado *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. Para Antonopoulos (2015, p.2), “o gasto duplo é uma questão impossível de acontecer com o dinheiro físico, uma vez que uma mesma nota não pode estar em dois locais diferentes”. Já nas moedas digitais, essa foi uma questão possível de ser implementada apenas o Bitcoin surgiu.

Este artigo não possui a pretensão de apresentar as tecnicidades das diversas facetas, características e aplicaço do Bitcoin e outras criptomoedas. Pode-se, por outro lado, fazer uso do conceito de Antonopoulos e possibilitar a compreensço de que, além de possuir outras

características intrínsecas, o Bitcoin é tanto a informação em si quanto o meio em que ela é propagada:

Bitcoin é um conjunto de conceitos e tecnologias que formam a base de um ecossistema de dinheiro digital. Unidades de moeda chamadas bitcoins são usadas para armazenar e transmitir valor entre os participantes na rede Bitcoin. Usuários Bitcoin comunicam-se entre si utilizando o protocolo Bitcoin principalmente através da Internet, mas outras redes de transporte também podem ser usadas. A implementação da pilha do protocolo Bitcoin, está disponível como software de código aberto, pode ser executada em uma ampla variedade de dispositivos de computação, incluindo laptops e smartphones, o que torna a tecnologia de fácil acesso (ANTONOPOULOS, 2015, p. 3).

Ainda que a real identidade (ou identidades) de Satoshi Nakamoto seja desconhecida, para o futuro econômico e prático do Bitcoin, o fato possui pouca importância, dado o formato aberto e descentralizado do projeto e pelo pseudônimo não estar mais envolvido com o projeto desde 2011, contando, atualmente, com grupos de desenvolvedores com identidades conhecidas. A figura de Satoshi Nakamoto persiste, entretanto, na cultura e no folclore do ciberespaço.

A criptomoeda como manifestação folkcomunicação, o endemismo do ciberespaço e a cyber-folkcomunicação

Ao compreender a proposição de contracultura como a cultura marginal independente do reconhecimento oficial – também se faz possível uma interpretação desta última como expressão do que, no Brasil, foi tratado por Luiz Beltrão como Folkcomunicação.

Para Marques de Melo (2001), um dos principais estudiosos do trabalho de Luiz Beltrão, folkcomunicação é o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore. Para o autor, ao analisar as relações entre comunicação e folclore, Beltrão “identifica a posição daqueles meios tradicionais de manifestações de opiniões e transmissão de informações populares” (MELO, 2001, p. 05). Marques de Melo simplifica, afirmando que “o campo de estudos da folkcomunicação é o dos meios informais de comunicação, principalmente característicos das comunidades rurais, ainda não integradas ao ‘vilarejo universal’ de que nos fala Marshall McLuhan” (MELO, 2001, p.05).

O autor esclarece:

Daí a atualidade do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão, que pensou na era de McLuhan sobre as interações entre a aldeia local e a aldeia global. Ao

construir um referencial teórico consistente lançou pontes entre a folk-mídia e a mass-mídia. Ele reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo ao mesmo tempo que os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de feed-back dialético, contínuo, criativo (MELO, 1999).

Sobre esse ponto, Luiz Beltrão pondera que:

No sistema de Folkcomunicação, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados (como emissões desportivas pela TV, canções gravadas em disco ou mensagens impressas em folhetos e volantes), as manifestações são, sobretudo, resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente, tendo-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. A recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário domina seu código e sua técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo, por sua vez, em resposta ou na emissão de mensagens originais (BELTRÃO, 2007, p. 42).

A validade de tal entendimento pode, ainda, ser aplicada em uma manifestação digital – como é o caso das criptomoedas, considerando o surgimento e expansão do movimento hacker⁷ (contemporâneo do trabalho de Beltrão) – Beltrão baseou seu pensamento nas considerações de Lancelot Hogben sobre a perda da capacidade de crescimento das nações de outrora, devido a seus meios de comunicação serem inadequados para “obterem o esforço da comunidade para o desenvolvimento cultural” (HOGBEN apud BELTRÃO, 2007, p. 29).

Hogben fala sobre essa perda da capacidade de crescimento – neste caso, sob a perspectiva artístico-cultural da pintura – ao dizer que “quando os meios de comunicação de que a ciência dispõe limitam a participação recíproca do teórico e dos que fazem o trabalho cotidiano, nesta contínua interfertilização de teoria e prática, uma cultura se aproxima de seu ocaso” (HOGBEN apud BELTRÃO, 2007, p. 30). Similarmente, Beltrão realiza o mesmo ocorrendo no Brasil – cada um em seu tempo – sendo também possível a transposição do argumento para o ciberespaço e da cultura que deriva dele.

Para Beltrão, uma das audiências da Folkcomunicação é justamente composta por “grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou a estrutura social vigente” (BELTRÃO, 2007, p. 46). Para

⁷ Bem como a mudança de postura em relação à ética hacker, podem ser entendidos como exemplos para o argumento que Beltrão usou ao contextualizar a forma que a comunicação era implementada nos países desenvolvidos era ainda mais aguda em países como o Brasil.

efeito desse estudo, os anos 80 tiveram o maior impacto, dada a recuperação da preocupação com a privacidade, a marginalização e decorrente criminalização de parte da cultura hacker que não interessava ao modelo capitalista – uma ação conjunta da mídia e da força da lei.

Concernente ao *hacking*, seus desdobramentos, bem como da relação com a contracultura proveniente do mundo digital, esses requisitos têm sido preenchidos desde os primeiros tempos do TMRC até os dias de hoje com os *cyberpunks* contemporâneos, onde agentes como Aaron Schwartz, Julian Assange ou Satoshi Nakamoto atuaram tal qual um Ativista Midiático da Folkcomunicação, que, conforme descrito por Trigueiro (2006, p. 4), é aquele indivíduo que “opera nos grupos de referência da comunidade como encadeador de transformações culturais para uma renovada ordem social no seu ambiente de vivência, de aprendizado que potencializa os seus produtos culturais nos meios de comunicação”.

Em seu aspecto comunicacional da criptomoeda, o Bitcoin – ou outra criptomoeda descentralizada – é concomitantemente comunicação e veículo de comunicação. O Bitcoin é ao mesmo tempo: uma rede ponto a ponto descentralizada – o protocolo Bitcoin; um registro público de transações – a Blockchain; uma emissão de moedas que ocorre de forma determinística e matematicamente descentralizada – a mineração distribuída; e um sistema descentralizado de verificação de transações.

Mais recentemente, em 2016, quando as ações derivadas das aplicações, serviços e tecnologias ligadas a criptomoedas começam a ficar mais sofisticadas – e o potencial de suas aplicações afetarem tanto o ambiente físico quanto o virtual torna-se cada vez mais evidente, o sistema vigente vem tentando se apropriar do Bitcoin, com muito sucesso, em certo sentido. Aqui, observa-se uma semelhança com as práticas do folkmarketing, tais como expostas por Lucena Filho, como sendo “o conjunto de apropriações das culturas populares com objetivos comunicacionais, para visibilizar produtos e serviços de uma organização para os seus públicos-alvo” (LUCENA FILHO, 2008, p. 89). Ainda que distante dos festejos nordestinos estudados por Lucena Filho, Howard Yu (2016), em um artigo publicado na Fortune em julho de 2016 – e intitulado ‘O que a obsessão de Wall Street pela Blockchain significa para o futuro dos bancos’⁸ – exemplifica essa apropriação. De forma sintética, foi realizada uma aliança

⁸ No original: What Wall Street’s obsession with Blockchain means for the future of banking.

improvável entre *startups*, o Departamento de Justiça Norte-americano, o FBI e a Comissão de Comercialização de *Commodities* Futuros. Entretanto, os maiores apoiadores do uso da *blockchain* não veio de *startups* do Silicon Valley, mas de Wall Street. Diferentemente das gravadoras musicais que ignoraram, evitaram e combateram o compartilhamento peer-to-peer ou ponto-a-ponto, os bancos abraçaram a tecnologia, em busca de redução de custos em transações e maior controle em operações. Em relatório do Fórum Econômico Mundial (WORLD ECONOMIC FORUM, 2016), publicado em 2016, é apontado que 80% dos bancos mundiais farão experimentos com a *blockchain* em 2017.

Mas, ao tratar da folkcomunicação e da cibercultura, de modo geral, é levada em consideração a manifestação da folkcomunicação no ambiente do ciberespaço. Ou seja, é possível utilizar da mídia como instrumento de obtenção de maior alcance nas suas ações, tal como proposto por Costa, Trigueiro e Bezerra (2009). Esse ponto, quando relacionado ao ciberespaço e à internet, é subutilizado pela folkcomunicação tradicional – exatamente o oposto do que ocorre com as culturas oriundas do ciberespaço, altamente adaptadas às práticas digitais.

A fim de tornar clara a intenção de correlacionar o ciberespaço como uma parte da natureza, através de uma expressão da cultura e do engenho do ser humano, há a necessidade de definir suas bases. Mais que isso, fazer uma analogia entre a vida biológica que há na materialidade física, com uma existência digital, onde há tanto a representação do ser humano quanto a presença do computador *ex machina* nas suas manifestações, das mais simples às mais sofisticadas.

Diferente da primeira abordagem tradicional – a manifestação de algo folkcomunicacional sendo transposto para a internet, torna-se necessário caracterizar aquilo que seja nativo do ciberespaço e da cibercultura, como é o caso do que aqui está sendo discutido. A fim de melhor compreender o significado desta cyber-folkcomunicação, torna-se, então, necessária a compreensão sobre o endemismo do ciberespaço – remetendo à compreensão individual desses termos.

A escolha do termo endemismo considera o ciberespaço como um habitat – tendo, assim, uma relação com as ciências biológicas e com a biogeografia. A primeira referência de

endemismo pode ser remetida a Augustin Pyrame De Candolle, que o utilizou em sua obra *A Geografia Botânica*, em 1820 (ESPINOSA ORGANISTA, ZUÑIGA e ESPINOSA, 2001, p. 32).

A Enciclopédia Livre Universal o define como “uma espécie biológica exclusiva de um lugar” (Endemismo, 2008). Outra interpretação trata o endemismo como “um termo utilizado na biologia para indicar que um táxon está limitado a um âmbito geográfico reduzido e que não se encontra de forma natural em nenhuma outra parte do mundo”⁹ (Endemismo, 2015).

No conceito biológico trabalhado por Maria Lizete Caixinhas, é utilizada a conceituação de endemismo como “grupos taxonômicos que se desenvolveram numa região restrita” (CAIXINHAS, 1999, p. 127), ou seja, em uma área de endemismo. Inicialmente, tal área foi considerada por Candolle quando esse insinuou que o estudo dos padrões de endemismo deveria ser ocorrer como produto de eventos geo-históricos. Conforme Espinosa Organista segue explicando, região biogeográfica e espécie ou grupo endêmico são conceitos inseparáveis, e se entendem simplesmente como padrões reconhecíveis entre o universo de espécies de animais e plantas que cobrem o planeta. (ESPINOSA ORGANISTA, ZUÑIGA e ESPINOSA, 2001, p. 32).

Referente ao ciberespaço, o termo é cunhado sobre o radical *cyber*, desenvolvido por Norbert Wiener, quando definiu a terminologia cibernética (*cybernetics*) – já na capa de seu livro – como “controle e comunicação no animal e na máquina” (WIENER, 1948, tradução nossa).

Da ideia da interface entre humanos e máquinas, resulta um sistema que fornece um ambiente alternativo para interações, ou seja, uma base para o conceito de ciberespaço – o qual foi materializado na ficção científica de Willian Gibson. Ao destacar o livro *Neuromancer*, em 1984, considerado o romance que deu origem ao gênero *cyberpunk*, Felinto (2007) descreve o ciberespaço “como um universo obscuro ou paradisíaco e que possui suas próprias leis” (FELINTO, 2007, p. 1). O romance introduziu conceitos modernos para a época, como inteligências artificiais avançadas e um ciberespaço quase palpável.

⁹ No original: Endemismo es un término utilizado en biología para indicar que la distribución de un taxón está limitada a un ámbito geográfico reducido y que no se encuentra de forma natural en ninguna otra parte del mundo.

A enciclopédia online Webopedia vai de encontro com essa materialidade ou espacialidade, quando apresenta ciberespaço como “uma metáfora para descrever o terreno não-físico criado por sistemas de computadores”¹⁰ (WEBOPEDIA, 2015, tradução nossa). Dentre a variedade de definições encontradas, outro conceito utilizado no estudo é o adotado pelo Centro de Excelência de Ciberdefesa Cooperada da OTAN¹¹ (CCDCOE / NATO) e desenvolvido por Ottis e Lorents como o “ciberespaço sendo um conjunto dependente do tempo de sistemas de informação interconectados e os usuários humanos que interagem com esses sistemas”¹² (OTTIS e LORENTS, 2010, p. 270, tradução nossa).

Em síntese, levados em consideração os pontos acima, o endemismo do ciberespaço pode ser entendido como uma unidade em qualquer nível de um sistema de classificação que esteja limitada a um âmbito geográfico reduzido e que não se encontre de forma natural em nenhuma outra parte do mundo que não seja o ciberespaço.

O ciberespaço funda uma ecologia comunicacional: todos dividem um colossal hipertexto, formado por interconexões generalizadas, que se auto organiza continuamente. Assim, trata-se de um conjunto vivo de significações, no qual tudo está em contato com tudo: os hiperdocumentos entre si, as pessoas entre si, e os hiperdocumentos com as pessoas (MORAES, 1998, p. 75).

É importante ressaltar que o incremento das relações mediadas por computador, não implica que as relações sociais diretas tenham sido suplantadas. Esta sociabilidade ocorre então no ciberespaço; a vivência em comunidade dá-se num outro espaço que não o físico, mas que amplia e alarga as relações sociais: é o virtual complementando o real.

Embora partes das relações sociais do ciberespaço – a humano-humano e a humano-computador - sejam bastante visíveis e, por isso, frequentes alvos de estudo pelas diversas áreas do conhecimento, inclusive as várias ciências sociais aplicadas, uma outra parte das relações existentes – a computador-humano e a computador-computador – não possui essa

¹⁰ No original: A metaphor for describing the non-physical terrain created by computer systems.

¹¹ Organização do Tratado do Atlântico Norte.

¹² No original: Cyberspace is a time-dependent set of interconnected information systems and the human users that interact with these systems.

característica, sendo então, costumeiramente relegada às ciências da computação, engenharias e outras áreas duras do conhecimento.

Talvez por essa razão, muitos teóricos e cientistas sociais desconheçam ou sejam intimidados pelas terminologias do mundo digital, e, assim, não percebam as grandes semelhanças que existem entre a vida orgânica – biológica – e a vida digital, que tem início na forma de um algoritmo, palavra que para muitos é estranha ou desconhecida, cuja origem pode ser retracada à explicação do funcionamento do numeral hindu através dos algarismos arábicos (O'CONNOR e ROBERTSON, 2015) e que encerra um conceito simples: um conjunto de operações passo-a-passo para solucionar um determinado problema ou realizar uma ação – o que muito se assemelha com as formas biológicas de vida, que utilizam o algoritmo comumente conhecido como genoma.

Considerações finais

Os exemplos dados fundamentam a proposição das criptomoedas como manifestação Cyber-folkcomunicacional, considerando os termos: Cyber¹³ – por ser algo endêmico do ciberespaço. Folk – por ser algo derivado do hacking, que por si só é tradicionalmente praticado há décadas como uma subcultura, criando um folclore próprio, onde é possível citar casos como o de John Draper e de Satoshi Nakamoto.

É importante notar que embora a pluralidade de conceitos de ciberespaço só tenha sido desenvolvida após a segunda metade do século XX, se o conceito adotado for o de Lévy, que inclui os conjuntos de rede hertzianas e telefônicas clássicas dentro do “[...] espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 92-93), torna-se fácil a visualização do ciberespaço ainda no século XIX, quando Maskelyne hackeou o sistema de Marconi ou ainda mais à frente, quando os sistemas ferroviários comutados eletronicamente eram modificados em tempo real pelos membros do Tech Model Railroad Club.

Conforme Costa, Trigueiro e Bezerra notam, “As teorias da folkcomunicação propõem que as comunidades possuam maneiras peculiares de se comunicarem. [...] O meio pelo qual

¹³ A utilização do termo em inglês se dá pela nomenclatura original – cyberspace. Também se justifica por remeter ao ambiente nativo dos hackers, os primeiros habitantes humanos do ciberespaço.

essa comunicação é expressa, se dá através das manifestações cotidianas” (COSTA, TRIGUEIRO e BEZERRA, 2009, p. 3), o que é identificável quando se observa, por exemplo, o linguajar hacker, que utiliza não somente expressões diferenciadas, mas como a incorporação de números como letras nas palavras, mesclando a escrita convencional com as linguagens de programação¹⁴, tornando esse tipo de escrita de difícil leitura para usuários comuns.

Ainda, embora a cultura hacker tenha seu início nos Estados Unidos, mesmo antes do uso comunal dos computadores – ou seja, em um período onde rádio e TV predominavam – ela não pode ser considerada como uma emergência da cultura de massa – ou, ao menos, não na concepção de comunicação da visão transmissiva. Em contrapartida, podem ser imbuídos à cultura hacker os sentidos de contracultura e marginalidade. Mais especificamente no *cypherpunk* e nas criptomoedas, esse posicionamento ocorre, principalmente, em questões relacionadas à privacidade, descentralização e oposição ao sistema vigente.

Posto isso, e ao transpor a opinião de Beltrão sobre a Folkcomunicação – exposta originalmente em sua tese como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2007, p. 40) – é válida uma transposição do conceito folkcomunicacional original – pautado na cultura predominante de sua época, para culturas e expressões essencialmente endêmicas do ciberespaço, como o caso das criptomoedas, cuja raiz está fundamentada na cultura hacker. Trata-se da inovação da folkcomunicação – ou *update*, mais apropriadamente – a que se pode chamar de cyber-folkcomunicação.

É possível atribuir uma licença Creative Commons¹⁵ ao conceito usado por Beltrão, adaptando e definindo: Cyber-Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao que é endêmico ao ciberespaço e à cibercultura. E, de igual modo, as criptomoedas podem ser consideradas uma expressão original, tradicional e própria do que pode ser nomeado como cyber-folkcomunicacional.

¹⁴ Ver mais sobre o estilo hacker de escrita no Jargon File.

¹⁵ São licenças de direitos autorais de fácil uso e que fornecem ao autor uma forma simples e padronizada de autorização para que as pessoas possam usar sua obra intelectual (podendo ser desde uma expressão artística até um estudo acadêmico), de acordo com as condições que o próprio autor escolher. Assim, o autor pode, sem a necessidade de um intermediário, informar como a sua obra poderá ser utilizada

Referências

ANTONOPOULOS, A. M. **Mastering Bitcoin: Unlocking digital cryptocurrencies**. Tradução de André Torres e Rodrigo Castilhos. Open Edition 1ª. ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2015. Disponível em: <https://www.bitcoinbook.info/translations/pt_BR/book.pdf>. Acesso em: 11 out. 2016.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação - a mídia dos excluídos**. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2007.

BRANWEN, G. Silk Road: Theory and Practice. **Gwern.net**, 2011. Disponível em: <<http://www.gwern.net/Silk%20Road>>. Acesso em: 15 maio 2015.

CAIXINHAS, M. L. Endemismos. In: VERBO **Enciclopédia Verbo Luso-Brasileira da Cultura - Edição Século XXI**. Braga: Editorial Verbo, v. X, 1999.

COSTA, L. R.; TRIGUEIRO, O. M.; BEZERRA, E. P. Folkcomunicação e Cibercultura: Os Agentes Populares na Era Digital. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 7, n. 14, 2009.

DAI, W. Wei Dai. **B-money**, 1998. Disponível em: <<http://www.weidai.com/bmoney.txt>>. Acesso em: 06 maio 2015.

DESAI, M. M. **Hacking for Beginners: A beginners guide to learn ethical hacking**. Revisada. ed. [S.I.]: Amazon Publishing, 2013.

ENDEMISMO. **Enciclopedia Libre Universal en Español**, 2008. Disponível em: <<http://enciclopedia.us.es/index.php/Endemismo>>. Acesso em: 16 out. 2015.

ENDEMISMO. **Wikipedia Español**, 2015. Disponível em: <<https://es.wikipedia.org/wiki/Endemismo>>. Acesso em: 16 out. 2015.

ESPINOSA ORGANISTA, D.; ZUÑIGA, C. A.; ESPINOSA, T. E. Endemismo, Áreas de Endemismo y Regionalización Biogeográfica. In: JORGE LLORENTE-BOUSQUETS, J. J. M. **Introducción a la biogeografía en Latinoamérica: teorías, conceptos, métodos y aplicaciones**. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2001. p. 31-37.

FELINTO, E. **“Sem Mapas para esses Territórios”**: a Cibercultura como Campo de Conhecimento. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos: [s.n.]. 2007.

GILMORE, J. Privacy, Technology, and the Open Society. **First Conference on Computers, Freedom, and Privacy**, Burlingame, 1991. Disponível em: <<http://cpsr.org/prevsite/conferences/cfp91/gilmore.html/>>. Acesso em: 15 maio 2015.

HONG, S. **Wireless: From Marconi's black-box to the audion**. Cambridge: The MIT Press, 2001.

HUGHES, E. Activism.net. **A Cypherpunk's Manifesto**, 1993. Disponível em: <<http://www.activism.net/cypherpunk/manifesto.html>>. Acesso em: 04 maio 2015.

LAPSLEY, P. **Exploding the Phone: The Untold Story of the Teenagers and Outlaws Who Hacked Ma Bell**. 1ª. ed. New York: Grove/Atlantic, 2014.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 1ª. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEVY, S. **Hackers: Heroes of the Computer Revolution - 25th Anniversary**. 1ª. ed. Sebastopol: O'Reilly, 2010.

LEVY, S. Google Search will be your next brain. **Medium**, 2015. Disponível em: <<https://medium.com/backchannel/google-search-will-be-your-next-brain-5207c26e4523>>. Acesso em: 17 out. 2015.

LUCENA FILHO, S. Folkmarketing: Uma estratégia comunicacional construtora de discurso. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 6, n. 12, p. 89-95, 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/1AmhZGd>>. Acesso em: 17 maio 2015.

MARKS, P. Dot-dash-diss: The gentleman hacker's 1903 lulz. **NewScientist**, n. 24, nov. 2011. Disponível em: <<https://www.newscientist.com/article/mg21228440-700-dot-dash-diss-the-gentleman-hackers-1903-lulz/>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

MAY, T. C. The Cyphernomicon: Cypherpunks FAQ and More, Version 0.666. **Cypherpunks electronic mailing list**, 1994. Disponível em: <<http://www.cypherpunks.to/faq/cyphernomicon/cyphernomicon.html>>. Acesso em: 06 maio 2015.

MELO, J. M. D. Luiz Beltrão: pioneiro dos estudos de folk-comunicação no Brasil. **Revista Latina de Comunicación Social**, p. 21, Setembro 1999. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/46beltrao.htm>>. Acesso em: 13 set. 2016.

MELO, J. M. D. **Mídia e Folclore - O estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão**. Maringá: Faculdades Maringá, 2001. 232 p.

MORAES, D. D. A ética comunicacional na Internet. **Ciberlegenda - Revista eletrônica do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Imagem e Informação**, Florianópolis, v. 1, p. 71-85, 12 a 14 Novembro 1998.

NAKAMOTO, S. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. **Bitcoin.org**, 2009. Disponível em: <<https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2016.

O'CONNOR, J. J.; ROBERTSON, E. F. The Arabic Numeral System. **MacTutor History of Mathematics Archive**, 2015. Disponível em: <http://www-history.mcs.st-and.ac.uk/HistTopics/Arabic_numerals.html>. Acesso em: 16 out. 2015.

OTTIS, R.; LORENTS, P. **Cyberspace: Definitions and Implications**. Proceedings of the 5th International Conference on Information Warfare and Security. Dayton: Academic Publishing Limited. 8-9 abr. 2010. p. 267-270.

PEREIRA, C. A. M. **O que é contracultura**. 8ª. ed. Brasília: Brasiliense, 1992.

SAFFO, P. Cyberpunk R.I.P. **Wired**, 01 abr. 1993. Disponível em: <<https://www.wired.com/1993/04/1-4-cyberpunk/>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

SZABO, N. Smart Contracts. **Nick Szabo's Essays, Papers, and Concise Tutorials**, 1996. Disponível em: <http://szabo.best.vwh.net/smart_contracts_2.html>. Acesso em: 09 ago. 2016.

THE Jargon File, version 4.4.8. **ESR**, 2004. Disponível em: <<http://catb.org/~esr/jargon/html/index.html>>. Acesso em: 03 maio 2015.

TRIGUEIRO, O. M. O Ativista midiático da rede folkcomunicacional. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 1, n. 7, p. 11, 2006. ISSN ISSN 1807-4960. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-ativista-midiatico.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2015.

WEBOPEDIA. (C) Cyberspace. **Webopedia**, 2015. Disponível em: <<http://www.webopedia.com/TERM/C/cyberspace.html>>. Acesso em: 16 out. 2015.

WIENER, N. **Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine**. New York: John Wiley, 1948.

WORLD ECONOMIC FORUM. The future of financial infrastructure. [S.l.]: [s.n.], 2016. Disponível em: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future_of_financial_infrastructure.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2017.

YU, H. What Wall Street's Obsession With Blockchain Means for the Future of Banking. **Fortune**, 10 jul. 2016. Disponível em: <<http://fortune.com/2016/07/10/wall-street-blockchain-technology-banking/>>

Artigo recebido em: 05/04/2017

Aceito em: 05/07/2017

Almanaques de Cordel: um estudo sobre o “O Seringador” e o “Borda d’Água”¹

*Sonia Regina Soares da Cunha²
Maria Isabel Amphilo³*

RESUMO

A contribuição deste estudo é trazer o almanaque de cordel para o espaço dialógico interdisciplinar dos estudos culturais e comunicacionais. Este artigo revisa a história do almanaque, cuja narrativa mescla saber científico e saber popular, artefato da cultura com os pés na tradicionalidade do homem do campo e a cabeça na contemporaneidade do homem da cidade. O estudo historiográfico aliado à teoria da Folkcomunicação revelam as formas pelas quais as pessoas experienciam e dão sentido às práticas comunicacionais, distinguem o passado e identificam a cultura. Os almanaques portugueses, “O Seringador” e “O Borda D’Água” formam o corpus empírico: objeto folkcomunicacional, do gênero visual, formato impresso, tipo almanaque de cordel.

PALAVRAS-CHAVES

Folkcomunicação; Almanaque de Cordel; Cultura Popular; O Seringador; O Borda D’Água.

The Portuguese cordel almanacs: a study about “O Seringador” e o “Borda d’Água”

ABSTRACT

he purpose of this study is to bring the almanac to the interdisciplinary dialogical space of cultural and communicational studies. This paper reviews the history of the almanac, a narrative that merges scientific knowledge and popular lore, a cultural artifact with one side in

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Ibercom – Folkcomunicação, no XIV Congresso Internacional IBERCOM, na Universidade de São Paulo, São Paulo, de 29 de março a 2 de abril de 2015.

² Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, mestre em Estudos de Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

³ Mestre e doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, com Doutorado sanduíche na Universidad Nacional Autónoma de Mexico (UNAM) e pós-doutorado na Escola de Comunicações e Artes (2015), da Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é pós-doutoranda na Universidade Metodista de São Paulo (Cátedra Unesco/UMESP).

the traditionalism and another in the contemporary world. The historiographical study combined with the theory of Folk Communication reveals the ways in which people experience and give meaning to the communication practices, distinguish the past and identify their culture. The Portuguese almanacs, "O Seringador" and "O Borda d'Água" are the empirical corpus: object folk comunicacional: visual, printed, almanac.

KEY-WORDS

Folk Communication; Cordel Almanac; Culture; O Seringador; O Borda D'Água.

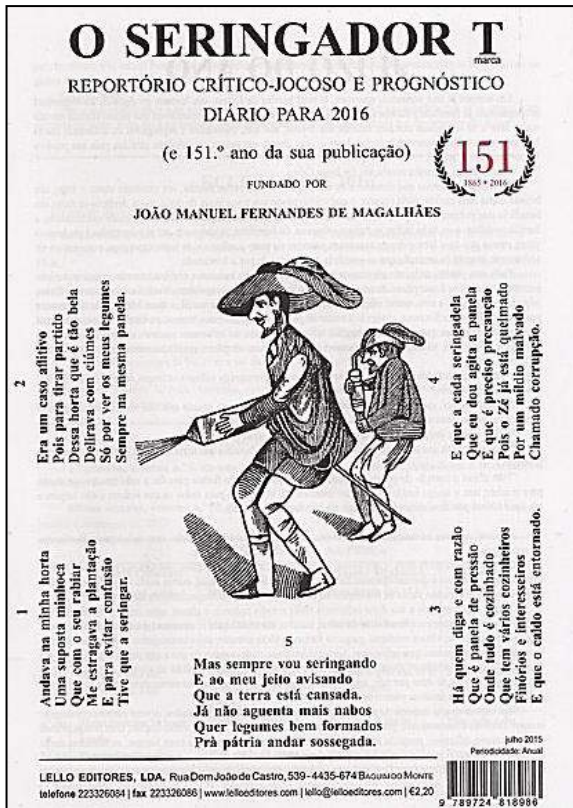
Introdução

Depois de tudo o que pode ser obtido a partir do desenvolvimento científico vê-se que há uma grande lacuna no coração das coisas, uma lacuna esperando para ser preenchida pelas ideias, crenças, concepções e aspirações do povo que foram traduzidos para ele, mas não por ele.
Gomme, 1908.⁴

Estamos em Portugal. Na estação de comboios de Campanhã, no Porto, onde se cruzam os que vêm da capital com os que vão, ou não, para o sul, ou norte, montanhas ou praia. Urbanos trabalhadores, cosmopolitas globais, rurais empreendedores, enfim, gente de todas as idades e classes sociais. Depois de atravessar o saguão da bilheteria, ao sair para a rua, a saudação em algaravia emana dos prédios antigos cuja arquitetura delicada foi desenhada há tempos, à mão, luz de candeeiro, grafite; e hoje, apesar da imponência, disputa espaço com as modernas falsas fachadas e os varais de roupas coloridas que esvoaçam como bandeirolas ao vento espalhando a portugalidade da eclética mistura dos diferentes tão iguais, permitindo-nos vislumbrar um pouco da imensa diversidade cultural lusófona. O visitante pode, então, caminhar com Pinto Bessa, andar com Padre Vieira e marchar pela Heroísmo⁵.

⁴ Gomme, G.L. *Folklore as an Historical Science*. London: Methuen, 1908.

⁵ Ao sair no Largo da Estação de Campanhã, logo em frente, começa a Rua Pinto Bessa, que sobe para a Igreja do Bonfim, mas antes, pode-se entrar à esquerda na Rua Padre Antonio Vieira (fundador do espírito lusófono no século 17), para logo, em seguida, dobrar à direita na Rua Heroísmo e espreitar o quotidiano através das montras. (Na Rua Heroísmo ficava o Pide, o Dops/Doi-Codi de Portugal).



Aqui e ali, sentir o aroma adocicado dos pastéis de Belém, saborear bolinhos de bacalhau, demorar contemplativamente em frente às vitrines das ourivesarias, que mais parecem museus, com pequenas relíquias feitas em filigrana dourado reluzente e avançar pela porta estreita do estabelecimento, que abriga um misto de livraria, jornaleiro, lojinha; onde parece haver de tudo um pouco, até um opúsculo, em preto e branco, a atrair a clientela pela frase na capa: “150º ano da sua publicação”, e em tinta vermelha: “1865*2015”, conhecido como o almanaque “O Seringador”. Sem resvalar no dilema contemporâneo, sobre o

lugar do impresso na cultura digital, propomos a seguinte questão epistemológica para o estudo: como é possível seduzir essa massa de leitores portugueses por 151 anos, sobreviver às guerras, ditadura salazarista e, agora, à troika⁶?

Almanaque: “pura emoção intelectual”

Ó menina vai ver nesse almanaque como é que isso tudo começou? Diz quem é que marcava o tique-taque e a ampulheta do tempo disparou? Se é chover o ano inteiro chuva fina ou se é como cair o elevador? Chico Buarque, letra da música Almanaque, 1981.

⁶ Em Portugal, a palavra ‘troika’ (do russo “troika”, que significa um comité formado por três membros) caracteriza a equipe composta pela Comissão Europeia, o Banco Central Europeu (BCE) e o Fundo Monetário Internacional (FMI). Foi a ‘troika’ que avaliou as contas de Portugal para definir as necessidades de financiamento, bem como foi responsável pelas negociações do resgate financeiro na Grécia, no Chipre, e na Irlanda.

Em Portugal, tanto “O Seringador” (150 anos de publicação ininterrupta), quanto “O Borda D’Água” (86 anos ininterruptos), não possuem versão online, embora em uma pesquisa rápida pela internet seja possível encontrar versões digitalizadas (sem autorização das editoras), bem como apareçam em blogues, redes sociais e em reportagens feitas para jornais diários. José Manuel Lello dirige a equipe de cinco pessoas que há três décadas produz a edição anual do almanaque “O Seringador” publicado pela Lello Editores, em Baguim do Monte⁷. Os dados das previsões meteorológicas são fornecidos pelo Instituto Português do Mar e da Atmosfera. Lello (2014) define o almanaque como um “livreto com versos críticos e anedotas”; além de informações úteis sobre as feiras, calendários, santos, dias, feriados, com conselhos para a agricultura e outras informações.



O concorrente “Borda d’Água” também trabalha na mesma linha, com o diferencial de apresentar interpretações baseadas em relatórios científicos do Observatório Astronômico da Ajuda⁸. Em 2009, durante uma entrevista para a jornalista Kátia Catulo, a diretora do “Borda d’Água”, Célia Cadete explicou que o almanaque nasceu no início da Grande Depressão (1929), atravessou o regime salazarista e chegou à democracia. Desde a fundação mantém a mesma linha editorial e é impresso em uma tipografia tradicional. Os dois almanaques são comercializados por vendedores de ruas nas pequenas aldeias, em lojinhas de comércio popular dos bairros periféricos, e até em livrarias dos grandes shoppings. De acordo com as informações das editoras, calcula-se que cada um alcance cerca de 300 mil exemplares vendidos anualmente ao preço unitário de dois euros (cerca de seis reais). Os sujeitos ‘seringador’ e ‘borda d’água’ estão presentes nas ações e manifestações culturais das classes populares portuguesas, pois representam uma antiga personagem que imprimia calendários

⁷ Baguim do Monte (Rio Tinto) foi criada em 1985. É uma freguesia do concelho de Gondomar município da área metropolitana do Porto, na região Norte de Portugal.

⁸ Observatório Astronômico de Lisboa do Museu da Universidade de Lisboa. <http://oal.ul.pt/>

(“Lunários”) com informações sobre o tempo/pesca/agricultura/astrologia e pendurava as folhinhas impressas nas margens dos rios navegáveis, com o objetivo de ajudar o trabalho dos pescadores e agricultores. O jornalista brasileiro e pesquisador, Luiz Beltrão, autor da teoria da Folkcomunicação, dedicou-se ao estudo dos almanaques e escreveu que este objeto comunicacional foi criado para

transmitir coisas simples e úteis, visando ao bem-estar do homem, preveni-lo contra adversidades, anunciar-lhe bons tempos para o plantio, para a colheita, para os empreendimentos, contar-lhe os segredos dos astros, os mistérios contidos nos velhos alfarrábios, as lendas e os fatos do passado, as ocorrências do presente, alguma coisa segura sobre o futuro à base da marcha da ciência. (BELTRÃO, 2001, p.195)

O “Seringador” e o “Borda d’Água” serão considerados neste estudo, como almanaques de cordel, no sentido de “objeto folkcomunicacional” (BELTRÃO, 2001; MARQUES DE MELO, 2005). A proximidade do formato e conteúdo com a literatura de cordel contribuiu para o almanaque, também, ser considerado de cordel.

Assim como a literatura de cordel, os almanaques são impressos no formato de 8, 16, ou 32 páginas, em papel jornal, no tamanho de 11x13 cm, com ilustrações na primeira capa (algumas em xilogravura). (ALVES DE MELO, 2011, p.115).

No Brasil, os almanaques mais conhecidos são os de farmácia, de curiosidades, cujo conteúdo entretia e divertia o leitor. Para o cronista Rubem Braga (1964) a cultura do almanaque explora o lado das coisas simples da cultura, fato que para alguns, segundo o autor, pode não valer nada, mas isto seria porque estas pessoas “não são capazes de sentir a pequena e pura emoção intelectual que dá em saber que os cocóis são cabeças de madeira pregados nos alcatrates”. E observa sutilmente, que no final do dia, com “a consciência tranquila de quem fez algo útil” é possível que o conteúdo da leitura do almanaque se transforme em sonhos. Braga encerra a crônica a ponderar cautelosamente, que os sonhos são secretos. “Não, não devo contar meus sonhos. Fazei como eu, isto é, fazei cultura.” (BRAGA, 1997).

Em 1890, Machado de Assis já antecipava descrever o almanaque de uma forma especial:

o tempo inventou o almanaque; compôs um simples livro, seco, sem margens, sem nada; tão somente os dias, as semanas, os meses, os anos. Um dia, ao amanhecer, toda a terra viu cair do céu uma chuva de folhetos; creram a princípio que era geada de nova espécie, depois, vendo que não, correram todos assustados; afinal, um mais animoso pegou de um dos folhetos, outros fizeram a mesma coisa, leram e entenderam. O almanaque trazia a língua das cidades e dos campos em que caía. Assim toda a terra possuiu, no mesmo instante, os primeiros almanaques. [...] O tempo criou o almanaque para que as pessoas pudessem compreendê-lo; e que a montagem das páginas é feita pela esperança com figuras, versos, contos, anedotas. (MACHADO DE ASSIS, 1890, s/p.).

Ariano Suassuna, fundador do Movimento Armorial, que tinha por objetivo fomentar uma arte erudita brasileira, passou a escrever um almanaque no espaço online da Folha de São Paulo, a partir de 10 de julho de 2000, o “Almanaque Armorial Brasileiro”. Semanalmente, Suassuna desenvolvia uma ideia, tirada das cartas dos leitores, ou das histórias que havia escrito. O objetivo, segundo o escritor, era “dar um sentido a minha vida [dele]”.

O almanaque como gênero, recusa-se àquelas friezas intelectuais, celebralistas e isoladoras, e é, no mundo contemporâneo, um dos últimos herdeiros do humanismo; da posição daqueles que procuravam ser fiéis, ao mesmo tempo, ao conhecimento e à beleza; à filosofia e à poesia; à ciência e à arte; ao claro real e ao enigma sombrio; ao cotidiano e ao sonho; a tudo o que se entrega à reflexão consciente, mas também ao que nos inquieta nas escuras profundezas do inconsciente. (SUASSUNA, 2008, posfácio).

Em tempos de cultura digital, o almanaque também pode ser um aliado para desvendar os segredos da agricultura no ciberespaço, como observa Blanchard, com relação ao jogo pela internet, “Farmville” da Zynga, que era disponibilizado pela rede social Facebook.

Ah! pois, agora sim percebi porque razão não consegui vingar no “Farmville”. Nem boas colheitas, nem água em abundância, sementeiras descuidadas e os subsídios que não chegaram, enfim tudo isso porque nem eu nem ninguém utiliza um bem primário para a agricultura: o almanaque “Borda D’Água”. (BLANCHARD, online)⁹

⁹ <http://blogarmado.blogspot.com.br>

O blog "Largo dos Correios" publicou que o "Borda D'Água" é considerado o melhor almanaque de cordel em língua portuguesa, valorizando a portugalidade e reforçando a identidade cultural lusófona.

O Borda d'Água, almanaque lusitano que se publica desde 1929, continua a sua tradicional missão, seguindo uma linha editorial que lhe garante a condição de best-seller nacional. Quem queira aí colher prognósticos para o ano, conselhos práticos assentes na sabedoria nacional, previsões meteorológicas imensamente avançadas em relação às oficiais (e às vezes tão acertadas como estas!) provérbios agrícolas, calendários de feiras e romarias, fases da Lua e horários de marés, efemérides e outras indicações da máxima importância social e cívica, dirija-se com urgência às suas páginas. (L.Correios)¹⁰

Tabela 1: Quadro descritivo/comparativo dos almanaques Seringador e Borda D'Água (CUNHA, 2015)

Título	Borda D'Água	O Seringador
Nome Completo	O Verdadeiro Almanaque Borda d'Água	O Seringador T (marca)
Editora	Editorial Minerva	Lello Editores, Lda.
Endereço	R.Luz Soriano, 31-33 Lisboa	R.D.João Castro, 539 Baguim do Monte
Telefone	21 346 8288	22 332 6084
Preço de Capa	2 Euros (~6 Reais)	2 Euros (~6 Reais)
Periodicidade	Anual	Anual
Ano de Fundação	1929	1865
Descrição	Reportório útil a toda a gente. Contendo todos os dados astronómicos e religiosos e muitas indicações úteis de interesse geral	Reportório crítico-jocoso e prognóstico diário para 2015
Fundador		João Manuel Fernandes de Magalhães
Tamanho	A3 dobrado em quatro partes (vendido dobrado sem cortes)	A3 dobrado em quatro partes (vendido cortado, montado e grampeado)
Diretor	Célia Cadete	José Manuel Pereira de Lello
ISBN	972-951-310-8	978-972-48-1897-9
Figura de Capa	homem de fraque, cartola, óculos e guarda-chuva	homem chapéu de mosqueteiro, espada e seringa
Significado Dicionário	calendário; astrólogo popular	almanaque popular (Norte Mondego); maçador, importuno
Editorial	pg. 2	pg. 2
Total de páginas	24	32
Fases da Lua (quadro)	pg. 15	pg. 4
Feriados e Festividades	pg. 2	pg. 4
Visibilidade dos Planetas	pg. 18	pg. 5
Eclipses	pg. 17	pg. 3
Influência da Lua na pesca		pg. 3
Feiras, Festas e Mercados	pg. 20-23	pg. 6-12

¹⁰ <https://largodoscorreios.wordpress.com/2015/01/01/2015-juizo-do-ano-e-um-ano-com-juizo>

Previsão Mensal	santos do dia; astrologia e agricultura (mês)	santos do dia; astrologia e poema (mês)
Crônica	Juízo do Ano (p.24)	Conversa da Tia Brízida com o Seringador (p.31-32)
Tabela das Enchentes	pg. 15	
Anúncio	pg. 15 (produto da própria editora)	
Sugestões/Dicas	pg. 18-19 Higienização dos dentes. Limão. Dos excessos agrícolas.	

O intercâmbio de informações por meio de agentes ligados através do folclore

“Nenhuma disciplina de investigação humana imobilizou-se nos limites impostos, quando do seu nascimento”, segundo Câmara Cascudo (s/d. p.401), “qualquer objeto que se projete de interesse humano, além de sua finalidade imediata, material e lógica, é folclórico” (grifo nosso). Gitelman (2006, p.1) esclarece que a historiografia oportuniza a observação do processo de desenvolvimento das práticas sociais comunicacionais, como objetos históricos, dando a conhecer o processo da história dos media; mas que também permite estudar as formas pelas quais as pessoas experienciam e dão sentido aos produtos comunicacionais, bem como analisar de que maneira eles percebem o mundo e se comunicam uns com os outros, e como distinguem o passado e identificam a cultura. Segundo Berg e Lune (2012, p. 305) a historiografia qualitativa permite ao pesquisador recapturar complexas nuances, de pessoas, significados, eventos, e até ideias do passado que possam ter influenciado, ou moldado o presente. A tradicionalidade está na essência da manifestação de um objeto folkcomunicação, como esclarece Oliveira Lima:

a tradicionalidade é entendida como uma continuidade, na qual os fatos novos são desenvolvidos sobre o passado, sem causar uma ruptura nesse, como por meio de uma nova interpretação ou da agregação de novos elementos aos fatos folclóricos. (LIMA et al., 2013, p.99).

Assim, buscamos compreender a história do almanaque impresso, para mostrar como esta publicação foi moldada pela imposição do gosto de quem detinha o poder do capital econômico – os donos das impressoras – financiados pelos agentes sociais, que assinavam e se comprometiam em adquirir aquela produção simbólica. Schüking (1966) observa que foi no

século XVIII que os donos das editoras começaram a depender das assinaturas dos leitores para poder ter recursos para pagar os autores, escolhidos por eles, cuja escolha variava conforme as relações sociais entre eles. Para ilustrar Schüking (1966) cita Dodsley na Inglaterra, e reflete que esse fato teria ajudado a determinar a tendência do gosto, como conceituado em Pierre Bourdieu, na obra “A Distinção” (2007). O almanaque era um misto de saber científico e saber popular, um artefato cultural, que contava com o aval da Igreja e da coroa, em especial durante a era dos descobrimentos. A investigação tem como corpus empírico os almanaques portugueses, “O Seringador” e “O Borda D’Água”, considerados “objetos folkcomunicacional, do gênero visual, formato impresso, tipo almanaque de cordel” (MARQUES DE MELO, 2005).

Em seu estudo, Beltrão (2004, p.47) evidencia que a Folkcomunicação fornece ao investigador uma linha de pesquisa capaz de iluminar “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.” Interessa-nos, portanto, revisar os históricos caminhos da permanência, de uma publicação impressa do século XIX, em Portugal, elaborada para atender às necessidades da população rural e que, em pleno século XXI, mantém a mesma apresentação de formato, bem como, praticamente, as mesmas diretrizes do conteúdo textual há 150 anos, e apesar de seguir na contramão do avanço tecnológico, continua a fazer sucesso, totalizando vendas de mais de 300 mil exemplares por ano.

Para efeito de validação da investigação, o objeto folkcomunicacional – “almanaque de cordel” (BENJAMIN, 1999) — será considerado como “patrimônio documental” (LAGE, 2002) pela dimensão cultural e informacional.

O Patrimônio Documental reclama como todas as modalidades categorizadas de Patrimônio a que sempre subjaz, medidas de defesa genéricas que vão desde a promoção do seu conhecimento, o incremento da sua pesquisa e levantamento, inventariação e classificação, a formação do e para o uso, educação e promoção para a tomada de consciência e utilização como renovação de ações educativas.” [...] Como exemplo cita-se “Populações agrárias do Portugal rural –

[os almanaques] O Borda d'Água ou O Seringador "Seringa o pobre, o rico e o lavrador...". (LAGE, 2002, p. 16).

Joseph Luyten (1988) esclarece que, para expressar seus pensamentos, religiosidade e cultura, o povo recorre a "formas de apresentação de comunicação popular: oral, escrita, gestual e plástica". (LUYTEN, 1988). O autor, também, explica que o almanaque faz parte de um "sistema de comunicação popular", que agrada "o homem do povo" (LUYTEN, 2001). Para o pesquisador Roberto Benjamin (1999) o almanaque atrai o leitor popular pelas previsões certas muitas vezes baseadas no saber do povo.

Utilizando-se das tabelas do Lunário, os poetas populares elaboram seus almanaques e ganham a reputação de conhecedores dos segredos dos astros, sem nunca haverem realizado observações sobre a órbita celeste ou deterem conhecimentos astronômicos. (BENJAMIN, 1999, p.3).

Embora a pesquisa acadêmica lusófona, dos dois lados do Atlântico, registre importantes trabalhos sobre os almanaques, ressaltamos a realização do "Colóquio Internacional Almanaque" realizado na Universidade de Campinas, São Paulo, em 1999, como o primeiro a adotar o tema "Os almanaques Populares: Da Europa à América - Gênero, Circulação e Relações Interculturais", cuja inspiração veio da França, "Les Almanachs Populaires en Europe et dans lês Amériques (XVII-XIX)", realizado um ano antes (1998) na Universidade de Versailles, em Saint-Quentin-en-Yvelines, contando com a participação do pesquisador Roberto Benjamin, que apresentou a comunicação "Almanaques de Cordel: informação e educação do povo"; bem como, com a participação da pesquisadora, Jerusa Pires Ferreira, uma das organizadoras do evento.

Tendo participado do colóquio francês e entendendo juntamente com o Paulo Micelli a importância de tudo isto para uma avaliação da cultura brasileira, resolvemos fazer a réplica daquele colóquio no Brasil, apresentando a riqueza de nossa experiência, levando em conta a riqueza dos materiais que possuímos, e podendo contar com a participação de vários pesquisadores de nosso país. (FERREIRA, 2001, p.21).

O colóquio realizou uma exposição histórica sobre almanaques do Brasil e do mundo, no Memorial da América Latina, na capital paulista, organizada por Marlyse Meyer; bem como, as comunicações dos pesquisadores brasileiros buscaram tratar dos almanaques em

quase toda a sua totalidade, primando pela diversidade do objeto-tema, desde “os de Farmácia àqueles mais gerais [...] passando pelos que concentraram experiências étnicas e regionais, dos artesanais sertanejos aos mais sofisticados, aos que herdamos de Portugal.” (FERREIRA, 2001, p.22). Além dos estudiosos brasileiros, o evento contou com a presença de um grupo de pesquisadores internacionais, com destaque para um dos maiores especialistas franceses da história do livro, Jean-Yves Mollier.

Almanaque de cordel: o segredo está na escrita torta por entrelinhas incertas

O primeiro registro de almanaque feito em Portugal data de 1390, durante o reinado de D. João I de Aragão. Bensaúde (1912, p.45) ressalta a importância histórica desse almanaque, em especial para a ciência náutica: “84 anos antes da publicação das “Efemérides” o rei de Portugal distribuiu um almanaque que calculava dia a dia, por três anos, a posição dos astros no céu.” O almanaque astronômico/astrológico era o instrumento que permitiria conhecer a configuração do céu e das estrelas, uma ferramenta capaz de habilitar os capitães das caravelas para compor o traçado cartográfico das viagens marítimas com destino ao novo mundo. Fato comprovado a partir de 1497, através do “Almanach Perpetuum” – elaborado por Abraham bar Samuel Abraham Zacut¹¹ – cujas tábuas permitiam ao navegador determinar, com relativa precisão, a posição do Sol na órbita da Terra e, conforme o valor da declinação do Sol, possibilitava ainda o cálculo da latitude. Naquela época não havia diferenciação entre astrônomo e astrólogo, pois ambos tratavam da ciência celestial; entretanto, na atualidade, estas designações ganharam contornos distintos, a saber, um se tornou cientista e o outro adivinhador.

In his monumental studies on the history of science, Pierre Duhem (1908) chose to promote two different kinds of practitioners of celestial science, labelling

¹¹ Abraão Zacuto, era um judeu refugiado em Portugal quando do decreto de Castela e Aragão, feito pelos reis católicos, Isabel e Fernando. O almanaque redigido por Zacuto, originalmente estava em hebraico “Hajibur Hagadol” e continha diversas tabelas astronômicas, que muito contribuíram para a evolução da ciência náutica. O almanaque teve tradução para o latim e depois para espanhol pelo aluno de Zacuto, o médico José Vizinho, que atuou na corte de D.João II, tendo sido publicado em Leiria em 1496.

them either 'astronomes' or 'physiciens'. The traditional 'astrologer', meanwhile, was restricted to superstitious astrology. (LOSEV, 2012, p.42).¹²

O fascínio pelo desconhecido, tanto no céu, quanto no mar, levou e leva a humanidade a buscar conhecimento para desvendar o que vai acontecer no futuro. Assim, o almanaque 'astrológico' com seu texto curto, muitas vezes em forma de verso e prosa, profético, como se fossem 'mensagens dos deuses', e com o 'aval' da Igreja, pois glorifica o Santo do dia, parece ter sido elaborado na medida certa para facilitar a leitura e seduzir o leitor.

Graças aos mapas dos céus e das estrelas os colonizadores portugueses, espanhóis e britânicos atravessaram o Atlântico e conquistaram outros continentes. Na bagagem, além das armas e munições, também levaram os almanaques. O pesquisador norte americano Patrick Spero publicou em 2010 o estudo "A revolução das publicações populares: o almanaque, 1750-1800", onde revela que durante o colonialismo, apenas os sermões religiosos e ensaios políticos, publicações feitas no Reino Unido e que rendiam algum dinheiro, conseguiam chegar até América do Norte.

Entretanto, foi nesse momento que a natureza utilitarista do conteúdo do almanaque tornou-o um produto competitivo e com intensa demanda pelo mercado consumidor da época formado por agricultores que precisavam saber os horários da aurora e do ocaso do Sol; pescadores

e navegadores que se utilizavam da tábua das marés; organizadores de eventos e comerciantes que se guiavam pelo calendário de feiras comerciais, dias santificados, datas



¹² "Nos estudos sobre a história da ciência Pierre Duhem (1908) promoveu a diferenciação entre os praticantes da ciência celestial rotulando-os de 'astrônomo' ou 'físico'. O 'astrólogo', por sua vez, ficou restrito a astrologia (superstição)." (Tradução nossa).

importantes; e, proprietários e administradores dos povoados que precisavam saber com exatidão o dia e o local onde os tribunais se reuniram para elaboração de decretos, tomadas de decisões legais e julgamentos. Embora houvesse uma grande profusão de dados, as informações em geral, obtidas a partir de dados da ciência celestial, ou através das autoridades nomeadas pela corte, não acarretavam custos aos editores. Spero (2010) acrescenta que as previsões do tempo e, principalmente, as previsões astrológicas podem ter desempenhado um papel relevante na disseminação do almanaque. Sob a bandeira do colonialismo, o almanaque se transformou no produto mais rentável das editoras britânicas, o que acelerou o envio de máquinas impressoras para a América do Norte. Uma dessas impressoras foi utilizada por Benjamin Franklin, que revelou em sua autobiografia¹³ ter publicado e ganhado um bom dinheiro, sob o pseudônimo de Richard Saunders, com o almanaque “Poor Richard’s Almanack”, uma cópia do “Poor Robin’ Almanack”, bastante popular no Reino Unido.

Sobre a contribuição dos alemães, David Kronick (2004) destaca o nome de Christian Gottfried Gruner, autor do “Almanach für Aerzte und Nicvhtaerzte”, dedicado à Medicina Popular¹⁴, publicado em Jena, em quinze volumes, entre 1782 e 1796. Mas, o que chama a atenção no estudo de Kronick (2004) é o fato dele associar o almanaque ao jornal, em especial, ao científico.

Almanacs are a genre of publication unto themselves, with a history and a tradition all their own. They appeared in vast numbers beginning almost with the very origins of printing. With the introduction of the scientific-technical periodical, some of the almanacs began to assume some of the characteristics of these new publications. A number of these titles that can be defined as almanacs either in name or in nature and that are of interest to the historian of science and technology can be found in this period. [...] In the seventeenth and eighteenth centuries, these publications were also likely to include original contributions, meteorological and other data, and news. Many of them were of a popular character, addressed to artisans and other special groups. Although they may not contain much significant new information, they do provide important indications of the social and intellectual impact of science and

¹³ Franklin, B. (1986). *The Autobiography and Other Writings*. New York: Ed. Ormond Seavey.

¹⁴ Johann Samuel Ersch (1766-1828) publicou o *Handbuch der deutschen Literatur seit der Mitte der 18. Jahrhunderts*, em oito volumes, de 1812 a 1814, que continha uma lista bibliográfica classificatória, por área de estudo científico. O almanaque de Gruner constava da seção de “Medicina Popular”.

technology in this period, and should not be ignored in any study of scientific and technical journalism. (KRONICK, 2004, p.64).¹⁵

E, talvez, tenha sido mesmo para preservar a ciência, ou melhor, para transmitir todo o saber da humanidade, que o primeiro almanaque teria sido escrito, por sábios, às vésperas do grande dilúvio e, numa pedra de granito, para toda eternidade. Essa descrição da origem do almanaque é de 1896, escrita por Eça de Queirós.

É que o Almanaque contém essas verdades iniciais que a Humanidade necessita saber, e constantemente rememorar, para que a sua existência, entre uma Natureza que lhe não é benévola, se mantenha, se prossiga toleravelmente. A essas verdades, a essas regras, chamam os Franceses, finos classificadores, verdades de Almanaque. [...] O homem tudo poderia ignorar, sem risco de perecer, excepto que o trigo se semeia em Março. E se os livros todos desaparecessem, bruscamente, e com eles todas as noções, e só restasse, da vasta aniquilação, um Almanaque isolado, a Civilização guiada pelas indicações genéricas, sobre a Religião, o Estado, a Lavoura, poderia continuar, sem esplendor, sem requinte, mas com fartura e com ordem. Por isso os homens se apressaram a arquivar essas verdades de Almanaque, - antes mesmo de fixar em livros duráveis as suas Leis, os seus Ritos, os seus Anais. [...] As datas, e só elas, dão verdadeira consistência à vida e à sua evolução. (QUEIRÓS apud ANASTÁCIO, 2012, p.54).

O calendário com as datas, os feriados e as luas, também é considerado muito útil pelos chineses. Palmer (1986) estudioso do “Tung Shu” (antigo almanaque chinês ainda hoje bastante consumido na China, inclusive online) nos explica que, seria um erro considerar que o conteúdo de um almanaque pode ser completamente entendido por todos os chineses, em especial, pelas pessoas simples da sociedade. Palmer (1986) revela que, para a maioria dos chineses, o almanaque é um livro fechado, aberto apenas para ser lido e interpretado por especialistas, quando a necessidade aparece, tal como casamento, funeral, viagem, abertura de um novo empreendimento, compra de uma casa, enfim. “O almanaque é uma força, um amuleto, um talismã de grande poder.” Além disso, o almanaque na China representa uma

¹⁵ Almanaque é um gênero de publicação em si mesmo, com uma história e uma tradição próprias. Eles apareceram em grande número começando quase junto com a invenção da impressão. Com a introdução do periódico científico-técnico, alguns almanaques assumiram características dessas novas publicações. [...] Nos séculos XVII e XVIII, os almanaques também incluíam contribuições originais, dados meteorológicos e notícias. Muitos deles eram de caráter popular, dirigidos aos artesãos e outros grupos especiais. Embora o conteúdo não apresentasse informação nova e significativa, os almanaques forneciam pistas importantes sobre o impacto social e intelectual da ciência e da tecnologia naquele período, e não deve ser ignorado em qualquer estudo sobre jornalismo científico e técnico. (Tradução nossa).

parte do passado ancestral, da vida doméstica e da própria essência de ser de cada chinês, “para quem estar sem o almanaque do ano seria o mesmo que não estar vestido.” (PALMER, 1986, p.13).

Considerações finais

Só o almanaque verdadeiramente nos penetra na realidade da nossa existência, porque a circunscribe, a limita, a divide em talhões regulares, curtos, compreensíveis, fáceis de desejar e depois fáceis de recordar porque têm nome, e quase têm forma, e onde se vão depondo e vão ficando os factos da nossa feliz ou desgraçada História.
Eça de Queirós

Podemos considerar, que o almanaque na época de sua criação, em Portugal, foi moldado pela imposição do gosto de quem detinha o poder do capital econômico – os donos das impressoras – financiados pelos agentes sociais que assinavam e se comprometiam em adquirir aquela produção simbólica (BOURDIEU, 1984), que através do senso comum evocava a identidade lusófona, esteio de uma tradição cultural que seduz e perpassa gerações de portugueses.

The field of production and circulation of symbolic goods is defined as the system of objective relations among different instances, functionally defined by their role in the division of labour of production, reproduction and diffusion of symbolic goods. The field of production per se owes its own structure to the opposition between the field of restricted production as a system producing cultural goods (and the instruments for appropriating these goods) objectively destined for a public of producers of cultural goods, and the field of large-scale cultural production, specifically organized with a view to the production of cultural goods destined for non-producers of cultural goods, ‘the public at large’. (BOURDIEU, 1984, p. 4). (Grifos do autor).¹⁶

Partindo de Bourdieu, entendemos que o almanaque detém um lugar na produção cultural portuguesa. É uma produção simbólica, um bem cultural, produzido por editores

¹⁶ O campo de produção e circulação de bens simbólicos é definido como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias, funcionalmente definido por seu papel na divisão do trabalho de produção, reprodução e difusão de bens simbólicos. O campo de produção em si deve sua própria estrutura à oposição, entre o campo da produção restrita, como sistema de produção de bens culturais (e os instrumentos de apropriação desses bens) objetivamente destinado a um público de produtores de bens culturais; e o campo de produção cultural em larga escala, especificamente organizada, tendo em vista a produção de bens culturais destinados aos não-produtores de bens culturais, “o público em geral”. (Tradução nossa).

independentes, que detém a produção cultural desse bem simbólico, elaborado em larga escala para o público lusófono. Almanaque, mercadoria cultural, bem simbólico, artefato impresso, cujo conteúdo mescla cultura popular, economia e política. Nas pequenas bibliotecas das casas dos colonizados, que viviam na América do Norte, na época da colonização, o almanaque, em geral, estava presente, junto com a Bíblia, conta Spero (2010), porque pelo senso comum era um bem simbólico, que evocava a identidade britânica. Pensar em um processo de compartilhar o conhecimento, como quem fortalece a identidade cultural, na perspectiva de uma lusofonia que compartilha os escritos, como uma forma de fortalecimento identitário.

O conceito de Lusofonia tem uma genealogia e uma história; remete para um conjunto de representações, umas que privilegiam idealizações, outras que o estigmatizam; tem servido aproveitamentos políticos e ambições económicas, do mesmo modo que alimenta proveitosas aproximações entre artistas, empresários e académicos. Espartilhada entre uma nostalgia lusocêntrica, que teima em sonhar impérios, e uma crítica pós-colonial, que procura plataformas de entendimento no presente e para o futuro, a Lusofonia parece prestar-se, por um lado, a equívocos e a simplificações, bem como, por outro lado, a formulações promotoras do diálogo intercultural. (MARTINS, CABECINHAS, MACEDO, 2014, p.6).

Embora no momento da investigação não tenha sido possível traçar uma análise comparativa entre o leitor de almanaque de Portugal e o leitor de almanaque do Brasil, em virtude do tempo e da estrutura socio-político-cultural distinta, consideramos oportuno recuperar a reflexão desenvolvida por Yuji Gushiken (2011), que revisa a formulação da teoria da Folkcomunicação. em meio ao processo de modernização socioeconômico e de desenvolvimento do capitalismo histórico do Brasil. O texto de Gushiken (2011) recupera a análise de Beltrão sobre o leitor do almanaque , considerado um “meio de expressão de caráter interpessoal e comunitário do folclore” (BELTRÃO, 2001, p.196).

Se por um lado a leitura de almanaques sugeria um país que saía, ainda que lentamente, das margens do analfabetismo, convém anotar que historicamente a produção desse leitor e espectador médio é que se tornou, ao longo da história da pesquisa em comunicação, pelo menos no Brasil, alvo de vários estudos sobre comunicação e ideologia que visaram, acima de tudo, demonstrar como essa versão liberal da democracia é que produziu, em outros momentos, o que os críticos chamam de “analfabetos funcionais” e “analfabetos políticos”, cujas condições socioeconômicas e culturais tornaram o jogo das desigualdades

sociais mais perverso para a imensa massa populacional enquadrada nessas categorias. (GUSHIKEN, 2011, online).

Dessa maneira, entendemos que, particularmente, o almanaque português tem característica de gênero utilitário, em virtude da sua funcionalidade de trazer informações úteis, através das sugestões de plantio, previsão do tempo, e indicações de feiras para comercialização de produtos agropecuários.

O almanaque de cordel, objeto de análise deste estudo, não carece da velocidade de transmissão, característica da rede cibernética, mas nem por isso a falta de imediatez, própria da informação consumida atualmente, o torna obsoleto, não porque ele seja atemporal, mas é um tempo que permite a representação fenomenológica de uma produção simbólica que se amolda ao gosto do leitor. O almanaque parece revelar ao leitor desprevenido o fluxo constante e renovador de uma tradição cultural, que permanece como um amálgama invisível, por onde circulam prosa, saber popular e conhecimento científico.

Referências

ASSIS, Machado. Como se inventaram os almanaques. In: **Literatura Brasileira**. Textos literários em meio eletrônico. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/machadodeassis> Acesso em 5 Abr 2016.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. RS: Edipucrs. Volume 12 da Coleção Comunicação, 2001.

_____. **Folkcomunicação**: Teoria e Metodologia. SBC: Umesp, 2004.

_____. **Almanaque de Cordel**: veículo de informação e educação do povo. In: Revista Comunicarte, Campinas, ano 1, 138. p. 81-96, dez. 1982.

BENSAÚDE, J. **L'Astronomie Nautique au Portugal a l'Époque des Grandes Découvertes**. Bern: uchhandlung von Max Drechsel, 1912.

BERG, B.L.; LUNE, H. What is historical research? In: **Qualitative Research Methods for the Social Sciences**. USA: Peachpit Press, 2012.

BLANCHARD, A. Almanaque Borda d'água. In: **Blog Armado**, 30 Mar 2010. Disponível em: <http://blogarmado.blogspot.com.br> Acesso em: 2 mar 2015

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. SP: Edusp; RS: Zouk. 560p, 2007.

_____. The Market of Symbolic Goods. In: **The Field of Cultural Production**: Essays on Art and Literature. Columbia University Press, 1984.

BRAGA, Ruben. Um cartão de Paris. RJ: Ed. Record, 1997.

BUARQUE DE HOLLANDA, Chico. **Almanaque**. Álbum musical. SP: Gravadora Ariola/Philips. MPB. Prod. Mazzola. LP, 1981.

CADETE, C. Borda d'Água. In: KATULO, K. Há 80 anos a prever o dia seguinte. Lisboa, **Diário de Notícias**. Edição de 5 janeiro de 2009. Disponível em: <http://www.dn.pt> Acesso em: 12 mar 2015

CAMARA CASCUDO, L. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. SP, s/d.

FERREIRA, Jerusa P. Almanaque. In: MEYER, M. **Do almanak aos almanaques**. SP: Ateliê Editorial. Fundação Memorial da América Latina. p. 19-22, 2001.

GITELMAN, L. Introduction: Media as Historical Subjects. In: **Always already new**: media, history and the data of culture. Cambridge, MA: MIT Press. Massachusetts Institute of Technology, 2006.

GUSHIKEN, Yuji. Folkcomunicação: Interpretação de Luiz Beltrão sobre a modernização brasileira. In: **Razón y Palabra**. 77, agosto/outubro, 2011. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx>. Acesso em: 2 fevereiro, 2015.

KRONICK, D.A. The Seventeenth and Eighteenth Century Periodical. In: **Devant Le Deluge and Other Essays on Early Modern Scientific Communication**. Lanham, MD: Scarecrow Press, 2004.

LAGE, M.O.P. **História(s), cultura(s) e património(s)**. Informação, documentos e fontes: rupturas e encadeamentos. Abordar o Património Documental: Territórios, Práticas e Desafios. Guimarães: Coleção Cadernos NEPS 4. ICS/Uminho, 2002.

LIMA, Maria Érica de Oliveira et al. Revista Brasil. Almanaque de cultura popular e Folkcomunicação. In: **RIF**, Ponta Grossa, PR, V.11, Nº 24, p. 96-108, 2013.

LOSEV, Al. Astronomy or Astrology: a brief history of an apparent confusion. in Journal of Astronomical History and Heritage, 15(1), p. 42-46, 2012.

MARTINS, Moisés de Lemos; CABECINHAS, Rosa; MACEDO, L.; MACEDO, I. (orgs.) Interfaces da Lusofonia: nota introdutória. In: **Interfaces da Lusofonia**. CECS, Universidade do Minho, 2014.

MARQUES DE MELO, J. Taxionomia da Folkcomunicação: gêneros, formatos e tipos. In: **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro INTERCOM/UERJ**, Rio de Janeiro, 6 a 9 setembro, 2005.

ALVES MELO, Rosilene. Almanques de cordel: do fascínio da leitura para a feitura da escritura, outro campo de pesquisas. In: **Revista IEB**, 52, set./mar. 2011, p.107-122, 2011.

PALMER, M. **Tung Shu**: The Ancient Chinese Almanac. Boston: Shambhala Publications, 1986.

QUEIRÓS, Eça de. Almanaque Encyclopédico, Lisboa, Livraria Antonio Maria Pereira, 1896. In: ANASTÁCIO, V. **Almanaques. Origem, gêneros, produção feminina**. Santiago de Compostela, Veredas, 18, p. 53-74, 2012.

SPERO, P. The revolution in popular publications: The Almanac and New England Primer, 1750-1800. In: **Early American Studies: An Interdisciplinary Journal**, Volume 8, Number 1, p. 41-74, Winter 2010.

SCHUCKING, L.L. **The Sociology of Literary Taste**. London: Routledge and Kegan Paul, 1966.

SUASSUNA, A. **Almanaque Armorial**. RJ: José Olympio, 2008.

Artigo recebido em: 12/05/2017

Aceito em: 10/06/2017

Carnaval e Folkmarketing nas ladeiras de Olinda: um estudo de caso do (mitológico) homem da meia-noite

*Veridiana Gonzaga e Silva*¹

*Pedro Paulo Procópio*²

*Suzana Ferreira Paulino*³

RESUMO

O Homem da Meia-Noite representa a identidade cultural da cidade de Olinda, no Grande Recife, sendo reconhecido nacionalmente como símbolo local do carnaval. A vertente da cultura se apresenta como um dos meios de alcançar o público no mercado de geração de valor para as organizações. De forma envolvente – com simpatia e identificação. Diante desse contexto, este artigo se propõe a entender como o Homem da Meia Noite ingressa na lógica de mercado, realizando sua gestão com base no folkmarketing, como é pensada a criação de produtos explorando a sua imagem de marca e como o conceito de “mito” passa a ser trabalhado pela agremiação. As informações levantadas foram obtidas através de pesquisas bibliográficas, com uso de livros, artigos, dissertações, entre outros; e pesquisas de campo com foco em entrevistas semi-estruturadas. Considerando os contextos e teorias abordados, é possível compreender a importância do Homem da Meia Noite para o cenário do mercado cultural e uma nova lógica mercadológica centrada no folkmarketing - o que agrega valor não apenas à agremiação, mas também a diferentes patrocinadores.

PALAVRAS-CHAVES

Homem da Meia Noite, Carnaval, Cultura e Folkmarketing.

¹ Graduada em Turismo pela Universidade Católica de Pernambuco com Pós-Graduação (especialização) em Marketing Estratégico e Vendas pela Faculdade dos Guararapes. E-mail: veridi2002@yahoo.com.br

² Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, graduado em jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco, docente e coordenador de pesquisa e extensão da Faculdade Integrada de Pernambuco, além de membro do Núcleo de Pós-Graduação (NUFA) da instituição. E-mail: pedro_procopio@facipe.edu.br

³ Doutora em Letras pela Universidade Federal de Pernambuco com período sanduíche na University of Birmingham no Reino Unido, graduada em Letras pela mesma universidade, docente da Faculdade Integrada de Pernambuco e membro do Núcleo de Pós-Graduação (NUFA) da instituição. E-mail: suzana_ferreira@facipe.edu.br

Carnival and Folkmarketing in Olinda's streets: a case study of the (mythological) midnight man

ABSTRACT

“The Man of the Midnight” (Homem da Meia-Noite) represents the cultural identity of the city of Olinda, in the Great Recife, being nationally recognized like local symbol of the carnival. The aspect of culture is presented as one of the means of reaching the public in the market of value generation for organizations. In an engaging way - with sympathy and identification. Given this context, this article aims to understand how the “Homem da Meia-Noite” enters the market logic, conducting its management based on folkmarketing, how it is thought to create products exploring its brand image and how the concept of "myth " begins to be worked by the association. The information gathered was obtained through bibliographical research, with use of books, articles, dissertations, among others; And field surveys focusing on semi-structured interviews. Considering the contexts and theories covered, it is possible to understand the importance of the Midnight Man to the cultural market scenario and a new marketing logic centered on folkmarketing - which adds value not only to the association, but also to different sponsors.

KEY-WORDS

“Homem da Meia Noite”, Carnival, Folklore and Folkmarketing.

Introdução

Diante de uma concorrência cada vez mais acirrada pela atenção do consumidor, o marketing busca a cada dia novas estratégias para chamar a atenção do consumidor em diferentes contextos sociais, em especial, nos horizontes da cultura e mesmo das questões regionais, com grande ênfase ao folclore e à identidade cultural das diferentes regiões onde as corporações atuam, como destacam Procópio e Lima (2015) a respeito do São João no Nordeste do Brasil. Entretanto, essa relação é igualmente nítida no período carnavalesco.

Desfilando pela primeira vez no dia 2 de Fevereiro de 1932, o Homem da Meia-Noite, possui cerca de quatro metros de altura, e é considerado o boneco gigante de Olinda mais antigo. Inicialmente, era categorizado por troça, tornando-se Clube de Alegoria e Crítica quatro anos depois de sua criação. Por muitos anos, o *Don Juan*, como também é conhecido por pular as janelas das moças da cidade para namorar nas noites de sábado, anima e encanta

moças e senhoras postas às janelas para assisti-lo desfilar, de madrugada, pelas ladeiras do sítio histórico de Olinda⁴.

O Homem da Meia Noite abre oficialmente, todos os anos, o Carnaval de Olinda, na meia noite do sábado de Zé Pereira, partindo da sua sede que se localiza em frente à Igreja do Rosário dos Homens Pretos, no Bonsucesso. O local é marcado pela prática de tradições culturais de negros escravos, desde a construção do templo religioso na segunda metade do século XVII, sendo a primeira igreja em Pernambuco a ter irmandade de homens pretos.⁵

Prestes a completar 85 anos, em 2017, o Homem da Meia Noite não é apenas um clube carnavalesco, um boneco gigante, um ícone. Ele é uma marca no carnaval olindense e, como tal, é de fundamental relevância pensar em *branding* e sua gestão. Um dos ativos intangíveis mais importantes do bloco é sua marca, e compete ao marketing gerenciar adequadamente seu valor.

Para Kotler (2012), uma marca é um nome, termo, símbolo, desenho - ou uma contribuição desses elementos - que deve identificar os bens ou serviços de uma empresa ou grupo de empresas e diferenciá-los da concorrência. Ela deve ter em sua essência a identificação imediata junto à empresa ou fabricante, podendo ser um nome, uma marca comercial, um logotipo ou outro símbolo que oferta produtos ao mercado, fornecendo uma série de atributos, benefícios e serviços ao consumidor.

Ainda segundo o referido autor (2012), o desenvolvimento de uma marca forte é uma arte e uma ciência e requer planejamento cuidadoso e extremo comprometimento em longo prazo, executado com criatividade. Marcas fortes geram intensas ligações com os consumidores e é neste momento em que há a geração de valor da marca.

A partir de tudo que foi apresentado, este artigo procura entender como o Clube de Alegoria e Crítica Homem da Meia Noite, uma das principais atrações do evento e que realiza a abertura oficial do carnaval de Olinda, através de sua diretoria e corpo criativo, se utiliza do *folkmarketing* como forma de angariar recursos materiais, possibilitando a perpetuação do “mito”.

⁴ Disponível em <<http://www.cultura.pe.gov.br/pagina/patrimonio-cultural/imaterial/patrimonios-vivos/homem-da-meia-noite/>>. Acesso em 15 de Agosto de 2016.

⁵ Disponível em <<http://www.cultura.pe.gov.br/pagina/patrimonio-cultural/imaterial/patrimonios-vivos/homem-da-meia-noite/>>. Acesso em 15 de Agosto de 2016.

Este estudo torna-se relevante ao explorar um ícone carnavalesco de valor cultural reconhecido, tanto pelos seus títulos recebidos- tornando-o importante dentro do mercado cultural- bem como pela comunidade onde foi criado e se encontra instalado até os dias atuais, representando uma janela de visibilidade para a cidade de Olinda e, conseqüentemente, para o estado de Pernambuco.

É de grande importância frisar que, a partir do tema escolhido para pesquisa, têm-se possibilidades de elencar e alcançar proveitosos resultados e considerações quanto ao clube Homem da Meia Noite. Isso por que o funcionamento permanente do equipamento cultural e de seu espaço comercial apresentam possibilidades para o desenvolvimento local, o aumento da circulação de renda na localidade; a captação de recursos para a organização dos eventos próprios, incluindo o Carnaval, e a ampla divulgação da sua imagem/marca como canal de difusão da cultura pernambucana.

Também é valioso citar a forte relação afetiva do calunga⁶ com a comunidade e a paixão que envolve a todos os curiosos, com suas lendas, histórias e tradição: fatores úteis para a atração de organizações interessadas no apelo popular, pelo fato do Homem da Meia Noite apresentar-se como potencial canal de aproximação com o público.

Especificamente quanto à metodologia, o *paper* teve cunho exploratório e descritivo. Trata-se de uma pesquisa de campo, de abordagem qualitativa. A coleta de dados foi realizada através da técnica questionário/entrevista em profundidade e semi-estruturada com Luiz Adolpho, atual presidente do Clube de Alegoria e Crítica Homem da Meia Noite, sobre a comunicação mercadológica; Eduardo Sarmiento, antropólogo e gerente geral do Paço do Frevo, contribuindo para a análise dos significados de cultura, cultura popular e folclore e suas atuações como fatores comerciais, bem como a relação manifestações culturais, sustentabilidade e desenvolvimento local.

Por sua vez, Rômulo Augusto, gerente de Marketing, e Alexandre Ferrer, diretor comercial e de marketing da empresa pernambucana Pitú, colaboraram quanto à geração de valor do Homem da Meia Noite para a marca, para a cidade de Olinda.

A presente pesquisa se faz oportuna por ser uma obra a somar em pesquisas referentes às teorias abordadas, podendo fornecer novos conhecimentos, mas sem a pretensão de tornar-se conclusivo ou servir como guia para as bases teóricas. Desta forma, a

⁶ O significado do termo “calunga” é explicado neste artigo nas páginas 10 e 11.

realização do artigo torna-se viável, pois, com o levantamento das informações, através das diversas pesquisas bibliográficas, artigos científicos, monografias, revistas e entrevistas de campo, conduziram ao alcance do objetivo principal deste estudo.

Através dessa pesquisa, observou-se a importância dos bens culturais como ativos para as novas economias. Conclui-se que o “produto” Homem da Meia Noite é um exemplo de gestão de *Branding*, e demais ações de Marketing, que tem terreno fértil para crescer através de ações de Folkmarketing e garantir, desta forma, o desenvolvimento local de forma sustentável.

Folclore e Cultura Popular: Análises Introdutórias

Para se compreender o que é o universo popular e suas manifestações culturais, é preciso entender os conceitos de folclore e cultura popular. Conforme Lucena Filho (2007), o folclore encontra-se inserido na coletividade. Ele está no cotidiano presente nas culturas familiares, entre amigos, instituições públicas e privadas, tornando-se as relações mais contínuas do universo afetivo.

Todas essas tradições são transmitidas através das comunicações verbal e não-verbal e é preservado por meio dos costumes. Luiz Cascudo (1969, p. 41), define folclore como “uma cultura do povo, viva, útil, diária, natural. As raízes imóveis no passado podem ser evocadas como indagações da Antiguidade. O folclore é o uso, o emprego imediato, e comum, embora antiquíssimo”.

Ainda conforme Lucena Filho (2007), as manifestações populares buscam, através das criações e representações, trazer nostalgia para amparar o lado emocional. O folclore encontra-se como um dos elementos essenciais para as caracterizações culturais.

Muitas das festas populares, religiosas e profanas remetem às influências históricas do período colonial, muito de tradição católica. Não apenas no imaginário, as práticas do folclore tornam-se principais elementos para o desenvolvimento do comércio regional e local, com seus saberes presentes também no artesanato e na culinária.

Estas manifestações, de forma geral, são estudadas com base em seu contexto social ativo, como cita Luiz Barreto (1994, p. 46): “o entendimento do folclore é o primeiro passo para a compreensão do seu povo em sua dinâmica vivencial, mesclada de um lazer criativo, lúdico e mágico, capaz de alimentar esperanças e expectativas e de nutrir sua própria raiz (...)

com a obrigação de preservar.” Desta forma, é evidente que não se pode analisar uma manifestação popular sem considerar a história de sua região e suas variáveis econômicas, sociais, políticas e culturais.

Conforme Benjamim (2004), o folclore possui características definidas como: aceitação coletiva - do gosto, do agrado coletivo, patrimônio comum do grupo com aceitação de variações e interpretações; tradicionalidade - característica básica, entendida como continuidade, onde os fatos novos se inserem sem uma ruptura com o passado, mas que se constroem sobre esse passado; dinamicidade - evolução constante de todos os fatos culturais; funcionalidade - é vivenciado nos contextos social, econômico, político, etc.; espontaneidade - nascem da comunidade e da criação do povo, sem decretos nem sistematização, mas de forma inconsciente e progressiva; e regionalidade - é localizada, apesar de o mesmo tipo de manifestação ocorrer em localidade diferente, encontra-se certas variâncias.

A UNESCO considera as expressões folclore e cultura popular como equivalentes (LUCENA FILHO, 2007, p. 44). O termo *populare* significa aquilo que é do próprio povo. Dessa forma, Caldas (1986, p. 69) diz que por “cultura popular, pode-se entender como aquela parte da cultura produzida pelo povo e para o próprio povo”.

As manifestações da cultura de um povo se expressam através de múltiplos símbolos e ícones presentes em crenças, danças, músicas, religião, literatura, culinária, produções artísticas e nas festas, conforme Lucena Filho (2007). A cultura popular encontra-se mesclada, em diversos aspectos, com a cultura de massas e é visível nos espaços comuns a ela. Conforme Luiz Barreto (1994), a cultura deve ser entendida como experiência que ajuda a projetar o futuro. Benjamim (2004, p. 40) ainda cita:

Quando se buscam os signos da identidade nacional e das identidades regionais, é para o folclore que todos se dirigem, tanto os órgãos de governo como empresas comerciais e industriais, os meios de comunicação de massa, especificamente os voltados para a promoção do turismo.

Compreende-se, assim, a relevância do folclore para a constituição identitária de uma sociedade.

A realidade da cultura de massa - a origem do homem da meia-noite e o desfile pelas ladeiras do carnaval de Olinda

A indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgiram como fenômenos da industrialização. É através das alterações na forma de produção e do trabalho que determina um tipo de indústria, neste caso, cultural, e a de cultura de massa, trazendo fatores como: uso crescente da máquina, exploração do trabalhador e divisão do trabalho.

Nesse quadro, a cultura passa a ser vista não apenas como meio de expressão, crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que se deve consumir como qualquer outro produto. Torna-se uma cultura perecível, que é apenas algo a mais a ser usado pelos indivíduos ou grupos que a produziu e que funciona como valor de troca para quem a produz, conforme Teixeira Coelho (2007).

O termo indústria cultural foi criado por Theodor Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973), membros de um grupo de filósofos conhecido como Escola de Frankfurt. Tomazi (1993, p. 195-197) afirma que, conforme Adorno:

A indústria cultural vende mercadorias, mas, mais do que isso, vende imagens do mundo e faz propaganda deste mundo tal qual ele é e para que ele assim permaneça. Segundo os dois autores, a indústria cultural pretenderia integrar os consumidores das mercadorias culturais, agindo como uma ponte nociva entre a cultura erudita e a popular. Nociva porque retiraria a seriedade da primeira e a autenticidade da segunda. Adorno e Horkheimer veem a indústria cultural como qualquer indústria, organizada em função de um público-massa -abstrato e homogêneo -e baseada nos princípios da lucratividade.

A cultura de massa estava detida nos limites das classes populares. Ela se tornou um resultado do diálogo entre a produção e o consumo no contexto de uma sociedade massificada. Ela integra uma realidade plural, através de símbolos, mitos e imagens referentes à vida prática e imaginária. Conforme Caldas (1986, p. 33), a cultura de massa:

[...] consiste na produção cultural de um universo muito grande de produtos, que abrange setores como a moda, o lazer, no sentido mais amplo, incluindo os esportes, o cinema, a imprensa escrita e falada, a música, a literatura, e enfim [...] tudo que envolve a vida do homem contemporâneo.

No que se refere à comunicação, José Marques de Melo (1998, p. 190), a define como:

[...] A cultura de massa constitui numa verdadeira ponte entre a cultura clássica e popular. [...] A cultura de massa atua como veículo de interação entre as duas culturas, estimulando o intercâmbio simbólico entre elas e, ao mesmo tempo, extraindo de ambas os códigos e elementos míticos que incorporam ao seu próprio acervo e os retribuem sob a forma de novas influências.

Tomazi (1993) considera que, de acordo com o crítico Humberto Eco, não se pode pensar a sociedade moderna sem a cultura de massa. Suas novas formas de produção cultural propiciaram mudanças na percepção e na assimilação do público consumidor, podendo, inclusive, gerar novas formas de mobilização e contestação por parte desse público.

O impacto que a indústria cultural moderna pode provocar no público consumidor não seria, portanto, necessariamente negativo, podendo, ao contrário, contribuir para a emancipação desse público e para a melhoria da sociedade, uma vez que ampliaria o seu horizonte de conhecimento.

Downing (2002, p. 41) define que “a cultura popular é a matriz genérica da mídia radical alternativa. Ela também se entrelaça com a cultura de massa comercializada e com a de oposição.” A cultura de massa quando de encontro à cultura popular não atua como necessariamente como um rolo compressor, mas traz transformações, reelaborações e novas combinações.

Benjamim (2004) acredita que, conforme a observação de fatos culturais, existem indivíduos e grupos que constituem resistência cultural. Por outro caminho, as propostas para um planejamento de desenvolvimento sustentável já começaram a incluir a ideia da sustentabilidade cultural em equilíbrio aos das sustentabilidades econômica, social e ecológica.

O Clube de Alegoria e Crítica Homem da Meia Noite tornou-se um espaço de prática cultural onde se pode encontrar, simultaneamente, o popular e o massivo em suas paisagens, programação e rituais. Nele, a comunidade da região e seus turistas produzem, consomem e mobilizam sensações, conforme as realidades nacional e regional, através da produção, circulação e consumo dessas práticas culturais.

O boneco gigante mais antigo de Olinda, o Homem da Meia-Noite, é considerado um ícone cultural e religioso do carnaval pernambucano. Há um misticismo relacionado à sua origem e tradições culturais de negros escravos. Existem duas versões sobre a origem desse

símbolo cultural: a primeira conta que Luciano Anacleto de Queiroz foi ao cinema assistir "O ladrão da Meia Noite", um detetive cinematográfico que saía, à meia-noite, de um enorme relógio de parede no filme policial, exibido, na época, no Cinema Olinda. Assim, Anacleto decidiu homenagear o personagem com a criação do boneco.

A segunda versão conta que o marceneiro e músico Benedito Bernardino resolveu homenagear um homem alto e elegante, de roupas verde e branca, chapéu preto e dente de ouro, um Don Juan, que desfilava elegantemente pelas ruas da Cidade Alta e pulava as janelas das moças da cidade para namorar, especificamente nas noites dos sábados.⁷

Em meio a um contexto histórico e social onde o Carnaval era celebrado predominantemente pela elite, o clube de alegoria foi criado por cinco pessoas de baixo nível social: o pintor de paredes Luciano Anacleto de Queiroz; o carpinteiro Sebastião da Silva; os encadernadores Cosme José dos Santos e Heliodoro Pereira da Silva, além do sapateiro, Manoel Joaquim dos Santos- Neco Monstro.

Segundo Ferraz (2007), o quinteto concorria à diretoria do Cariri Olindense, agremiação carnavalesca inspirada num velho sertanejo vendedor de ervas medicinais e peles de animais, que andava pelas ruas do Recife montado num jumento, e, a partir da dissidência, decidiram criar a Troça Homem da Meia Noite com o intuito de concorrer e superar o Cariri.

Continuando com a autora, em seus dois primeiros carnavais, a troça saiu apenas com o estandarte bordado com um relógio marcando as doze horas e o calunga gigante. Desfilou sem interrupções de 1931 até 1949. De 1950 a 1953, no entanto, o clube não saiu principalmente por falta de recursos financeiros. A partir de 1954, ano de comemoração da *Restauração Pernambucana*, o então prefeito de Olinda, Alfredo Lopes, destinou verbas para o clube que voltasse a desfilar sem mais interrupções.

Em 2006, o Clube recebeu o título de Patrimônio Vivo Cultural e Imaterial, numa iniciativa inédita no país. Pernambuco foi o primeiro estado brasileiro à instituir, no âmbito da Administração Pública, o Registro do Patrimônio Vivo, que reconhece e gratifica com uma pensão vitalícia mensal os representantes da cultura popular e tradicional do Estado.

A Lei do Registro do Patrimônio Vivo (Lei nº 12.196, de 2 de Maio de 2002) tem como objetivo preservar as manifestações populares e tradicionais da cultura pernambucana e permitir que os artistas repassem seus conhecimentos às novas gerações de alunos e

⁷ Disponível em <<http://www.ohomemdameianoite.com.br/>>. Acesso em 15 de Agosto de 2016.

aprendizes.⁸

Esse título é importante para o Clube, não apenas pela questão financeira que garante o custeio de algumas despesas fixas da sua sede, mas principalmente para o registro, preservação e divulgação de todo o trabalho desenvolvido pelos diversos presidentes durante a sua história.

Contudo, o maior reconhecimento, segundo Luiz Adolpho (atual presidente), é o do povo pernambucano, que se identifica com a imagem do calunga e o escolheu quase que unanimemente para tal em 2006, quando Olinda foi nomeada em 2005 pela ONG Capital Brasileira da Cultura (CBC) capital brasileira da Cultura, e o Homem da Meia Noite, eleito pelo povo como símbolo de representatividade da cidade.

A saída do Homem da Meia Noite é um evento, dentro do evento que é o Carnaval de Olinda – cidade Patrimônio Natural e Cultural da Humanidade. A singularidade do desfile do Clube desafia tudo, pois acontece madrugada adentro, depois do Desfile do Galo da Madrugada que se realiza no Recife ao meio dia do sábado. Esse fato limita o contingente policial durante o acompanhamento de todo o percurso pelas ruas estreitas do sítio histórico que fica completamente lotado de famílias com crianças, jovens e idosos, bem como de foliões mais exaltados pelo efeito da bebida, disputando cada centímetro de rua e calçada, janela e muro para ver o gigante passar, saudando e reverenciando a todos.

O momento mágico do bloco se dá na saída do calunga na madrugada do sábado de Zé Pereira, momento em que, espontaneamente, são reunidas aproximadamente 500 mil pessoas numa romaria ao longo do trajeto do desfile pela Cidade Alta, apenas para ver o Homem da Meia Noite e uma orquestra.⁹

Primeiro, surgem os clarins anunciando o grande momento e, em seguida, a faixa com o tema do desfile do ano, juntamente com os estandartes do relógio e a chave da cidade que é entregue ao Cariri no final do desfile. Acompanhando, 50 passistas do grupo Cia. Brasil por Dança fazem suas evoluções, seguidos da diretoria com os homenageados do ano e o gigante levado pelo seu carregador, Pedro Garrido (na função há 27 anos), radiante de alegria,

⁸ GASPAR, Lúcia. Patrimônio Vivo de Pernambuco: Pesquisa Escolar Online, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em: <<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/>>. Acesso em 12/09/16.

⁹ Entrevista com Luiz Adolpho: O Gigante mais famoso de PE completa 80 anos-14.02.12. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iGhxyi0ZUWY>>. Acesso em 15/08/2016.

juntamente com a orquestra do Maestro Carlos arrastando a multidão por um percurso de três quilômetros e meio, com duração de quase 5 horas.



Imagem 1 – Desfile na saída do clube

Fonte: www.google.com.br

Folkcomunicação: conceitos e reflexões

Diante dos contextos apresentados anteriormente - folclore, cultura popular e cultura de massa, Benjamim (2004, p. 11) refere-se à folkcomunicação como:

À primeira vista, a definição poderia estar limitada ao processo de comunicação realizado nas comunidades através das manifestações folclóricas. Todavia [...], a abrangência da folkcomunicação foi sendo ampliada para verificar a relação desta comunicação com a de massa, partindo-se da ideia de que os portadores das culturas tradicionais não vivem isolados da sociedade e, portanto, estão sob influência dos meios de comunicação massivos [...] sobretudo com a expansão da eletrificação rural, emissoras de rádio e televisão [...].

As novas realidades- como incorporação de novas tecnologias, acesso a informações globalizadas, participação no consumo de sociedade de massas- e a preservação das expressões culturais tradicionais, bem como a resistência cultural, são atuais desafios no estudo desta teoria, conforme Benjamim (2004).

O termo folkcomunicação deriva do latim *communis* e *communicare*, que significa tornar comum, enquanto que a palavra *folk* traduz-se em povo. A junção dos termos folk + *communicare* tem o significado, mais generalista, de comunicar em âmbito popular. Conforme

Simões (2001), a comunicação acontece no momento em que ocorre o processo de transação entre as organizações e no ambiente em que elas estão. Portanto, é preciso existir uma relação social direta com seu público de interesse, através das ações de comunicação.

A folkcomunicação surge da escola funcionalista, que tem como centro de atenção o estudo do comportamento do público. Wolf (1987, p. 56-69) explana as características desta escola como “(...) uma abordagem geral dos meios de comunicação de massa no seu conjunto. (...) A grande questão de fundo é o estudo das funções que os meios de massa exercem na sociedade.” Este comportamento dos públicos permanece atual no contexto da sociedade contemporânea, enriquecido com o produto das evoluções que ocorreram anos depois ao surgimento da escola, afirma Lucena Filho (2007).

No Brasil, os estudos referentes à folkcomunicação foram iniciados pelo professor, pesquisador e jornalista pernambucano Luiz Beltrão, que se deu com o lançamento da revista Comunicações & Problemas (1965). José Marques de Melo (2002, p. 15-19) relata que:

Beltrão constatou que os processos modernos de comunicação massiva, nos espaço brasileiro-nordestino, coexistiam com fenômenos de comunicação pré-moderna (...); tais veículos de comunicação popular, ou de folkcomunicação, como ele preferiu denominar, mesmo primitivo ou artesanais, atuavam como retransmissores de mensagens desencadeadas pela indústria de comunicação de massa (jornais, rádio, revista e televisão). (...) Evidencia-se a atualidade do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão, que refletiu sobre as interações entre aldeia local e a aldeia global (...); ele reconheceu o massivo que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo, ao mesmo tempo, que os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de feedback contínuo e criativo.

Desde o início dos estudos, a folkcomunicação vem adquirindo mais importância por conseguir equilibrar a cultura de massa e a cultura popular. Beltrão (2001, p. 76) afirma que “é o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões e ideias da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

As ações na comunicação revivem a cultura popular e mostram as expressões culturais na sociedade contemporânea. Elas estão expostas como símbolos de uma identidade cultural e transmitem mensagens que evocam o sentido de pertencimento.

Os elementos comunicacionais da folkcomunicação podem ser descritos por Luyten (2002, p. 236) como folkmídia, nomenclatura mais adequada utilizada pelos sistemas de

comunicação de massa. Ainda conforme Luyten (2002), a folkmídia investiga os elementos da cultura popular presentes na mídia de massa, e como esses emissores utilizam e reinterpretam estes elementos para direcionar ao seu público de interesse.

Conforme Lucena Filho (2007), a comunicação tem poder determinante para entender o tipo de participação do público e para a eficácia da comunicação integrada na empresa. Por ser um processo dinâmico, ela visa a integração entre os públicos ligados a ela, para garantir produtividade, aumento nas vendas e lucros, mas sempre em sintonia com as necessidades e o ambiente em que se encontra presente.

Conforme Kunsch (2003, p. 150), a comunicação organizacional permite uma ação sinérgica: “uma junção da comunicação institucional, mercadológica, da comunicação interna e administrativa que formam o *mix*, o composto da comunicação organizacional.” A partir dessa contextualização, Lucena Filho (2007, p. 80) afirma que:

A definição de marketing como uma nova função organizacional e uma série de procedimentos para a criação, comunicação e entrega de valor para os clientes e para a gerência dos relacionamentos com eles, de forma que beneficie a organização e seus objetivos. É sob esta perspectiva de comunicação mercadológica que se vislumbra a possibilidade de uma nova vertente, denominada folkmarketing, uma modalidade comunicacional diferenciada, mas sem deixar de estar inserida no contexto da comunicação organizacional (...).

Assim, o folkmarketing exerce forte influência na comunicação e posicionamento das marcas no mercado organizacional.

Folkmarketing: teoria e percepção através do homem da meia noite

Apesar de toda a visibilidade alcançada ao longo dos anos, resultado da estreita relação com a imprensa, o mesmo não se observa nas relações mercadológicas do Homem da Meia Noite. Embora sua imagem seja seu maior ativo, apenas entre os anos de 2010/2011, Luiz Adolpho admite que começa a perceber o real potencial de explorá-la como produto.

Por tal motivo, ele abre a loja na sede onde são comercializados os produtos oficiais do clube, como: camisas, fantasias, canecas, miniaturas do calunga, chaveiros, cartolas, adesivos, etc.: basicamente “*souvenirs*”, onde o ícone é explorado como produto da marca Homem da Meia Noite.

Desta maneira, podemos observar e compreender o Folkmarketing, que, segundo Lucena Filho (2007, p. 85):

O termo *folk*= povo, ajuntado à palavra *marketing* (que tem o significado de um conjunto de meios que uma organização dispõe para entender e atender o mercado), resulta na expressão Folkmarketing que, segundo uma visão genérica, significa o conjunto de apropriações das culturas populares com objetivos comunicacionais, para visibilizar produtos e serviços de uma organização para os seus públicos-alvo.

Isso se torna ainda mais claro quando Luiz Adolpho pontua, sua decisão de mudar as estampas das camisas do carnaval, que antes traziam a imagem do calunga e hoje possuem a estampa do fraque. No início, algumas pessoas o criticaram por causa desta mudança, mas hoje ele tem certeza que o sucesso na investida foi por acertar no sentimento de pertencimento dos foliões, tornando-os o próprio Homem da Meia Noite.

Segundo Renato Almeida (1974, p.29), deve-se observar “o comportamento do grupo social onde existe e para as formas que revestem o fato”. Continuando com a visão de José Jorge de Carvalho (1992, p. 322):

Um núcleo simbólico para expressar um certo tipo de sentimento, de convívio social e de visão de mundo que, ainda quando totalmente reinterpretado e revestido das modernas técnicas de difusão, continua sendo importante porque remete à memória longa.

Lucena Filho (2007) destaca que o Folkmarketing opera uma estratégia diferenciada, pois movimenta sentidos de emoção, empatia, identificação, valorização cultural e pertencimento ao utilizar de recursos culturais que fazem parte do universo de um público para os quais atuam. As ações de Folkmarketing têm objetivos definidos, com a criação de estratégias direcionadas à situação local, mas, simultaneamente, ligadas às transformações da sociedade industrial. Na visão de Lucena Filho (2012, p. 35):

Folkmarketing é uma modalidade comunicacional, com base nas matrizes teóricas da teoria da folkcomunicação e do marketing, estrategicamente adotada pelos gestores comunicacionais dos mercados regionais, apresentando como característica diferenciada, no seu processo constitutivo a apropriação das expressões simbólicas da cultura popular por parte das instituições públicas e privadas, com objetivos mercadológico e institucional.

Assim, o Homem da Meia Noite reúne as características essenciais para a aplicação do Folkmarketing como estratégia mercadológica, a saber: o seu público, local, nacional e internacional, fiel, apaixonado e grandioso que valoriza as tradições culturais e se sente pertencente à cultura celebrada no referido evento carnavalesco. Logo, percebe-se o potencial mercadológico da associação das marcas a essa celebração cultural que remonta a identificações e emoções.

Nos últimos anos, os mercados têm percebido a importância da integração na comunicação. Percebe-se a elevação de recursos investidos por organizações, tanto privadas quanto públicas, nos setores locais, concretizando a dinâmica no relacionamento com seu público e procurando garantir credibilidade e afeto com a vinculação de seus produtos/serviços/marcas a expressivos e relevantes eventos culturais (LUCENA FILHO, 2007). De acordo com Procópio e Lima (2015, p. 18):

A tradição passa, dessa forma, a ser o componente que agrega valor, traz lembranças, humaniza o processo publicitário, chama a atenção, desperta o interesse e infla o desejo pelo pertencimento simbólico aos ícones industriais globais de cara tão genuinamente nossa.

O desfile do Homem da Meia Noite é o evento no carnaval de Olinda que tem o maior público durante todo o seu percurso e, como evento de massa, ainda não consegue atrair patrocinadores de porte, como já ocorre nas festas juninas de Caruaru e Campina Grande. Enquanto em Caruaru a cobertura da Rede Globo começou a atrair patrocinadores de porte para o evento, no Homem da Meia Noite ainda não se observa este fenômeno.

Sabe-se que existem algumas restrições a patrocinadores durante o carnaval de Olinda, por questões da Lei Municipal do Carnaval, mas o clube visa buscar patrocinadores e parceiros para eventos dentro da sua sede. Ao longo de sua história, o Clube possui apenas um patrocinador há 40 anos: a Cachaça Pitú. Indústria genuinamente pernambucana, fundada em 1938 em Vitória de Santo Antão, que espalhou sua atuação por todo o Brasil e pelo mundo, e que tem no seu DNA, por ser um produto popular, o objetivo de estar nos eventos e acontecimentos populares. Segundo Alexandre Ferrer¹⁰:

¹⁰ Entrevista com o diretor comercial e de Marketing da Pitú, Alexandre Siqueira Ferrer de Moraes, realizada pelas autoras, em outubro de 2016, na sede da Pitú (Vitória- PE) e registrada em áudio.

A base da comunicação da empresa é popular. No Marketing, buscamos estar perto deste público consumidor de cachaça Pitú e observá-lo em festas populares, futebol, vaquejadas, festas religiosas, São João, festas de santos padroeiros e Carnaval, onde temos uma atuação bem forte, não só em Pernambuco (capital e interior), mas em todo o Nordeste. E agimos com a mesma estratégia em todos mercados onde atuamos, porque acreditamos que estes eventos são oportunidades de visibilidade e momento da marca estar perto do seu público.

Sobre o posicionamento da marca e patrocínios, Rômulo Augusto¹¹ afirma:

Desde a nossa origem, a marca da Pitu é repassada como sinônimo de Pernambucanidade e regionalidade, características do produto e da marca e os patrocínios servem para veicular, mas principalmente vem para garantir e selar esse orgulho de ser pernambucano e da sua cultura.

Com relação ao patrocínio do Homem da Meia Noite, Alexandre Ferrer afirma:

E o Homem da Meia Noite surgiu dentro dos patrocínios do carnaval de Olinda. Foi observado que era um clube que dava “gente”, com envolvimento popular e apelo muito grande, acho que o maior de Olinda em termos de “povão” mesmo, então a gente tem um patrocínio com eles há mais de quarenta anos. O Clube teve vários presidentes e quem realmente profissionalizou foi Adolpho. Os outros só se preocupavam com a saída no sábado de Zé Pereira, o clube praticamente não existia. Adolpho deu a guinada para o lado profissional da coisa, tanto que ele começou com a loja, procurou valorizar a marca buscando patrocínios mais fortes. Os outros eram pontuais, já ele trabalha o ano todo.

Com essas observações temos a compreensão de que os grandes eventos, no caso deste estudo, o Carnaval de Olinda, se tornam um espaço de publicidade para as instituições privadas e públicas, uma vitrine de oportunidades para a aproximação das mesmas com o público em geral e desenvolvimento para os locais onde acontecem. É o momento das instituições se aproximarem do público, segundo Lucena Filho (2007, p. 78):

[...] Pode-se concluir que predomina a convicção de que o evento é a oportunidade da visibilidade da transação de produtos e serviços; que é importante para dar evidência à imagem da empresa. Os eventos ou acontecimentos especiais, de qualquer tipo são criados e recriados com objetivos claros de influenciar a opinião pública. Servem de meios por si sós, como pontos focais para o uso de instrumentos de comunicação massivos ou

¹¹ Entrevista com o gerente de Marketing da Pitú, Rômulo Augusto Soares do Carmo, realizada pelas autoras, em outubro de 2016, na sede da Pitú (Vitória- PE) e registrada em áudio.

dirigidos. Eles registram a participação da organização que os patrocina ou de que são parceiros, também funcionando como vitrine de suas marcas.

Dessa forma, as organizações podem se beneficiar do potencial comunicativo-mercadológico do Folkmarketing para dar visibilidade às marcas e produtos.

Metodologia

Para o desenvolvimento deste artigo, quanto aos objetivos, as pesquisas tiveram cunho exploratório e descritivo. A pesquisa exploratória permite a familiarização com os assuntos abordados, possibilitando a criação de hipóteses e aprofundamento dos tópicos. É realizada através de pesquisas bibliográficas, com livros, artigos, sites, estudos de caso, dissertações, entre outros meios. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva necessita de uma série de informações sobre o que se pesquisa, descrevendo fatos e fenômenos de certa realidade.

Quanto à forma de abordagem, a pesquisa será qualitativa. Goldenberg (1997) cita que a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas com a compreensão de um grupo social, de uma organização ou outro grupo relevante ao estudo. Conforme Deslauriers (1991), o objetivo da amostra, pequena ou grande, é mostrar informações aprofundadas, e, assim, sendo capaz de produzir novas informações.

Quanto ao meio do estudo, foi utilizada a pesquisa de campo. Conforme Deslauriers (1991), ela caracteriza-se pelas investigações em que são feitas as coletas de dados junto a pessoas, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa.

As entrevistas realizadas em campo para este artigo foram utilizadas, de forma total, como embasamento para todo referencial teórico, uma vez que serviram como alicerce para a construção de conteúdo e como complemento para as ideias elaboradas em toda a pesquisa.

Luiz Adolpho é, atualmente, o presidente do Clube de Alegoria e Crítica Homem da Meia Noite e o primeiro com a visão voltada para a comunicação mercadológica. Através dessa entrevista, pode-se entender como o clube se posiciona e atua sobre os referenciais abordados nesse artigo.

Todo o conteúdo foi primordial para compreendermos a essência do Homem da Meia Noite e sua complementação para a pesquisa. Eduardo Sarmiento é antropólogo e gerente geral do Paço do Frevo. Através de sua experiência com o mercado cultural, sua entrevista foi

importante para a análise dos significados de cultura, cultura popular e folclore e suas atuações como fatores comerciais, bem como a ligação entre as mais diferentes manifestações culturais atuando sustentavelmente para o desenvolvimento local.

Para compreender-se do ponto de vista mercadológico, os executivos Rômulo Augusto, gerente de Marketing, e Alexandre Ferrer, diretor comercial e de marketing da empresa pernambucana Pitú, ofereceram suas percepções sobre como o Homem da Meia Noite gera valor para a marca, bem como para a cidade de Olinda e sua influência sobre o público-alvo.

Para a coleta de dados foi utilizada a técnica de questionário/entrevista em profundidade e semi-estruturado, com questões abertas planejadas a fim de atingir os objetivos pretendidos, organizar a seqüência de perguntas e adequação do roteiro e linguagem.

Conforme Oliveira (2012), as entrevistas em profundidade são utilizadas quando há pouco conhecimento sobre o objeto estudado e onde diferentes percepções são necessárias partindo de pontos de vistas individuais. Elas servem como um meio apropriado que leva uma pessoa a expressar o que pensa e descrever vivências, permitindo ao entrevistado uma reportagem satisfatória, considerando o que foi dito como verdadeiro ou uma reconstrução da realidade.

Triviños (1987) afirma que a entrevista semi-estruturada apresenta questões básicas apoiadas em hipóteses relacionadas ao tema da pesquisa em si. Tais questões permitem a criação de novas teorias, de acordo com as respostas recebidas. O foco parte do investigador como entrevistador. Este tipo de entrevista auxilia na descrição e compreensão de fenômenos sociais, além de manter o pesquisador de forma ativa na coleta de informações.

De acordo com Manzini (1990/1991), a entrevista semi-estruturada está focada em um roteiro com perguntas principais, adicionadas a outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Durante a entrevista, informações surgem de forma mais livre e não há padronização de perguntas e respostas.

Considerações finais

Diante desse trabalho, pôde-se perceber a importância dos bens culturais como ativos para as novas economias. O “produto” Homem da Meia Noite é um exemplo de gestão de *Branding*, e demais ações de Marketing, que tem terreno fértil para crescer através de ações de Folkmarketing e garantir, desta forma, o desenvolvimento local de forma sustentável.

Podemos compreender como funcionam as estratégias e ações que o clube vem trabalhando na busca da ‘não-dependência’ de incentivos e editais públicos de Cultura para se manter durante o ano. Como Luiz Adolpho nos afirmou: “Ainda falta muito para a gente se profissionalizar, faltam recursos financeiros para ter profissionais das áreas estratégicas aqui dentro, mas estamos trabalhando para mudar isto”.

Podemos compreender também todo o histórico de trabalho e luta para o clube chegar onde se encontra hoje. O envolvimento das pessoas no seu dia a dia, as mais diversas dificuldades que ainda existem e precisam ser vencidas, as alegrias e conquistas. E, através de todo esse engajamento, sentimos o que realmente faz o calunga ser o mito que é, e por que é tão amado por seus seguidores, suas namoradas e turistas curiosos.

Ao compreendermos a importância do impacto gerado pela cultura e suas manifestações em diversos setores, tais quais: econômico, social e ambiental entre outros; nos leva também a entender as diversas possibilidades que este referencial pode agregar na sociedade na qual atuamos. Assim, uma vez que despertamos para essa visão mercadológica da cultura, percebemos a necessidade de investimentos para apoiar e preservar não apenas a nossa memória, mas o nosso cotidiano.

Entrevistar profissionais com experiências, visões e ideias tão diversas - Luiz Adolpho, Eduardo Sarmiento, Rômulo e Alexandre Ferrer - trouxe conteúdo de relevância para este artigo, visto que os trabalhos desses entrevistados estão presentes e são reconhecidos em Pernambuco. Todos se mostraram receptivos e entusiasmados com o nosso tema e nos deram a luz para compreender e buscar ainda mais sobre os referenciais teóricos.

Para nós, pesquisadores, foi importante e gratificante mergulhar neste tema tão novo e rico, onde uma vasta gama de questionamentos, possibilidades, dificuldades e oportunidades surgiam a cada dia e nos deixavam mais instigadas a aprofundar as pesquisas nos campos da Folkcomunicação, Folkmarketing, Marketing e Desenvolvimento Local Sustentável.

Referências

ALMEIDA, Renato. **A inteligência do folclore**. Rio de Janeiro: América na INL, 1974.

BARRETO, Luiz Antônio. **Um novo entendimento do folclore e outras abordagens culturais**. Aracajú: Sociedade Editorial de Sergipe, 1994.

BELTRÃO, Luiz de Andrade Lema. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informações de fatos e expressões de ideias**. Porto Alegre: Edipuccrs, 2001.

BENJAMIM, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Comissão Gaúcha de Folclore. Porto Alegre, 2004.

CALDAS, Waldemar. **Cultura de massa e política de comunicação**. São Paulo: Global, 1986.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Cinco livros do povo**, 2 ed. (fac-similada). João Pessoa: UFPB, 1979.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 22ª reimpressão. São Paulo: Editora Brasiliense, 2007.

DESLAURIERS, J. & KÉRISIT, M. **O delineamento de pesquisa qualitativa**. In: POUPART, Jean et al. *A pesquisa qualitativa: Enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

DOWNING, John D.H. **Média radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: SENAC, 2002.

FERRAZ, Maria da Conceição de F. **Clube de Alegoria e Crítica Homem da Meia Noite: da criação do símbolo da primeira capital brasileira da cultura**. Trabalho de Conclusão de Curso de Pós Graduação. Recife, 2007.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Jainz. **Noções básicas de folkcomunicação**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

GASPAR, Lúcia. **Patrimônio Vivo de Pernambuco: Pesquisa Escolar Online**, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em: <<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/>>. Acesso em 12/09/16.

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

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

HOLT, D. **Como as marcas se tornam ícones: os princípios do branding cultural.** Boston: Harvard Business School Press, 2004.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 12ª Edição. São Paulo: Editora Pearson, 2006.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 14ª Edição. São Paulo: Editora Pearson, 2012.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **A festa junina em Campina Grande- PB: uma estratégia de folkmarketing.** João Pessoa: Editora Universitária, 2007.

_____. **Festa Junina em Portugal: Marcas culturais no contexto do folkmarketing.** João Pessoa: Editora da UFPB, 2012.

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia In: INTERCOM 2002. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25. **Anais.** Salvador, 2002.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social.** Didática, São Paulo, 1990/1991.

MELO, José Marques de. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos.** Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Luiz Beltrão: pioneiro do estudo em folkcomunicação no Brasil. Ícone,** Universidade Federal de Pernambuco. Departamento de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação. Recife: Ed. Oito de março, v.1, n.5, 2002.

MENEZES, Júlia Alves de; GONZAGA E SILVA, Veridiana. **O Homem da Meia Noite: Da Construção do Mito à Lógica do Mercado.** Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Faculdade dos Guararapes, Jaboatão dos Guararapes-PE, 2016.

OLIVEIRA, Verônica Macário de; MARTINS, Maria de Fátima; VASCONCELOS, Ana Cecília Feitosa. **Entrevistas “em profundidade” na pesquisa qualitativa em administração: pistas teóricas e metodológicas.** Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2012.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **A criação de uma marca: uma introdução às marcas ou de comércio para as pequenas e médias empresas,** 2003.

PIMENTA, Joana. **Branding Cultural e Comunicação de Marcas de Moda.** Covilhã e Lisboa, Portugal, 2012.

PROCOPIO, Pedro Paulo; LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Caruaru – Capital do Forró: Reflexões das Indústrias Culturais ao Folkmarketing.** Cuiabá, 2015.

SCHIMITT, Bernand; SIMONSON, Alex. **A estética do marketing**. São Paulo: Nobel, 2000.

SEBRAE. **Negócios, cultura e criatividade**: guia para empreender na economia criativa. Recife: CCS Gráfica e Editora, 2015.

SIMÕES, Júlio Assis. **Relações públicas e micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

SOUZA LIMA, Irenilda; LIMA SILVA, Filipe; GOMES DOS SANTOS, Marco Antonio; CARNEIRO LEÃO, Renata Sá. **O Carnaval de Olinda como fomento ao desenvolvimento local**: alguns elementos de associativismo e *folkcomunicação*- Peru: ALAIC, 2014.

TOMAZI, Nelson Dácio [coord.]... et alii. **Iniciação à sociologia**. São Paulo: Atual, 1993. p. 195-7.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.

Artigo recebido em: 05/04/2017

Aceito em: 01/06/2017

A cultura de fronteira sob a perspectiva da folkcomunicação: uma leitura dos portais jornalísticos da Tríplice Fronteira

*Karina Janz Woitowicz*¹
*Márcio Barbosa Norberto*²

RESUMO

Ao reconhecer a contribuição da teoria da folkcomunicação para a compreensão dos processos culturais, o presente trabalho se propõe a discutir o conceito de cultura de fronteira do ponto de vista teórico e empírico. A pesquisa abarca a tematização da fronteira no jornalismo, tendo como objeto portais de notícias da região conhecida como Tríplice Fronteira (compreendida pelas cidades de Foz do Iguaçu, no Brasil, Ciudad del Este, no Paraguai, e Puerto Iguazu, na Argentina), de modo a observar a cobertura jornalística em meio aos conflitos e relações multiculturais. Os veículos escolhidos são os sites La Voz de Cataratas (Argentina), Jornal do Iguassú (Brasil) e Vanguardia (Paraguai) e a análise compreende uma amostragem aleatória, realizada no mês de setembro de 2016, que chegou a um conjunto de 21 unidades noticiosas, nos três veículos, envolvendo temas de fronteira, com predominância de notícias sobre segurança e seus desdobramentos.

PALAVRAS-CHAVES

Cultura de fronteira; folkcomunicação; jornalismo; identidades.

Border culture from the perspective of folkcommunication: an analysis of the Triple Frontier journalistic portals

ABSTRACT

In recognizing the contribution of the folkcommunication theory to the understanding of cultural processes, the present work proposes to discuss the concept of frontier culture from the theoretical and empirical point of view. The research encompasses the thematization of the frontier in journalism, the object of which is news portals in the region known as the Triple

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, coordenadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação (UEPG); e-mail: karinajw@gmail.com

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG); email: marciob.norberto@gmail.com

Frontier (comprised of the cities of Foz do Iguaçu, Brazil, Ciudad del Este, Paraguay, and Puerto Iguazu, Argentina), in order to observe the journalistic coverage in the midst of conflicts and multicultural relations. The vehicles chosen are the *La Voz de Cataratas* (Argentina), *Jornal do Iguassú* (Brazil) and *Vanguardia* (Paraguay) sites, and the analysis includes a random sampling of September 2016, which reached a set of 21 news units in these three vehicles, involving border issues, with a predominance of security news and its developments.

KEY-WORDS

Border culture; folkcommunication; journalism; identities.

Introdução

Boaventura de Souza Santos (1993), ao tematizar a cultura portuguesa em meio aos fluxos transnacionais, observa tendências homogeneizantes e, ao mesmo tempo, fissuras nos processos de identificação. Para ele, a construção da identidade envolve um processo de seleção orientado por valores hegemônicos, mas atravessado por outros tipos de influência.

O contexto global do regresso das identidades, do multiculturalismo, da transnacionalização e da localização parece oferecer oportunidades únicas a uma forma cultural de fronteira precisamente porque esta se alimenta dos fluxos constantes que a atravessam. A leveza da zona fronteira torna-a muito sensível aos ventos. É uma porta de vai-e-vem, e como tal nunca está escancarada, nem nunca está fechada. (SANTOS, 1993, p. 50)

Se a fronteira pode ser entendida como esta zona perpassada por fluxos diversos, interessa no presente artigo compreender o modo como o jornalismo produz representações ao tematizar assuntos que envolvem uma região. Assim, tendo como campo de investigação a análise dos portais de notícias da região da Tríplice Fronteira - *La Voz de Cataratas* (Argentina), *Jornal do Iguassú* (Brasil) e *Vanguardia* (Paraguai) -, durante o mês de setembro de 2016, são levantados elementos para refletir sobre os limites e características da cobertura jornalística no que se refere à temática fronteira.

Diante das observações decorrentes da caracterização da cobertura jornalística, são discutidas as relações entre a comunicação e a cultura, na perspectiva da folkcomunicação. Antes, contudo, torna-se necessária uma abordagem sobre a cultura de fronteira, tema da pesquisa em questão.

Cultura na perspectiva fronteiriça

Numa região como a tríplice fronteira, que neste estudo compreende a geografia entre Foz do Iguaçu no Brasil, Puerto Iguazú na Argentina e Ciudad del Este no Paraguai, não seria possível falar de uma cultura única e cristalizada. Neste cenário, é possível identificar um conjunto de práticas culturais que perpassam valores, crenças, tradições, códigos e sotaques que são mecanismos por meio dos quais os moradores reconhecem a si próprios e ao outro.

A fronteira entre países é o lugar da interação, dos fluxos contínuos e descontínuos, da construção, desconstrução e reconstrução permanente da cultura. Prevalece nesta geografia a ideia de movimento, de hibridização, de mistura, de multiculturalismo.

A cultura na perspectiva de fronteira reflete contornos distintos a partir de atores sociais com diferentes formas de se representar e atuar no mundo. O reconhecimento e o sentimento de pertencimento acontecem no plano do simbólico.

Esta compreensão de representação social no contexto de fronteira pode ser analisada pelo viés da mediação cultural aportada dos estudos de Medina (2003). No entendimento da autora, os sujeitos sociais teriam a função de mediadores de significados culturais. O sujeito é observador e partícipe. O processo dialético entre culturas envolve sempre a atuação interventiva e transformadora de mediadores culturais. As sociedades contemporâneas dependem cada vez mais de agentes sensíveis e capacitados para mediar grupos, comunidades e indivíduos.

A diversidade cultural é, portanto, o elemento que alicerça as relações e representações sociais num cenário de fronteira. Coelho (1999) diz que a noção de pluralismo só se configura em sua plenitude sem que haja submissão de uma forma cultural em relação a outra.

Diversidade cultural é sinônimo de pluralismo cultural e diz respeito à convivência no mesmo nível de igualdade e na mesma dimensão espaço-temporal de diferentes modos culturais: modos eruditos ao lado de populares, modos de minorias étnicas ao lado das tendências dominantes. Para que o pluralismo cultural se verifique plenamente além da descentralização das decisões é preciso que as diferentes culturas de grupos, meios sociais, classes e segmentos de classes mantenham cada uma sua especificidade ao mesmo tempo em que entram em equilíbrio com as demais, sem que se possa registrar entre elas uma relação de dominância ou, em todo caso, de sufocação (COELHO, 1999, p. 292).

De acordo com Coelho, no paradigma multicultural os distintos grupos não desejam abandonar suas culturas. A pluralidade de representações que compõe uma nação quer e precisa ser ouvida e entendida não de maneira rotulada, mas numa perspectiva de ampliação do conhecimento a partir do contato com diferentes quadros culturais.

Neste cenário, as relações interpessoais e as trocas simbólicas se estabelecem de formas diversificadas no que tange o processo de identificação, de pertencimento e de reconhecimento. Conforme assevera Canclini (1999), as comunidades transnacionais criam uma lógica de relacionamento e pertencimento diferente daquela demarcada por aspectos históricos, políticos e territoriais.

Vivemos um tempo de fraturas e heterogeneidade, de segmentações dentro de cada nação e de comunicações fluídas com as ordens transnacionais da informação, da moda e do saber. Em meio a esta heterogeneidade encontramos códigos que nos unificam, ou que ao menos permitem que nos entendamos. Mas esses códigos compartilhados são cada vez menos os da etnia, da classe ou da nação em que nascemos. Essas velhas unidades, à medida que subsistem, parecem se reformular como pactos móveis de leituras dos bens e das mensagens. (CANCLINI, 1999, p. 85-86).

Comumente, em territórios fronteiriços os fatores culturais são essenciais, pois é por meio deles que se preparam os indivíduos para a busca de interesses próprios e coletivos. A cultura, nesta geografia, é um eficiente instrumento de mobilização e participação coletiva por seu caráter lúdico e pela interação que propicia, atuando para a reflexão e debate de temas relacionados ao contexto. A multiplicidade de vozes que emerge numa região fronteiriça articula e promove encontros transculturais e o fortalecimento da diversidade, produzindo, portanto, sínteses mais ricas e complexas.

O campo da cultura sempre foi o lugar privilegiado de humanização e de trocas de experiências. Esta percepção pode ser ilustrada por uma prática que atravessou os tempos: as rodas sociais. Primeiro em torno de uma fogueira, depois onde fosse possível reunir as pessoas para compartilhar suas histórias. O convívio e a interação entre moradores de uma região fronteiriça, somado ao componente estrangeiro trazido pelos turistas, acabam criando uma demanda própria, no âmbito pessoal, comercial, cultural, entre outros, estabelecendo um novo paradigma de fronteira. Refletir sobre territórios fronteiriços, portanto, implica repensar uma nova configuração para este cenário, onde o local, o nacional e o internacional

convivem, e neste contexto o conceito de cultura também se reescreve. A folkcomunicação, nesta ambiência geográfica, revela-se fértil para a análise das manifestações da cultura tematizadas pela mídia.

Folkcomunicação e diálogos multiculturais

Ao analisar os processos de comunicação que configuram a cultura, Luiz Beltrão (2001) identificou como ponto de partida para suas reflexões a existência de um sistema de comunicação, baseado nas lógicas hegemônicas dos meios massivos, com reduzido potencial de participação, e um sistema de folkcomunicação, mais próximo das relações interpessoais.

Em sua abordagem sobre a chamada “comunicação coletiva”, Beltrão busca compreender como os indivíduos e grupos sociais recebem, interpretam e ressignificam as mensagens, a partir de referenciais culturais próprios. Percebe-se o interesse do autor em investigar como se processam, horizontalmente, as práticas informais de comunicação dos grupos sociais, bem como as ‘apropriações’ que os indivíduos realizam da comunicação de massa, em um intercâmbio de mensagens que transita entre a cultura de massa e a cultura popular.

É em meio a este campo de diálogos ou tensões que o mesmo autor volta seu olhar para o contexto da região, entendido como elemento central para a observação das trocas e diálogos culturais.

Não há melhor laboratório para a observação do fenômeno comunicacional do que a região. Uma região é um palco em que, por excelência, se definem os diferentes sistemas de comunicação cultural, isto é, do processo humano de intercâmbio de ideias, informações e sentimentos, mediante a utilização de linguagens verbais e não-verbais e de canais naturais e artificiais empregados para a obtenção daquela soma de conhecimentos e experiências necessária à promoção da convivência ordenada e do bem-estar coletivo. (BELTRÃO, 2013, p. 409)

Beltrão (2013, p. 49) explica que uma região “se define geograficamente como uma área territorial de condições ambientais particulares”. Contudo, o que interessa na abordagem do autor é a caracterização de região com base nos aspectos sociais e culturais, determinantes na configuração das práticas comunicativas dos grupos sociais.

Uma região se define antropossociologicamente pelos seus habitantes e sua estrutura social: população, raça, língua, crenças, costumes e tradições, organização familiar e política, economia, maior ou menor grau de abertura às influências exteriores, vias de acesso e meios de comunicação disponíveis. (BELTRÃO, 2013, p. 409)

Esta noção de região, que ilustra o modo como a teoria da folkcomunicação compreende as imbricações entre o campo da cultura e o campo da comunicação, sugere o direcionamento do olhar para um determinado lugar a partir da identificação de seus aspectos singulares. Sabe-se, contudo, que a busca por elementos que caracterizam uma cultura é também reveladora dos processos de diferenciação cultural inerentes às práticas de comunicação.

Na perspectiva de Martín-Barbero (1997), que mantém aproximações com as análises culturais, o processo de comunicação é atravessado por mediações (entre elas, a institucionalidade, a tecnicidade, a ritualidade e a socialidade).³ Para uma visão integral destes processos, do ponto de vista do jornalismo, é preciso considerar a relação entre a cultura e o circuito comunicativo em que ela se insere (FELIPPI; ESCOSTEGUY, 2013).

É neste sentido que se torna possível relacionar a abordagem folkcomunicacional à prática do jornalismo, atividade que interfere e, ao mesmo tempo, sofre influência das dinâmicas culturais. Afinal, o modo como são representadas simbolicamente na mídia as relações que se processam na cultura repercute nos processos de identificação social.

Na análise de Rosa Cabecinhas (2012)⁴ a respeito dos processos de representação originados pelos meios de comunicação, destaca-se a perspectiva hegemônica, que assume caráter coletivo.

Os meios de comunicação social contribuem para a consensualidade alargada de algumas representações sociais, isto é, para o seu carácter hegemónico. No entanto, os meios de comunicação social podem ser também excelentes instrumentos para a visibilidade das minorias activas, permitindo a difusão de

³ No contexto da América Latina, as pesquisas sobre as culturas populares se desenvolveram principalmente a partir dos anos 1980, com as contribuições do hispano-colombiano Jesus Martín-Barbero, do argentino (radicado no México) Néstor García Canclini, do mexicano Jorge González e do brasileiro Renato Ortiz, que passaram a constituir, por suas proximidades teóricas, uma corrente latino-americana de estudos em comunicação e cultura.

⁴ A autora recorre às noções de representação desenvolvidas por Moscovici, a saber: representações polêmicas; representações emancipadas; e representações hegemônicas.

representações polêmicas e contribuindo assim para a mudança social. (CABECINHAS, 2012, p. 57)

A partir da observação das representações tecidas pelo jornalismo sobre a fronteira, é possível identificar a presença ou a invisibilidade das manifestações locais e regionais, bem como os enfoques utilizados para tematizar o espaço em questão. Assim, em meio às mediações comunicacionais, vão se reconhecendo as marcas culturais da região que se caracteriza pela proximidade com os países vizinhos, local escolhido para o estudo em questão.

Jornalismo na tríplice fronteira

O corpus empírico do presente artigo são as unidades de notícia publicadas em três veículos digitais de comunicação localizados na região fronteira entre Argentina, Brasil e Paraguai, a chamada tríplice fronteira.

Para compor o corpus empírico desta pesquisa, a aproximação do objeto teve característica exploratória, visando, portanto, verificar de maneira geral os conteúdos noticiosos difundidos pelos portais a respeito da fronteira. Que temáticas apareciam, qual o nível de ocorrência e recorrência, e o tratamento dado a elas. Este acompanhamento nos levaria a conhecer: o que é notícia sobre a tríplice fronteira nos veículos locais de cada um dos países?

Durante todo o mês de setembro, período da coleta, acompanhamos as notícias veiculadas nos portais *La Voz de Cataratas*⁵, de Puerto Iguazú; do *Jornal do Iguassu*⁶, de Foz do Iguaçu, e do *Vanguardia*⁷, de Ciudad del Este. No período de coleta, verificamos seis notícias na página de *La Voz de Cataratas*, também seis conteúdos noticiosos no jornal *Vanguardia* e nove notícias no portal do *Jornal do Iguassu*, totalizando 21 unidades de análise.

No percurso de acompanhamento dos portais, o foco sempre foi olhar para as notícias que refletiam aspectos relacionados diretamente à tríplice fronteira, no entanto, constatamos que os veículos de comunicação analisados, além de abordar temáticas locais e que impactam o dia a dia da região, também pautavam assuntos de envergadura nacional dos três países e

⁵ Disponível em: <http://www.lavozdecataratas.com>

⁶ Disponível em: <http://jornaldoiguassu.com.br>

⁷ Disponível em: <http://www.vanguardia.com.py>

que de alguma forma perpassavam aspectos locais. Dessa forma, portanto, optamos por estabelecer duas modalidades de abrangência: uma fronteira/local e a outra nacional. Contudo, a perspectiva de análise sempre foi refletir sobre assuntos que impactam o cotidiano da região.

Como procedimento metodológico para sistematização do conteúdo, criamos uma tabela com itens de identificação do corpus empírico da pesquisa. Este quadro nos ajudou a organizar o material coletado da seguinte forma: identificação do portal de notícia, data da publicação, abrangência, categoria temática, link para a notícia, crédito, países citados e comentários.

Os resultados desta coleta indicam algumas semelhanças e particularidades entre os três portais considerados. Em *La Voz de Cataratas*, prevalecem as notícias locais (quatro no total) em relação às nacionais (duas) que envolvem a relação de fronteira. Entre os temas, segurança (referência a contrabando, armas e drogas) recebeu duas ocorrências no período, mesmo número de conteúdos relativos a educação/turismo. Saúde (vacina da dengue) e economia/comércio receberam uma menção cada. O enfoque predominante volta-se à imagem negativa da fronteira, em que são evidenciadas as características de criminalidade (como a reportagem sobre contrabando de armas na Tríplice Fronteira e apreensão de drogas), carência de recursos (falta de vacina contra a dengue no Paraguai e na Argentina) e problemas de comércio (impedimento de circulação de frutas brasileiras nos países vizinhos decorrente das condições de transporte). Em contrapartida, duas notícias envolvem aspectos positivos, com incentivo ao turismo no Paraguai e participação de estrangeiros em evento. Há, ainda, no jornal argentino, equilíbrio na cobertura no que se refere à presença dos três países, embora duas notícias envolvam mais diretamente o Brasil e uma a Argentina.

De forma semelhante, o paraguaio *Vanguardia* traz quatro conteúdos de abrangência local e dois de caráter nacional. Os temas predominantes são segurança (furto e homicídio), com duas ocorrências, seguido de turismo, economia/comércio, política e esporte/saúde, com uma ocorrência cada. O enfoque negativo ganha destaque nas notícias que envolvem criminalidade (prisão de um brasileiro e de um argentino) e comércio (greve dos funcionários da Receita Federal e impactos para a economia da região). Os conteúdos de enfoque positivo envolvem turismo (potencial da rede hoteleira) e saúde (maratona esportiva com participação

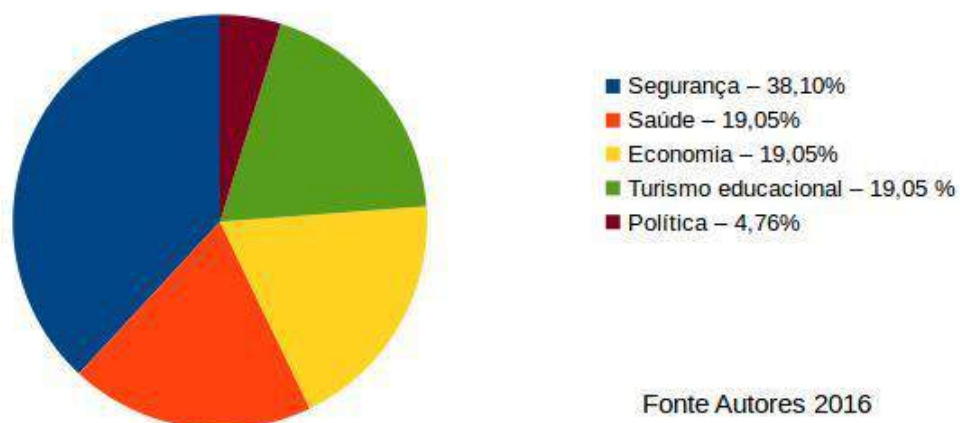
dos três países). Dos três países, que aparecem de forma recorrente nos textos publicados no período, o Brasil foi o mais citado, com enfoque negativo.

O *Jornal do Iguassu*, por sua vez, apresentou um número maior de notícias, totalizando sete de abrangência local e duas de caráter nacional. Sobressaem os temas ligados à segurança (drogas, imigração, furto), com quatro ocorrências, seguida de economia/comércio e saúde, com duas ocorrências cada, e educação/turismo, com uma. Em relação aos enfoques, prevalece a abordagem negativa, presente nas notícias sobre furtos, imigração ilegal e tráfico de drogas, além dos impactos da greve dos funcionários da Receita Federal, ocorrida no período. As notícias positivas envolvem campanha preventiva na área da saúde voltada aos caminhoneiros dos três países, bem como uma reportagem com resultados eficazes nas ações de combate à criminalidade na região da Tríplice Fronteira e conteúdos de caráter informativo sobre saúde e educação. O Paraguai é, comparativamente, o país que mais aparece no conteúdo noticioso do portal brasileiro.

Em geral, os portais tematizaram a fronteira sob a perspectiva das relações com o local, conforme é possível identificar nos três veículos. No total, foram 15 ocorrências relativas à região e seis de abrangência nacional. No que se refere às representações construídas pelas notícias, destaca-se o enfoque negativo na abordagem sobre a fronteira, uma vez que atos de criminalidade envolvendo a relação de fronteira ocupam a maior parte do noticiário dos portais. As relações, por vezes marcadas por tensões, do comércio na fronteira também aparecem como motivadores da cobertura jornalística, uma vez que a relação estabelecida entre os países tem uma de suas marcas nos fluxos econômicos.

O gráfico a seguir contam os temas predominantes no noticiário dos três portais analisados, de forma a ilustrar a tematização do jornalismo sobre a fronteira.

Quadro de Notícias na Tríplice Fronteira



Pelo levantamento realizado, percebe-se que a identidade projetada pelos veículos jornalísticos reconhece a região de fronteira como um lugar marcado por conflitos e, por vezes, em menor número, relações de aliança e cooperação. A mídia regional assume, assim, o poder de nomear um território, produzindo representações hegemônicas que circulam entre as imagens do turismo, das relações econômicas e dos problemas sociais e políticos que marcam a região em questão, obscurecendo outros aspectos que poderiam indicar a diversidade cultural da Tríplice Fronteira.

Em uma leitura mais voltada aos aspectos culturais, observa-se que não há espaço para a cultura popular e suas formas próprias de comunicação nos veículos analisados, o que demonstra limitações na cobertura jornalística, que se apresenta restrita à factualidade das ocorrências (policiais ou eventos). As unidades noticiosas reproduzem os mesmos discursos da grande mídia, obscurecendo o potencial do jornalismo regional na valorização dos aspectos da cultura naquele território específico.

Em síntese, como resultado da observação dos veículos no período considerado, pode-se dizer que a fronteira assume representação que tende a reproduzir estereótipos hegemônicos que pouco ou nada informam sobre a diversidade, as trocas e os processos culturais presentes na região em questão. Neste sentido, na perspectiva da folkcomunicação, o espaço para as manifestações populares localiza-se apenas nas práticas informais e nas

vivências dos grupos e indivíduos situados na tríplice fronteira, não encontrando eco de suas expressões no noticiário jornalístico.

Considerações finais

Nos limites deste artigo, buscou-se levantar algumas referências para discutir a cultura de fronteira e as representações tecidas pelo jornalismo em meio às dinâmicas culturais que caracterizam a região e a identidade da Tríplice Fronteira. A coleta de notícias sobre a fronteira nos três veículos em questão – *La voz de Cataratas, Vanguardia e Jornal do Iguassu* – trouxe alguns indícios sobre a tematização da fronteira pelo jornalismo. Neste sentido, a ausência de expressões da cultura regional e a prevalência de uma imagem negativizada da fronteira, marcada pela criminalidade e pelas relações comerciais, reforça a construção de uma visão hegemônica do território. Os estudos em antropologia nos trouxeram relevantes contribuições para uma compreensão dos paradigmas que atravessam regiões fronteiriças e nesta perspectiva de espaço geograficamente híbrido Lima (2010) sinaliza para noções de representação de “nós” e de “outros”. Este modelo de perceber e criar representações da fronteira é conformado pelos meios de comunicação que alimenta o imaginário dos receptores das mensagens.

As produções midiáticas podem, assim, se aproximar das vivências coletivas dos grupos sociais ou, em sentido diverso, produzir sentidos angulados em uma leitura do local que desconsidera a riqueza e a diversidade das expressões populares. De acordo com o breve recorte realizado para este trabalho, percebe-se os limites de uma cobertura noticiosa que tende a reproduzir a lógica hegemônica, reduzindo-se à superficialidade dos temas causadores de conflito na região. Desse modo, o questionamento sobre o que é notícia na fronteira encontra ressonância na invisibilidade cultural dos grupos sociais que constroem e reconfiguram o território em suas práticas cotidianas.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BELTRÃO, Luiz. Comunicação popular e região no Brasil. In: MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013; p. 409-415.

CABECINHAS, Rosa. Investigar representações sociais: metodologias e níveis de análise. In: BAPTISTA, Maria Manuel (org.). **Cultura**: metodologias e investigação. Coimbra: Grácio Editor, 2012; p. 53-70.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: ed.UFRJ, 1999.

FELIPPI, Ângela; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Jornalismo e estudos culturais: a contribuição de Jesús Martín-Barbero. Revista Rumores (USP), vol. 7, n. 14, 2013. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/69427>

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro. UFRJ, 1997.

MEDINA, C. **A arte de tecer o presente**: narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.

OLIVEIRA, Maria Erica de. **Mídia regional: indústria, mercado e cultura**. Natal: EDUFRN, 2010.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Modernidade, Identidade e a Cultura de Fronteira. Revista Tempo Social, USP, 1993, p. 31-52. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/84940/87669>

TEIXEIRA, Coelho. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. 2a ed., São Paulo: Iluminuras e Fapesp, 1999.

Artigo recebido em: 05/04/2017

Aceito em: 29/05/2017

Museu da Energia de Salesópolis - SP: uma abordagem interdisciplinar

Claudio Justino da Silva¹

Andrea Rodrigues Barbosa Marinho²

Francisco Franco³

Luci Mendes Melo Bonini⁴

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é descrever o museu da energia de Salesópolis, bem como como políticas culturais de preservação de patrimônio histórico, cultural, ambiental e industrial. Tem-se aqui uma abordagem interdisciplinar entre políticas públicas, ambientais, folkcomunicação, educação e turismo. Trata-se de uma pesquisa exploratório-descritiva, de abordagem qualitativa e documental. Os resultados demonstram que a criação do ecomuseu trouxe novas possibilidades para o município: o diálogo na construção da história e consequentemente da identidade, abrindo espaço também para propostas de educação, turismo e desenvolvimento local.

PALAVRAS-CHAVES

Museu da Energia de Salesópolis, políticas culturais e ambientais, município educador, patrimônios, turismo.

Energy Museum in Salesopolis – SP: an interdisciplinar approach

ABSTRACT

¹ Advogado e Mestre em Políticas Públicas pela Universidade de Mogi das Cruzes. Email: c-justino@uol.com.br

² Dra. em Educação pela Universidade Nove de Julho, Diretora Pedagógica da Organização Social Episteme Paulo Freire e professora da EACH-USP Leste. Email: marinhoarb@gmail.com

³ Dr. em Psicologia da Educação pela PUC-SP, professor adjunto da Universidade Braz Cubas e Docente no Programa de Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes. Email: prof.franfranco@gmail.com

⁴ Dra. em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e Docente no Programa de Mestrado em Políticas Públicas na Universidade de Mogi das Cruzes. Email: lucibonini@gmail.com

The objective of this research is to describe the energy Museum of Salesópolis, as well as how cultural policies for the preservation of historical, cultural, environmental and industrial heritage. We have here an interdisciplinary approach between public, environmental policies, folkcomunicação, education and tourism. This is an exploratory-descriptive research, qualitative and documentary approach. The results show that the establishment of the Ecomuseum has brought new possibilities to the municipality: dialogue in the construction of history and consequently the identity, opening space also for education, tourism and local development.

KEY-WORDS

Energy Museum of Salesópolis, cultural and environmental policies, the educating city, patrimony, tourism.

Introdução

Dentre os Recursos Culturais, o patrimônio material é um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza o museu é um deles. Ele é o local que alia tradições, histórias, memórias objetos que dialogam com a identidade de um povo.

Este trabalho tem este objetivo, fazer uma abordagem interdisciplinar sobre o Museu Parque da Energia de Salesópolis como políticas culturais de preservação de patrimônio cultural e ambiental, para tanto, apoia-se em conceitos da folkcomunicação, das políticas culturais, de meio ambiente, além de apontar que um município educador pode florescer para o turismo, para a sustentabilidade e vice-versa.

Entende-se, neste percurso, o museu como uma mediação entre sociedade, cultura e memória, e no caso deste estudo, um museu a céu aberto, a mediação também se efetiva com o meio ambiente, já que ele está instalado numa área de proteção ambiental e é alvo de políticas de cultura, de educação e de turismo.

Escolheu-se como método a pesquisa exploratório-descritiva de abordagem qualitativa e corte transversal com dados coletados de Julho a Dezembro de 2015. Os dados foram coletados no município de Salesópolis, no parque que acolhe o museu da energia, construído na antiga usina hidrelétrica. Realizou-se também, uma análise da legislação e documentação histórica existente no Patrimônio Histórico da Fundação da Energia de São Paulo.

Desta forma, desenvolver uma pesquisa que traga a memória de uma Usina Hidrelétrica, num município declarado como Estância Turística e que possui seu território protegido por Lei de Mananciais é oportuno, sobretudo, para a construção de sua identidade

local como município educador. É abrir espaços, aos olhos do mundo, para que outras políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento local.

Patrimônios culturais no Brasil: um olhar interdisciplinar

As políticas de preservação e proteção do patrimônio cultural no Brasil, de acordo com Pelegrini, (2008) têm obtido êxito, principalmente no que se refere aos bens intangíveis. Em 1946, o país já contava com a política de tombamento que foi instituída por meio do Decreto-Lei nº 225 no ano de 1937.

A UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura e outras organizações vêm realizando, na esfera internacional, um grande trabalho para a preservação do patrimônio cultural e natural vem demonstrando isso desde de 1956, quando a UNESCO, por meio da ICCRON – Centro Internacional de Estudos para Conservação e Restauração dos Bens Culturais, uma organização intergovernamental, dedicou-se ao tema patrimônio cultural com a natureza. Em 1965, na Conferência de Washington, foi construída a Fundação do Patrimônio Mundial para incentivar internacionalmente colaboradores para tutelar “as zonas naturais e maravilhas do mundo” para as presentes e futuras gerações. Os anos 90 foram o marco para essas políticas de proteção e preservação (ZANIRATO E RIBEIRO, 2006), nessa década houve a Conferência das Nações Unidas para o desenvolvimento do Meio Ambiente, a Conferência do Rio em 1992, cujo principal objetivo era regular a ação humana em relação à emissão de gases que causam o efeito estufa.

Também a UNESCO (2003) implementou instrumentos normativos a fim de proteger o patrimônio cultural, em especial a Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural de 1972. Em 2003, com relatório específico, a UNESCO coloca a ideia principal desta convenção que visa a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial, visando o respeito ao patrimônio, a conscientização no plano local, nacional e internacional da importância do patrimônio cultural imaterial e de seu reconhecimento recíproco de cooperação e a assistência internacional.

No Brasil, houve a criação do Decreto 3551/2000 que instituiu o registro de bens culturais de natureza imaterial recebeu influência de três instrumentos: i) o primeiro, de cunho jurídico-internacional, foi a Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e

Popular da Unesco; ii) o segundo, de direito interno, o advento do art. 216 da Constituição de 1988 e iii) o terceiro, de caráter acadêmico, a Carta de Fortaleza.

Abreu (2014) afirma que a Convenção do Patrimônio Cultural Imaterial, promulgada em 2013, deu continuidade aos clamores por inovação e popularização no campo das agências de patrimonialização. O que aparecia como inovador era a vontade política de redimensionar as políticas públicas de patrimônio para esferas de circulação das chamadas culturas populares e tradicionais, estas sendo estudadas à luz da folkcomunicação.

Entra neste cenário, a folkcomunicação que iluminou o processo comunicacional dos excluídos, das manifestações da cultura popular, que segundo Beltrão:

(...) 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 usa vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa. (BELTRÃO, 2007, p. 42)

Em vista do exposto, pensa-se aqui no caráter interdisciplinar do processo de musealização do patrimônio cultural, ambiental e industrial que vem ocorrendo no estado de São Paulo com as antigas usinas hidrelétricas. Elas vêm se transformando em ecomuseus, estabelecidas por políticas de preservação desses espaços para conhecimento público, para compartilhamento de história, cultura e memória que dialogam, constantemente, com a educação e o desenvolvimento local com o turismo.

Patrimônio Industrial: Energia e Memória

Para Suzigan (1971) a industrialização de São Paulo tem início nos anos trinta, pois até então, o Brasil era um país essencialmente rural, e o Estado despontava como um dos pioneiros nesta questão, com empreendedores que fizeram história no processamento do trigo, café, tecidos e outros produtos. O crescimento da industrialização, portanto, em São Paulo, deu-se, segundo o autor com base em dois pontos importantes: a) chegada dos imigrantes a partir dos anos vinte que continuou até mesmo depois da depressão econômica; b) o crescimento energético dada viabilidade da energia hidrelétrica no cenário nacional, que até os nossos dias gera grandes polêmicas. Na época, a franca expansão da indústria no Estado era ponto forte que colocava a energia elétrica como algo a ser não só expandido, como também, explorado. Parte desses imigrantes pioneiros eram operários qualificados que

mais tarde ocupariam importantes posições em indústrias e no sistema produtivo do país, cujo cenário, também favorecia a produção, já que havia abundância de matéria prima.

São Paulo, despontaria como afirma Suzigan (1971), portanto, neste cenário como o segundo maior centro industrial depois do Rio de Janeiro, o Distrito Federal até o final da década de 50, o que trouxe uma grande concentração de renda e conseqüentemente maior destaque na exportação. Ricardi (2013) afirma que a força hidráulica utilizada para gerar energia elétrica foi o que possibilitou a aplicação industrial do dínamo desenvolvido pelo mecânico belga Zénobe Gramme e da corrente alternada, obtida em 1888 por Nikola Tesla. Assim surgiram os sistemas de iluminação urbana e o transporte da eletricidade a longas distâncias. Estávamos, assim, iniciando a nova era com procedimentos tecnológicos que colocavam o Estado como referência nacional. Pensar nesta força motriz gerava cada vez mais o capital intelectual para a exploração das usinas no país, assim, São Paulo despontava em recursos tecnológicos e ampliava a força industrial de sua região.

A nova tecnologia da iluminação conduziu o pensamento massivo para a modernização o que atraiu o olhar das companhias eletrificadoras, que já eram em grande número no mundo. Em São Paulo a iniciativa desses serviços de eletrificação esteve ligado à figura dos banqueiros e dos capitais cafeeiros quando organizaram a companhia Água e Luz do Estado de São Paulo, mesmo que contando inicialmente com apoio financeiro de Londres que viram aqui novas oportunidades econômicas da região: bolsa de valores e juros bancários. Canadá e toda região no norte da América começou a perceber o potencial brasileiro que surgia na era industrial.

É neste cenário, estudado por Ricardi (2013) que vemos surgir a *Light and Power* uma empresa canadense que atuou no Brasil durante 80 anos e foi fundada para iniciar suas atividades em São Paulo em 1899, implantou uma série de usinas hidrelétricas para poder operar no eixo Rio-São Paulo. Muitas dessas usinas são, atualmente, patrimônios culturais-industriais, e são preservados sob responsabilidade da Fundação Patrimônio Histórico da Energia de São Paulo.

Patrimônio é a herança de nossos antepassados transmitida a gerações futuras, é uma riqueza imensurável, pois aos olhos da era industrial, como é possível medir com 'mais valia' a produção cultural de uma humanidade? Políticas públicas recentes começam a despertar o

olhar para esta questão e buscam apoiar financeiramente pesquisas neste segmento, além das preservações humanas, culturais e ambientais que existem em nosso país.

Segundo o artigo 216 (Constituição Federal de 1988), configuram patrimônio:

As formas de expressão; os modos de criar; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; além de conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, 1988).

Cultura é a união de tudo que engloba o conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, hábitos e costumes adquiridos pelo homem em seu meio social e familiar. Marinho (2009) corrobora:

Cultura implica pensar criticamente a estrutura social para tentar descobrir a forma pela qual se constitui a própria humanidade. Cultural é tanto um instrumento primitivo da caça, de guerra, a linguagem, a obra de Drummond, todos os produtos que resultam da atividade do sujeito, todo o conjunto de suas obras materiais e espirituais. Observa-se que nenhuma ação humana pode ser realizada distante da cultura. Ela é uma obra humana e resulta de interações mediatizadas entre o trabalho e a comunicação das consciências. O ser humano é um ser espaço-tempo que concretiza na recriação constante do mundo com o outro, na relação 'eu-tu'. (MARINHO, p. 23, 2009)

Para Moraes (2012) a principal característica da cultura é o mecanismo adaptativo, que consiste na capacidade que os indivíduos têm de responder ao meio de acordo com as mudanças de hábito, é um mecanismo cumulativo e sucessivo, onde se transforma, perde e incorpora aspectos, melhorando a vivência das novas gerações. Já para Marinho, o sujeito não é só adapta à cultura, mas sim, seu co-criador. Neste sentido, concorda com a pesquisadora, Cruz (2012) que aborda a palavra patrimônio como categoria material e imaterial. O primeiro, são aqueles bens que podem ser tocados, corpóreos, bens móveis e imóveis. Já os bens que compõem o chamado campo do intangível formam o patrimônio imaterial.

O patrimônio natural é aquele que envolve tudo que está relacionado ao meio ambiente. Esses fundamentos estão em contato com o homem, e acabam interagindo, e até mesmo interferindo no seu cotidiano.

O Patrimônio Cultural de uma nação, de uma região ou de uma comunidade é composto de todas as expressões materiais e espirituais que lhe constituem, incluindo o meio ambiente natural (DECLARAÇÃO DE CARACAS, 1992).

O patrimônio é hereditário, difundido por meio das gerações e recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, sua relação com a natureza e com a sua história. Ele é um modo de expressão, como aponta IPHAN (2009), capaz de oferecer um sentimento de identidade e continuidade, gerando respeito à diversidade cultural. Compreende-se por patrimônio cultural imaterial as práticas, como reitera Leonel (2008), representações, expressões, saberes e técnicas, assim como os instrumentos, objetos, artefatos e locais que lhe são associadas e onde os grupos ou indivíduos identificam como elemento de seu patrimônio cultural.

O patrimônio cultural (CURY, 2004) de uma nação pode ser compreendido por meio de suas obras e de seus artistas, pela música, pela escrita e pela arquitetura. Compreende também as concepções populares e o conjunto de valores que dão sentido à vida. Ou seja, as obras materiais e não materiais que exprimem a criatividade desse povo: a língua, os ritos, as crenças, os lugares e monumentos históricos, a cultura e as bibliotecas.

Direito ambiental e meio ambiente como patrimônio cultural

Segundo Phillippi Jr. (2011), meio ambiente é a interação do conjunto de elementos naturais, artificiais e culturais. É um meio em que se insere as formas de vida da sociedade e inclui elementos físicos, como o clima, biológicos; flora e fauna; e sócio econômicos, como a atividade laboral e conflitos sociais.

O artigo 225, CF/88 narra que:

Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (BRASIL, 1988).

O conceito de meio ambiente consta do art. 3º, inciso I, da Lei 6.938/81 (BRASIL, 1981), que diz:

O conjunto de condições, leis, regras, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas". Ou seja, basicamente tudo aquilo que a própria natureza fornece, aliado às criações do homem, mesmo as abstratas.

Para as Nações Unidas (2016), meio ambiente é o conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos e sociais capazes de causar efeitos diretos ou indiretos, em um prazo curto ou longo, sobre os seres vivos e as atividades humanas

A fim de que haja maior interesse no processo de compatibilização citado, o Brasil vem se esforçando para implementar uma política ambiental adequada. Montada em cima de dois princípios, essa política deve orientar todo e qualquer tema do direito ambiental brasileiro: princípio da prevenção e o princípio do poluidor pagador. A Declaração da Rio 92 busca responsabilizar o causador do dano a repará-lo, conforme se expressa no parágrafo 3º. do artigo 225 da CF/88:

As condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, a sanções penais e administrativas independentemente da obrigação de reparar os danos causados (BRASIL, 1988).

A Lei 9.985 que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza – SNUC vem se desenhando desde o dia 18 de julho de 2000, e traz conceitos esclarecedores no seu artigo 2º, inciso XI:

Uso sustentável: exploração do ambiente de maneira a garantir a perenidade dos recursos ambientais renováveis e dos processos ecológicos, mantendo a biodiversidade e os demais atributos ecológicos, de forma socialmente justa e economicamente viável. (BRASIL, 2000)

A fim de se integrar na política ambiental brasileira todos os órgãos ambientais referentes à proteção do meio ambiente, foi criado o Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA) pela Lei 6938/81, a partir de então percebe-se a importância da coordenação de todos os órgãos ambientais existentes no Brasil – inclusive estaduais e municipais, para que venham a unir esforços para o objetivo comum. Veja-se seu artigo 3º., inciso I: meio ambiente, o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas; [...].

Assim entende-se que meio ambiente é um bem merecedor de proteção, como a cultura é a intervenção do homem na natureza, o meio ambiente sofre as modificações e corre sérios riscos de se degenerar, como alerta Nalini (2016) que, neste sentido, o legislador buscou inserir noção de patrimônio, de herança cultural que precisa ser preservada de suas características essenciais.

Os patrimônios ambientais, para Tianice (2009), são áreas escolhidas por conta de suas características estéticas ou científicas figurarem como prioritárias em processos de preservação para as gerações futuras. Órgãos nacionais e internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), escolhem estes locais e, ao destacarem a sua importância, buscam desenvolver medidas para que essas áreas não sofram ações destrutivas. O Ministério Público Federal (2016) diz que, o direito fundamental ao meio ambiente sadio e ecologicamente equilibrado, essencial a qualidade de vida, engloba também a dimensão cultural. Todo bem cultural deve ter preservadas suas características essenciais.

Desta feita, parafraseando Dias (2010) pode-se afirmar que meio ambiente e recurso cultural são expressões que estão vinculadas já que adentram na percepção do homem e sua totalidade. O meio ambiente, seja ele natural ou artificial, é um bem jurídico que pertence a todos os cidadãos, podendo ser usufruído pela sociedade em geral. Entretanto, Giehl (2007) afirma que toda a coletividade tem o dever jurídico de protegê-lo, o qual pode ser exercido pelo Ministério Público, pelas associações, pelo próprio Estado e até mesmo por um cidadão.

Há, notadamente, uma interdependência entre o recurso cultural (patrimônios imaterial e material) e natural como afirmou, em 2003, a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural e Imaterial. Entendendo que existe a urgente necessidade de conscientização, em especial das novas gerações, de salvaguardar todo o patrimônio da humanidade, outras declarações e documentos internacionais, vêm reforçando o fato de que medidas para garantir a viabilidade patrimonial – cultural, ambiental e genético – devem advir de esforços de programas políticos, consciência da população civil e dos resultados de pesquisas, estes últimos são fundamentais na seleção/criação de métodos de investigação, identificação, documentação, preservação proteção, promoção, valorização e transmissão – por meio da educação formal e não formal, pois advogam em defesa da criação de políticas culturais, ambientais e sociais que adotem medidas de salvaguarda e proteção destes bens.

O Estatuto da Cidade - Lei nº 10.257/01 - normatiza a responsabilidade dos municípios, traçando diretrizes para as políticas para a plena realização da cidadania no espaço urbano, nele estão o plano diretor, a disciplina do uso e ocupação do solo, o zoneamento ambiental e planos de desenvolvimento econômico e social, entre outros, todos podem/devem ser utilizados com o objetivo de salvaguarda do patrimônio cultural, histórico, artístico,

paisagístico e arqueológico, entre outras diretrizes. Este marco legal das políticas de desenvolvimento permite o crescimento socioeconômico com visíveis preocupações com a cultura e o meio ambiente.

Local de coleta dos dados

A cidade de Salesópolis está localizada no interior do Estado de São Paulo, é a cidade que fica no extremo leste da Região Leste Metropolitana de São Paulo. É um município rico em patrimônio ambiental, histórico e cultural. O município possui uma população de aproximadamente 16 mil habitantes (IBGE, 2010) e com a promulgação da Lei Estadual 10.769 em 19 de fevereiro de 2001 passou a ser considerada uma estância turística (Prefeitura Municipal da Estância Turística de Salesópolis, 2016).

Um dos patrimônios ambientais da cidade é o Parque Nascentes do Rio Tietê criado pelo Decreto Estadual 29.181/1998, ocupa uma área de 135 hectares (ALESP,2016), foi declarado de utilidade pública e é de propriedade do Departamento de Águas e Energia Elétrica (DAEE), órgão vinculado ao governo do Estado de São Paulo.

Salesópolis também tem 98% de seu território sob proteção da Lei 898/1975, conhecida como Lei de Proteção dos Mananciais, que disciplina o uso do solo para proteção de nascentes, cursos e reservatórios de água e demais recursos hídricos, assim como proíbe a instalação de indústrias poluentes nestas áreas. Localizado dentro da Serra do Mar, o município abriga a área de proteção ambiental (APA) da várzea do Tietê, com 7,4 mil hectares, que protege a vegetação de áreas alagadiças e as matas ciliares e foi regulamentada pela lei estadual nº 5598/1987 e posteriormente pelo Decreto nº 42837/1998. A bacia do rio Tietê desperta nos governos Estadual e Federal o interesse em sua preservação, principalmente pela sua importância em garantir água potável para uma população de mais de 10 milhões de pessoas.

O museu da energia de Salesópolis

- Trajetória histórica

Em setembro de 1909, a Câmara Municipal de Mogi das Cruzes e a empresa M. Villela e Cia. assinam um contrato predizendo o fornecimento de eletricidade para a cidade, com ênfase para a iluminação pública. Nos anos 10 do século passado, a Empresa Força e Luz Norte

de São Paulo, sucessora da M. Villela e Cia., assina documentos semelhantes com outras Câmaras da região (MARTINI E DINIZ, 2000).

Em 1911, a Empresa Força e Luz do Norte de São Paulo, que mais tarde, no ano de 1927, foi comprada pela The São Paulo *Light e Power* que ampliou e modernizou a hidrelétrica.(O MUSEU).

Dessa forma, deu se início da instalação de uma Usina Hidrelétrica na Cachoeira dos Freires, situada no Rio Tietê. Todo o maquinário foi trazido da Alemanha e foram construídas uma barragem, uma casa de máquinas e moradia para o operador da usina.

Em 1913 hidrelétrica foi inaugurada, gerando energia para cidades como Mogi das Cruzes, Salesópolis e Caçapava. Em 1979, a Light foi estatizada, quando o grupo foi nacionalizado e passou ao controle da Eletrobrás e em deu lugar à Eletropaulo (IANNONE, 2006) e deixou como herança uma série de bens de interesse histórico, entre eles, a usina de Salesópolis.

A usina hidrelétrica de Salesópolis é considerada de pequeno porte e foi construída com o intuito de fornecer iluminação pública por eletricidade para cidades do interior de São Paulo. Ela perdurou até o ano de 1929, quando fortes chuvas derrubaram as barragens e, pela primeira vez na história, a usina encontrava-se vazia.

A usina possui um reservatório que é formado por uma barragem de pedra, alvenaria de tijolos e um grande maciço rochoso. Possui um complexo residencial constituído de cinco casas. A grande quantidade de pedra na região favoreceu o uso desse material, empregado na maioria de suas construções.

Encravada no morro, sobre uma plataforma de pedras, bem próxima à margem esquerda do rio, está a Casa de Máquinas (Fig.1). Sua construção simples possui características próprias da arquitetura das décadas iniciais do século XX, como recorda em seus estudos SÁ (2015).

Figura 1. Museu da energia de Salesópolis – Casa das Máquinas



Fonte: os autores

As demais, de acordo com Ricardi (2013), foram construídas em fins dos anos 30 e início dos anos 40 e apresentam uma arquitetura deste período, com planta retangular, telhado de duas águas com frontões emoldurados em argamassa, lembrando a arquitetura popular da região.

- Panorama atual

O museu da Energia de Salesópolis é projeto da Fundação Patrimônio Histórico da Energia de São Paulo para o aproveitamento da usina que engloba três vertentes de reutilização: i) a museológica, em que será enfatizada a função educativa, tanto histórica quanto em relação ao uso racional de energia; ii) a geração de energia, aprofundando o conceito de museu vivo e iii) a utilização como usina-parque.

Neste ponto, então, volta-se o olhar para as teorias da Folkcomunicação, que possibilitam estabelecer liames entre museu e a cultura popular. Segundo Beltrão:

A literatura, a arte, as crenças, os ritos, a medicina, os costumes dessas camadas sociais (populações menos cultas), os seus meios de informação e de expressão continuam ignorados em toda sua força e verdade, o que impossibilita a comunicação e a comunhão entre governo e povo, elite e massa.(BELTRÃO, 2007, p. 29)

Junte-se a esse cadinho de elementos da cultura: o meio ambiente e a indústria e tem-se uma receita para buscar-se conhecer de forma mais abrangente os patrimônios culturais,

históricos, ambientais e industriais num único conjunto, e daí entende-se, não podem mais continuar ignorados, pois narra a trajetória de um povo.

E por assim dizer, pode-se considerar o museu como um elemento que estabelece laços com a cultura e a comunicação e, atualmente, até mesmo com o meio ambiente como afirma Martins (apud COELHO, 1997, pp. 161-162):

Criados a partir de 1980 pelo mundo todo, a concepção dos museus-parques nacionais foi inspirada no ecomuseu e tem por objetivo levar a população de uma região a perceber as relações de causalidade na evolução que vem ocorrendo naquele lugar e a analisar as consequências dessa evolução para chegar, por si mesma, à solução dos problemas.

(...)

Por sua própria natureza, o ecomuseu é indissociável da ação cultural permanente, responsável pela estruturação dos processos que permitirão à população o acesso à cidadania, ou seja, o fato de ser sujeito de sua vida cultural e, por consequência, política; responsável, também, pela preservação das várias vozes da sociedade, do próprio princípio do multiculturalismo, na construção da história.

A antiga usina hidrelétrica sofreu alterações estruturais e foi reformulada pelo Programa Fundação de Energia e Saneamento, transformando-se em museu parque.

O espaço dispõe de recepção, administração, casa de vigia, sala para atividades, cafeteria e loja, mantendo suas características principais básicas, fundamentada em uma arquitetura expressiva das pequenas usinas hidrelétricas; seu maquinário é testemunho de uma etapa da evolução da tecnologia dos equipamentos de geração de energia elétrica.

O museu foi ganhando meios para construir o diálogo com os visitantes, desempenhando o papel de estar a serviço dos usuários. No dizer de Silva e Oliveira (2014) os museus têm o objetivo de comunicar, eles firmam o compromisso com a cultura e a comunicação.

Figura 2. Interior da casa das máquinas.



Fonte: os autores

Todas as dependências no interior de todas as construções do museu dialogam com a identidade local. No interior da casa das máquinas há explicações sobre todas as peças que se articulam desde a construção da usina, da geração e distribuição de energia.

Uma das construções abriga materiais de divulgação e livros, os objetos ali expostos são marcas de um processo histórico de uma coletividade à disposição dos visitantes. Aulas de educação ambiental, trilhas pelo parque, aulas sobre energia elétrica e biodiversidade são algumas entre outras possibilidades que o ecomuseu oferece.

Desde maio de 2014 a Usina Hidrelétrica de Salesópolis, não está mais fornecendo energia para os moradores da cidade. O motivo, de acordo com Barbosa (2005), é o rompimento da tubulação que leva água do reservatório até a casa de máquinas, geradora de energia.

Em agosto de 2016, foi feito um ‘passarinhaço’ pela população local na área estudada para chamar a atenção das autoridades locais e regionais. Notícia veiculada pela mídia tinha como título: “Sem dinheiro museu de Salesópolis pode fechar, diz fundação”.

A matéria traz a fala de Rita Martins, diretora executiva da Fundação do Museu de Energia de Salesópolis:

“É um dos maiores atrativos da cidade e não podemos perder esse patrimônio. O projeto para o fechamento já estava em estudo desde 2015, desde essa época eles estão procurando saídas para resolver os problemas. Nós vamos mobilizar a sociedade, os empresários e buscar apoiadores para que isso não aconteça”, afirma.(G1, 14/06/2016)

Considerações finais

Assim, este percurso se encerra, ainda que incompleto. Ao se pensar a preservação dos patrimônios históricos, culturais, industriais e ambientais, pensa-se na herança de um povo, de uma civilização.

O patrimônio de um povo é uma herança difundida por meio das gerações e recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, sua relação com a natureza e com a sua história e daí emerge a necessidade de uma abordagem interdisciplinar. Ele é um modo de expressão capaz de oferecer um sentimento de identidade e continuidade, gerando respeito à diversidade cultural.

Cumprindo-se, aqui, o objetivo de apresentar o ecomuseu da energia de Salesópolis como patrimônio histórico do município, cujo processo de musealização o transformou num ecomuseu e que dialoga com seus usuários e com as políticas locais de educação, turismo e meio ambiente.

Assim, as políticas públicas partem do princípio da busca do sentido da vida em harmonia com os valores para uma sociedade mais justa, que desenvolve o sentimento de pertencimento e que contemple os direitos da Terra, de seus cidadãos, cidadãs. Parte, sobretudo, do princípio que nossa mente está colonizada por ideias hegemônicas, eurocêntricas e antropocêntricas, por isto, faz-se importante entender que as políticas públicas devem promover ações pautadas na valorização das culturas locais, dos excluídos e dos sem acesso à cultura e ao meio ambiente como parte de um planeta e de novas práticas. O desafio de uma política pública consciente deve ser o de descolonizar as mentes para transformar ambientalmente as atitudes humanas e construir uma nova sociedade.

Referências

ABREU, R. Dez anos da Convenção do Patrimônio Cultural Imaterial: Ressonâncias, apropriações, vigilâncias, *e-cadernos ces* [Online], 21 | 2014, colocado online no dia 01 Junho 2014, consultado a 13 Junho 2017. URL: <http://eces.revues.org/1742>; DOI: 10.4000/eces.1742

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE SÃO PAULO. **Salesópolis e a nascente do rio Tietê**. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=262968>. Acessado em 23.03.2017.

BARBOSA, M. Usina Centenária de Salesópolis não produz mais energia há mais de um ano. **Portal G1**, 2015. <http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2015/07/usina-centenaria-de-salesopolis-nao-produz-energia-ha-mais-de-um-ano.html>. Acessado em 23.03.2017.

BELTRÃO, L. Folkcomunicação: conceitos e definições. In. RIO DE JANEIRO (Cidade) Secretaria Especial de Comunicação Social. folkcomunicação – a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação. Estudos**. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2007. pp. 29-40.

_____. A comunicação dos marginalizados. In. RIO DE JANEIRO (Cidade) Secretaria Especial de Comunicação Social. folkcomunicação – a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação. Estudos**. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2007. pp. 41-47.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil** de 05 de outubro de 1988. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acessado em 04/02/15.

BRASIL. **Decreto 3551 de 4 de Agosto de 2000**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm. Acessado em 01.04.2017.

BRASIL. **LEI 9.985/2000**. Presidência Da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9985.htm. Acessado em 04.04.2017.

BRASIL. **LEI 6.938/1981**. Presidência Da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6938.htm. Acessado em: 23.04.2017.

BRASIL. Ministério da Educação Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (Secad/MEC). Educação Ambiental: aprendizes de sustentabilidade, **Cadernos Secad**. Brasília, Março, 2007.

BRASIL. Ministério Público Federal. **Meio Ambiente e Patrimônio Cultural**. Disponível em: www.pgr.mpf.mp.br/areas-de.../meio-ambiente-e-patrimonio-cultural. Acessado em 30.03.2017.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Unesco. **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Brasília. DF. 2006. In. <http://portal.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=3794>. Acessado em 04.03.2014.

BRASIL. IPHAN. Patrimônio Cultural Imaterial, 2009. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218>. Acessado em: 30.04.2017.

BRASIL. IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2015. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/115/rbg_1960_v22_n4.pdf. Acessado em: 21.03.2017.

BRASIL. IBGE.. Biblioteca do IBGE. 2016. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/saopaulo/salesopolis.pdf>. Acessado em 30.04.2017.

BRASIL . IBGE. **Histórico Salesópolis.** 2016. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?codmun=354500>. Acessado em 30.04.2017.

COELHO, T. **Dicionário Crítico de política cultural** – Cultura e imaginário. Ed. Iluminuras: São Paulo. 1997

CONVENÇÃO PARA SALVAGUARDA DO PATRIMONIO CULTURAL IMATERIAL.Documento originalmente publicado pela UNESCO sobre o título Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, Paris, 17 October 2003. Tradução feita pelo Ministério das Relações Exteriores, Brasília, 2006.

CRUZ, R. **Dos bens públicos.** Abril, 2012. Disponível em: <https://rosangelajuridico.wordpress.com/tag/dos-bens-publicos>. Acessado em 30.03.2017.

CURY, I. **Cartas Patrimoniais.** 3ª ed. rev. aum. Rio de Janeiro: IPHAN, 2004.

DIAS, Renato D. Meio ambiente e patrimônio cultural: conceitos e representações. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XIII, n. 72, jan 2010. Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8063. Acessado em jul 2016.

GIEHL, GERMANO. O direito ambiental e a importância da água. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, IX, n. 36, jan 2007. Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1635. Acessado em jul 2016.

IANNONE, R. A. *Evolução do setor elétrico paulista.* São Paulo, 2006.

CCA – MUSEU UNIVERSITÁRIO PUCCAMP. ICOM, 1992. Declaração De Caracas. **Cadernos de Sociomuseologia** Nº 15 – 1999. 243-285. Disponível em: <http://www.iber museus.org/wp-content/uploads/2014/07/declaracao-de-caracas.pdf>. Acessado em: 30.04.2017.

LEONEL, T. O patrimônio cultural imaterial como bem ambiental. **Rev. Migalhas.** Ed. Fiuza. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI60173,61044-O+patrimonio+cultural+imaterial+como+bem+ambiental>. Acessado em: 05.05.2016.

MARINHO, A. R. B. **Círculo de cultura: origem histórica e perspectivas epistemológicas.** 2009. **Dissertação (Mestrado em Educação).** Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. doi:10.11606/D.48.2009.tde-24092009-155120. Acesso em: 2016-07-07.

MARTINI, S.; DINIZ, R. **Usina de Salesópolis. Rede Museu da Energia.** São Paulo: Fundação Patrimônio Histórico da Energia de São Paulo, 2000. n. 8, 76 p. anual. Disponível em: http://www.museudaenergia.org.br/media/28407/martini_sueli_e_diniz_renato_usina_de_salesopolis.pdf. Acessado em 12.05.2017.

MORAIS, M. D. **Origem E Evolução Do Conhecimento. Módulos Interdisciplinares, 1.** Santarém, Pará 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/Edson/Downloads/oec%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Edson/Downloads/oec%20(1).pdf). Acessado em 21.05.2017

NALINI, J.R. **Magistratura e meio ambiente.** Disponível em: <http://www.pge.sp.gov.br/centrodeestudos/revistaspge/revista2/artigo7.htm>. Acessado em 12.04.2017.

ONU. **DECLARAÇÃO DO RIO SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO.** Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento no Rio de Janeiro, 1992. Disponível em ONU: <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>. Acessado em 30.03.2016.

ONU. **Organização das Nações Unidas.** Disponível em: <https://nacoesunidas.org/>. Acessado em: 12.04.2017

PHILLIPPI JUNIOR, A. S. **Usina de Salesópolis.** História e Energia. São Paulo: Manole, 2011.

PREFEITURA DE SALESÓPOLIS. **Acervo histórico da prefeitura da estância turística de Salesópolis.** Disponível em: http://www.salesopolis.sp.gov.br/site3/index.php?option=com_content&view=article&id=146&Itemid=1323. Acessado em 12.04.2017.

RICARDI, A. **A Companhia Água e Luz do Estado de São Paulo e suas relações de conflito na formação do Parque Elétrico Paulistano, 1890-1910.** Dissertação de Mestrado. Pós-Graduação em História Social do Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2013.

SÁ, PAULA, L.R.; COELHO, GABRIEL, M.O.T.; PINHEIRO, M.; BONINI, LUCI, M. **Energia e memória na região do Alto Tietê,** um estudo da usina hidrelétrica e do museu da energia em Salesópolis. 2014. disponível em: http://www.umc.br/img/diversos/pesquisa/pibic_pvic/XVII_congresso/artigos/Paula%20Luciana%20Rogatis%20de%20Sa.pdf. Acessado em: 12.04.2017.

SÃO PAULO. Departamento de Água e Energia Elétrica DAEE. **Barragem Ponte Nova**. 2016. Disponível em: www.dae.sp.gov.br. Acessado em 30.03.2017.

SÃO PAULO. **Lei 898/1975**. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Disciplina o uso de solo para a proteção dos mananciais, cursos e reservatórios de água e demais recursos hídricos de interesse da Região Metropolitana da Grande São Paulo e dá providências correlatas. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/norma/?id=44829>. Acessado em 12.04.2017.

SÃO PAULO. **Decreto N. 29.181/1988**. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Cria o Parque Nascentes do Tietê, no Município de Salesópolis, em área que especifica, declarando-a de utilidade pública para fins de desapropriação. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/1988/decreto-29181-11.11.1988.html>. Acesso em 10/05/2016.

SÃO PAULO. **Decreto. 42.837 de 03.02.1998**. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/norma/?id=6248>. Acessado em 12.04.2017.

SÃO PAULO. **Lei 10769**. Lei Ordinária que transforma em estância turística o município de Salesópolis. Disponível em Leis Estaduais: <http://www.leisestaduais.com.br/sp/lei-ordinaria-n-10769-2001-sao-paulo-transforma-em-estancia-turistica-o-municipio-de-salesopolis>. Acesso em 10 de maio de 2016.

SÃO PAULO. **Fundação Energia e Saneamento**. Disponível em: <http://www.energiaesaneamento.org.br/unidades/rede-museu-da-energia/museu-da-energia-de-sales%C3%B3polis.aspx>. Acessado em 30.03.2017.

SILVA, G.C. e OLIVEIRA, J.C.A. O museu como local de folkcomunicação: o caso do museu dos ex-votos da Igreja do Bomfim em Salvador, Bahia. In. **Anais do XXXVII Congresso brasileiro de Ciências da Comunicação**. INTERCOM. Foz do Iguaçu. PR. 2 a 5 de Setembro de 2014.

SUZIGAN, Wilson. A Industrialização de São Paulo: 1930-1945. **Rev. Bras de Economia**. RJ. 25(2); 89;111 abr/jun 1971

UNESCO. **Patrimônio Cultural Imaterial**. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/intangible-heritage/>. Acessado em 30.03.2017.

UNESCO. **Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural**. Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura, reunida em Paris, de 17 de outubro a 21 de novembro de 1972. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001333/133369por.pdf>. Acessado em 23.03.2017.

RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 15, Número 34, p.218-237, Janeiro/Junho 2017

ZANIRATO, S.H., RIBEIRO, W.C. **Patrimônio cultural**: a percepção da natureza como um bem não renovável. Rev. Bras. Hist. vol.26 no.51 São Paulo. Janeiro/ Julho, 2006.

Artigo recebido em: 10/05/2017

Aceito em: 24/06/2017

RIF

ensaio

ensaio fotográfico

ensaio fotog

ráfico

Fé Canindé: sobre romeiros, romarias e ex-votos

Fotos: Itamar de Moraes Nobre¹

Texto: Beatriz Lima de Paiva²

O ensaio fotográfico é um recorte de um projeto documental em desenvolvimento o qual aborda os romeiros³, as romarias e os ex-votos⁴ praticados por devoção a São Francisco de Canindé, no município de Canindé, localizado a 110 km de distância da cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará (CE), situado na Região Nordeste do Brasil⁵. As fotografias foram capturadas durante a festa em homenagem ao santo, que ocorre anualmente entre os dias 24 de setembro a 04 de outubro⁶. No entanto, neste ano de 2017, especialmente por causa das eleições, a festa se prorrogou para após o pleito. É uma iniciativa vinculada ao Grupo de Pesquisa ECOMSUL – Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura, do Departamento de Comunicação Social e Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia/UFRN.

Dentre as manifestações populares religiosas de mais evidência no município durante esse período festivo, tem-se a “romaria”, constituída pela peregrinação de romeiros individual ou coletivamente para igrejas, santuários e túmulos de pessoas consideradas “santas” ou “milagrosas” visando o cumprimento de promessas, doações, entrega de ex-votos, dentre outros. Acerca do seu contexto histórico, a tradição chegou ao Brasil pelos portugueses e não consta nos registros documentais a incidência religiosa indígena, tampouco dos africanos

¹ Docente e pesquisador do Departamento de Comunicação Social (DECOM) e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisador do Grupo de Pesquisa ECOMSUL – Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura. Email: itanobre@gmail.com

² Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa ECOMSUL – Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura Email: beatriz_lima2@hotmail.com

³ Cascudo define o romeiro em: “devoto que integra a romaria para cumprir promessa, pedir ajuda ao santo de sua predileção e orar.” (CASCUDO, 2001, p. 603).

⁴ **Ex-voto.** Do latim votum, coisa prometida. “O que se promete deve ser pago”, diz o ditado. Ex-voto é o que se promete ao santo de devoção para se receber a graça, ou o que se oferece por tê-la alcançado [...] Pode ser: vela, foto, flor, partes do corpo feitas em cera, barro ou madeira, e outros objetos [...]. (CASCUDO, 2001, p. 220, grifos do autor).

⁵ Disponível em: < <http://www.santuariodecaninde.com/caninde/> > Acesso em 09 jun. 2017

⁶ Quando em período eleitoral, a data é alterada para o período de 04 a 14 de outubro, bem como ocorreu no ano de 2016, período no qual as fotografias que compõem este ensaio foram registradas.

advindos como escravos, pois, somente aqueles que eram muçulmanos obtiveram contato com as romarias. (CASCUDO, 2001). Em se tratando do reconhecimento da tradicional peregrinação de Canindé, o autor ressalta que:

No Brasil os principais centros de romaria são: Nossa Senhora de Nazaré (Belém do Pará), **São Francisco de Canindé (Canindé)**, Ceará, Bom Jesus do Bonfim (Itapagipe, cidade de Salvador, Bahia) Bom Jesus da Lapa (Pirapora, rio São Francisco), Nossa Senhora de Aparecida (Aparecida) e Bom Jesus de Pirapora, ambos em São Paulo[...]. (CASCUDO, 2001, p. 603, grifo nosso).

As contribuições de Beltrão na área da Folkcomunicação (1980) retratam os estudos dos agentes e meios populares de expressão de ideias. Nesse sentido, tendo em vista o reconhecimento da manifestação popular religiosa, pode-se identificar a existência de processos comunicacionais na peregrinação aqui apresentada. Corroborando desse pensamento, temos em Cascudo (2001, p. 602) que a romaria “é campo aberto ao estudo da etnografia e do folclore, de alto interesse humano”.

Diante do exposto, compreende-se uma dimensão da proposta do fotodocumentário. No entanto, ele objetiva ainda experimentar o uso do dispositivo móvel digital e identificar quais as suas abordagens e peculiaridades para, através dessa experiência, reproduzir no ensino e pesquisa acadêmica o desenvolvimento de trabalhos utilizando o dispositivo móvel digital no registro de imagens fotográficas.

O trabalho tem desenvolvido a partir da Fotocartografia Sociocultural (Nobre, 2011 p. 59), um mapeamento simbólico que “auxilia a perceber e a reconstituir, no plano social, as ações políticas da sociedade civil e as atividades cotidianas desenvolvidas como modos de vida”. Para a realização dos registros fotográficos utilizou-se o dispositivo móvel digital *Nokia Lumia 1020*.

O plano de atuação consiste em visitar periodicamente o município, por dois anos, a partir de 2016, e montar um banco de dados a fim de selecionar as fotografias de maior qualidade técnica para a divulgação em exposições e publicações em congressos e periódicos.

Imagem 01 - Fé e contrição: a entrega de quem busca amparo na devoção.



Imagem 02 - Só a fé diz o que vê

Imagem 03 – As velas iluminam os caminhos das preces



Imagem 04 - A fé: das mãos ao cordão



Imagem 05 – O descanso para prosseguir a romaria e os pedidos



Imagem 06 - No rancho de apoio, a prece coletiva antes de prosseguir a romaria



Imagem 07 – A oração pra Nosso Senhor dos Passos



Imagem 08 – Octagenária maranhense e a fé traduzida nas romarias por quase toda a vida



Imagem 09- No painel a fé estampada nos ex-votos



Imagem 10 – A entrada na igreja de joelhos é uma das formas de pagar a promessa



Referências

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

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. 10. ed. São Paulo: Global, 2001. 768 p.

NOBRE, Itamar de Moraes. **Revelando os modos de vida da ponta do Tubarão**: A fotcartografia sociocultural como uma proposta metodológica. EDUFRN: Natal, 2011.

RIF

entre

entrevista

entrevi

evista

Desafios e atualizações nas atividades da Comissão Nacional de Folclore

Élmano Ricarte¹

Beatriz Lima de Paiva²

Maria Erica de Oliveira Lima³

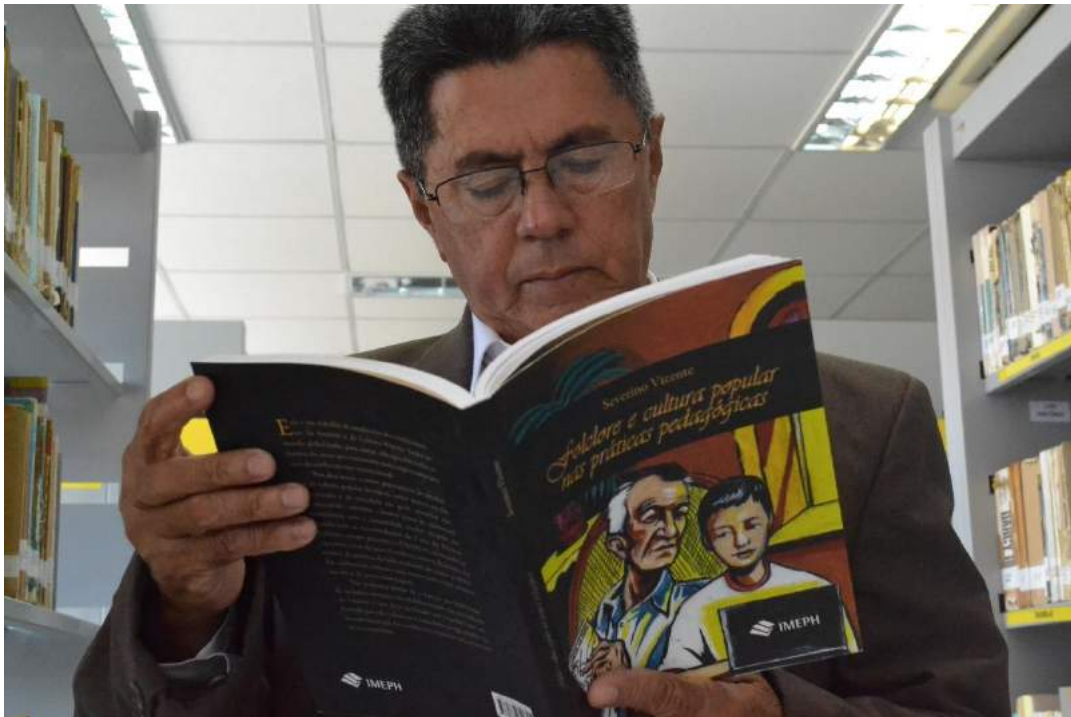


Foto: Beatriz Lima

“(...) muita gente diz: ‘ah o folclore está fora de moda...’, eu digo: ‘não’!!! Fora de moda é quem não compreende as inserções de como o folclore está atuando hoje dentro de um novo contexto sociocultural”.

Severino Vicente

¹ Doutorando em Ciências da Comunicação, Universidade Católica Portuguesa – UCP (Bolsista da CAPES). Graduado em Jornalismo e em Radialismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN (Brasil), com graduação sanduíche na UCP. Mestre na linha de Pesquisa de Produção de Sentido do Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia da UFRN. Investigador Júnior do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura – CECC/UCP. Integrante do OBES - Observatório BOA-VENTURA de Estudos Sociais - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Membro da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação - Rede FOLKCOM.

² Formada em Comunicação Social, habilitação em Radialismo, do departamento de Comunicação Social, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Participou da Iniciação Científica no projeto de pesquisa “As Manifestações Culturais em São Gonçalo do Amarante/RN no contexto da Epistemologia do Sul”.

³ Jornalista, mestre e doutora em Comunicação. Professora Associada do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação (UFC). Conselheira da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação.

A obra *Dicionário do Folclore Brasileiro*, de Luís da Câmara Cascudo completou 60 anos em 2014. A *Revista Internacional de Folkcomunicação* realizou três entrevistas para recordar o aniversário desta bibliografia, cuja importância dar-se como uma referência sobre a cultura brasileira e global e é, além disso, uma das bases para a Folkcomunicação de Luiz Beltrão e os estudiosos deste pensamento. A terceira e última destas entrevistas é com Severino Vicente, presidente da Comissão Nacional do Folclore.

Severino Vicente conversou com a nossa equipe sobre os desafios de manter a Comissão Nacional do Folclore ativa pelo vasto território brasileiro. Além disso, nossa entrevista com esse pesquisador da cultura popular tratou das ferramentas disponíveis na internet e sua utilidade para a Comissão.

Apesar de ainda haver uma imagem de que as pesquisas relacionadas ao Folclore investigam o passado e a tradição, nossa entrevista com Severino Vicente revela que já há muitos estudiosos interessados em encontrar sintonia com os estudos mais recentes da Folkcomunicação no âmbito da internet.

Esta entrevista ocorreu em setembro de 2014, na cidade do Natal (estado do Rio Grande do Norte, Nordeste do Brasil), e contou com o apoio da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação – Rede FOLKCOM e do Laboratório de Comunicação, do Departamento de Comunicação Social – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Neste momento, como está a situação da Comissão Nacional de Folclore? Como são organizados os eventos, qual é a agenda e as atividades que estão sendo realizadas?

Severino Vicente: a Comissão Nacional de Folclore hoje está vivendo um momento de abertura, porque ela passou durante muito tempo sob a presidência de grandes nomes, grandes pesquisadores da cultura popular e do folclore brasileiro. Portanto, na minha presidência, eu adotei algumas regras que acho que são normais nos dias de hoje. As transformações são muito rápidas e a gente tem que acompanhar esta dinâmica e a Comissão Nacional era criticada, porque diziam que nós ficávamos afastados do contexto sociocultural dos demais segmentos da cultura nacional, fechado entre nossas pesquisas e fechados entre os nossos livros. Hoje não, o presidente da Comissão Nacional está saindo para visitar festivais e encontros que não são programados pela própria comissão. Isto porque o Brasil é um país diverso e a Comissão Nacional deve acompanhar essa dinâmica da diversidade cultural

brasileira em todos os seus aspectos possíveis. Isso faz com que a gente renove as conceituações, renove inclusive a Carta do Folclore Brasileiro, já que a última foi escrita em 1995. Nós queremos reescrever a outra agora no próximo Congresso Brasileiro de Folclore, porque as conceituações que foram dadas no passado - não vou dizer que estão superadas - merecem reparos para que possam ser ajustadas dentro do novo contexto sociocultural brasileiro.

Quais são os desafios de fazer parte dessa presidência?

Severino: o desafio maior que eu enfrento é justamente que o Brasil é um continente! E não só... Eu sei que hoje a comunicação, a internet facilita muito, mas, muitas vezes, a internet não resolve e eu tenho que ir *in loco* resolver problemas e de comissões em estados distantes. Por exemplo, eu tenho que ir ao Rio de Janeiro, onde tudo começou, e eu não estou conseguindo resolver o problema da Comissão do Rio de Janeiro pela internet ou pelo telefone. Eu tenho que justamente fazer uma reunião *in loco* com todos os membros para ajustar as novas formas como eles trabalharam e saber o que foi que houve que eles estão se distanciando e não estão se associando ao centro do contexto de trabalho que exige a Comissão Nacional do Folclore. Mas a gente vai aos congressos mesmo que estes não sejam promovidos pela Comissão Nacional. E eu estou com seis a sete meses como presidente, já saí umas quatro ou cinco vezes para eventos culturais que não foram promovidos pela comissão. Nós queremos fazer essa integração dentro desse país diverso que é o Brasil.

E qual a importância dos congressos para a Comissão de Folclore?

Severino: Os congressos que a Comissão Nacional sempre realizou são verdadeiros espaços para que os estudiosos levem suas pesquisas, os seus trabalhos que eles fazem em suas comunidades. Há o resultado desses congressos em livros, publicações inclusive... São momentos muito ricos, deixam muito para o Brasil, contando ainda que a Comissão Nacional de Folclore tem o maior acervo de pesquisa de folclore e cultura popular do país. Nenhuma instituição tem o acervo que tem a Comissão, porque desde Renato Almeida, em 1951, quando houve o primeiro congresso até o último que houve agora em Florianópolis, todos esses congressos deixam um verdadeiro acervo de pesquisa, de estudos práticos e reais sobre a situação da cultura popular e do folclore brasileiro.

E isso tudo está disponível no site da Comissão?

Severino: Muita coisa está e outras não estão, porque é muito material e a Comissão Nacional não tem dinheiro para fazer isso. Mas eu pretendo, em articulação com o Ministério da Cultura, fazer um trabalho para disponibilizar tudo isso no site, porque nem o congresso que houve aqui em Natal - que eu coordenei - não foi disponibilizado. Nós fizemos um congresso aqui em Natal, o décimo segundo, um dos mais ricos de conteúdo; na terra de Cascudo e tinha que ser assim.

Além do Ministério da Cultura, quais são as outras parcerias que existem?

Severino: Cada comissão tem a liberdade de fazer parcerias com seus respectivos estados. A Comissão Nacional é um órgão que faz todo esse trabalho de articulação com as comissões estaduais. Mas as comissões estão livres para fazerem suas articulações e muitas delas trabalham em parceria com os governos dos estados, com as prefeituras, com o SEBRAE. A Comissão não interfere na forma como as comissões estaduais trabalham. Nós apoiamos inclusive que elas usem a logo da Comissão Nacional para fazerem seus trabalhos com o apoio de qualquer segmento local.

E como é que está a atuação dessas comissões em seus respectivos âmbitos?

Severino: Há comissões dinâmicas. Eu não gostaria de citar quais as mais dinâmicas, porque eu causaria um problema com as que não acompanham essa dinamicidade, mas, devo dizer que existem umas 10 ou 12 comissões que têm um trabalho fantástico. Todos os dias eles trabalham, eles fazem eventos todos os meses, sobretudo no mês do folclore. Mas há outras comissões que não acompanham essa dinâmica de trabalho em relação ao folclore em seus respectivos estados, mas a gente não tem o que fazer, é assim. Existem aqueles mais dispostos, aqueles mais comprometidos... Nós temos hoje 25 comissões organizadas, isso é um trabalho gigante. Quando assumi, nós estávamos com 22 comissões e já conseguimos reestruturar cinco.

E qual é a relação prática que eles têm com cada um dos grupos folclóricos em seus respectivos locais?

Severino: Eles fazem aquilo que Cascudo sempre recomendou: “quer estudar o folclore, quer conhecer o folclore? Vá às comunidades! Vá conversar com os mestres, vá conversar com o povo, vá conversar com os grupos!” e as pesquisas deles são sempre feitas nesse sentido, como nós fazemos aqui no Rio Grande do Norte. É um trabalho muito interessante, é um trabalho que exige disposição, é um trabalho que exige, sobretudo, compromisso. Se você não tiver compromisso, você não trabalha no folclore.

Quais são as parcerias que o senhor tem desenvolvido atualmente com os pesquisadores em Folkcomunicação?

Severino: Eu sou amigo pessoal de Severino Lucena e de Osvaldo Trigueiro, da Paraíba, o presidente da Comissão Paraibana de Folclore, também meu amigo de trinta anos de estrada e de congressos. Então, nós conversamos muito e temos muitas parcerias. Foi justamente através de Osvaldo que eu cheguei até a Folkcomunicação. Ele disse: “olha, Severino, eu acho importante que você se aproxime desse setor porque a Folkcomunicação é uma ciência que cresce no Brasil e o folclore pode ganhar muito com isso e como também a Folkcomunicação pode ganhar com a aproximação da Comissão Nacional de Folclore”. E foi aí que eu cheguei, viemos aqui, participamos da primeira Jornada de Folkcomunicação aqui em Natal (maio de 2014). A jornada foi organizada pela Rede Folkcom e pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com apoio do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. A primeira jornada de Folkcomunicação foi um sucesso! Ela aconteceu em concomitância em Recife e também na Paraíba, em Campina Grande.

Atualmente, como é que tem visto a inserção de novos investigadores no âmbito do estudo da cultura popular?

Severino: Eu fui agora ao Festival Internacional de Folclore, em Pirenópolis. Eu fiquei muito feliz pela grande quantidade de jovens de outros estados à procura de conhecer o presidente da Comissão Nacional de Folclore e saber qual a forma deles se aproximarem, como eles podem entrar na comissão. A melhor forma é a de se aproximarem das comissões estaduais, porque eles se aproximando das comissões estaduais, eles estão objetivamente na comissão nacional e participarão do nosso congresso. Eu fiquei muito feliz porque muita gente diz: “ah o folclore está fora de moda...”, eu digo: “não”!!! Fora de moda é quem não compreende as

inserções de como o folclore está atuando hoje dentro de um novo contexto sociocultural. A juventude é o grande palco da Comissão Nacional e é com ela que eu vou trabalhar. É em busca dessa juventude não só brincante, mas estudiosa e pesquisadora, que a Comissão vai colocar o seu foco. Aqui, na terra de Cascudo – por incrível que pareça – “ninguém é bom profeta em sua terra”, não é? Fora daqui a Comissão Nacional tem muito mais visibilidade do que no próprio estado. Mas, evidentemente, a gente vai abrindo os espaços, a gente vai procurando conversar, a gente procura se articular... É a primeira vez que a Comissão Nacional tem um potiguar na sua presidência. E uns reconhecem, outros não reconhecem, mas o nosso trabalho continua. E, além desses jovens, nesses últimos quatro ou cinco anos nós perdemos nomes que estão fazendo muita falta não só a Comissão Nacional de Folclore, mas também muita falta ao folclore brasileiro. Vamos começar com a professora doutora Neuma Fachine, da Paraíba. Esta mulher era fantástica! Eu a conheci pessoalmente. Não só inteligente, não só dedicada, não só comprometida com a cultura popular, mas era uma trabalhadora incansável. Perdemos o grande Altimar Pimentel, também da Paraíba, que eu tive a oportunidade de ir agora na sua cidade, em Cabedelo. Lá se comemora o “ano Altimar Pimentel”. Foi uma homenagem muito grande com a presença da esposa dele. Perdemos o nosso Luís Antônio Barreto, que eu o chamo de “o filósofo do folclore brasileiro”, um homem extraordinário. Perdemos também o nosso Roberto Benjamim, que vocês conhecem. Um pensador inteligente, sério, um pesquisador, incansável... Ele com os demais, estão fazendo muita falta não só à Comissão – quero repetir – mas aos estudiosos da Folkcom, porque Roberto também estudava Folkcomunicação. E também Luís Antônio Barreto tem as suas inserções para a Folkcomunicação, para a cultura e folclore brasileiro. E ainda o grande Ariano Suassuna. Esse foi o nosso “cavaleiro”, o homem que saiu divulgando o Brasil, cantando o Brasil, era um poeta! Ele cantava e o que povo pensa, sente, diz, com aquele ar bem-humorado, não é? Participante de todos os palcos, cantando e defendendo o Brasil, defendendo a cultura do Brasil real.

Como é que estão os lançamentos do senhor? Agora vamos falar das suas produções. O senhor também tem um livro lançado sobre as questões pedagógicas do folclore, não é isso?

Severino: Esse livro eu fiz justamente para atender esta situação. É um trabalho de atualização dos conhecimentos do folclore e da cultura popular feita ao mundo globalizado,

para assim, salvaguardar todas as formas dos nossos pertencimentos dessa importante área de conhecimento sociocultural. Eu fiz este livro com este objetivo, sendo um livro moderno, com conceituações atualizadas, que já foi lançado há uns três anos. O livro está esgotado e eu pretendo fazer uma reedição, acrescentar mais alguma coisa, porque um livro tem sempre o que acrescentar.

Com essas perspectivas de preservação, a internet é uma ferramenta possível para a Comissão?

Severino: Nós temos um site muito bom: <http://comissaonacionaldefolclore.org.br>. Para se aproximar mais do contexto das massas nós criamos uma página da Comissão Nacional no *Facebook*: <https://www.facebook.com/comissaonacionaldefolclore>. Se você acessar, você vai acompanhar todo o dia a dia da Comissão Nacional, tudo que acontece nos estados e só assim nós estaremos em consonância com toda a sociedade brasileira no que se relaciona à cultura popular, o nosso folclore. E a cultura popular também tem se integrado muito a essa questão da Internet, principalmente a partir de exemplos como *Bode Gaiato* (<https://www.facebook.com/BodeGaiato>), *Suricate* (<https://www.facebook.com/suricateseboso/>), e tantos outros que se multiplicam.

RIF

rese

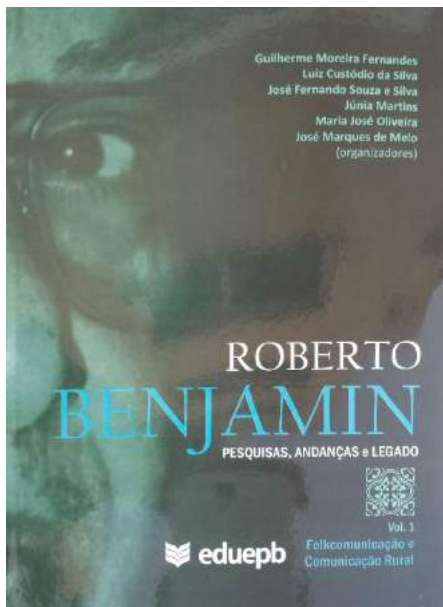
resenhas

resenk

enhass

O legado de Roberto Benjamin

*Bruna Franco Castelo Branco Carvalho*¹



O primeiro volume da Coleção Folkcomunicação e Comunicação Rural, intitulado “Roberto Benjamin: pesquisas, andanças e legado” (EDUEPB, 2017), dos organizadores Guilherme Moreira Fernandes, Luiz Custódio da Silva, José Fernando Souza e Silva, Júnia Martins, Maria José Oliveira e José Marques de Melo, trata-se de uma verdadeira homenagem e exposição sobre a trajetória de vida profissional do grande mestre pernambucano, jornalista, pesquisador e folclorista Roberto Emerson Câmara Benjamin.

Amigo e discípulo do criador da disciplina de Folkcomunicação no Brasil, Luiz Beltrão, Roberto Benjamin herdou do companheiro o desejo e a ânsia por compreender e pesquisar sobre os fenômenos das manifestações populares e suas relações com os meios de comunicação, dando continuidade aos estudos sobre essa temática. Formado em Direito e Jornalismo, Benjamin nunca escondeu a sua paixão pelos estudos folkcomunicacionais e o seu carisma, junto à sua vasta atuação acadêmica, cativou e inspirou a curiosidade investigativa de muitos de seus alunos com interesse em desenvolver pesquisas neste campo.

Alguns de seus alunos e amigos colaboraram para a realização dessa obra em sua homenagem, que se encontra organizada em duas partes. A primeira delas trata do legado de

¹ Graduada em Licenciatura e Bacharelado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFC. E-mail: brunafranco19@gmail.com

Roberto Benjamin em quatro seções. São ensaios de sua autoria sobre a contribuição profissional, acadêmica e teórica do mestre Luiz Beltrão que compõem a primeira seção. Em seguida, temos a visão e percepção de Benjamin sobre a atualidade e inovação dos estudos em Folkcomunicação e suas variações em diferentes contextos, espaços e períodos. Na terceira seção, temos alguns artigos de estudos de Benjamin relacionados às pesquisas em Folkmídia. Por fim, a quarta e última seção da primeira parte trabalha com o conceito de Comunicação Rural, em que o homenageado da obra traz um conjunto de ideias que exhibe a dimensão de estudos e formas de pesquisas desenvolvidas nesta área, além de demonstrar sua preocupação em atingir o público rural, com destaque para trabalhos em almanaques e folhetos populares, com altos índices de credibilidade pelo público carente de exposição nos meios de comunicação social.

A segunda parte do livro, *Fortuna crítica*, está dividida em duas grandes seções. Ambas são compostas por artigos desenvolvidos por autores que conviveram e compartilharam experiências profissionais e afetivas junto ao professor Roberto Benjamin. Alguns foram seus alunos, outros colegas, companheiros e amigos de vida, que deram continuidade aos estudos de folclore e cultura popular e suas relações junto aos *mass media*.

Na primeira seção da parte dois há uma coletânea de artigos que tratam especificamente da vida do homenageado. Depoimentos pessoais expõem a atuação do professor em suas atividades e experiências dentro e fora da sua área de interesse de pesquisa, bem como o seu trabalho como folclorista, professor e suas experiências de gestão e participação no âmbito universitário e da educação até o momento de sua partida, em 2013. Também há referências sobre sua herança literária, além das propostas e recomendações de atividades a serem continuadas e desenvolvidas por seus alunos, seguidores e admiradores.

Na sequência, a última seção do livro abrange o universo das obras deixadas por Roberto Benjamin. Cada artigo trabalha com determinadas facetas, momentos e objetos investigativos de sua carreira. A relação dos estudos do professor com a ficção, as lendas urbanas, a comunicação rural, os maracatus e as demais narrativas e expressões populares fazem parte da contribuição e do repertório de conhecimentos de Roberto Benjamin apresentados pelos autores dos artigos e apreciadores de seu trabalho.

Trata-se, enfim, de uma produção significativa em termos de conteúdos voltados para as temáticas da Comunicação Rural, da Folkcomunicação e da Folkmídia; enfatizando,

sobretudo, os trabalhos, a vida e a carreira de uma grande personalidade brasileira, que muito colaborou para o conhecimento e entendimento das manifestações da cultura popular na sociedade brasileira.

Referências

FERNANDES, Guilherme Moreira; SILVA, Luiz Custódio; SILVA, José Fernando Souza, et. al. (orgs.). **Roberto Benjamin**: pesquisas, andanças e legado. Campina Grande: EDUEPG, 2017, 324 p.

Tão familiar, tão estranho: livro aponta particularidades das sociedades iberoamericanas

*Claudiene dos Santos Costa*¹



As sociedades particulares contidas no território da Iberoamérica são o foco dos olhares de “Cenários comunicacionais: entre as sociedades industriais e as emergentes - Volume I – Mundo Iberoamericano”, publicado pela editora portuguesa Media XXI. O livro foi lançado na XVIII Folkcom - Conferência Brasileira de Folkcomunicação - realizada em Recife (PE) em maio de 2017.

A obra é uma coletânea de artigos de pesquisadores de oito países de língua portuguesa e espanhola, ligados à Rede Brasileira de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), que reúne professores e estudantes de vários estados brasileiros, e agora tem a participação de instituições iberoamericanas, com o objetivo comum de evidenciar a demanda plural dos temas debatidos no âmbito da pesquisa em Comunicação de seus respectivos países.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: claudienecosta@gmail.com

O trabalho foi inicialmente proposto e financiado pelo Conselho Editorial da revista Comunicação, Cultura e Sociedade (RCCS), vinculada ao Centro de Investigação do Alto Araguaia, Universidade do Estado de Mato Grosso. De lá vem um dos organizadores do livro, Lawrenberg Advíncula da Silva. Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso, ele é professor assistente do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat). Elmano Ricarte também é brasileiro, mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa. Completando o trio de organizadores, Cristian Yañez Aguilar é professor na Universidad Austral de Chile e doutor em Ciências Humanas.

O lugar de fala dos autores dos artigos é um aspecto marcante da obra, ambientada no chamado mundo iberoamericano, ou “o que podemos imaginar que ele seja ou pode vir a ser”. Vinte e dois trabalhos discutem questões comunicacionais e as muitas interfaces sobre o que pode ser a prática midiática ou o pensamento comunicacional neste recorte geográfico com países e práticas simultaneamente próximas e distantes, desconhecidas e familiares.

As palavras de abertura dos organizadores evidenciam, nas localidades geográficas em questão, posições diferenciadas e às vezes contrárias ao discurso entusiasta das redes de interconexão e universalização das tecnologias da informação.

Duas grandes linhas de ação despontam na obra. Além de mapear distintos cenários de investigação nas diversas regiões da América Latina e Europa, com o objetivo de identificar aproximações teóricas entre práticas e processos midiáticos, busca também inventariar, periodizar e mostrar tendências de Conhecimento Iberoamericano sobre Comunicação, oferecendo um quadro de panorama em 2016.

Logo nas palavras preliminares, escritas em espanhol, o leitor é avisado sobre a percepção, não por acaso, das singularidades minoritárias que insistem em emergir e se espriar por estes territórios físicos e simbólicos da tal Iberoamérica, em especial na América Latina. “Perceberá também os mecanismos com que o capital insiste em capturar tais singularidades em busca de produção de novos mercados e renovados modos de reprodução das estruturas de poder”, destacam os organizadores.

A perspectiva é a conversão do ambiente natural e o mediado pelas interfaces de comunicação numa única plataforma sócio-antropológica. Isto é, “de constituição do sujeito,

no qual os modos de fazer, pensar e sentir se manifestam semioticamente na forma de um sensorium maquínico, quer dizer, na noção de uma realidade espaço-temporal determinada por algoritmos numéricos”.

Este primeiro volume, intitulado “Mundo Iberoamericano”, contém artigos de pesquisadores do México, Chile, Brasil, Bolívia, Argentina, Colômbia, Espanha e Portugal. São produções que buscam potencializar o exercício de cartografar a comunicação na Iberoamérica, favorecendo processos de diálogo, dúvidas e reflexividade epistêmica, metodológica, teórica e empírica, com a necessária perspectiva crítica que deve contribuir com a compreensão dos fenômenos comunicativos em suas diversas expressões.

O prefácio da obra é assinado por Yuji Gushiken, do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO- UFMT), e frisa o modo resistente e insistente como a prática de pesquisa científica busca se institucionalizar em Universidades do Brasil e Chile. O convite ao leitor é para “embrenhar-se no cipal de questões socioeconômicas, culturais, ambientais, políticas, étnicas, subjetivas que provém de lugares que demandam atenção e investimento em pesquisa nos interiores, bordas e fronteiras, para além das paisagens habituais do mundo ibero-americano”, diz Gushiken.

Na primeira parte de “Cenários comunicacionais: entre as sociedades industriais e as emergentes”, o foco está nas questões conceituais e metodológicas das abordagens iberoamericanas. Temos nesta divisão pesquisas sobre as relações da região espanhola da Galícia com o espaço da Iberoamérica, um estudo comparado entre trabalhos empíricos realizados simultaneamente no Brasil e em Portugal, uma investigação científica interpretativa nas ciências da comunicação como modelo de pesquisa entre comunicação, sociedade e tecnologia, entre outros.

Teoria e prática de estudos em contextos interculturais são analisadas em comunidades étnicas na América Latina, enquanto na Argentina são pesquisadas as representações contemporâneas da cultura judaica naquele país. No cenário do cerrado brasileiro, um dos organizadores da obra, Lawrenberg Advíncula da Silva, fala sobre colonização cultural e pensamento folkcomunicacional.

Outra experiência no Centro-Oeste brasileiro é a pesquisa sobre a blogosfera na prática e no ensino de jornalismo, relacionando o excesso de informação com uma

intoxicação, o que gerou o neologismo “infoxicação”. E voltando ao idioma espanhol, encerram esta parte do livro artigos sobre identidades culturais em crise no cenário das ilhas do Caribe, e panorama midiático e cultural da Bolívia.

Na segunda parte do livro, os artigos foram elencados para mostrar singularidades nas questões empíricas e práticas da região. Nesta etapa vemos trabalhos chilenos, como o que aborda responsabilidade social empresarial a partir de conflito socioambiental no Lago Neltume, na região de Los Ríos, e ainda reflexões comunicacionais na festa da Cruz de Maio na localidade Los Chacayes, no Vale do Aconcágua.

Adentrando no Brasil, temos artigo sobre construção de pertencimento na festa Negra Noite, no Rio Grande do Sul, e identidade local e conteúdos televisivos na cidade de Porto Alegre. O movimento identitário também é o mote para abordar o discurso midiático e as crianças indígenas vítimas de violência no Mato Grosso do Sul.

Em outros cenários, o livro segue com a concentração no mercado de jornais de Portugal, gestão democrática e licenças para rádios comunitárias na Colômbia, estudo de websérie documental no estado do Ceará, imigração senegalesa no cenário comunicacional pernambucano, além de representação social de religiões afro-brasileiras em jornais impressos de Pernambuco.

A última parte do livro apresenta os novos caminhos do conhecimento em Comunicação, favorecidos pela cooperação científica entre a Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e a argentina Universidad Nacional de Jujuy (UNJu). Seguem-se aí artigos sobre os dez anos do curso de Jornalismo de Alto Araguaia (MT), e retrospectiva da Revista Comunicação, Cultura e Sociedade.

Jorge A. Gonzalez encerra a obra com um resgate de quase quarenta anos de estudo da cultura no México e em algumas partes da América Latina. Uma saga autobiográfica do professor da Universidade Nacional Autónoma do México, desde as frentes culturais até a cibercultura.

Assim como o experiente pesquisador que conclui a obra, “Cenários comunicacionais: entre as sociedades industriais e as emergentes” apresenta caminhos percorridos por vários representantes de uma mesma região, próxima e ao mesmo tempo distante a cada um de nós. Como afirma Yuji Gushiken, “mais que representar o mundo, é conveniente que a

produção e a leitura dos artigos possam constituir o mundo, em especial este mundo ibero-americano, a nós tão familiar, tão estranho”.

Referências

AGUILAR, Cristian Yañez; RICARTE, Élmano; SILVA, Lawrenberg Advíncula da. **Cenários comunicacionais**: entre as sociedades industriais e as emergentes. Porto: Media XXI, 2017; 533 p.