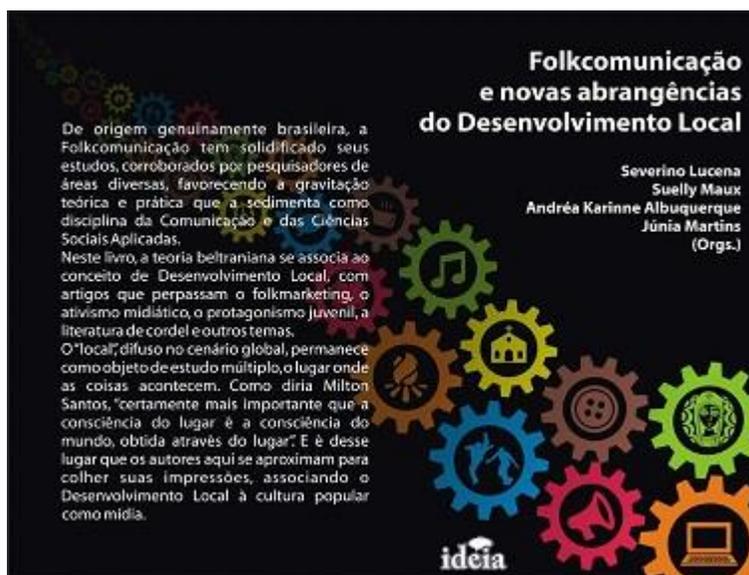


Folkcomunicação e desenvolvimento local: experiências investigativas



Andréa Karinne Albuquerque Maia¹

O livro “Folkcomunicação e novas abrangências do Desenvolvimento Local”, publicado pela Editora Ideia, de João Pessoa, em 2017, foi organizado pelos pesquisadores Severino Alves de Lucena Filho, Suelly Maux, Andréa Karinne Albuquerque e Júnia Martins, da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom).² Trata-se de uma coletânea que reúne 14 artigos produzidos por pesquisadores, professores e alunos da UFPB, UFRN e UFRPE, que se dedicam à pesquisa na área de Folkcomunicação, sob diversas perspectivas.

Já no prefácio, o pesquisador Guilherme Fernandes enfatiza a importância da obra não apenas pela atualidade dos temas, o que resulta numa renovação da produção acadêmica na área. Mas, sobretudo pela forma de apresentação da obra, por se tratar de um formato e-

¹ Professora do Departamento de Comunicação da UFPB, coordenadora do curso de Relações Públicas-UFPB. Mestra em Comunicação e Culturas Midiáticas (UFPB), MBA em Gestão Estratégica de Pessoas na Administração Pública (UEPB). Graduada em Comunicação Social nas habilitações Relações Públicas e Jornalismo, ambas pela UFPB. Filiada à Rede Folkcom e Vice-líder do Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo (Grupecj-UFPB). E-mail: andreakarinne@gmail.com.

² Disponível para download gratuito no endereço: <https://goo.gl/egJZtp>

book de acesso gratuito, tendo em vista que a produção editorial sobre a Teoria da Folkcomunicação não é encontrada facilmente nas livrarias do país.

O livro está dividido em duas partes, a primeira com seis artigos que abrangem a relação da Folkcomunicação com o Desenvolvimento local. E a segunda parte, intitulada de “Cotidiano e diálogos folkcomunicacionais”, que apresenta oito artigos que abordam diversos objetos de pesquisa sob a perspectiva da Teoria da Folkcomunicação.

O primeiro artigo é “Ativismo-folk desportivo e desenvolvimento local: estudo sobre o papel social desempenhado por Júlio César Silva na comunidade Padre Hildon Bandeira, em João Pessoa-PB”, de autoria de Juliana Freire, Severino de Lucena Filho e Suelly Maux. Os autores analisam a atuação do ativista-folk Júlio César Silva, de 27 anos, na promoção do desenvolvimento local da comunidade Padre Hildon Bandeira, por meio de um projeto desportivo de ensino gratuito da capoeira voltado para crianças e adolescentes.

Nessa perspectiva, os autores buscam compreender as estratégias e políticas de comunicação utilizadas por este ativista-folk, verificando em que medida ele contribui para a fomentação do ethos comunitário e do espírito cívico local. Constatou-se que Júlio César estabelece redes de comunicação fechadas, dialógicas e horizontais com seus alunos, que colaboram em grau elevado para o processo de democratização social da comunidade Padre Hildon Bandeira.

Em “Cultura e desenvolvimento local: uma análise sobre folk-ativismo na quadrilha Junina Ação Nordestina”, Daniella Melo, Diego França, Josilene Félix e Juliana Freire analisam o papel desempenhado pelos ativistas folkmidiáticos na quadrilha Junina Ação Nordestina, localizada a cidade de Pilar-PB, nos anos de 2013, 2014 e 2015. Os autores concluíram que a atuação dos folk-ativistas na quadrilha junina colabora com o desenvolvimento local de Pilar, ao fortalecer o sentimento de pertencimento e de autoestima cultural da sua população.

“A rapadura como elemento folkcomunicacional e estratégia para o desenvolvimento local em Santa Cruz da Baixa Verde-PE”, de autoria de Vera Lúcia Xavier, Severino de Lucena Filho e Maria Luciana da Silva, apresenta uma análise sobre as apropriações sobre a Rapadura, como mote identitário e estratégia para o Desenvolvimento Local. Nesse sentido, tendo como aporte teórico os conceitos de folkmarketing e desenvolvimento local, discutem-se as ações desenvolvidas por instituições públicas e privadas que se utilizam da imagem e do sabor da

Rapadura como uma estratégia de comunicação institucional e mercadológica para divulgar a cidade de Santa Cruz da Baixa Verde-PE e seus produtos.

No texto seguinte, Leylane de Campos e Severino de Lucena Filho investigam os elementos folkcomunicaçãois da comunidade quilombola de Caiana dos Crioulos, associados ao turismo como uma estratégia de promoção do desenvolvimento local. Caiana dos Crioulos está localizada na zona rural do município de Alagoa Grande - PB, sendo considerada um legítimo quilombo de acordo com a Fundação Cultural Palmares. Os autores concluem que a referida comunidade, por intermédio de seus elementos folkcomunicaçãois associados ao Turismo, representa uma iniciativa de construção do Desenvolvimento Local, pautado na preservação de seus recursos naturais e na qualidade de vida de seus residentes.

Por meio da análise dos usos da xilogravura popular nordestina, inserida como adorno em produtos de moda comercializados na Feira de Artesanato de Caruaru- PE, Maria Luciana da Silva e Severino de Lucena Filho buscaram compreender como ocorre o processo folkcomunicaçãois nesta convergência. No artigo “A xilogravura está na moda: vestuário, folkmarketing e desenvolvimento local na Feira de Artesanato de Caruaru-PE”, descreveu-se como os feirantes se apropriam da linguagem xilográfica enquanto elemento comunicacional e mercadológico no contexto do Folkmarketing. Além disso, os autores avaliaram como este cenário contribui para o desenvolvimento local por meio do envolvimento dos sujeitos e das possibilidades de geração de emprego e renda.

No último artigo da primeira parte da obra, Simone Maria da Conceição, Iêda Litwak e Irenilda Lima analisam os processos comunicacionais desenvolvidos no comércio de produtos religiosos, refuncionalizados no contexto do Folkmarketing, durante a 110ª Festa do Morro de Nossa Senhora da Imaculada Conceição, padroeira do Recife-PE, no ano de 2014. A pesquisa buscou identificar o comércio como representação simbólica na construção de novos olhares sobre os produtos religiosos refuncionalizados, recriando elementos da cultura popular e da fé no contexto do Folkmarketing. Os resultados analisados apontam a influência das estratégias de folkmarketing aplicadas no momento da comercialização, favorecendo a economia e, conseqüentemente, contribuindo com o desenvolvimento local da região.

“Diálogos em prosa: as pontes entre o cordel e o folkmarketing”, de autoria de Mariana Farias e Andréa Karinne Albuquerque, inicia a segunda parte do livro. As autoras discutem o uso folkmarketing no contexto das relações públicas, a partir da adoção do cordel

como instrumento de comunicação, por parte de algumas organizações paraibanas. Nesse sentido, buscou-se esclarecer o potencial deste instrumento, levando em consideração as particularidades dos públicos específicos da organização. No contexto do folkmarketing, o uso do cordel tem um caráter estratégico no relacionamento entre a organização e seus públicos, em virtude de promover uma maior aproximação da marca, bem como o fortalecimento dos valores institucionais.

No artigo “Dos gramados aos folhetos: o futebol narrado pela literatura de cordel”, Gabriela Gadelha, Andréa Karinne Albuquerque e Tiago Alves analisam como o tema futebol é abordado pela literatura de cordel, com ênfase na participação do Brasil na Copa do Mundo. Neste sentido, os autores buscaram compreender os processos comunicacionais que compõem os enredos presentes nos cordéis analisados, compreendendo o modo como o futebol é narrado e como se dá a emissão da informação pela literatura cordelista, no contexto da folkcomunicação.

A pesquisadora Júnia Martins, no artigo “Cultura popular como médium entre jovens e velhos: protagonismo juvenil e valorização da memória cultural na Zona da Mata Norte de Pernambuco-BR”, busca analisar como os idosos transmitem seus saberes nos dias de hoje, para quem, quais são os espaços de mediação e por quais instrumentos e contextos ela é sustentada. O texto tenta responder a essas perguntas, tendo como base a Zona da Mata Norte de Pernambuco-BR, partindo da premissa que os idosos são os verdadeiros guardiões do saber popular.

Em “Neocoronelismo nas eleições de 2014: análise das marcas discursivas Folkcomunicacionais”, Ítalo Andrade e Suelly Maux abordam o processo histórico e social do regime coronelista durante a República Velha (1889-1930) e suas conotações na atualidade, através da Folkcomunicação. O objetivo foi analisar as marcas discursivas folkcomunicacionais e neocoronelistas praticadas pelo então candidato Cássio Cunha Lima (PSDB), nas eleições para o governo do Estado da Paraíba de 2014, tendo como canal o portal de internet da coligação A Vontade do Povo. Os autores constataram que o coronelismo ainda é uma prática vigente em nosso país, dominando o poder não mais pela violência, mas sim pela relação da personalidade e do carisma do político com a população.

O artigo “Muito barulho por tudo: uma análise sobre as estratégias políticas e comunicativas dos painelaços anti-Dilma”, de Severino de Lucena Filho e Juliana Freire,

investiga as estratégias políticas e comunicativas de fomentação dos discursos e protestos a favor do impeachment da ex-presidenta da República do Brasil, Dilma Rousseff, especialmente os painéis, durante o ano de 2015. Sob a luz da Teoria da Folkcomunicação, os autores evidenciaram as novas formas de exercício da cidadania diante da sociedade digital, que mescla meios e procedimentos comunicativos tradicionais e modernos, populares e hegemônicos/midiáticos, gerando discursos e estratégias políticas folkmidiáticas.

Em “O cotidiano interiorano presente na música de Vanessa da Mata”, Andréa Karinne Albuquerque analisa as composições de Vanessa da Mata, identificando elementos da vida no interior. Teoricamente, fundamenta-se na folkmídia, devido à apropriação da cultura popular pela música pop e as banalidades do cotidiano são discutidas pela Sociologia do Cotidiano. Esse processo folkmidiático contribui para a reflexão das questões sociais que permeiam a vida no interior, bem como, o fortalecimento dos valores desse estilo de vida, tais como resiliência e ingenuidade.

No artigo “Você tem tempo?”, Emmerson Aguilar apresenta, inicialmente, uma reflexão sobre o conceito do termo “tempo”, em seguida desenvolve, também, uma associação desse conceito com a percepção e, em um segundo momento, apresenta as influências dos ambientes impregnados por esses dispositivos mecânicos e digitais no percurso da história. O aporte teórico adotado baseia-se nas obras de Nicola Abbagnano, S. Agostinho e Henri Bergson. Além de Norval Baitello Junior, Lev Manovich e Marshall McLuhan.

Juliana Hermenegildo encerra a publicação com o artigo “*Mass communication: fundamentos teóricos da Folkcomunicação*”, abordando a interdisciplinaridade do campo da Comunicação e como a Sociologia, Antropologia, Psicologia, dentre outras áreas de estudo, colaboraram para o enriquecimento das pesquisas, na busca para o entendimento do comportamento humano, seu processo comunicativo, e as interações sociais viabilizadas pelos fenômenos de comunicação.

Diante do exposto, “Folkcomunicação e novas abrangências do Desenvolvimento Local” é uma publicação que traz um panorama atualizado de vários objetos de pesquisas que caracterizam a produção científica na área nos dias de hoje. Consolida, assim, a relação entre a Teoria da Folkcomunicação com o conceito de Desenvolvimento Local, uma perspectiva bastante cara para os estudiosos que se debruçam sobre a cultura popular, produzida

**RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 15, Número 35, p.272-277, Julho/Dezembro
2017**

especialmente no Nordeste brasileiro, diante de todas as dificuldades advindas dos cenários político, social e econômico.

Além disso, ao apresentar temas diversos que dialogam com a folkcomunicação, os autores demarcam novos espaços para futuras pesquisas na área. Por fim, acredita-se que a referida obra, por si só, contribui para a disseminação e a democratização ao acesso à Teoria da Folkcomunicação, em virtude do seu formato eletrônico e gratuito.

Ficha Técnica:

Título: Folkcomunicação e novas abrangências do Desenvolvimento Local

Organizadores: Severino de Lucena Filho, Suelly Maux, Andréa Karinne Albuquerque, Júnia Martins

Editora: Ideia (João Pessoa-PB)

Ano: 2017

Número de páginas: 430p.

ISBN 978-85-463-0210-9

E-book disponível para livre download em: <https://goo.gl/egJZtp>