

RIF

Revista Internacional
de Folkcomunicação

DOSSIÊ: CENTENÁRIO DE LUIZ BELTRÃO

Organização:
Sônia Regina Cunha, Francisco de Assis e
Maria Cristina Gobbi

Volume 16 | Número 37, 2018

EXPEDIENTE

Revista Internacional de Folkcomunicação, Volume 16, Número 37, jul./dez. 2018.

- 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: Felipe Adam, Guilherme Moreira Fernandes e Vinícius José Biazotti Sabino

DOSSIÊ CENTENÁRIO DE LUIZ BELTRÃO

Editores convidados: Maria Cristina Gobbi (UNESP), Sônia Regina Cunha (USP) e Francisco de Assis (FIAM-FAAM).

CONSELHO EDITORIAL

Dr. Joseph Straubhaar (University of Texas, EUA), Dr. Alberto Pena Rodríguez (Universidad de Vigo, Espanha), Dra. Carmen Gómez Mont (Universidad Nacional Autónoma de México), Dr. Eloy Martos Nuñez (Universidad Complutense de Madrid, Espanha), Dra. Esmeralda Villegas Uribe (Universidad Autónoma de 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), Dr. Carlos Francisco Bauer (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina), Dr. Fernando Fischman (Universidad de Buenos Aires), Dr. Phil Chidester (Illinois State University), Dr. Guillermo Orozco Gómez (Universidad de Guadalajara), Dr. Mohammed ElHajji (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Dr. Fernando Fischman (Universidad de Buenos Aires), Dr. Amparo Huertas Bailén (Universitat Autònoma de Barcelona), Dr. Tomas Jane (Escola Superior de Jornalismo de Moçambique), Dra. María Dolores Montero Sánchez (Universidad Autónoma de Barcelona).

COMISSÃO CIENTÍFICA

Dra. Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros (Universidade do Estado do Rio de Janeiro), 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 Ceará), 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 de Oliveira (Faculdade de Ciências, Contabilidade e Administração de Tupã), 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), Dra. Graziela Soares Bianchi (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Magali do Nascimento Cunha, Dr. José Cláudio Alves de Oliveira (Universidade Federal da Bahia), Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti (Universidade Estadual do Piauí), Dr. Renan Albuquerque Rodrigues (Universidade Federal do Amazonas), Dra. Míriam Cristina Carlos Silva (Universidade de Sorocaba), Dra. Paula de Souza Paes (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Juliana Colussi (Universidad del Rosario, Colômbia), Dr. Iury Parente Aragão (Universidade Estadual da Bahia), Dra. Verônica Dantas (Universidade Federal de Tocantins), Dra. Círcia Peruzzo (Universidade Metodista de São Paulo).

PARECERISTAS DESTA EDIÇÃO

Dra. Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Ms. Sônia Regina Cunha (Universidade de São Paulo), Dr. Francisco de Assis (FIAM-FAAM Centro Universitário), Dr. Guilherme Moreira Fernandes (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia), Dr. Rafael Schoenherr (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. José Cláudio Alves de Oliveira (Universidade Federal da Bahia), Dr. Iury Parente Aragão (Universidade Estadual da Bahia), Dra. Silvia Ramos Bezerra (Universidade Federal de Mato Grosso), Dra. Bárbara Lucchesi Ramacciotti (Universidade de Mogi das Cruzes), Dra. Betania Maciel (Universidade Federal Rural de Pernambuco), Dr. Marcelo Sabbatini (Universidade Federal de Pernambuco), Dra. Karina Janz Woitowicz (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Ms. Andriolli Brites da Costa (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), Ms Thifani Postali (Universidade de Sorocaba), Sérgio Luiz Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Lucimara Rett (Universidade Federal do Rio de Janeiro).

DESIGN GRÁFICO

Projeto Gráfico: Kevin Willian Kossar Furtado

Capa: Maria Oliveira

Imagem: Grafite produzido por Alexsandro Gomes dos Santos (Alex Chuck) no dia 8 de agosto de 2017 no Centro Cultural Marques de Melo, Intercom Pinheiros, durante a Jornada Beltraniana 2017.

EDITORAÇÃO

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. 16, n. 37, jul./dez. 2018. Ponta Grossa, PR: PPG Jornalismo UEPG, 2018.

Semestral

ISSN: 1807-4960

1. Folkcomunicação
2. Cultura Popular



SUMÁRIO

EDITORIAL

08

DOSSIÊ “CENTENÁRIO DE LUIZ BELTRÃO”

Diálogo com Beltrão
11
José Marques de Melo

O legado de Luiz Beltrão sob a ótica de José Marques de Melo
77
Antonio Hohlfeldt

Os agentes intermediários culturais e os processos de atualização na folkcomunicação
84
Oswaldo Meira Trigueiro

O centenário de Luiz Beltrão e o acervo da Folkcomunicação
101
Cristina Schmidt

Teoria e prática da pedagogia do jornalismo de Luiz Beltrão
139
Eduardo Amaral Gurgel

A televisão sob o olhar de Luiz Beltrão: apontamentos e inspirações sobre o Jornalismo de imagens
161
Aline Maria Grego Lins

Folkcomunicação na América Latina
174
Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros

ARTIGOS GERAIS

Comunicação (i) material com as divindades: tipos e formas de ex-votos na religiosidade popular
190
Luís Erlin Gomes Gordo

A magia dos Reyes entre sincretismos culturais e a tradição católica espanhola

207
Sérgio Luiz Gadini

Monstruosidades e Assombrações do Folclore Brasileiro: uma Análise da Folkcomunicação e Folkmídia em Piteco – Ingá

222
Rosane Kaminski
Guilherme Ieger Dobrychtop

Beltrão, Lambadão, interatividade e decolonialidade: Diálogos possíveis

238
Aline Wendpap Nunes de Siqueira

Políticas e estratégias de comunicação na comunidade Padre Hildon Bandeira, João Pessoa-PB, Brasil: sobre micro-revoluções cotidianas

256
Severino Alves de Lucena Filho
Juliana Freire Bezerra

Cultura popular no webjornalismo do Amapá: as representações da Festa de São Tiago

273
Cintia Xavier
Larissa Cantuária Lucena

ENTREVISTA

Depoimento de Silvia Teresa Beltrão

292
Sonia Regina S. da Cunha

ENSAIO FOTOGRÁFICO

Folkcomunicação e cultura popular: Entre as serras de Minas, o Vale, o Serro e os caminhos de pedras

298
Pedro Serico Vaz Filho

RESENHAS & CRÍTICAS

A festa junina no Recôncavo Baiano: uma estratégia de *city marketing*

309
Rafael Lopes

RIF

editorial

edi

editori

ria

Celebrar o centenário de Luiz Beltrão (1918-2018) constitui um modo de reconhecer a sua importância para a teoria e a pesquisa em Comunicação. É por isso que, em meio a diversas iniciativas realizadas em 2018 para homenagear este importante teórico brasileiro, lançamos a presente edição da Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF). A organização deste especial ficou a cargo dos pesquisadores Maria Cristina Gobbi, Sônia Regina Soares da Cunha e Francisco de Assis, a quem agradecemos pela colaboração neste importante trabalho.

Os artigos reunidos no dossiê circundam a obra de Beltrão, apontam caminhos para a (re)leitura dos conceitos que fundamentam a teoria, dialogam com marcos teóricos afins a partir da perspectiva folkcomunicacional e promovem outras aproximações com a teoria. Oferecem, desse modo, formas de interpretar e operar com a folkcomunicação para pensar os processos comunicacionais na atualidade. Além disso, percorrem marcos e registram a trajetória do pensamento de Beltrão, contribuindo para a memória da comunicação no Brasil.

O dossiê temático traz um artigo inédito do professor José Marques de Melo, seu discípulo e maior incentivador da teoria da folkcomunicação dentro e fora do Brasil, que percorre os fundamentos do pensamento de Beltrão e estabelece diálogos produtivos com outros autores. A publicação foi gentilmente autorizada pela esposa de José Marques de Melo, Sílvia, a quem agradecemos pela oportunidade de publicação de mais um trabalho do professor, que estava em processo de finalização no momento do seu falecimento, em junho de 2018.

O artigo de Antonio Hohlfeldt, por sua vez, demarca a contribuição do professor José Marques de Melo na difusão da obra de Beltrão e no importante impulso ao reconhecimento acadêmico da folkcomunicação. E, em um diálogo que atualiza os conceitos desenvolvidos por Beltrão, Osvaldo Trigueiro oferece uma (re)leitura dos agentes intermediários culturais na contemporaneidade.

Cristina Schmidt apresenta um levantamento da produção bibliográfica em folkcomunicação, que oferece uma reconstituição do campo, e Eduardo Gurgel aborda os aspectos da pedagogia do jornalismo no trabalho acadêmico e profissional de Beltrão. As contribuições de Beltrão para os estudos de televisão são abordadas por Aline Maria Grego Lins, em um processo de apropriação das abordagens do autor. E, por fim, Luitgarde Oliveira

Cavancanti Barros percorre os antecedentes dos estudos da cultura de vertente popular para delimitar o pensamento de Beltrão na América Latina. A edição traz ainda, como parte das homenagens ao centenário de Luiz Beltrão, um depoimento de sua filha, Sílvia Teresa Beltrão, apresentado a Sônia Regina Soares da Cunha.

Na seção Artigos Gerais, a revista traz seis estudos sobre temas diversos ligados à cultura popular e suas relações com os processos de comunicação. Luís Erlin Gomes Gordo aborda os ex-votos na religiosidade popular, apontando conceituações para esta manifestação cultural. Sérgio Luiz Gadini, por sua vez, apresenta uma pesquisa de caráter etnográfico e documental sobre as comemorações da festa dos reis magos na Espanha, em que se observa aspectos do sincretismo religioso e cultural.

As representações de assombrações do folclore brasileiro na história em quadrinhos Piteco – Ingá são trabalhadas por Guilherme Ieger Dobrychtop e Rosane Kaminski pelo viés dos estudos de folk-mídia. A perspectiva decolonial, em diálogo com a abordagem beltraniana, é desenvolvida por Aline Wendpap Nunes de Siqueira em uma análise do vídeo sobre concurso de Lambadão e as interações provocadas por esta produção cultural.

O desenvolvimento local é tema do artigo de Juliana Freire Bezerra e Severino Alves de Lucena Filho ao analisarem o papel de folk-ativistas na comunidade de Padre Hildon Bandeira, em João Pessoa-PB. E, por fim, a cultura local no webjornalismo do Amapá é discutida por Larissa Cantuária Lucena e Cíntia Xavier a partir das representações da Festa de São Tiago.

A edição conta ainda com o ensaio fotográfico de Pedro Sevíco Vaz Filho sobre a cidade do Serro, localizada no Vale do Jequitinhonha, no estado de Minas Gerais, a partir do trabalho do escultor José Dias e de registros da cena cultural local. E, para finalizar a edição, a resenha de Rafael Lopes sobre o livro *Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano*, de Janio Roque B. Castro, publicado pela EdUFBA em 2012.

Tratam-se de olhares diversos sobre a folkcomunicação, que tanto se sustentam na teoria beltraniana quanto oferecem outras abordagens que contribuem para fortalecer e renovar os estudos que se situam na interface entre comunicação e cultura. Desejamos às leitoras e aos leitores uma boa leitura, com a expectativa de que o legado de Beltrão, no marco do seu centenário, inspire novos objetos e perspectivas.

Equipe Editorial RIF

RIF

doss

dossîê

dossi

ssîê

Diálogo com Beltrão¹

José Marques de Melo²

RESUMO

Este artigo reúne ideias novas e revisitadas pela memória cognitiva a partir da releitura e reescrita dos meus estudos sobre a teoria da Folkcomunicação desenvolvida por Luiz Beltrão. Como pesquisadores comunicacionais estamos avançando, mas ainda é pouco, precisamos estimular as futuras gerações. Elas seguramente vão construir o edifício de um campo do conhecimento que tenha identidade brasileira, sem perder sua vocação universal e sem renunciar ao compromisso local, convertendo cada cidadão em depositário das utopias que embalaram as gerações precedentes. Apesar de repetitivo como autor, sempre reunindo e reescrevendo ensaios produzidos sobre a Folkcomunicação, busco incentivar os mais experientes bem como os novos acadêmicos para a importância do agir pedagógico, tanto no espaço universitário quanto no espaço corporativo. O percurso literário deste ensaio em sua primeira parte revisita as raízes históricas do arquipélago cultural destacando o desafio do diálogo nacional interdisciplinar frente à nossa natureza continental. Após a contextualização, trago o perfil de Luiz Beltrão, como jornalista, professor, pesquisador e autor acadêmico e literário. Ao apresentar a Folkcomunicação como disciplina acadêmica, situada na fronteira entre o Folclore e a Comunicação, a partir da perspectiva da influência coletiva dos agentes simbólicos no contexto das comunidades periféricas, faço um alerta ao leitor/pesquisador para a necessidade de estudar criticamente, na contemporaneidade, as raízes da disciplina e mapear as fronteiras, bem como inventariar os sujeitos, objetos e cenários que margeiam o espaço Folkcomunicacional. Finalmente, expressei meu agradecimento aos integrantes da

¹ Este ensaio em homenagem aos cem anos do nascimento de Luiz Beltrão foi escrito e estava sendo reescrito pelo professor José Marques de Melo até o dia 20 de junho de 2018, cinco dias depois de seu aniversário de 75 anos, quando ele fechou os olhos por um segundo, como quem procura na memória aquela palavrinha especial e não os abriu mais. Essa era a sua vida: estudar, trocar saberes, sentimentos e vivências. Antes de pensar, sentia. Antes de falar, escrevia. Por isso mesmo, toda sua obra transcende a área da comunicação e avança interdisciplinarmente através da complexa rede de mediações e interações que nos permite Ser e compreender a natureza humana e o humano na natureza, urbana ou rural, local ou global.

² Foi docente fundador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, onde conquistou o título de primeiro Doutor (1973), Livre Docente (1983), Professor Titular (1987) e foi agraciado com o diploma de Professor Emérito (2001). Criou e coordenou (1996 a 2018) a Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Com espírito agregador incentivou e estimulou a criação de redes de associações de pesquisadores comunicacionais como a INTERCOM, SOCICOM, IBERCOM, SOPCOM, AGACOM, CELACOM, LUSOCOM, FOLKCOM, COM_SAÚDE, ALCAR, entre outras. Como Ser acendeu nos corações e mentes dos parceiros e alunos a chama eterna da esperança douta. Como Educador nos legou um imenso aporte intelectual resultado de sua pedagogia da escuta epistêmica. (Regina Cunha, PPGCOM ECA-USP).

Rede FOLKCOM pela maturidade alcançada, visível no aluvião de registros sobre as incursões teóricas ou empíricas e, faço um convite para que prossigam nesta Jornada Beltraniana.

PALAVRAS-CHAVE

Centenário Luiz Beltrão; José Marques de Melo; Folkcomunicação.

Dialogue with Beltrão

ABSTRACT

This paper presents new and revisited ideas by cognitive memory from the re-reading and re-writing of my studies of the Folkcommunication theory developed by Luiz Beltrão. As communicational researchers we are advancing, but still little, we need to stimulate future generations. They will surely construct the building of a field of knowledge that has a Brazilian identity, without losing their universal vocation and without renouncing local commitment, converting each citizen into a custodian of the utopias that have been cradled in previous generations. Although repetitive as an author, always gathering and rewriting my Folkcommunication essays, I seek to encourage the more experienced as well as the new academics to the importance of pedagogical action, both in the university and in the corporate space. The literary course of this essay in its first part revisits the historical roots of the cultural archipelago highlighting the challenge of the interdisciplinary national dialogue in front of our continental nature. After the contextualization, I write Luiz Beltrão's profile, as a journalist, teacher, researcher, academic and literary author. In presenting Folkcommunication as an academic discipline, situated on the frontier between Folklore and Communication, from the perspective of the symbolic agents' collective influence in the context of peripheral communities, I warn the reader/researcher about the need to study critically, in the contemporaneity, the roots of discipline and to map the boundaries, as well as inventory the subjects, objects and scenarios that border the Folkcomunicação space. Finally, I express my thankful to the FOLKCOM's members for their achieved maturity, visible in the flood of records on the theoretical or empirical incursions, and I invite all of you to continue on this Beltranian Journey.

KEY-WORDS

Luiz Beltrão Centenary; José Marques de Melo; Folkcommunication.

Introdução: Raízes históricas

Quando, a partir do século XVI, o território brasileiro começou a ser disputado pelos colonizadores europeus (portugueses, franceses e holandeses), o instrumento de

comunicação vigente em todo o litoral era o tupi-guarani. Essa “língua franca” predominou até o século XVIII, tendo sido codificada, para fins pedagógicos, pelos missionários jesuítas. Durante o ciclo do ouro, os governantes portugueses interiorizam o povoamento, intensificando o fluxo populacional, através da importação de mão-de-obra. Colonos brancos procedentes da Península Ibérica ou recrutados nas colônias asiáticas, bem como escravos negros oriundos da África se misturam com os mestiços resultantes do caldeamento entre lusos e nativos. Para neutralizar os ruídos causados pelo confronto linguístico entre os nativos aculturados e os novos adventícios, os colonizadores lusitanos determinam tardiamente a obrigatoriedade da língua portuguesa nas relações sociais. Esse processo desencadeia tensões, acarretando a transformação do idioma do império, que incorpora palavras ou expressões dos dialetos africanos ou das línguas americanas. O resultado é a constituição de um código de comunicação oral, empregado pelos contingentes subalternos, que se distancia do código escrito, preservado pelas elites. Assim sendo, o processo de comunicação das classes trabalhadoras preservou laços estreitos com a oralidade, cultivada no interior da Colônia, enquanto as classes ociosas permaneceram sintonizadas com o beletrismo típico da Corte Imperial. Encontra-se nessa dissonância retórica a raiz da bipolarização dos fluxos comunicacionais, configurando o sistema midiático vigente no Brasil contemporâneo.

Arquipélago cultural

O diagnóstico exhibe maior complexidade quando constatamos que o espaço geográfico brasileiro, por sua natureza continental e sua geografia descontínua e acidentada, inibiu durante vários séculos a interiorização dos fluxos comunicacionais. Estes privilegiavam a via marítima, principalmente em direção à Corte Portuguesa, mantendo incomunicadas as comunidades nacionais. Foi inevitável a germinação de padrões culturais diferenciados, de região para região, amalgamados tão somente pelo código linguístico imposto pelo colonizador, mas diferenciados pelos usos e costumes locais. Esse “arquipélago cultural” permaneceu praticamente imutável até o século XX, quando foram otimizadas as comunicações por via fluvial ou construídas as rodovias e as ferrovias e desenvolvidas as aerovias, removendo as barreiras que obstaculizavam a circulação de mercadorias ou de bens simbólicos. Por outro lado, é indispensável mencionar o obscurantismo cultural praticado pela Coroa Portuguesa durante todo o período colonial. Foi preservada até as vésperas da

independência nacional, no início do século XIX, a ausência de escolas, universidade, imprensa, bibliotecas, correio e outros aparatos culturais.

Tradição do impasse

Neste momento em que o País busca reforçar sua pujança democrática e altivez cultural, torna-se inadiável a formulação de políticas públicas de comunicação consentâneas com as demandas do Século XXI. Temos a expectativa de pavimentar a nossa passagem para a Sociedade do Conhecimento, extirpando a exclusão comunicacional a que estão condenados vastos contingentes da nossa população que passaram pela escola, mas não se converteram em leitores de jornais, revistas ou livros. Sedentos de leitura e famintos de cultura, esses bolsões marginais da sociedade de consumo protagonizam papéis de segunda ou terceira classe, sem exercer plenamente a cidadania. O advento da sociedade digital recoloca na ordem do dia aquela observação perspicaz feita, no apagar das luzes do século XIX, pelo intelectual paraense José Veríssimo: o Brasil cultiva a “tradição do impasse”. A nação tem consciência dos seus problemas fundamentais, vislumbrando os caminhos para solucioná-los, porém as elites que controlam o poder hesitam em dar-lhes tratamento adequado, optando por medidas paliativas que agravam a situação.

Nada melhor que o resgate dessa metáfora para entender o que ocorre na complexa estrutura comunicacional brasileira, onde dois sistemas coexistem paradoxalmente, interagindo no plano das trocas simbólicas, sem integrar-se na esfera das providências estratégicas.

O desafio do diálogo frente à polarização

O desafio da interação entre os dois subsistemas confere singularidade à geografia comunicacional brasileira. A natureza continental e a topografia acidentada do espaço brasileiro inibiram durante vários séculos a interiorização dos fluxos comunicacionais. Foi inevitável a constituição de culturas regionais, unificadas pelo mesmo código linguístico, mas diferenciadas pelos usos e costumes locais. O maior contingente da nossa sociedade era constituído por escravos negros, miseráveis e analfabetos. Sua libertação somente ocorreu no final do século XIX. Abandonados à própria sorte, os remanescentes da escravidão agravaram o êxodo rural, engrossando as comunidades marginais que deram origem às favelas hoje

espalhadas pelos cinturões metropolitanos. Nesses guetos, eles se comunicam de forma rudimentar. Valendo-se de “expressões Folkcomunicacionais”, enraizadas nas tradições étnicas, vão se adaptando às cidades. E defrontam-se empaticamente com as “expressões culturais” geradas pelos fluxos massivos (Rádio, Televisão, Internet, Cinema etc.). Esses dois Brasis se confrontam-se continuamente. A integração ou ao menos o diálogo entre esses dois sistemas constitui o maior desafio das vanguardas nacionais.

Esses dois Brasis se confrontam, interagem, precisam se complementar. As manifestações Folkcomunicacionais do Brasil tradicional recodificam e reinterpretam as expressões massivas do Brasil moderno. O fosso entre os dois fluxos se foi reduzindo lentamente, no correr do século XX, traduzindo a pouca apetência das elites brasileiras no sentido de eliminar as desigualdades sociais. A chegada dos imigrantes estrangeiros no início do século passado acelerou, por exemplo, a expansão da imprensa, cuja leitura era demandada pelas comunidades letradas oriundas da Europa. Assim, houve um incremento das oportunidades educacionais para os trabalhadores urbanos o que permitiu um aumento nas tiragens dos jornais e das revistas. A elevação do nível cultural das classes médias influenciou na melhoria dos conteúdos da televisão, como foi o caso das telenovelas. Mas enquanto perdurar o impasse institucional, sem alterar o quadro da exclusão social e da indigência educacional, os dois sistemas comunicacionais permanecem ativos, correspondendo às demandas culturais de audiências estanques ou segregadas.

O humano cultural

O século XXI emergiu sob o signo da globalização acelerada. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de Davos e Porto Alegre ofereceram nítidas evidências desse processo mundializador. Agentes da economia internacionalizada e militantes políticos anti-globais explicitaram teses e antíteses. Trata-se, contudo, de eventos e performances que se esgotam no imaginário das elites. Frente a eles, as camadas populares agem como meros espectadores midiáticos. Sem apreender-lhes o sentido, os cidadãos comuns que habitam os subúrbios ou grotões das sociedades nacionais terminam por alijar da sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações periódicas.

Há, contudo, uma outra dimensão do fenômeno, nem sempre perceptível a olho nu, mas que repercute intensamente nas conversações familiares, projeta-se nos grupos de

vizinhança e acaba sendo incorporada ao universo simbólico das comunidades periféricas. Trata-se do mosaico cultural que a mídia globalizada enseja diariamente, rompendo o isolamento social em que os contingentes empobrecidos ou segregados vivem.

Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na aldeia global. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento.

Esse torvelinho cultural que antagoniza, compara, distingue e mescla símbolos de diferentes nações, regiões, cidades, bairros, povoados (COCHRANE, 1995) constitui a expressão contumaz daquela riqueza do folclore midiaticizado dimensionado com perspicácia na teoria Folkcomunicacional.

McLuhan e Beltrão

Há meio século, o folclore da sociedade industrial refletia a apropriação da “cultura popular” pela poderosa “cultura de massas”, processando símbolos e imagens enraizados nas tradições nacionais dos países hegemônicos e convertendo-os em mercadorias para o consumo das multidões planetárias (BAUSINGER, 1961).

Trata-se de sedimentação da "sociedade digital", de sequência histórica daquele episódio que Marshall McLuhan (1911-1980) havia explorado com argúcia e astúcia em seu livro de estreia *The Mechanical Bride* (1951) denominando-o “folclore do homem industrial”. McLuhan partia do pressuposto de que, na sociedade pré-industrial, o popular nem sempre teve papel decisivo na configuração do folclore. Tese semelhante àquela defendida pelos historiadores ingleses Hobsbawm e Ranger (1984) no sentido de que a invenção constituiu fator crucial no alicerce das tradições europeias. Da mesma maneira que parcelas da herança simbólica da aristocracia britânica foram fabricadas pelos historiadores oficiais, a mais genuína cultura popular ianque foi produzida por agentes da sociedade civil.

McLuhan cumpriu a tarefa de surpreendê-la no apogeu da sua apropriação pela mídia, ou seja, quando a indústria cultural catalisou os sentidos da sociedade norte-americana. Sua pesquisa tomou como referencial os anúncios publicitários e as peças de entretenimento (quadrinhos, cinema, televisão) difundidos pelos jornais diários e revistas periódicas. Estava

implícita nessa metodologia a ideia de que o “homem industrial”, vivendo nas periferias das megalópoles, inseria-se numa cultura de massa enraizada nas tradições populares.

Este é inegavelmente o “segredo” de todo o êxito alcançado pela indústria midiática dos Estados Unidos, alicerçando-se no arsenal simbólico das comunidades rurais edificadas pelos antigos colonizadores ingleses ou no legado cultural introduzido pelos contingentes de imigrantes. Estes formariam comunidades urbanas amalgamadas à forte cultura popular norte-americana, preservada pelo aparato estatal e ao mesmo tempo fortalecida pelas agências socializadoras, atuantes em todo o território nacional. Essa cultura popular massificava-se, criando elos interativos entre ianques primitivos e adventícios. Preparava-se o terreno para sua exportação a todo o planeta, consubstanciado em “aldeia global”.

Naquela conjuntura em que o filósofo canadense Marshall McLuhan (1911-1980) formulava hipóteses posteriormente transformadas em realidades inequívocas no norte das Américas, o jornalista brasileiro, professor e pesquisador comunicacional Luiz Beltrão (1918-1986) diagnosticava situação diametralmente inversa ao sul do Equador. O Brasil perfilava-se como uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura erudita. Donde a necessidade de decodificação das suas mensagens para serem assimiladas pelas camadas populares da nossa sociedade. A este processo de tradução dos conteúdos midiáticos, feita pelos “meios populares de informação de fatos e expressão de ideias” Luiz Beltrão denominou **Folkcomunicação**.

Sua tese de doutorado foi dedicada a elucidar as estratégias e os mecanismos adotados pelos agentes Folkcomunicacionais no sentido de tornar inteligíveis fatos (informações), ideias (opiniões) e diversões (entretenimento). Em pesquisas posteriores Luiz Beltrão comprovou que a imprensa, o rádio, a televisão e o cinema difundem mensagens que não logram a compreensão de vastos continentes populacionais. Esses bolsões “culturalmente marginalizados” reagem de forma nem sempre ostensiva, robustecendo um sistema midiático alternativo. Constroem e acionam veículos artesanais ou canais rústicos, muitas vezes estabelecendo uma espécie de *feedback* em relação ao sistema hegemônico.

Por sua vez, o folclore midiaticizado, típico da sociedade pós-industrial, configura-se como mosaico de signos procedentes de diferentes geografias nacionais ou regionais, buscando projetar culturas seculares ou emergentes no novo mapa mundial. Por isso mesmo, os espaços ocupados pelas tradições populares na agenda midiática contemporânea

correspondem a iniciativas destinadas a preservar identidades culturais ameaçadas de extermínio ou estagnação, quando confinadas em territórios pretensamente inexpugnáveis. Mas também podem funcionar como alavancas para a renovação dos modos de agir, pensar e sentir de grupos ou nações empurrados conjuntamente para o isolamento mundial, permanecem refratários à incorporação de novidades.

Assim sendo, o folclore midiaticizado possui dupla face. Da mesma forma que assimila ideias e valores procedentes de outros países, preocupa-se também com a projeção das identidades nacionais, exportando conteúdos que explicitam as singularidades dos povos aspirantes a ocupar espaços abertos no panorama global. O caso brasileiro torna-se paradigmático. Nossa cultura nacional foi amalgamada pela conjunção de símbolos oriundos de povos multifacetados. O contingente lusitano trouxe-nos um legado híbrido de tradições euro-latinas, incorporando porém traços civilizatórios assimilados nos territórios africanos e asiáticos onde suas naves aportaram pioneiramente.

Essa matriz hegemônica incorporou traços inconfundíveis das civilizações ameríndias que habitavam o nosso litoral, nos tempos da colonização, mas que foram expulsas da faixa atlântica, sobrevivendo isoladamente na selva amazônica e outros focos bravios. A elas se juntaram os costumes e expressões das comunidades africanas, trazidas compulsoriamente nos navios negreiros para desempenhar funções produtivas nas plantações açucareiras, pecuária extensiva ou nos complexos auríferos. Dessa imbricação simbólica resultou uma pujante "cultura popular" responsável em grande parte pela natureza da identidade nacional brasileira, que se reproduziu heterogeneamente durante cinco séculos em todos os quadrantes da nossa geografia. Contudo, os traços explicitamente homogêneos da chamada "cultura brasileira" são aqueles herdados da "cultura erudita" euro-latina, disseminados sistematicamente pela rede escolar, igreja católica e outras instituições respaldadas pelo aparato estatal.

Trata-se de dualismo cultural que se foi alterando, no decorrer do século XX, pela penetração de padrões consentâneos com a fisionomia polifacética da emergente "cultura de massas", importada de matrizes inicialmente europeias e ultimamente das indústrias simbólicas norte-americanas. Essa corrente teve efeitos significativos na configuração do nosso perfil cultural contemporâneo, que deixa de refletir o "arquipélago cultural" outrora identificado por Manuel Diegues Jr. (1960), projetando aquela faceta que Renato Ortiz (1988)

rotulou apropriadamente como a "moderna tradição brasileira". Estamos, portanto, em pleno processo de transmutação da nossa identidade cultural, compelidos a continuar importando padrões oriundos das matrizes da indústria mundial de bens simbólicos, mas também participando desse mercado internacional potencializado pela cultura massiva.

A tribo dos “caçadores de milagres”

A "aldeia global" emplacada por Marshall McLuhan no imaginário midiático contemporâneo vem se mostrando território fértil para a formação de novas "tribos". Geralmente situadas em ambientes urbanos, essas comunidades se caracterizam pelo seu caráter "juvenil". Nas minhas andanças pelo mundo afora, tenho vislumbrado "tribos" emblemáticas da atual geração que povoa os *campi*. Anos atrás, descobri no México a "Geração McLuhan". Constituída por jovens pesquisadores da comunicação, sua meta tinha, em certo sentido, inspiração proustiana. Eles queriam recuperar, não o "tempo perdido", mas o "conhecimento sonogado". Pois acusavam seus mestres de haver "patrulado" o legado intelectual da escola canadense (Innis, McLuhan e discípulos), privilegiando outras vertentes paradigmáticas.

Também testemunhei aqui no Brasil, no Piauí, a formação de "tribo" semelhante. Trata-se da equipe autodenominada "Caçadores de Milagres", formada por estudantes dos cursos de comunicação do Centro Universitário de Teresina (CEUT-PI) cuja plataforma estriba-se na teoria Folkcomunicacional de Luiz Beltrão. Fascinados pelas ideias beltranianas, eles foram seduzidos intelectualmente pela professora doutora Jacqueline Lima Dourado. Atuando como "guru" acadêmica, Jacqueline mobilizou os que pretendiam inventariar criticamente aqueles focos difusores dos "milagres" piauienses. De acordo com o *Retrato das Religiões no Brasil* (2000) estudo feito pelo Centro de Políticas Sociais vinculado ao Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas, o Piauí destaca-se como o Estado mais católico da "maior nação católica do mundo", uma vez que 90% da população declara-se filiada ao catolicismo. Sendo também um dos mais empobrecidos contingentes da geografia nacional, é plausível que demonstrem preferência pelo catolicismo "rústico".

Durante a VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, organizada no campus do CEUT-PI, em 2005, os "Caçadores de Milagres" começaram a revelar quem, no Piauí, são os beneficiários do culto fervoroso dos marginalizados. A Virgem Maria permanece como

detentora de grande credibilidade, sobretudo naquela versão aculturada da Nossa Senhora Mãe dos Pobres do Piauí. Mas os "santos não canônicos" demonstram forte poder milagroso: o motorista Gregório, em Teresina; a finada Luzia Cortada, em Luzilândia; a finada Consolação, em Piri-piri; a noiva Alda, em Barras; a finada Auta Rosa, em Amarante; o homem do Carcará, em Oeiras. Da mesma forma que o dramaturgo Dias Gomes, através da sua peça "O Pagador de Promessas", celebrou, na Bahia, em meados do século passado, o culto sincrético a Iansã/Santa Bárbara, os "Caçadores de Milagres" desvendam, no século XXI, os cultos populares do Piauí como revelam os pesquisadores no livro organizado por MARQUES DE MELO, GOBBI, DOURADO: *FOLKCOM, do ex-voto a indústria dos milagres: a comunicação dos pagadores de promessas* (Teresina: Halley, 2006b).

A tribo dos "Caçadores de Milagres" deu sequência ao percurso desbravado por Beltrão, constatando a permanência dessa expressão Folkcomunicacional em plena era da Internet. Ao visitar os santuários periféricos, o pioneiro Luiz Beltrão construiu a hipótese do "ex-voto como veículo jornalístico" (1965), cuja demonstração empírica embasou a sua "teoria da Folkcomunicação" (1967).

O pioneirismo de Luiz Beltrão

Luiz Beltrão de Andrade Lima nasceu em Olinda (Pernambuco) no dia 8 de agosto de 1918, realizou seus estudos humanísticos no Seminário de Olinda e no Ginásio Pernambucano, graduou-se em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito da antiga Universidade do Recife, hoje Universidade Federal de Pernambuco e destacou-se no panorama intelectual brasileiro como uma figura paradigmática. Seu pioneirismo é multifacetado e essa característica é destacada pelos pesquisadores do III Ciclo de Estudos sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação (CELACOM 1999), através das contribuições de

Maria Luiz Nóbrega "ICINFORM: uma experiência pioneira"; Maria das Graças Targino "A contribuição do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) na gênese do pensamento comunicacional brasileiro"; Rosa Maria Nava "Comunicações & Problemas: o primeiro periódico de estudos e pesquisas da Comunicação do Brasil"; Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho "Luiz Beltrão: da criação do ICINFORM à teoria da Folkcomunicação"; Tereza Halliday e Roberto Benjamin "Pernambuco falando para o mundo: contribuição da Unicap e do ICINFORM para as Ciências da Comunicação" (MARQUES DE MELO e GOBBI, 2000, p. 155-217).

No início da década 1960, Beltrão fundou o primeiro centro nacional de pesquisas acadêmicas sobre comunicação, o Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), na Universidade Católica de Pernambuco, em Recife. Criou ainda a primeira revista científica brasileira dedicada a temas comunicacionais *Comunicações & Problemas*, também na cidade de Recife, em 1965. Tornou-se, finalmente, o primeiro Doutor em Comunicação diplomado por uma universidade brasileira, ao defender na Universidade de Brasília, em 1967, a tese ***Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias.***

Essa tese doutoral representa em sua biografia, uma espécie de odisseia envolvendo uma série de complicações, peripécias ou ocorrências singulares, variadas e inesperadas e só foi publicada na íntegra em 2001, por iniciativa do professor doutor Antonio Carlos Hohlfeldt da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), através da coleção *Comunicação*, pela Editora da PUC-RS (Porto Alegre/RS), com o título original *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. A iniciativa do professor Hohlfeldt fortaleceu o resgate acadêmico de Luiz Beltrão, pois ele não somente patrocinou a publicação em livro da histórica obra Beltraniana, como também avalizou a contribuição de Beltrão para a pesquisa comunicacional, escrevendo ensaios temáticos e apreciações críticas.

Hohlfeldt tem sido interlocutor assíduo dos pesquisadores da Rede FOLKCOM, que desde 1998 se reúnem em congressos anuais destinados a socializar e redimensionar as novas pesquisas sobre os fenômenos da comunicação popular tradicional. O papel estimulador do professor Hohlfeldt foi publicamente reconhecido pelas lideranças da Rede FOLKCOM atribuindo o nome de Antonio Hohlfeldt à primeira edição do concurso nacional de iniciação científica na área. O evento realizado na cidade de Lajeado (RS), em maio de 2004, contou com a presença do patrono e foi ancorado nos fluxos da Folkcomunicação política.

As ligações acadêmicas de Luiz Beltrão com a instituição gaúcha (PUC-RS) datam dos anos de 1970 e 1980 quando Beltrão colaborou como professor visitante em diversas oportunidades, experiência registrada nos livros *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinativo* (1980), publicados em Porto Alegre pela Editora Sulina, integrando a Estante de Comunicação Social, editada em convênio com a Associação Rio-grandense de Imprensa (ARI)

e dirigida pelo então diretor da Faculdade dos Meios de Comunicação Social (FAMECOS), Antonio Firmo de Oliveira Gonzalez.

A tese defendida por Luiz Beltrão

A tese defendida por Luiz Beltrão constitui um desdobramento da hipótese *two step flow of communication* construída por Katz e Lazarsfeld (1955) para refutar a ideia dominante da onipotência midiática. As evidências empíricas coletadas nos Estados Unidos permitem concluir que a mídia consegue mobilizar a atenção coletiva dos usuários, mas seus efeitos são mediados por líderes de opinião que filtram as mensagens seguindo os padrões consensuados nos grupos primários. No caso brasileiro, Luiz Beltrão verificou que o papel das lideranças grupais é exercido, no campo, nas cidades do interior ou nas periferias metropolitanas por agentes Folkcomunicacionais. Esses recodificam as mensagens midiáticas, reinterpretando-as de acordo com os valores comunitários.

A banca examinadora designada pela Universidade de Brasília para avaliar a tese compunha-se de três eminentes pesquisadores: o comunicólogo espanhol Juan Beneyto Pérez (1907-1994), o midiólogo norte-americano Hod Horton e o sociólogo brasileiro Roberto Lyra Filho (1926-1986). Eles se manifestaram favoravelmente à aprovação do trabalho e recomendaram a concessão do título de doutor ao candidato Luiz Beltrão.

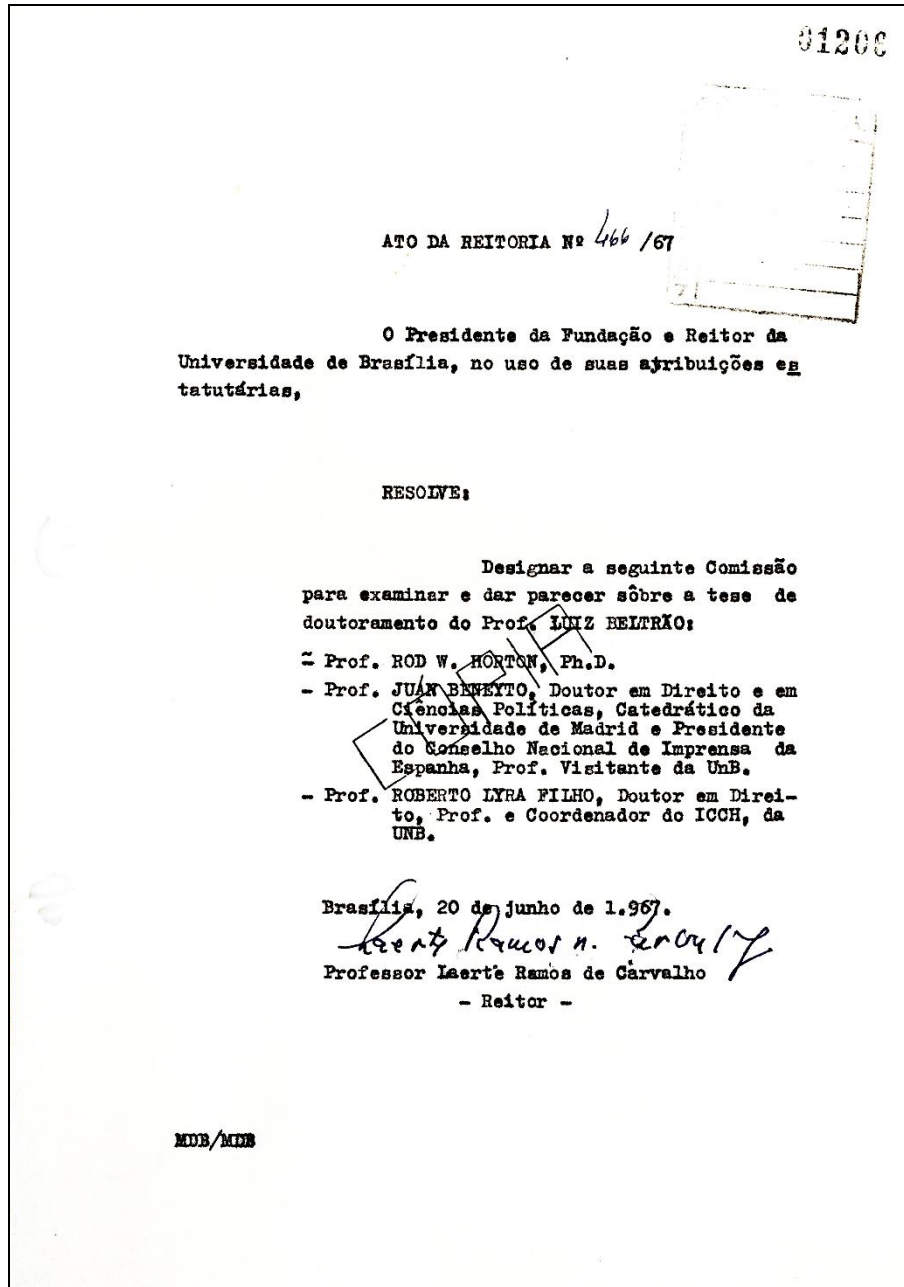


Figura 1: Ato Reitoria UnB designa Banca para Defesa da Tese de Luiz Beltrão

Até aquele momento, a trajetória intelectual de Luiz Beltrão tinha sido um "mar de rosas". Ao ingressar na vida universitária, ele possuía notório saber no campo jornalístico, o que o eximia, segundo as regras vigentes, de disputar títulos acadêmicos. Tanto assim que fora reconhecido como Catedrático pelo Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina (CIESPAL), mantido pela UNESCO em Quito, Equador, onde assumira, em 1963, a regência da cadeira de "Pedagogia do Jornalismo", experiência relatada

no livro *Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo* (Quito: Ciespal, 1963). Sua aproximação ao CIESPAL e às ideias comunicacionais ali difundidas por cientistas europeus e norte-americanos influenciam a criação, em 1963, do primeiro centro brasileiro de estudos acadêmicos sobre os fenômenos midiáticos. Trata-se do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), mantido mediante convênio com a Universidade Católica de Pernambuco. Esse núcleo foi responsável pela formação da primeira equipe de pesquisadores dedicados sistematicamente aos fenômenos comunicacionais no Brasil e pelo lançamento da primeira revista científica da área, *Comunicações & Problemas*, publicada a partir de 1965, tomando como modelo sua congênera norte-americana *Journalism Quartely*.

Na Universidade Católica de Pernambuco, Beltrão já ocupava desde 1961 a cátedra de “Técnica de Jornal e Periódico”, experiência didática também sistematizada e publicada no livro *A Imprensa Informativa* (SP: Folco Masucci, 1969). Na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) Beltrão também implantou e coordenou o curso de Jornalismo, na gestão do reitor Padre Aloísio Mosca de Carvalho (1913-1982).

Convocado, em 1965, pelo presidente Castelo Branco, através do seu assessor de imprensa, José Vamberto, para dirigir a Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), no lastro da crise ali desencadeada no início do regime militar, Beltrão quis valorizar a proposta do idealizador daquela universidade, o antropólogo brasileiro Darcy Ribeiro (1922-1997). Nesse sentido, vale registrar a ousadia de Darcy Ribeiro que, ao criar a UnB, institucionalizou a titulação doutoral em todas as áreas do conhecimento e não apenas naquelas disciplinas já legitimadas academicamente. Ele queria que todos os docentes amadurecidos se engajassem em programas de doutorado e os docentes jovens em programas de mestrado, no sentido de fortalecer a pesquisa, estimulando a produção de novos conhecimentos. Foi através dessa inovação que Luiz Beltrão, não obstante tivesse o status de professor titular, deu um exemplo de humildade intelectual aos seus discípulos e colaboradores, submetendo-se a um exame de mérito para ostentar legalmente uma condição acadêmica que já desfrutava por competência.

Naquele mesmo ano, a Universidade de São Paulo (USP) abria inscrições na recém criada Escola de Comunicações Culturais para o Doutorado por Defesa de Tese (de acordo com o sistema europeu então vigente nas universidades brasileiras). Essa leva de doutores paulistas somente completaria o doutorado em 1973, tendo os títulos outorgados nas

disciplinas que integravam o elenco curricular dos cursos ali ministrados (Jornalismo, Relações Públicas, Rádio e Televisão, Cinema, Teoria da Comunicação). Coube-lhes naturalmente robustecer o curso de Mestrado em Ciências da Comunicação que fora criado no ano anterior, naquela instituição, contando exclusivamente com doutores oriundos de outras áreas do conhecimento.

As regras do doutorado seguiam, naquela conjuntura, o modelo europeu, caracterizado pela realização de uma pesquisa original, finalmente submetida ao julgamento de uma banca examinadora. Tratava-se de uma avaliação de mérito, sem a interveniência de fatores políticos. Contudo, a turbulência que abalou os alicerces da UnB após o golpe militar de 1964 acabaria por radicalizar a convivência dentro do campus, politizando todas as suas atividades. Quando o professor Luiz Beltrão se apresentou para a defesa da tese de doutorado perante a banca examinadora constituída pela reitoria da UnB, a Faculdade de Comunicação encontrava-se conflagrada culminando com sua demissão do cargo executivo para o qual fora convidado pela administração anterior.

A passagem sobre esse momento da vida de Beltrão está no livro *Itinerário de Luiz Beltrão* (Recife: AIP/UNICAP, 1998) de autoria do professor e pesquisador Folkcomunicacional, Roberto Emerson Câmara Benjamin (1943-2013) que reuniu dados e testemunhos que confirmam o pioneirismo acadêmico de Luiz Beltrão, bem como sua atuação como jornalista à frente de seu tempo e suas incursões singulares na vida literária.

Após o julgamento, cada examinador emitiu seu parecer, sendo que os dois estrangeiros protocolaram imediatamente o boletim de aprovação. O sociólogo Juan Beneyto Pérez (1907-1994), Catedrático da Universidade de Madrid, recomendou que fosse concedida a máxima distinção ao candidato:

A juicio del abajo firmante, el estudio que se dictamina muestra desde luego valor científico sobrado para aspirar la máxima calificación que el procedimiento académico autoriza, por lo que estima que es obra merecedora de Distinción com Honor (BENEYTO *apud* BENJAMIN, 1998, p. 310-311).

Por sua vez, o diplomata Hod Horton, Catedrático da Universidade de Denver, Colorado, Estados Unidos, emitiu o seguinte ponto de vista: “Obra de alta categoria, plenamente documentada, bem dirigida, escrita com o maior apuro literário e, por sua

inteireza, consagrando o autor como um pesquisador sério.” Ninguém duvidava da lisura do processo.

Aprovado pela banca examinadora, o candidato fazia jus ao grau correspondente. Mas o então reitor Laerte Ramos de Carvalho (1922-1972), que demitira Luiz Beltrão do cargo executivo, quis prejudicar o novo doutor, dificultando a outorga do título conquistado com brilhantismo. Para tanto, convenceu o membro brasileiro da banca, integrante do corpo docente da UnB, no sentido de retardar a entrega do boletim de avaliação. A ausência desse documento foi usada como justificativa para impedir a outorga do diploma correspondente. Tudo isso, apesar do processo ter incorporado os pareceres dos dois outros examinadores, evidenciando a aprovação do candidato pela maioria dos seus membros titulares.

01393

Universidade de Brasília

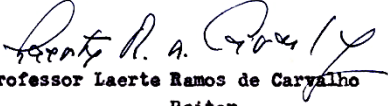
ATO DA REITORIA Nº 652 / 67

O Presidente da Fundação e Reitor da Universidade de Brasília, no uso de suas atribuições estatutárias,

R E S O L V E:

Designar o Professor ADERSON ANDRADE DE MENEZES, Coordenador da Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, para, em substituição ao Professor ROBERTO LYRA FILHO, dar parecer sobre a Tese de Doutorado ao Professor LUIZ BELTRÃO DE ANDRADE LIMA, da Faculdade de Comunicação.

Brasília, 16 de agosto de 1967.


Professor Laerte Ramos de Carvalho
Reitor

sre-rd

Figura 2: Cópia do Ato da Reitoria da UnB substitui membro da Banca de Defesa de Luiz Beltrão

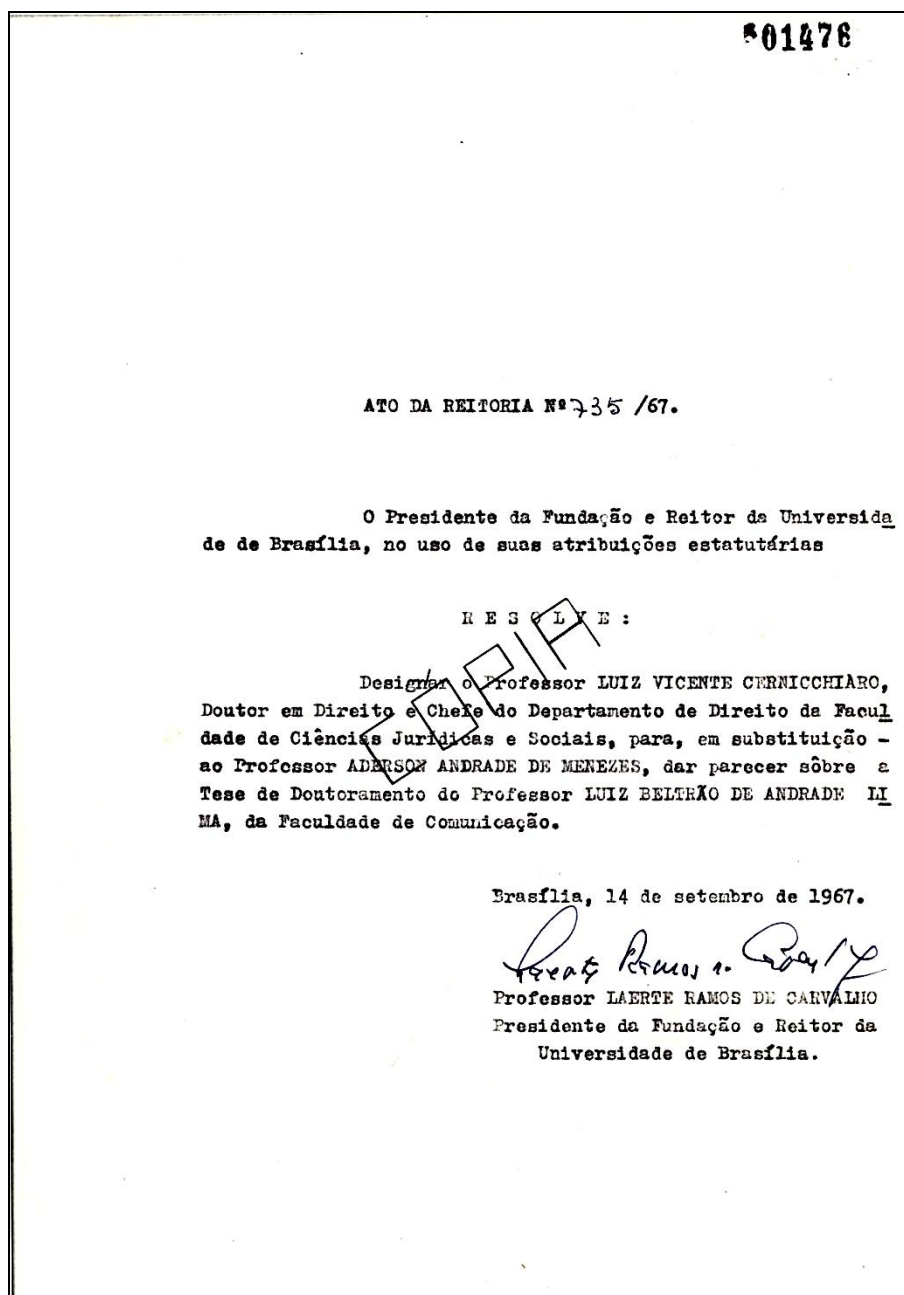


Figura 3: Cópia do Ato da Reitoria da UnB substitui (2ª vez) membro da Banca de Defesa de Luiz Beltrão

Estávamos em pleno governo Costa e Silva (de 1967 a 1969), quando o regime militar endureceu, culminando com o golpe dentro do golpe engendrado pelo Ato Institucional nº 5. A aparência de normalidade jurídica, perseguida inicialmente pelo governo Castelo Branco, ficaria totalmente prejudicada. Por isso, a concessão do título a Beltrão só se efetivaria

através de demanda administrativa instaurada formalmente, muito tempo depois da defesa da tese³. O Calvário de Luiz Beltrão não terminou aí.

A tese de Beltrão repercutiu intensamente na comunidade acadêmica nacional e internacional, sendo considerada a mais original das contribuições brasileiras à teoria da comunicação. Umberto Eco (1932-2016), por exemplo, dedica-lhe simpático comentário no jornal *L'Espresso de Milão* (30 out. 1966). Porém, ela encontrou barreiras para a publicação integral. A Editora Melhoramentos mostrou-se interessada pela edição, submetendo-a ao crivo do professor Lourenço Filho (1897-1970), consultor para a área de humanidades. Apesar da emissão de um parecer favorável, Lourenço argumentou sobre a inconveniência política de se publicar o capítulo teórico, naquela conjuntura repressiva. Depreende-se que ele discordava da ancoragem do autor nas premissas "subversivas" de Edson Carneiro (1912-1972). Temia-se represália do sistema autoritário, por se tratar de literatura posta em quarentena pelos novos "donos do poder" (MARQUES DE MELO, 1981, p. 79-84). Não restou outra alternativa a Luiz Beltrão senão aceitar a mutilação da sua obra. Ela circulou sob o título *Comunicação e Folclore* (SP: Melhoramentos, 1971), respaldada por uma irônica apresentação de Alceu Maynard Araújo (1913-1974), membro da Academia Paulista de Letras:

Enquanto os 'folcloristas' (entre aspas) ficam participando de reuniões e conclaves para definir o que já está definido, para projetar só no papel, ou para relatar o que foi visto numa demonstração pelos sábios de palanque, vem esse jornalista [...] com um trabalho esplêndido sobre o que há de mais moderno, que é a velha comunicação. Sou um estudioso de nosso folclore e confesso que aprendi muito com esse ensaio. Vale a pena comunicarmo-nos com a nossa realidade folclórica através da obra de Luiz Beltrão (MAYNARD ARAÚJO, 1971, *Apresentação*).

Embora censurado e impedido de fazer jus ao título de doutor, o patrono da Folkcomunicação não se intimidaria, continuando suas pesquisas. Ele assimilou positivamente algumas das críticas que lhe foram dirigidas, inclusive aquela sobre o reducionismo jornalístico da sua teoria. Mais tarde, ele iria reconhecer esta lacuna:

Aconteceu que eu vi que a função da Comunicação não estava tão somente em informar ou orientar, estava também em educar, havia uma função promocional. Então eu comecei a aprofundar esses estudos e o resultado é que

³ Ver meu depoimento, como testemunha ocular desse e de outros acontecimentos da época. MARQUES DE MELO, José. Nos tempos da gloriosa. In: **Revista Brasileira de Comunicação**. SP: Intercom, v. 20, nº 2, 1997. (p. 13-28).

o conceito de Folkcomunicação foi ampliado para não dar somente a ideia de que o povo utiliza a Folkcomunicação para trocar notícias, mas sim para se educar. Dizer o que ele quer dizer, se promover e entreter-se também, divertir-se do mesmo modo que nós usamos o sistema estabelecido, o que chamei de comunicação social para uma diferenciação da comunicação folclórica (BELTRÃO, 1987, p. 13-14).

Ao publicar o livro *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados* (SP: Cortez, 1980), Beltrão não apenas resgata suas raízes teóricas explicitando as ideias seminais em que se fundamenta, mas formula um modelo para descrever o sistema de Folkcomunicação. Isso lhe permite construir com maior segurança o conceito dessa nova disciplina:

A Folkcomunicação é por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa (BELTRÃO, 1980, p. 28).

Embora consolidados em 1967, os dados e as reflexões coligidos por Luiz Beltrão para sua tese de doutorado, na verdade, começaram a germinar bem antes. Eles são contemporâneos da sua iniciação no terreno jornalístico. A temática privilegiada na tese é a mesma que ele escolheu para a primeira reportagem. Difundida no Diário de Pernambuco, em 18 de Dezembro de 1936, como relata Benjamin (1998, p.59) essa matéria tratava de "devoções e romarias, à Igreja do Monte, em Olinda, ao tempo habitada por um velho monge beneditino".

A paixão pela cultura popular

O nome Luiz Beltrão está associado à Folkcomunicação, disciplina que integra o universo das Ciências da Comunicação. Essa associação entre a palavra e o seu criador deu-se naturalmente quando ela foi dicionarizada. A incorporação ao léxico midiático fez-se por iniciativa do professor Mário Erbolato no *Dicionário de Propaganda e Jornalismo* (Campinas: Papyrus, 1985), tendo sido depois adotada pelos estudiosos do folclore quando Mário Souto Maior publica o *Dicionário de Folcloristas Brasileiros* (Recife: 20-20 Comunicação e Editora, 1999) e escreve o verbete **Luiz Beltrão** identificando-o como personagem polivalente: "romancista, contista, jornalista, advogado, professor, folclorista" (p.116).

BELTRÃO: Jornalista e professor de comunicação. [...] O termo Folkcomunicação, por ele criado, delimita a vasta área à qual dedicou grande parte de suas pesquisas. Designa o "conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore" (RABAÇA e BARBOSA, 1987, p. 611).

FOLKCOMUNICAÇÃO: Em termos gerais, pode-se dizer que Folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo o que se refere ao povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação. Mais precisamente: Folkcomunicação é a comunicação através do folclore. [...] A origem do termo Folkcomunicação se deu em 1967, com a tese de doutorado do professor Luiz Beltrão (LUYTEN, 1983, p. 32-34).

A paixão pela cultura popular, o interesse pelas classes trabalhadoras, a sensibilidade para entender o cotidiano das ninhadas empobrecidas da sociedade, tudo isso Luiz Beltrão herdou do pai, o dentista Dr. Andrade:

Dr. Andrade (meu pai) era, por natureza, um participante. [...] Em Olinda, tomava posição em todas as iniciativas e campanhas que tinham em mira levar benefícios à população. Orador fluente, a sua palavra, a serviço das boas causas olindenses, estimulava a ação construtiva da audiência (BELTRÃO, 1996, p. 81-82).

Inspirou-se também na doutrina social da Igreja Católica: “minha formação cultural teve início efetivamente no Seminário de Olinda. Ali principiei a estudar e a escrever” (BELTRÃO, 1987, p. 6), bafejada pelos ensinamentos de Leão XIII, o papa que sutilmente dialogou com as teses revolucionárias de Karl Marx. Mas também foi influenciado pelo ambiente socialista que impregnava, desde os tempos de Tobias Barreto, as lideranças forjadas na tradicional Faculdade de Direito do Recife onde o aprendizado transcendia da sala de aula e dos professores para a convivência social. “A Faculdade de Direito do Recife, para mim, eram os corredores” (BELTRÃO, 1987, p. 6).

Ali e alhures, Beltrão travaria colóquios enriquecedores, sem necessariamente comprometer-se, com os ideais marxistas propugnados por Francisco Julião, Paulo Cavalcanti, Clodomir Bezerra, Abelardo da Hora, entre outros companheiros de geração. Por isso mesmo, ele fazia questão de deixar claro seu distanciamento em relação à luta de classes.

Às vezes me vem a ideia de que a pessoa pode confundir a Folkcomunicação com uma comunicação classista. Mas ela não é exatamente uma comunicação classista. [...] Eu estudei alguns grupos que utilizam a Folkcomunicação, isto é, meios não formais de comunicação ligados direta ou indiretamente ao folclore.

Então eu vi que alguns desses grupos têm a capacidade de integração na sociedade, apenas não concordam com essa sociedade. Os grupos a que me refiro são os culturalmente marginalizados, contestam a cultura dominante. Eles contestam, por exemplo, as crenças dominantes na sociedade e as religiões estabelecidas. O grupo erótico-pornográfico não aceita, por exemplo, a moral dominante (BELTRÃO, 1987, p. 5-15).

Na verdade, sua fundamentação insere-se naquela concepção sociopsicológica e transclassista que Gilberto Freyre (1900-1987) sagazmente denominaria "ânimo folclórico", entronizando-a como variável essencial à compreensão do comportamento cultural dos brasileiros (FREYRE, 1978, p. 135-145). Tal filiação teórica fica subentendida em vários trechos desta obra, especialmente naqueles em que analisa o sentido contestatório inerente às peças produzidas pelos artesãos do barro ou à crítica social implícita nos folguedos populares. Não é sem justificativa que Beltrão convidaria Gilberto Freyre para ser um dos principais conferencistas do I Curso Nacional de Ciências da Informação, promovido no período de 16 de janeiro a 4 de março de 1964, no Recife, uma das primeiras iniciativas do recém-fundado ICINFORM. Naquele momento, as preocupações Folkcomunicacionais de Beltrão ainda não haviam ultrapassado as fronteiras da observação jornalística. Tanto assim que o programa daquele evento acadêmico incluía vários "trabalhos de campo", entre eles "participação e assistência a [...] festas folclóricas e carnavalescas ocorridas no período de duração do Curso" (BENJAMIN, 1998, p.73). Contudo, ele destaca o impacto que lhe causaria a leitura do livro de Edson Carneiro *A Dinâmica do Folclore* (RJ: Civilização Brasileira, 1965), despontando no cenário nacional como uma espécie de "obra maldita". Ela desagradava os folcloristas ortodoxos, que a consideravam avançada, esquerdizante. Mas também não entusiasma os cientistas sociais, encastelados nas cátedras universitárias, que avaliam o folclore como um objeto menor, um sinal da alienação das classes subalternas.

Essa contenda entre folcloristas e cientistas sociais está bem documentada no livro póstumo de Luís Rodolfo Vilhena (1963-1997) *Projeto e Missão: o movimento folclórico brasileiro: 1947-1964* (RJ: Funarte, 1997). De certo modo, a questão fora resgatada, numa perspectiva internacional, pelo livro de Renato Ortiz *Cultura Popular: românticos e folcloristas* (SP: Olho d'Água, 1992). Vivendo na província, alheio às querelas acadêmicas que animavam os principais centros culturais do país (Rio de Janeiro/São Paulo), Luiz Beltrão supervaloriza a contribuição daquele folclorista de vanguarda.

Edson Carneiro foi o único homem que percebeu que o folclore não era estático, o folclore não era uma coisa parada no tempo, mas uma coisa dinâmica. [...] Este livro teve uma grande influência sobre mim, pois verifiquei que qualquer manifestação popular estava ligada ao povo, porque o povo não tinha meios, ele utilizava esses meios que lhe davam (BELTRÃO, 1987, p. 6).

Beltrão sente-se estimulado a fazer a primeira incursão investigativa fora do campo especificamente jornalístico. Seu ensaio *Iniciação à Filosofia do jornalismo* (RJ: Agir, 1960), bem recebido pela crítica nacional e internacional (LEAL, 1998, p.73) credencia-o a voos academicamente mais ousados.

Na primeira edição da revista *Comunicações & Problemas* (Recife: ICINFORM, 1965, p. 9-15) publica um ensaio monográfico *O ex-voto como veículo jornalístico*, obra que revela:

- a) o apoio teórico em Gilberto Freyre. Apesar de não citar expressamente nenhuma obra do Mestre de Apipucos, Beltrão deixa transparecer o conhecimento da trilogia sobre a sociedade brasileira: *Casa Grande & Senzala, Sobrados e Mocambos, Ordem e Progresso*, onde os elementos da cultura popular estão valorizados enquanto processos comunicacionais típicos (sátira, crítica, caricatura etc.);
- b) e metodológico nos folcloristas paulistanos: Alceu Maynard de Araújo (autor de *Folclore Nacional*, em três volumes pela Melhoramentos, 1964) e Luiz Sayer (*Escultura Popular Brasileira* pela Gazeta, 1944).

E assim Luiz Beltrão formula a sua embrionária teoria da Folkcomunicação:

Não é somente pelos meios ortodoxos – a imprensa, o rádio, a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica – que, em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstâncias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural, não é somente por tais meios e veículos que a massa se comunica e a opinião se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore. Das conversas de boca de noite, nas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; da troca de impressões provocada pelas notícias trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo bicheiro; ou ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira, e pelos martelos do cantador ambulante; pelos inflamados artigos do jornalista matuto ou pelas severas admoestações dos missionários; do raciocínio do homem solitário no seu trabalho na floresta, na caatinga ou na coxilha – é que surgem, vão tomando forma, cristalizando-se as ideias-motrizes, capazes de em dado instante e sob certo estímulo, levar aquela massa aparentemente dissociada e apática a uma ação uniforme e eficaz (BELTRÃO, 1965, p. 9-15).

Seu manifesto Folkcomunicacional encontra boa receptividade. Luiz Beltrão recebe cartas entusiásticas de dois eminentes representantes das comunidades nacionais do jornalismo e do folclore. O então secretário-geral da Associação Brasileira de Imprensa (ABI),

Fernando Segismundo (1965, p. 136) acena genericamente: "O artigo – O ex-voto como veículo jornalístico é um dos mais curiosos". Entretanto, o patriarca do folclore brasileiro, Luís da Câmara Cascudo (1898-1986), pronuncia-se de modo mais enfático, preciso, desafiador:

O seu artigo-de-abertura [...] é um magnífico *master plan*. Valorizará o cotidiano, o vulgar, o realmente popular de feição, origem e função. Não se espera que venha um nome de fora, um livro de longe, ensinando a amar o que temos ao alcance dos olhos. Teime, como está fazendo, em valorizar o Homem do Brasil em sua normalidade. [...] Acima de tudo, veja com seus olhos. Ande com seus pés. Depois compare com as conclusões de outros olhos e com as pegadas de outros pés (CÂMARA CASCUDO, 1965, p.135).

Esse incentivo foi decisivo. Tanto assim que Luiz Beltrão sistematizou e ordenou suas observações sobre as manifestações da comunicação popular nordestina, ancorando-as nas teorias do *folk-lore* e confrontando-as com os paradigmas da *mass-communication*. Dois anos depois resgatou as evidências empíricas e interpretou-as segundo as teorias da comunicação de massa e da cultura popular, enfeixando-as na tese de doutoramento que inscreveu na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Entusiasmado, ele continuou as observações a respeito de outros fenômenos da comunicação tradicional. "Eu ainda estava impressionado com a informação puramente. Aí eu chamei isso de Folkcomunicação jornalística" (BELTRÃO, 1987, p. 13). Esse trabalho embasaria empiricamente a tese que lhe deu o título de primeiro doutor em Comunicação do Brasil. O volume compõe-se de três partes. Na primeira, concisa, ele apresenta seus fundamentos teóricos e metodológicos, esboçando a teoria da Folkcomunicação. A segunda é constituída por dois segmentos: um documental, historicizando a comunicação brasileira, do período pré-cabralino ao domínio colonial português; outro empírico, inventariando as manifestações Folkcomunicacionais do Brasil contemporâneo. A terceira contém as conclusões, a bibliografia consultada e um breve *curriculum vitae* do pesquisador.

Uma marca registrada de Luiz Beltrão é a da resistência. E a Folkcomunicação de Luiz Beltrão encontrou dupla resistência. Por um lado, sofreu o expurgo dos folcloristas "conservadores", que pretendiam "defender" a "pureza" da cultura popular frente às investidas midiáticas modernizantes. Por outro lado, enfrentou a desqualificação dos comunicólogos "progressistas", que pretendiam fazer da cultura popular o cavalo de Tróia das suas batalhas políticas, em lugar de apreender, nessas manifestações genuínas, como ensinou

Gramsci, o limite da resistência possível de comunidades empobrecidas, cuja meta é a superação da marginalidade social. Esse patrulhamento exercido pelas vanguardas intelectuais fica evidente nas entrelinhas da obra.

O patrulhamento

As vanguardas intelectuais teimavam em menosprezar os estudos sobre a cultura popular autêntica, ou seja, não engajada, sobrevalorizando aquelas manifestações artificialmente politizadas, correntes em alguns sindicatos, partidos ou igrejas.

Na parte final da tese o pesquisador apresenta as amostras dos protocolos de pesquisa e as evidências factuais que foram coletadas durante a investigação. São estudos monográficos sobre ex-votos, almanaques de cordel, volantes, confissões. Seu valor paradigmático pode encorajar os jovens pesquisadores da Folkcomunicação a percorrer os mesmos caminhos do mestre ou transpor suas estratégias metodológicas para objetos semelhantes em outros cenários culturais. A intenção fundamental da obra foi propiciar aos midiólogos do novo século o acesso a ideias, conceitos, teorias e metodologias construídos por um dos mais profícuos cientistas brasileiros da comunicação.

Trata-se de um arsenal acadêmico que ficou de certo modo encoberto, para não dizer marginalizado, numa conjuntura marcada pela crença quase cega na obsolescência e morte das tradições populares, que se acreditava seriam sepultadas pelas correntes culturais pós-modernas e semieruditas. Mas a História tem suas armadilhas imprevisíveis.

Ao contrário das suposições modernas, na verdade estribadas em sentimentos profundamente elitistas, o que observamos hoje é justamente um movimento em sentido contrário. A globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo polifacético e multicultural. Mas sugere que qualquer inserção proativa no seu universo depende basicamente do capital simbólico acumulado nas mega, macro ou microrregiões (MARQUES DE MELO, 2006a), potencialmente convertíveis em imagens e sons capazes de sensibilizar a aldeia global. Vale dizer, ancorados em dimensão universalizante.

Em outras palavras, enraizados na cultura popular, mas traduzidos para a linguagem da cultura de massa. 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 Folkmídia e a *mass media*.

Beltrão reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo ao mesmo tempo que os dois sistemas comunicacionais continuarão se articular numa espécie de *feedback* dialético, contínuo, criativo.

A maturidade intelectual

Paralelamente à produção científica sobre os fenômenos sociais da comunicação e do jornalismo, Luiz Beltrão dedicou-se à literatura, escrevendo contos, novelas e romances. Seu primeiro livro literário foi o romance *Os senhores do mundo* (Recife, 1950). Depois, surgiram *Quilômetro Zero* (Recife, 1958), *A serpente no atalho* (Brasília, 1974), *A greve dos desempregados* (São Paulo, 1984). Sua última fase intelectual foi marcada pelo memorialismo, dela resultando dois livros póstumos: *Contos de Olanda* (Recife, 1989) e *Memórias de Olinda* (Recife, FIAM, 1996). A consagração dessa atividade como ficcionista ocorre com a sua eleição para a Academia Brasileira de Letras. Ela conquista nova dimensão com a sua redescoberta pelo professor, pesquisador e escritor gaúcho Antonio Hohlfeldt, autor do ensaio *Luiz Beltrão, do jornalismo à literatura*, publicado pela Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (INTERCOM, 2003). A propósito da sua faceta literária, Hohlfeldt diz enfaticamente:

Para quem leia o conjunto de seis livros de ficção de Luiz Beltrão, editados entre 1950 e 1989, uma constatação salta logo aos olhos: excetuando-se os dois livros de contos, que apresentam excelentes trabalhos e alguns menos inspirados, os romances e novelas evidenciam um amadurecimento literário que se traduz tanto na escolha dos temas quanto na linguagem com que aborda cada um deles (HOHLFELDT, 2003, s/p.).

A obra de estreia de Beltrão no cenário intelectual brasileiro *Iniciação à filosofia do jornalismo* (1960) integra a coleção “Clássicos do Jornalismo Brasileiro”, publicada pela Editora da Universidade de São Paulo. Ele ganhou, portanto, lugar de realce na galeria jornalística composta pelo seu conterrâneo, o pernambucano Barbosa Lima Sobrinho, bem como pelo baiano Rui Barbosa, pelos paulistas Carlos Rizzini e Danton Jobim e pelos cariocas Carlos Lacerda e Alceu de Amoroso Lima.

Signos da mudança social

Como já foi dito, Luiz Beltrão lançou a plataforma da nova disciplina, a Folkcomunicação, no âmbito das ciências da comunicação no primeiro número da revista

Comunicações & Problemas. No artigo sobre o “ex-voto”, ele suscitava o olhar dos pesquisadores da comunicação para um tipo de objeto que já vinha sendo competentemente estudado pelos antropólogos, sociólogos e folcloristas, mas negligenciado pelos comunicólogos.

Seu argumento implícito era o de que as manifestações populares, acionadas por agentes de “informação de fatos e expressão de ideias”, tinham tanta importância comunicacional quanto aquelas difundidas pelos *mass media*. Por isso mesmo ele recorria ao arsenal metodológico já testado e aperfeiçoado no estudo das manifestações convencionais do *mass-journalism* formatadas de acordo com os canais pós-gutenbergianos e as transportava para analisar as ricas expressões daquilo que ele sugeria como integrantes do Folkjornalismo (veiculadas em canais pré-gutenbergianos ou usando tecnologias tão rudimentares como a prensa de Mogúncia).

Na verdade, Beltrão descobrira que os processos modernos de comunicação massiva coexistiam, no espaço brasileiro-nordestino, com os fenômenos de comunicação pré-moderna. Eram reminiscências do período medieval-europeu, transportadas pelos colonizadores lusitanos e historicamente aculturadas, aparentando uma espécie de *continuum* simbólico. Tais veículos de comunicação popular ou de Folkcomunicação, como Beltrão classifica, mesmo primitivos ou artesanais, atuavam como meros retransmissores ou decodificadores de mensagens desencadeadas pela indústria da comunicação de massa (jornais, revistas, rádio, televisão).

Em certo sentido, Luiz Beltrão antecipa, no Brasil, observações empíricas que depois seriam feitas também por Jesus Martín-Barbero, na Colômbia, robustecendo sua teoria das “mediações culturais”, o cerne da contribuição dos culturalistas ao pensamento comunicacional latino-americano. Dessa corrente, o mexicano Jorge González no livro *Sociologia de las culturas subalternas* (México: Mexicali/UABC, 1990) já fizera referência explícita aos estudos seminais do cientista pernambucano sobre as classes subalternas brasileiras. Tal pioneirismo seria enfatizado pelo próprio Martín-Barbero, em sua análise sobre os “aportes” brasileiros para as ciências sociais da América Latina durante o congresso da Intercom em Santos/SP, em 1997. Beltrão reconheceu nos agentes de Folkcomunicação, em sociedades rurais ou periféricas, um caráter nitidamente institucional, semelhante àquele que

Martín-Barbero atribuiria mais tarde aos agentes educativos, religiosos ou políticos nas sociedades urbanas metropolitanas.

Ao publicar o segundo livro *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados* (SP: Cortez, 1980) Beltrão corrige a denotação jornalística antes apontada, bem como a evidente conotação regional. Assim a teoria da Folkcomunicação se apresenta bem mais rica e estruturada, fruto das pesquisas empíricas que ele realizou em outras regiões brasileiras, especialmente em Brasília (síntese cultural do país) e dos confrontos feitos com pesquisas semelhantes desenvolvidas em outros países.

A reinterpretação das mensagens não se fazia apenas em função da “leitura” individual e diferenciada das lideranças comunitárias. Mesmo sintonizadas com as “normas de conduta” do grupo social, ela continha fortemente o sentido da “coesão” grupal, captando os signos da “mudança social”, típico de sociedades que sofrem as agruras do meio ambiente e necessitam transformar-se para sobreviver.

O pensamento de Luiz Beltrão disseminou-se em todo o território nacional, conquistando seguidores que deram andamento a algumas de suas ideias ou discípulos que avançaram nas trilhas empíricas por ele abertas. Considero-me um deles, ainda que não o mais frequente, nessa área, como sem dúvida tem sido Roberto Benjamin, Oswaldo Trigueiro ou Joseph Luyten. Dos escritos desse grupo resultou um corpo conceitual que explicita (ou reinterpreta) a teoria da Folkcomunicação, e que estão reunidos na obra *Mídia e Folclore* (Maringá: Faculdades Maringá, 2001) como uma contribuição para que as novas gerações de pesquisadores da folkmídia possam avançar nas sendas abertas por Luiz Beltrão.

Ao avançar das pesquisas neste século XXI, muitas apropriações folkmidiáticas podem ser encontradas nos formatos ficcionais ou musicais. No entanto, o próprio jornalismo se abastece continuamente nas fontes da cultura popular, registrando indícios das sobrevivências tradicionais na vida das comunidades modernas. Pelo seu caráter inusitado, pitoresco ou sentimental, tais manifestações populares se convertem em notícias jornalísticas.

Luiz Beltrão, renovador do ensino de jornalismo no Brasil

Luiz Beltrão converteu-se em ícone brasileiro das ciências da comunicação por seu tríplice pioneirismo: fundador do primeiro instituto universitário de pesquisa (1963), criador da primeira revista científica (1965) e autor da primeira tese de doutorado (1967) nessa área

do conhecimento, em nosso país (DUARTE, 2001, p.127). Tal posição de vanguarda justificou a criação, em 1997, do “Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação” pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), por meio do qual a comunidade acadêmica evidencia anualmente o mérito de pessoas ou entidades que demonstram excelência na pesquisa (GOBBI, 2004 p. 24-27).

A instituição da “Cátedra Luiz Beltrão” pela Universidade Católica de Pernambuco, com o apoio do centenário jornal “Diário de Pernambuco”, é outro importante marco na história das ciências da comunicação que simboliza o reconhecimento do seu papel de renovador do ensino de jornalismo no Brasil, por meio do projeto pedagógico que elaborou justamente para aquela instituição pernambucana (GALVÃO, 2006).

Luiz Beltrão dedicou sua vida profissional ao Jornalismo, atividade que iniciou em 1936, na redação do Diário de Pernambuco. Ele primeiro trabalhou no arquivo do jornal, mas logo passaria ao *front* jornalístico, garimpando notícias, produzindo textos e editando matérias. Sua produção como repórter ainda permanece inédita, portanto, desconhecida das novas gerações. Dela apenas ganhou notoriedade seu livro *Itinerário da China*, publicado em 1959 pela Imprensa Oficial do Estado de Pernambuco. Como jornalista, atuou em vários órgãos da imprensa pernambucana, tornando-se líder sindical da categoria e alcançando projeção nacional. Ao participar de congressos jornalísticos, no país e no exterior, escreveu ensaios e monografias em que pensou criticamente sua profissão e seu impacto na sociedade. Tais reflexões geraram o livro *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, que lhe garantiu o Prêmio Orlando Dantas (1959), patrocinado pela Editora Agir (Rio de Janeiro), que lançou a obra nacionalmente no ano seguinte. Essa publicação marca a guinada profissional na vida de Beltrão ao colocar o jornalismo em segundo plano e avançar para o engajamento acadêmico.

Preocupado com a formação universitária dos jovens jornalistas, Beltrão aceitou o convite para ensinar “Ética e Técnica do Jornalismo” na Faculdade de Filosofia Nossa Senhora de Lourdes, em João Pessoa, Paraíba. Ao mesmo tempo, havia apresentado o projeto para a criação de um Curso Superior de Jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco, iniciativa acolhida pela congregação dos jesuítas e implementada a partir de 1961. Suas aulas de Jornalismo foram previamente escritas, antes de expostas em sala de aula, acumulando conhecimento que lhe permitiria publicar quatro livros sobre o processo de produção jornalística e seus gêneros fundamentais: *Técnica de Jornal* (Recife: ICINFORM, 1964), *A*

Imprensa Informativa: Técnica da Notícia e da Reportagem no Jornal Diário (SP: Folco Masucci, 1969), *Jornalismo Interpretativo: filosofia e técnica* (Porto Alegre: Sulina, 1976) e *Jornalismo Opinativo* (Porto Alegre: Sulina, 1980).

Quando iniciou sua trajetória no espaço universitário, fundando o Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (1961), Luiz Beltrão estava respaldado pela bem sucedida militância na prática jornalística. Ele contabilizava um quarto de século enquanto jornalista profissional, desde o ingresso no Diário de Pernambuco (1936) à participação na liderança da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), como representante pernambucano. Contava também com o beneplácito da vanguarda intelectual, como autor do festejado ensaio *Iniciação à Filosofia do Jornalismo* e vencedor do Concurso Orlando Dantas, promovido pelo Diário de Notícias. Faltava-lhe, contudo, experiência pedagógica. Consciente disso, ele planeja antecipadamente a ação didática que iria desenvolver como regente da Cátedra “Técnica de Jornal”, a espinha dorsal do Curso de Jornalismo.

Segmentada em três disciplinas anuais, a estrutura da cadeira foi planejada de modo sequencial, reservando ao primeiro ano a visão teórica do jornalismo e aos dois anos restantes o conhecimento aplicado, ou seja, a iniciação na prática profissional. Depois de testar em sala de aula o conteúdo programático desenvolvido no primeiro ano da Cátedra “Técnica de Jornal”, ele resolveu apostilar o conjunto das lições ministradas. Essa edição artesanal foi impressa na tipografia da Escola Gráfica Editora do Recife (1964), com o selo do recém criado Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM), convertendo-a precocemente em título disputado nos “sebos” pelos colecionadores de “obras raras”.

Para que os pesquisadores do século XXI pudessem conhecer o elo condutor do itinerário Beltraniano entre a “teoria” (contida na obra inicial) e a “prática” jornalística (fartamente documentada na obra de maturidade), os professores Sérgio Barbosa e Ieda Borges, Faculdades Adamantinenses Integradas (FAI) publicaram o livro *Teoria e Prática de Jornalismo* (Adamantina: Omnia, 2006). A obra traz um conjunto de fascículos publicados por Beltrão entre os anos de 1961 e 1963 e que ainda não estavam disponíveis. O lançamento aconteceu durante o “Ciclo Luiz Beltrão”, realizado na FAI, em 2006, **Ano Luiz Beltrão** (INTERCOM, 2006). O entusiasmo com que os alunos e professores do Curso de Jornalismo da FAI se engajaram no resgate da vida e da obra de Luiz Beltrão, revela-se na apresentação da obra.

Transcodificar os acontecimentos diários e rotineiros de uma sociedade mutável e materializá-los no discurso é sempre uma redescoberta aos profissionais da área. Luiz Beltrão já na década de 1960 apontava novas formas de desvendar maneiras e caminhos para se fazer jornalismo diante dos desafios daquele período. Entretanto, isso não se perdeu com o tempo (BARBOSA e BORGES, 2006, *Apresentação*).

Palavras que justificaram plenamente a boa acolhida que a iniciativa mereceu dos dirigentes da FAI, principalmente de seu diretor-geral, professor Gilson Parisotto (2006, *Prefácio*):

A importância de Luiz Beltrão, considerado um pioneiro da pesquisa na área de comunicação, torna-se uma referência acadêmica para pesquisadores, alunos e professores afins aos ensinamentos do Mestre. Participar de um projeto editorial deste porte engrandece a instituição convidada para compor o projeto editorial, torna-se um desafio neste cenário de incertezas em nível global para o ser humano e o mundo comunicacional.

Com a publicação desse livro a FAI permite a quem pretender se dedicar à exegese crítica do pensamento jornalístico daquele que renovou o ensino de jornalismo no Brasil, compreender uma peça importante desse processo, encurtando a distância entre a prática e a teoria do Jornalismo.

Depois de gravar as pistas históricas em seu livro *Iniciação à Filosofia do Jornalismo* (RJ: Agir, 1960) Beltrão procura revelar aos discípulos nordestinos as marcas do *folk journalism* que precede a galáxia de Gutenberg. Tais marcas estão evidentes também na categoria de mensagem midiática que suscita o interesse crítico do semiólogo francês Roland Barthes rotulado como *fait-divers*. Sintomaticamente, porém, Beltrão envereda por caminho distinto daquele percorrido por Marshall McLuhan, Lévi-Strauss e Roland Barthes, buscando um ângulo de observação explicitamente brasileiro. Focaliza, não a apropriação da *folk culture* pela mídia e sim, o uso da *mass culture* pelo folclore, recodificando e interpretando o conteúdo da mídia para a compreensão do povão. A repercussão nacional e internacional desse trabalho inovador faz com Beltrão assumira a direção da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (de 1965 a 1969). Depois da passagem pela Universidade de Brasília, Beltrão atua como docente e pesquisador no Centro de Estudos Universitários de Brasília (CEUB).

A atuação acadêmica nacional mescla-se com uma intensa atividade acadêmica internacional, especialmente na América Latina, onde Beltrão realiza cursos, seminários,

palestras e conferências. O resultado dessa profícua vida intelectual é a publicação de um quarteto literário sobre teoria da comunicação: *Sociedade de massa: comunicação & literatura* (Petrópolis: Vozes, 1972), *Fundamentos Científicos da Comunicação* (Brasília: Thesaurus, 1973), *Teoria Geral da Comunicação* (Brasília: Thesaurus, 1977) e *Teoria da Comunicação de Massa*, escrito com a colaboração do discípulo Newton de Oliveira Quirino (São Paulo: Summus, 1986). Convidado a trabalhar na Assessoria de Relações Públicas da Fundação Nacional do Índio (FUNAI) Beltrão se dedica a avaliar o comportamento da imprensa brasileira diante da questão indígena, cujas principais evidências foram reunidas no livro *O índio, um mito brasileiro* (Petrópolis: Vozes, 1977).

O sistema de comunicação cultivado pelos contingentes que permaneciam à margem da sociedade opulenta, aquela que entoava o hino “pra frente Brasil”, enfrentou a mesma quarentena vivida por Luiz Beltrão, no apogeu do regime militar, patrulhados pelas vanguardas intelectuais saudosas dos engajados movimentos de cultura popular pré-64, e vigiados pelos serviços de informação dos secretos órgãos de segurança instalados ostensivamente na administração universitária pós-64.

Mídia radical

O complexo do colonizado, que induz as elites brasileiras a menosprezar singularidades nativas, geralmente costuma ser ultrapassado quando ícones intelectuais, que nos visitam, enaltecem fenômenos culturais aqui enraizados. Foi exatamente o que aconteceu nos idos de 60. Chacrinha, o animador do programa de auditório mais popular da nossa televisão, mereceu referências positivas do sociólogo francês Edgar Morin, numa de suas primeiras incursões ao território nacional. Depois disso, o “velho guerreiro” foi saudado em prosa e verso pelas nossas vanguardas artísticas, sendo alçado ao universo simbólico do tropicalismo.

Fato semelhante ocorreu durante o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Belo Horizonte (2003). Ao descrever sua tipologia da “mídia radical” contida em seu livro *Mídia Radical* (SP: Ed. SENAC, 2004) que mapeia aqueles fluxos encravados nas raízes da “comunicação rebelde” e que plasman os “movimentos sociais” na periferia da globalização, o professor emérito de Rádio, TV e Mídia Digital nos Estados Unidos, John Downing, causaria impacto junto à plateia jovem. Imediatamente, vários comunicólogos da

nova geração se davam conta de que as hipóteses construídas por Downing eram semelhantes às aquelas propostas pelo brasileiro Luiz Beltrão, há mais de meio século. Ambos foram capazes de perceber que as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço.

Desde aquele episódio, a teoria Folkcomunicacional de Luiz Beltrão, cuja originalidade fora reconhecida internacionalmente e vem ganhando novo alento, suscitando releituras, revisões e redescobertas, tanto na academia quanto na periferia.

Distantes da imprensa e da internet, as comunidades empobrecidas que habitam as periferias urbanas, em pleno século XXI, se valem de meios rudimentares de expressão, seja para reinterpretar as mensagens recebidas diretamente da mídia massiva, seja para disseminar alternativamente suas informações, opiniões ou atitudes. Desprovidas de suportes midiáticos e destituídas de referentes simbólicos que habilitassem ao ingresso na galáxia de Gutenberg, as classes subalternas foram criando sua própria mídia (artesanal, artilosa, criativa). Trata-se do embrião da *mídia cidadã*, que ganha densidade, mas não necessariamente legitimidade, na fase posterior à independência nacional. Conformando o sistema de Folkcomunicação, essas manifestações populares permanecem vivas até os dias atuais, coexistindo dialeticamente com a mídia massiva.

A Teoria da Folkcomunicação

A revisão do legado Beltraniano pelas novas gerações, em sintonia com as transformações da sociedade, suscita a análise contextual das mudanças ocorridas nos estudos Folkcomunicacionais, com a intenção de perceber suas inovações relevantes. Depois de mais de cinco décadas de acumulação de conhecimentos, torna-se indispensável revisar criticamente as transformações operadas na disciplina, na tentativa de discernir quais os elementos que permaneceram imutáveis no período, quais as mutações evidentes e quais as tendências prenunciadas pelas novas gerações que deram sequência às ideias originais de Luiz Beltrão. Elas se impuseram não apenas porque a dinâmica sociocultural foi significativamente alterada em nossa sociedade, mas também em razão da exegese feita pelos analistas Folkcomunicacionais, a partir dos textos seminais do fundador da disciplina.

Folkcomunicação como disciplina acadêmica

Enquanto disciplina acadêmica, a Folkcomunicação tem vivenciado momentos cruciais: a exploração inicial do fenômeno por pesquisadores de renome internacional; a criação do objeto, em consonância com a ideia esboçada por Luiz Beltrão e a configuração do campo pela prática dos pesquisadores que endossaram sua proposta inovadora. No livro *Mídia e Cultura Popular: História, Taxonomia e Metodologia da Folkcomunicação* (SP: Paulus, 2008) apresento evidências desse processo, vislumbrando os desdobramentos perceptíveis. E creio que vale a pena rememorá-los para compreensão desse processo histórico.

Em 1951, acontecem dois fatos isolados, mas que demonstram a oportunidade do estudo acadêmico da Folkcomunicação. O primeiro é descortinado por Marshall McLuhan, ao lançar *The Mechanical Bride*, que apresenta como objeto de análise o “folclore do homem industrial”. Não obstante seja um libelo contra a cultura de massa, o livro de estreia de McLuhan especula a propósito do divórcio entre a sociedade ocidental (europeia) e sua “noiva mecânica” (a imprensa). Para tanto, o performático canadense argumentaria paradoxalmente, pinçando símbolos folk no universo da indústria cultural, demonstraria sua eficácia operativa. Apropria-se de imagens peculiares ao mundo dos primitivos colonizadores britânicos, mesclados com os elementos típicos dos novos imigrantes, para gerar o tecido que veste o corpo do cidadão ianque.

O segundo fato ocorre também em 1951, quando o antropólogo franco-belga Claude Lévi-Strauss testemunha um episódio singular, durante as comemorações natalinas na cidade de Dijon. Noticiado pelo diário *France Soir* o incidente traduz o descontentamento da população local a respeito da paganização do Natal. O pomo da discórdia é a introdução do culto a Papai Noel, importado dos Estados Unidos, embora o mito esteja ancorado nas tradições nórdicas, particularmente dinamarquesas. Reconstituídos pelo cientista francês, então atuando como professor-visitante na Universidade de São Paulo (USP), os fatos foram comentados judiciosamente em artigo publicado na revista cultural “Anhembi” (n.6, v.16, p.12-26), que circularia em março do ano seguinte. Esse texto foi incluído na antologia *Folkcomunicação*, que organizei para a editora Com-Arte em período fundacional, no início de 1971, justamente para assinalar seu valor Folkcomunicacional. Já havia transcorrido uma década das fogueiras que destruíram os bonecos de Papai Noel em Dijon e da notoriedade de McLuhan, de braços dados com a “noiva mecânica”, quando Luiz Beltrão inicia o estudo

sistemático da matéria, ao implantar o curso de jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco.

Segmento inovador na pesquisa

A Folkcomunicação está portanto legitimada como disciplina acadêmica, e como objeto de estudos científicos pelos pioneiros de áreas conexas, como por exemplo, a antropologia estrutural de Lévi-Strauss; a teoria literária de Roland Barthes; e à estética sociológica de Marshall McLuhan.

O objeto de pesquisa da disciplina acadêmica Folkcomunicação está situado na fronteira entre o Folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a Comunicação de Massa (difusão industrial de símbolos através de meios mecânicos ou eletrônicos destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas). Se o Folclore compreende formas comunitárias de expressão cultural das classes subalternas, a Folkcomunicação protagoniza a outra face da moeda, caracterizando-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para traduzir em linguagem popular mensagens ininteligíveis, previamente veiculadas pela indústria cultural (BELTRÃO, 1971 e 1980).

Esta é a compreensão original de Luiz Beltrão, que situa a Folkcomunicação como processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais ou urbanas).

Trata-se da "segunda etapa" do processo de difusão massiva, tal qual descrito pelo sociólogo Paul Lazarsfeld, e seus discípulos da Universidade de Columbia (EUA), entre eles Luiz Beltrão. Porém com uma diferença fundamental. Enquanto os cientistas norte-americanos vislumbravam o protagonismo individual de "líderes de opinião" em "grupos primários", o fundador da Folkcomunicação dimensionava a influência coletiva de "agentes simbólicos" no seio de "comunidades periféricas". Dentro dessa perspectiva, realizaram-se as primeiras pesquisas do gênero, privilegiando aquelas decodificações da cultura de massa (ou suas leituras simplificadoras da cultura erudita) feitas pelos veículos rudimentares nos quais se abastecem simbolicamente os segmentos populares da sociedade (BENJAMIN, 2004).

Muitos dos seus produtos típicos, principalmente no setor do entretenimento, resgataram símbolos populares, submetendo-os à padronização peculiar à fabricação massiva e seriada. Desta maneira, os pesquisadores de Folkcomunicação ampliaram o raio de

observação dos fenômenos Folkcomunicacionais, não se limitando a analisar os fenômenos e estratégias da recodificação popular de mensagens da cultura massiva, mas também rastreando os processos inversos (BENJAMIN, 2004). Ou seja, pesquisando a apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural (tanto os meios de comunicação coletiva quanto os aparatos do lazer massivo, principalmente o turismo).

Dessa maneira, é possível compreender que a Folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica. Trata-se de um fenômeno capaz de seduzir as novas gerações de pesquisadores das ciências da comunicação, aproximando-os a este campo de estudos, cuja riqueza cognitiva merece explorações mais atentas e profundas. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra hegemônica das classes subalternas (MARQUES DE MELO, 2008, p.25). Uma negociação a um só tempo sutil e astuciosa, naquela acepção cunhada pelo italiano Antonio Gramsci e reinterpretada pelo brasileiro Edison Carneiro, que influenciou decisivamente o arcabouço teórico construído por Luiz Beltrão. Contudo, embora contabilize mais de cinco décadas como disciplina acadêmica, a Folkcomunicação ainda enfrenta problemas de natureza epistemológica. Trata-se de um desafio a ser equacionado pela nova geração de pesquisadores da área. Para tanto, revisito uma proposta (INTERCOM UERJ, 2005) de classificação dos gêneros e formatos Folkcomunicacionais enquanto objetos empíricos.

Gêneros e Formatos Fokcomunicacionais

O entendimento das manifestações da cultura popular como processos comunicacionais pressupõe a elucidação da natureza taxonômica e do universo semântico que definem identidades e fronteiras entre o Folclore e a Folkcomunicação.

Apesar dos avanços obtidos pela Folkcomunicação enquanto disciplina acadêmica, algumas questões de natureza metodológica continuam a merecer a atenção dos estudiosos da área. Nessa linha construtiva, submeto à comunidade acadêmica uma tentativa de classificação dos “gêneros e formatos” Folkcomunicacionais, retomando o esboço que havia construído há vários anos (MARQUES DE MELO, 2008), mas que permaneceu inacabado, à espera de novas contribuições. Trata-se de uma tipologia resultante do diálogo que mantive,

no final dos anos 70, com o fundador da nossa disciplina, agora atualizado através de consulta a obras legitimadas da bibliografia da ciência do folclore (ZUMWALT, 1988; LIMA, 2003).

Em sua teoria da Folkcomunicação, Beltrão (1980) propõe a classificação dos fenômenos da comunicação popular, que pode ser tomada como um elenco dos “gêneros Folkcomunicacionais”:

- Folkcomunicação oral
- Folkcomunicação musical
- Folkcomunicação escrita
- Folkcomunicação icônica
- Folkcomunicação cinética

Entretanto, essa classificação parece problemática, por duas razões:

1. A dificuldade de distinguir as fronteiras entre “oral e musical”, uma vez que a captação das mensagens se faz através da “audição”;
2. O caráter reducionista da “escrita”, que pode ser confundida como “manuscrito”.

Assim sendo, preferimos trabalhar com o esquema classificatório que esboçamos em 1979, introduzindo uma pequena alteração – o gênero primitivamente denominado “Folkcomunicação escrita” passa ser rotulado como “Folkcomunicação visual”, incluindo não apenas as expressões “manuscritas”, mas também as “impressas” e as “pictográficas”, todas elas captadas através da “visão”.

Na verdade, o sistema *folk* mantém autonomia em relação ao sistema massivo, com ele se articulando de modo pendular. Ora exercita uma espécie de mediação simbólica, filtrando significados e atuando como correia de transmissão. Ora funciona como agente retroalimentador, preenchendo brechas ao incluir suas próprias demandas na agenda das emissões massivas.

Identificando-o como mídia dos “marginalizados”, Luiz Beltrão inventariou as formas rudimentares através das quais as camadas populares expressam sua inconformidade em relação à sociedade instituída pelos estamentos superiores. Coletando evidências em várias regiões do país, Beltrão compôs um panorama unificado pela universalidade que advém do folclore, cujas “raízes, tronco e ramos” estão profundamente arraigados na “natureza humana”.

Esta Tipologia da Folkcomunicação, constitui, na verdade, um desafio aos pesquisadores comprometidos com a sedimentação desta disciplina. Somente através do inventário de fontes documentais ou da realização de pesquisa de campo será possível atestar sua validade em todo o território nacional. Proponho que os pesquisadores associados da Rede FOLKCOM, bem como os estudiosos participantes do Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade da INTERCOM, entre outros grupos de estudos dos fenômenos folkcomunicacionais, que façam, nas respectivas regiões em que atuam, exercícios de comprovação da aplicabilidade deste esquema, socializando amplamente os resultados obtidos. Só desta maneira, poderemos construir um repertório taxionômico (ORING, 1986) capaz de consolidar a Folkcomunicação como disciplina integrada ao universo das ciências da comunicação.

Categorias: Conjunto de manifestações simbólicas determinadas pela combinação do canal e da audiência.

Gêneros: Forma de expressão determinada pela combinação do canal e da audiência.

Tabela 1: Gênero Folkcomunicacional (Canal e Código)

Gênero Folkcomunicacional	Canal	Código
Oral	Auditivo	Verbal/Musical
Visual	Ótico	Linguístico/Pictórico
Icônica	Ótico/Táctil	Estético/Funcional
Cinética	Múltiplos Canais	Gestual/Plástico

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Formatos: Estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor).

Tabela 2: Gênero Folkcomunicacional (Formato)

Gênero Folkcomunicacional	Formato
Oral	Canto, Música, Prosa, Verso, Colóquio, Rumor, Tagarelice, Zombaria, Passatempo, Reza
Visual	Escrito, Impresso, Mural ou Pictográfico

Icônica	Devocional, Diversional, Decorativo, Nutritivo, Bélico, Funerário, Utilitário
Cinética	Agremiação, Celebração, Distração, Manifestação, Folgado, Festejo, Dança, Rito de passagem

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Tipos: Variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção.

Tabela 3: Folkcomunicação Oral (Formatos e Tipos – Parte 1)

Folkcomunicação Oral				
Formatos e Tipos (Parte 1)				
Canto	Música	Prosa	Verso	Colóquio
Aboio	Baião	Conto de Fada	Cantoria	Conversa Fiada
Acalanto	Chimarrita	Lenda	Glosa	Conchavo
Embolada	Chula	Saudação	Parlenda	
Coreto	Choro	Sermão	Trova	
Cantiga de Mendigo	Dobrado			
Canto de Bebida	Lundu			
Pregão	Moda de Viola			
Toada	Samba de Breque			

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Tabela 4: Folkcomunicação Oral (Formatos e Tipos – Parte 2)

Folkcomunicação Oral				
Formatos e Tipos (Parte 2)				
Rumor	Tagarelice	Zombaria	Passatempo	Reza
Boato	Bordão	Anedota	Adivinhação	Bendito
Fofoca	Gíria	Apelido	Charada	Incelência
	Palavrão		Provérbio	Ladainha

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Tabela 5: Folkcomunicação Icônica (Formatos e Tipos – Parte 1)

Folkcomunicação Icônica			
Formatos e Tipos (Parte 1)			
Devocional	Diversional	Decorativo	Nutritivo
Amuleto	Boneca de Pano	Adornos Pessoais	Bolos
Ex-voto	Boneco de Barro	Bordados	Biscoitos
Imagem de Santo	Brinquedo Artesanal	Cestaria	Pães
Medalha	Jogos Infantis	Ornamentos	
Presépio	Jogos Infantis		

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Tabela 6: Folkcomunicação Icônica (Formatos e Tipos – Parte 2)

Folkcomunicação Icônica		
Formatos e Tipos (Parte 2)		
Bélico	Funerário	Utilitário
Armas	Coroas	Faiança
Fardas	Lápides	Mobiliário
Estandartes	Mortalhas	Vestuário
Troféus	Túmulos	

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Tabela 7: Folkcomunicação Cinética (Formatos e Tipos – Parte 1)

Folkcomunicação Cinética			
Formatos e Tipos (Parte 1)			
Agremiação	Celebração	Distração	Manifestação
Bloco Carnavalesco	Afoxé	Amarelinha	Campanha
Clube de Mães	Candomblé	Bazar	Comício
Comunidade de Base	Macumba	Capoeira	Desfile
Escola de Samba	Missa Crioula	Circo Mambembe	Greve
Escola Dominical	Procissão	Horóscopo	Marcha
Mutirão	Peregrinação	Pelada de Várzea	Passeata
Troça	Toré	Quermesse	Parada
	Vigília a Iemanjá	Rodeio Crioulo	Queima de Judas

	Umbanda	Vaquejada	Trote de Calouros
		Tourada	

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Tabela 8: Folkcomunicação Cinética (Formatos e Tipos – Parte 2)

Folkcomunicação Cinética			
Formatos e Tipos (Parte 2)			
Folguedo	Festejo	Dança	Rito de Passagem
Baiana	Carnaval	Batuque	Formatura
Bumba Meu Boi	Festa Cívica	Caiapó	Batizado
Cavallhada	Festa da Padroeira	Catira	Boda
Chegança	Festa do Divino	Congada	Chá de Bebê
Caboclinho	Festa Junina	Cururu	Chá de Cozinha
Fandango	Festa Natalina	Ciranda	Despedida de Solteiro
Folia de Reis	Micarema/Micareta	Coco-de-Roda	Aniversário Natalício
Guerreiro	Forró	Dança de Moçambique	Velório
Marujada	Funk Carioca	Flamengo	
Maracatu	Rap Paulista	Frevo	
Pastoril		Galope	
Reisado		Jongo	
Taieira		Marcha Rancho	
		Maxixe	
		Mazurca	
		Quadrilha	
		Samba	
		Sapateado	
		Tango	
		Ticumbi	
		Valsa	
		Xaxado	

Fonte: MARQUES DE MELO, 2005.

Elaboração: CUNHA, 2018.

Diálogos imaginários entre Beltrão e Cascudo

Ao construir a teoria da Folkcomunicação, nos idos de 60 do século XX, Luiz Beltrão ancorou-se naturalmente no legado intelectual erigido por Luís da Câmara Cascudo (1898-1986), reconhecido como o principal estudioso do folclore brasileiro. Tive oportunidade de realçar essa circunstância, tanto na conferência de abertura da II Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada em 1999, na cidade de São João del Rei, MG, quanto no texto de apresentação da XI FOLKCOM, celebrada em Natal, RN, em 2008. Os contextos são diferentes, mas os pretextos motivadores dessas anotações são convergentes, razão pela qual não posso fugir à tentação de reproduzi-los como incentivo aos leitores para um exercício comparativo que imagino seja a um só tempo agradável e frutífero.

Mais de 200 anos de inventividade

A aldeia potiguar testemunhou, na semana de 1 a 7 de setembro de 2008, o histórico encontro de dois gigantes da cultura brasileira. De um lado, mestre Cascudo, o cacique da tribo dos folcloristas. De outro lado, o guerreiro Beltrão, pertencente à nação dos jornalistas. Eles travaram uma peleja. Não em versos, mas em prosa. Abençoada pela numerologia. Fizeram um acerto de contas? Arbitraram a zona fronteira entre os dois territórios onde pontificam? Ou fortificaram alianças?

Cascudo, imperador supremo do Folclore. Beltrão, príncipe regente da Comunicação. Tratou-se evidentemente de colóquio imaginário. Falecidos em 1986, os dois nordestinos contemplaram à distância a celebração dos respectivos aniversários. 90 anos de Luiz Beltrão e 110 anos de Câmara Cascudo. Esse reencontro não pareceu casual. As festividades de que foram alvos simbolizaram 200 anos de inventividade. Justamente quando o Brasil comemorava o bicentenário da imprensa. A galáxia de Gutemberg, porto seguro que os reuniu intelectualmente, testemunhou a atuação contínua de ambos. Dali, fizeram incursões no território universal da cultura popular.

Quando publicou o artigo seminal da Folkcomunicação *O ex-voto como veículo jornalístico* (1965), Luiz Beltrão tinha consciência de adentrar terreno pedregoso, sujeito a cobrança de pedágio pelos intendentos do Folclore. Por isso, apressou-se em pedir a benção ao papa do lugar.

Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore. Das conversas de boca de noite, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; da troca de informações trazidas pelo chofer de caminhão, pelos representantes comerciais ou pelo `bicheiro`, ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira [...] é que a semente da informação germinou no espírito dos analfabetos (BELTRÃO, 1965, p.1).

Da mesma forma, quando defendeu a tese de doutorado *Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias* (1967), o criador da nova disciplina já contava com o beneplácito do catedrático daquela tradicional área do conhecimento. A carta emblemática de Cascudo a Beltrão sobre o ex-voto parecia uma couraça protetora. “O seu artigo-de-abertura [...] é um magnífico *master-plan*. Valorizará o cotidiano, o vulgar, o realmente popular de feição, origem e função” (CÂMARA CASCU DO, 1965, p. 133). Verdadeiro amuleto para Beltrão explorar o território cultural dos segregados pelos donos do poder. Mas não fechou seu corpo às flechas disparadas pelos diáconos da “pureza folclórica”, que pronto se arregimentaram para condenar o “conluio” entre a mídia impura e a cultura genuína do povo.

Naquela conjuntura, o próprio Cascudo perdia a aura da unanimidade. Embora mantivesse intocado seu prestígio internacional, passou a ser visto com reservas pelos “guardiões” da nossa cultura popular. Blindados pelos gabinetes ministeriais, esses burocratas intelectuais condenavam explicitamente os “devaneios” do oráculo potiguar. O folclore se reduzia a um bem tutelado e conservado pelos agentes estatais.

Resistindo com dignidade, os dois pesquisadores prosseguiram seus itinerários iconoclastas. Beltrão identificando as expressões comunicacionais inerentes às manifestações culturais das periferias. Cascudo privilegiando aqueles objetos da cultura popular que melhor funcionavam como vasos comunicantes. Partiram sem se despedir. Cascudo, em julho; Beltrão, em outubro do mesmo ano: 1986. Mas como aprenderam a valorizar o saber popular, marcaram o reencontro numa ocasião propícia, ungida pelo número 8. Ambos nasceram em anos regidos pelo 8: Cascudo, 1898 e Beltrão, 1918. E faleceram ao atingiram idades marcadas por 8: Cascudo, 88 e Beltrão, 68 anos. Compreende-se, portanto, que regressassem metaforicamente ao nosso convívio no ano 2008, quando juntos perfaziam a idade da

imprensa brasileira. E quando os chineses, inventores precoces da tipografia, reverenciavam o planeta num dia bendito pela força do 8, inaugurando as olimpíadas no dia 08/08/08.

Luís da Câmara Cascudo (1898-1986) foi homenageado na sessão de abertura da XI Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizado em Natal/RN, durante o Congresso INTERCOM 2008, que ofereceu Simpósio Especial a Luiz Beltrão de Andrade Lima, com direito a reconstituição de sua história de vida e revisão crítica de sua obra.

Mais importante do que a peleja protagonizada entre seus discípulos e exegetas foi, sem dúvida, a consagração de ambos como ícones do Reino FOLKCOM. O símbolo evidente é a valorização dos seus nomes, capitaneando prêmios institucionais. Cascudo, padrinho do Prêmio de Folkcomunicação e Beltrão, patrono do Prêmio de Ciências da Comunicação da INTERCOM.

Folkcomunicação e artesanato

Quando Luiz Beltrão animou o ambiente cultural nordestino, no início dos anos 60, lançando sua hipótese da Folkcomunicação, sua argumentação estava fundamentada num objeto do artesanato religioso, o ex-voto. Sugerindo sua função informativa, independente da motivação mística dos seus agentes, ele dava continuidade ao debate sobre a “dinâmica do folclore” lançada nacionalmente por Edison Carneiro (1959, 1965), no qual intervieram outros interlocutores emblemáticos como Florestan Fernandes (1978), Carlos Estevão Martins (1963), Ferreira Gullar (1965).

Desse debate, que Luiz Antonio Barreto (2005, p. 61) depois avaliaria como politicamente eivado de uma “esterilidade sem precedentes”, resultaram algumas ações afirmativas, como as que foram resgatadas por Edenio Valle e José Queiroz (1979) sobre a cultura do povo, por Manoel Berlinck (1984) sobre os centros populares de cultura, e por Carlos Rodrigues Brandão (1985), a respeito dos movimentos de educação e cultura popular. Inclui-se nesse contexto a antologia organizada por Marques de Melo (1971), sob o título *Folkcomunicação*, documentando as incursões que precederam Luiz Beltrão (1971) na demonstração da sua teoria da Folkcomunicação: entre os autores selecionados estão Lévi-Strauss (1908-2009), Hernâni Donato (1922-2012), Mauro Mota (1911-1984), Roberto Pontual (1939-1994), Ariano Vilar Suassuna (1927-2014) e Clarival do Prado Valladares (1918-1983). Em síntese, a intenção era justificar a oportunidade do “campo de estudos” aberto pelo

mestre pernambucano, então radicado em Brasília, focalizando o estudo das “formas de comunicação intra-grupal e interpessoal dominantes nas regiões [...] onde o desenvolvimento ainda não penetrou, e onde também não penetraram o rádio, a TV, o jornal, o cinema”. (MARQUES DE MELO, 1971, p. 6).

Configura-se aí a inclusão do artesanato no campo dos estudos Folkcomunicacionais, respaldado pelos textos de Roberto Pontual sobre a xilogravura popular e de Clarivaldo do Prado Valadares sobre objetos artesanais que as elites julgavam “pseudo-artísticos”. Nem por isso, Luiz Beltrão se esquivou de estudá-los, ainda que de modo referencial, na tese de doutorado. Na verdade, os objetos artesanais perderam transparência no conjunto dos estudos Folkcomunicacionais porque tem sido diagnosticados em função dos conteúdos imateriais (valores) que disseminam (religiosos, políticos ou artísticos), ficando à sombra os formatos que melhor os definiriam como artefatos manufaturados. Uma exaustiva lista de tais objetos encontra-se indicada aos pesquisadores potenciais dos “sistemas de comunicação” (MARQUES DE MELO, 1978, p. 211-239). No entanto, sua abrangência foi caracterizada pelo próprio Luiz Beltrão (1980, p. 53), ao tratar dos mutirões constituídos pelos “grupos rurais marginalizados” que se reuniram em “núcleos mais ou menos homogêneos” para fortalecer os “trabalhadores do artesanato”:

- as rendeiras e fiandeiras do Ceará e de Alagoas
- os ceramistas de Caruaru (PE), de Maragogipe (BA), de São José (SC), do Vale do Paraíba do Sul (SP);
- os escultores de pedra-de-sabão nas cidades históricas de Minas Gerais;
- os joalheiros que lapidam ametistas, topázios e águas marinhas de Cristalina (GO) etc.

Em sua peroração, Beltrão concita os pesquisadores da área a resgatar as raízes medievais dessas ações contemporâneas.

Os artesãos do campo, segundo as tradições dos seus ancestrais medievos, têm não as suas ruas, mas os seus bairros e arruados, em cujos limites encontram com mais facilidade a matéria-prima de que se valem, sob a orientação dos mais velhos e experimentados, para elaborar e veicular, nas peças que criam, utilitárias ou artísticas, as mensagens icônicas entranhadas em linhas e fios dos bordados e rendas, nas formas e figuras de barro, pedra, madeira ou metais, nos signos fulgurantes e multicoloridos das joias e objetos de material semiprecioso que, nos colos, nos pulsos ou nas casas de famílias mais afortunadas *gritam*,

silenciosa, despercebida, mas constantemente, o conteúdo filosófico e social do discurso do mundo rural distante (BELTRÃO, 1980, p. 53).

Antes de explorar a natureza comunicacional do artesanato, vale a pena rever seu conceito na literatura brasileira das ciências humanas.

Natureza e função do artesanato

O senso comum consagra a polissemia do termo, apontando quatro significações cruzadas. O Dicionário Aurélio (1999, p. 205) registra inicialmente sua dimensão processual: técnica e arte, bem como sua identidade funcional: categoria ou profissão; anotando, finalmente, o sentido operacional: produto manufaturado; e a localização espacial: lugar onde foi produzido. Por sua vez, os repertórios especializados são mais estritos semanticamente.

Cunha (2003, p. 74), por exemplo, separa o “joio do trigo”, no campo estético, privilegiando o *modus faciendi*: “produção manual e específica de objetos utilitários ou simbólicos”, ou tipificando os produtos resultantes de tal operação laboral: cerâmica, tecelagem, tapeçaria e ourivesaria. Mas não deixa de considerar implicitamente suas marcas identitárias: ancestralidade, anonimato, popularidade. Corresponde a “manufatura criada por operários anônimos, na qual se aplicam técnicas ancestrais, transmitidas por famílias ou grupos comunitários, e cujo consumo ocorre, majoritariamente, nos grupos populares”. Larousse (1988, p. 61) flagra o sentido cultural, situando-o no âmbito “folclórico” e caracterizando-o como trabalho fisicamente “manual”, funcionalmente “utilitário”, ecologicamente “localizado”, produzindo peças originais ou recicladas. Trata-se, portanto, de manufatura, combinando arte, técnica e habilidade manual. “As mãos são o verdadeiro instrumento de trabalho do artesão, com frequência auxiliadas por máquinas e ferramentas, elas próprias de produção artesanal”. Constituem “exemplos de artesanato com função lúdica”: “as peças em cerâmica de Caruaru (PE)”, cuja produção ocupa hoje “centenas de famílias de artesãos”, sendo pintadas com “tintas industriais”, reproduzindo “tipos populares”.

Objeto pouco explorado na literatura brasileira, o artesanato figura residualmente na obra dos Folcloristas, como revisaremos a seguir nos estudos de Edison Carneiro, Alceu Maynard de Araújo, Renato Almeida, Vicente Salles e Câmara Cascudo.

Na classificação decimal do folclore brasileiro proposta por Edison Carneiro (1957, p. 129-138) pertence à categoria 5 – artes e técnicas, que o autor considera “um dos capítulos mais pobres da bibliografia brasileira”. Aparece ali de forma plural: artesanatos, mas também de modo singular, tipificando o suporte: cerâmica, a função: decoração ou os objetos: ex-votos, vestimenta, adornos, brinquedos etc.

Esse raquitismo cognitivo transparece em obras panorâmicas como as de Alceu Maynard Araújo (1967, 1973). Classificados como “fatos da cultura material”, os processos artesanais são enfocados descritivamente nos itens: rendas e rendeiras, labirinto, rede de dormir, cestaria, cerâmica e modelagem, xilogravura.

Renato Almeida (1965, p. 185-197) confere maior sistematização, em seu manual de coleta folclórica. Dedicando um capítulo especial às artes populares e aos artesanatos, focaliza a cerâmica, a fiação e tecelagem, cestaria, bem como os objetos produzidos em couro, pedra e penas. Vicente Salles (1973, p. 173) define o “trabalho artesanal” como um processo caracterizado pela conjugação dos seguintes fatores:

- Manual: “tudo que é feito a mão pelo homem”;
- Rústico – empregando “técnicas elementares”;
- Ecológico – em sintonia com o meio ambiente, porque destinado ao consumo “doméstico” ou “regional”, refletindo os “estilos de vida” dos destinatários.

Coexistindo, paradoxalmente, com a “era industrial”, o artesanato ocupa braços ociosos não assimilados pelas fábricas, produzindo peças “utilitárias” e “ornamentais”, geralmente consumidas pelos usuários dos pacotes turísticos.

Como “sobrevivência cultural”, trata-se de fenômeno monitorado politicamente por organizações comunitárias, como as cooperativas – servindo os trabalhadores - e por instituições públicas como os museus – preservando a memória social.

Apesar de não incluir o artesanato no *Dicionário do Folclore Brasileiro* (RJ: INL, 1962), também Câmara Cascudo (1967) valorizou esse fenômeno, situando-o no campo “ergológico” e anotando que “o povo conserva o seu patrimônio tradicional [...] nos formatos antiquados que muito lentamente vão sendo mudados”. Mas, dentro desse espírito compreensivo, ele incluiu o artesanato no universo do folclore brasileiro.

A cultura popular compreende o artesanato, as indústrias caseiras, tudo quanto acompanhar a tradição manufatureira, mesmo com modificações que não mutilem la santa continuidade, como dizia Eugenio D'Ors. [...] O folclore é o popular, mas nem todo o popular é folclore (CÂMARA CASCUDO, 1972, p. 13).

A tipologia proposta por Câmara Cascudo inclui: móveis e utensílios, redes de dormir, aparelhagem de caça e pesca, cerâmica, cestaria, indumentária, culinária. No conjunto da sua obra, o cientista potiguar dedica estudos etnográficos a algumas dessas formas de expressão popular: o traje do vaqueiro (1955), a rede de dormir (1959) e a culinária (1977).

Nesse sentido é que o artesanato figura em nossa literatura comunicacional, espelhando o empirismo cultivado por Mário de Andrade (1983-1945), cuja coleção de peças folclóricas integrou o acervo do Museu constituído pela Comissão do IV Centenário de São Paulo, que, durante muito tempo, permaneceu aberto à visitação pública no Parque do Ibirapuera de São Paulo. (TAVARES DE LIMA, 1972, p. 96).

Havia, ali, um seletivo repertório do artesanato brasileiro, distribuído pela fisionomia multidimensional das peças recolhidas pelos pesquisadores encarregados de organizar as seções de natureza instrumental: técnica popular e brinquedos populares, ou de natureza funcional: arte, ciência, religião, música e dança. Contudo a visão de Luiz Beltrão foi além e alcança o exterior da vida cotidiana. A pesquisa folkcomunicacional contemporânea precisa desvendar o universo simbólico contido nos grafitos pornográficos e político-filosóficos inscritos nos banheiros públicos, nas paredes dos prédios, nos muros das ruas.

A rua é do povo

Essa generalizada simplificação do sentido da mensagem em grafitos, simplificação que, de resto, ocorre com as demais manifestações do pensamento popular, é que nos leva a apreciá-los, em seguida, através de três das mais frequentes modalidades, fundamentadas nos locais-suportes que lhes servem de veículo:

- As inscrições nas vias públicas;
- Os grafitos de sanitários;
- Legendas de para-choques e desenhos de lameiros de caminhões.

Ainda ecoa na lembrança dos seus discípulos a justificativa dessa atitude rebelde e contestatória.

Como a praça celebrada pelo poeta, a parede é do povo. Tal como os muros e tapumes, enquanto protegem a intimidade dos que vivem e labutam nos espaços interiores limitados, permitem quase sempre a contragosto a utilização pública de suas superfícies externas, em mensagens inscritas que proclamam ideias, lavram protestos, exprimem anseios e sugerem soluções, zombam do sistema e dos seus mentores e administradores, desafiam, estimulam, excitam e incitam os transeuntes à ação. São o mural dos emissores livres e anônimos, sem acesso a outros meios gráficos mais sofisticados (BELTRÃO, 1980, p. 227).

Hoje, o criador da Folkcomunicação concita os jovens engajados nos projetos de iniciação científica a desvendar o universo simbólico contido nos grafitos pornográficos e político-filosóficos inscritos nos banheiros públicos ou nas paredes das praças, representando uma espécie de “*feedback* hipotético” de natureza “subversiva” daqueles contingentes excluídos de participar ativa e legalmente da vida nacional.

Folkcomunicação e Folclore

Compreensão abrangente do problema sempre teve Luís da Câmara Cascudo (1898-1986), por isso mesmo reconhecido como patrono do Folclore no Brasil e principal animador da Folkcomunicação. Trata-se de entendimento universal do fenômeno, não circunscrito ao tempo, ao espaço e às conjunturas. Proclamando que o “folclore é uma cultura mantida pela mentalidade do homem e não determinado pelo material manejado”, ele argumenta historicamente:

Houve um folclore em Babilônia e Nínive. O homem de Nínive e de Babilônia diluiu-se noutras raças e com ele o seu *lore*. O Padre Manuel da Nóbrega, em 1549, informava que o indígena na Bahia só saía à noite com um tição aceso na mão. Era uma defesa contra os fantasmas agressivos. No sertão do Rio Grande do Norte, em 1910, com 12 anos de idade, via meus primos obedecerem ao mesmo rito. Em 1963, viajando pela Zambézia, encontrava os negros agitando tições flamejantes. Os hindus contemporâneos empregam a mesma técnica. Os homens da Babilônia e de Nínive, há milênios, faziam exatamente a mesma coisa, afastando os entes maléficos que vivem nas trevas (CÂMARA CASCUDO, 1972, p. 12).

Seu arremate didático é mais convincente:

Viajando num avião de jato, para a Europa, ia notando que muitas senhoras usavam, como joias caras, ornamentos em ouro que eram sobrevivências dos

que foram deparados nos túmulos paleolíticos do Cro-Magnon. Os museus guardam os originais daquelas cópias artísticas que pendem dos bustos elegantes, numa continuidade inapelável de 250 séculos. [...] O folclore, sendo uma cultura do povo, é uma cultura viva, útil, diária, natural. As raízes imóveis do passado podem ser evocadas como indagações da antiguidade. O folclore é o uso, o emprego imediato, o comum, embora antiquíssimo (CÂMARA CASCUDO, 1972, p. 123).

No entanto, sua percepção atualizada, lúcida e abrangente do fenômeno não motivou setores da vanguarda dos estudos folclóricos. Aliás, essa comunidade foi muito ativa, nas décadas de 1940, 1950 e 1960, mas fragmentou-se desordenadamente, estando hoje em franco declínio e desagregação. Esse processo, cujas raízes, fincadas no século XIX, foram dimensionadas criticamente por Renato Ortiz (1992), encontra-se bastante documentado, no século XX, por Luís Rodolfo Vilhena (1997). Estigmatizada pelo “espírito de antiquário”, a meta dos “folcloristas” era a de buscar no “povo” aquelas “raízes autênticas e genuínas” capazes de definir a matriz “nacional” da cultura brasileira, que os “românticos” do século XIX, guiados pelo “espírito nacionalista”, haviam identificado no “indigenismo”. (VILHENA, 1997, p. 15).

Essa “visão idealizada”, dando ênfase aos aspectos “autênticos” e às raízes “comunitárias”, conduziu os “folcloristas” a se preocuparem mais com a “instrumentalização” da cultura popular do que com a sua fenomenologia. Isso explica, segundo Vilhena (1997, p. 10) a “perda de legitimidade” do folclore no âmbito das ciências sociais. Fator importante para esclarecer tal impasse é a minimização ou desqualificação da natureza comunicacional do processo folclórico, como ocorreu com a recepção silenciosa ou desconfiada dos “folcloristas” às ideias heterodoxas de Luiz Beltrão. Segundo a socióloga Maria Isaura Pereira de Queiroz (1969, p. 894) essa incompreensão dos pesquisadores do folclore em relação ao conceito de “tradição”, decorre dos ruídos ocasionados pela incompreensão do fator “transmissão”. Para atingir o âmago do processo é indispensável que a “tradição” tenha sido “transmitida informalmente de uma geração para outra”.

Em face disso, mas sensibilizado pelas teses iconoclastas de McLuhan, o antropólogo Vicente Salles (1969, p. 886) recomenda atenção aos “progressos tecnológicos industriais”, englobando no “campo da cultura popular, inclusive rádio, anúncios de televisão, esportes, programas cômicos e anúncios do jornal, como se tais coisas representassem a mais importante arte contemporânea”, na linha de que o verdadeiro “meio de comunicação é a mensagem”.

Sem perder de vista a onda da “globalização”, o sociólogo Manuel Diegues Junior (1960, p. 910) advoga que o estudo do folclore urbano-industrial, no Brasil, seja “regionalizado”, não esquecendo de incluir, no seu repertório metodológico, a “influência exercida” pelo rádio e pela televisão, conduzindo a um “processo de rápidas mudanças [...] nas tradições folclóricas”. A identidade do folclore, enquanto fenômeno cultural e como processo comunicacional, fundamenta-se em três elementos básicos: tradição, anonimato e continuidade. Podemos dizer que essa identidade do folclore consiste, portanto, numa modalidade de sobrevivência simbólica legitimada e cultivada ininterruptamente pela sociedade. Sua permanência na vida social requer a transmissão desse patrimônio coletivo de uma geração a outra, o que só pode ser compreendido pelo reconhecimento do papel crucial desempenhado pela comunicação em seu referencial fenomenológico. Tanto é assim que, revisando a literatura contemporânea, Elliott Oring define o folclore como fenômeno resultante da vivência cotidiana de seres humanos, que se expressa primariamente através dos “canais de comunicação informal”, usualmente empregados pelo “povo”, entendido como “gente simples” (*ordinary people*). Não se confunde, portanto, com as formas de expressão usuais nas relações humanas “institucionalizadas” pela escola, igreja e outras organizações comunitárias (ORING, 1992, p. 16). Todavia, essa compartimentalização da sociedade vem se alterando gradativamente, como consequência da revolução tecnológica que encurtou o espaço e acelerou o tempo.

A vida cotidiana primitivamente estabelecia fronteiras entre as formas primárias e secundárias de comunicação, isolando comunidades, separando classes sociais e distanciando povos e culturas. Pouco a pouco as conversações familiares foram sendo contaminadas pelo conteúdo dos meios de comunicação de massa. Na sequência, o fenômeno comunicacional massificou-se, sem que os analistas sociais se dessem conta da mudança acelerada que afetou profundamente as relações culturais na sociedade pós-moderna. Esse torvelinho produziu uma cultura massiva e gerou uma espécie de folclore midiático. Como já expliquei, no âmbito acadêmico quem ampliou significativamente o papel da comunicação no domínio do folclore foi McLuhan, no livro *The Mechanical Bride* (Boston, 1951). Para o autor o “segredo” da indústria cultural norte-americana e de seu êxito nacional reside na apropriação das “tradições populares” que forjaram o “homem industrial”, mesclando o “arsenal simbólico das

comunidades edificadas pelos antigos colonizadores ingleses” ao “legado cultural introduzido pelos contingentes de imigrantes” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 45).

Enquanto isso, o entendimento histórico do folclore, na sociedade brasileira, elide a questão da comunicabilidade dessa cultura tradicional, anônima e permanente, reduzindo-a à “oralidade”, como o fizeram os pioneiros Silvio Romero (1851-1914) ou José Veríssimo (1857-1916), ou então, a convertem em variável exógena, como consta da *Carta do Folclore Brasileiro* (1951), onde figura como componente do item “difusão”, desempenhando função mecanicamente reprodutiva (TAVARES DE LIMA, 1972, p. 14).

Trilhando aquele caminho aberto por Marshall McLuhan, mas estribando-se na literatura nacionalista, Luiz Beltrão introduz novas perspectivas à compreensão das manifestações da cultura popular, identificando potencialidades comunicacionais em objetos folclóricos, como o “ex-voto”, e mais adiante reconhecendo a interação entre mídia e folclore, atribuindo a este último a função decodificadora de sentidos que as mensagens midiáticas ocultam ou tornam nebulosas. Desta maneira, coube ao pioneiro do nosso campo comunicacional instaurar um debate curioso entre folcloristas e comunicadores que permanece inconcluso quase cinco décadas depois da publicação do livro *Comunicação e Folclore* (SP: Melhoramentos, 1971). Argumentando que os agentes do folclore atuam como intermediários, nos processos de comunicação social, entre os grupos marginalizados da sociedade contemporânea e as lideranças comunitárias, Beltrão evidencia como decodificar em linguagem popular conteúdos incompreensíveis por cidadãos iletrados ou ignorantes que habitam as periferias metropolitanas ou as vilas situadas nas adjacências das zonas agroindustriais.

Luiz Beltrão introduz a questão da coexistência entre os meios de comunicação de massa e os canais de difusão da cultura popular, de natureza interpessoal ou grupal. Sua hipótese sinaliza em direção à complementaridade entre eles, esboçando a teoria da Folkcomunicação para analisar os atos folclóricos que reinterpretem mensagens de interesse popular difundidos pela mídia massiva. Desde sua constituição como campo de estudos, no século XIX, o folclore vinha sendo caracterizado como fenômeno social cuja dinâmica repousa no fator comunicação, entre outros fatores estruturais. Entretanto, a compreensão dominante concebia a oralidade como seu requisito exclusivo. O passo adiante, ousado pela nova geração de estudiosos da área, abriu perspectivas para revisar o conceito de folclore,

admitindo, no final do século XX, o modelo que inclui tanto os elementos da tradição oral, ancorados na ancestralidade, configurando a *folk society*, como aqueles laicos, enraizados na *modern society*, eventualmente dependentes das fontes escritas ou impressas (ORING, 1986).

As Redes Investigativas

Os estudos de Folkcomunicação ganham impacto e passam a ser compartilhados com mais interesse a partir de 1998, quando se estrutura a Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação – Rede FOLKCOM, congregando os jovens pesquisadores da área. Além de se engajar plenamente nas Conferências Brasileiras de Folkcomunicação e de pesquisar os novos fenômenos emergentes do campo, a nova geração deu alento às teses de Luiz Beltrão. Renovou-as, sem cair na tentação de torná-las preceitos canônicos.

Surgindo em São Bernardo do Campo (SP) a Rede FOLKCOM optou pela mobilidade espacial, localizando-se periodicamente em distintos quadrantes da geografia nacional. Estabeleceu-se primeiro em Belo Horizonte (MG), migrou depois para Bertioga (SP), foi para as margens do Capibaribe, na cidade do Recife e agora está no Centro Cultural Marques de Melo do INTERCOM, em São Paulo. Em cada um desses espaços, a associação encontrou terreno fértil. Sua produtividade pode ser mensurada através da série de publicações editadas, nesses e em outros locais.

As ideias de Luiz Beltrão estão sendo resgatadas, atualizadas e aprofundadas no Brasil pela Rede FOLKCOM, constituída com o apoio da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Trata-se de um coletivo de pesquisadores das interfaces entre comunicação massiva e cultura popular que vem se reunindo anualmente nas Conferências Brasileiras de Folkcomunicação. A primeira foi realizada em 1998 no *campus* da Universidade Metodista de São Paulo, na cidade industrial de São Bernardo do Campo. É ali que está sediada a Cátedra UNESCO de Comunicação do Brasil, um dos elos da entidade mundial, denominada ORBICOM - Rede das Cátedras UNESCO de Comunicação. Desde a sua criação, em 1946, em Paris, a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) vem se empenhando na preservação do patrimônio cultural da humanidade. Esse trabalho não se restringe a tomar cidades históricas. Ele busca também valorizar as manifestações culturais dos grupos étnicos, comunidades locais ou das nacionalidades. Fiel a essa plataforma, a Cátedra UNESCO de Comunicação do Brasil escolheu como diretriz de

trabalho o fortalecimento da Comunicação Regional. E uma das suas dimensões evidentes, no território nacional, é a sobrevivência de um conjunto de meios de expressão popular, que coexistem interativamente com a mídia massiva.

As pesquisas desenvolvidas pelos discípulos de Luiz Beltrão atestam a pujança dos processos Folkcomunicacionais na base da nossa sociedade, tendo em vista a persistência daqueles contingentes “marginalizados” da sociedade de consumo que ainda demandam a decodificação “popular” dos conteúdos elitistas veiculados pela mídia convencional (BENJAMIN, 2000). Evidencia-se, contudo, a emergência de uma corrente em sentido oposto, qual seja a incidência de temas populares na mídia massiva, refletindo a sensibilidade dos seus editores para corresponder às expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor, principalmente na imprensa diária. Tais processos folkmediáticos (MARQUES DE MELO, 2004) começam a ser desvendados pela nova geração que integra a Rede FOLKCOM. A confirmar-se essa tendência, estaríamos reproduzindo, meio século depois, aquele fenômeno que McLuhan identificara na América do Norte (Estados Unidos e Canadá), dando-lhe o rótulo de “folclore do homem industrial”.

O desafio vem sendo enfrentado pelos pesquisadores da Rede FOLKCOM que percorrem terrenos íngremes e ultrapassam curvas sinuosas, cobrindo universos que oscilam entre o abrangente *Folkcomunicação e cultura brasileira* (1999) e o específico *comunicação dos migrantes* (2007). Entre décadas de pesquisas e reflexões, ainda há muito para se questionar acerca dos impasses teóricos e dos desafios metodológicos, remanescentes ou adventícios. Motivados a resgatar criticamente as raízes da disciplina e a mapear suas fronteiras, bem como inventariar os sujeitos, objetos e cenários que margeiam o espaço Folkcomunicacional, nos dias presentes, os participantes da Rede FOLKCOM mobilizam sinergias em todo o território nacional.

Um bom exemplo desse mutirão cognitivo resultou no livro *Território da Folkcomunicação* (Natal: UFRN, 2011) que a professora doutora Maria Érica de Oliveira Lima (na época vice presidente da Rede FOLKCOM) organizou com a participação de colegas e alunos da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Ali se encontram os relatos de veteranos estudiosos do campo, a exemplo de Osvaldo Trigueiro e Cristina Schmidt, as observações feitas pela vanguarda atual, como Maria Cristina Gobbi, Betânia Maciel ou Marcelo Pires, mas sobretudo as contribuições da nova geração de pesquisadores fascinados

pela riqueza de objetos e variedade de contextos entreabertos por Luiz Beltrão. Alguns iniciantes partilham com os seus orientadores a análise e a interpretação dos dados coletados no campo ou as evidências denotadas nas revisões de literatura. Outros antecipam seus próprios olhares sobre os objetos focalizados, ousando sugerir generalizações descritivas e até mesmo conclusões indicativas.

Vale destacar o primeiro encontro dos estudiosos latino-americanos da Folkcomunicação no IV Congresso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), promovido na cidade do Recife, ocasião em que foi criado o grupo de pesquisas *Comunicación Intercultural y Folkcomunicación/Comunicação Intercultural e Folkcomunicação* sob a coordenação de um dos seus discípulos mais atuantes, o professor Dr. Roberto Emerson da Câmara Benjamin. Na ocasião foi lançada uma obra coletiva sobre a vida e a obra do mestre pernambucano *Itinerário de Luiz Beltrão* (Recife: AIP/UNICAP, 1998). As fontes de referência para esse trabalho de registro documental são os ensaios de autoria do professor Dr. Paulo Rogério Tarsitano *Luiz Beltrão: vida e obra* (originalmente apresentado à 48ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, PUC-SP, 1996, depois publicado na revista *Comunicação & Sociedade*, n. 25, POSCOM/UMESP, 1996, p. 165-182) e do professor Dr. Roberto Benjamin *Folkcomunicação: contribuição brasileira à escola latino-americana de comunicação* (originalmente apresentado à 21ª Conferência Científica da *International Association for Mass Communication Research IAMCR*, University of Strathclyde, Glasgow, Escócia, 1998, depois publicado no *Anuário UNESCO/UMESP de Comunicação Regional*, São Bernardo do Campo, 1998, p. 133-138).

Os eventos acadêmicos em torno da temática folkcomunicacional permitem aos pesquisadores e iniciantes alternar ou mesclar estudos metodológicos em torno de temas holísticos, históricos, conceituais, segmentados, geomorfológicos e/ou sócio autorais.

Século XXI: A cultura popular e a pesquisa de Folkcomunicação

Há quase duas décadas, as Conferências Brasileiras de Folkcomunicação vem debatendo a dinâmica da cultura popular na era das comunicações globais. Ou melhor, numa sociedade cujo símbolo deixa de ser a chaminé das indústrias para adotar as antenas parabólicas, que nos permitem enviar/receber mensagens do mundo inteiro. A Folkcomunicação oferece embasamento para o estudo desses fenômenos culturais. Os

praticantes folkcomunicacionais acadêmicos não se restringem aos comunicólogos, mas inclui também pesquisadores das áreas de Letras, Artes e Ciências Sociais. É nas conferências Folkcom que os pesquisadores se encontram para debater os novos conhecimentos produzidos, revelando à comunidade universitária as singularidades dessa rede midiática constituída por micro meios cujas raízes estão no período colonial, mas cujas antenas sintonizam a riqueza simbólica da sociedade telemática. Passado e futuro se interconectam num corpo complexo de palavras, sons e imagens, demonstrando que tradição e modernidade são duas faces de uma sociedade que progride sem perder sua identidade.

Desafio de criar e testar metodologias

Dessa forma, ao celebrar o centenário de nascimento de Luiz Beltrão é importante buscar evidências da maturidade desta disciplina acadêmica, a Folkcomunicação. A Rede FOLKCOM já exhibe um aluvião de registros sobre as incursões teóricas ou empíricas feitas pelos seus participantes. A produtividade transparece também nas publicações assinadas pelos próprios integrantes da Rede FOLKCOM que conta também um vídeo didático “Ver e entender Folkcomunicação” (KOZLAKOWSKI e ARONCHI, 2006) lançado em todo o país pelo Centro Universitário UNINOVE (São Paulo), com importantes depoimentos de Antonio Hohlfeldt, Cristina Schmidt, José Marques de Melo, Osvaldo Trigueiro, Roberto Benjamin e Sebastião Breguez sobre a natureza dos fenômenos Folkcomunicacionais.

O esforço rejuvenescedor e a ousadia revitalizadora da Rede FOLKCOM foram reconhecidos pelo Júri de 2011 do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, mantido pela Intercom em parceria com o Programa Globo Universidade. Ao receber, das mãos do presidente da INTERCOM, Antonio Hohlfeldt, o troféu de “Grupo Inovador”, o professor e pesquisador folkcomunicacional Marcelo Pires de Oliveira (Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus/BA), presidente da Rede FOLKCOM naquele ano, destacou o mérito dos seus antecessores na liderança da nova geração.

Acompanhei com orgulho a publicação de algumas obras importantes para o acervo folkcomunicacional como a coletânea *Mídia e Folclore*, em 2001 pelas Faculdades Maringá do Paraná. Também destaco o dossiê *Folkcomunicação*, encartado na edição 33 da revista *Comunicação Social* (2000), publicada pela Editora da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Trata-se da mesma editora que lançou o livro de *Luiz Beltrão – Folkcomunicação*:

Teoria e Metodologia (2004), reunindo os capítulos essenciais da sua obra teórica e monografias inéditas, esparsamente publicadas nos anos que precederam sua morte. Desta maneira, os novos estudiosos da área tiveram a oportunidade de ler e refletir sobre textos básicos da Folkcomunicação para estruturação teórico/metodológica dos projetos de pesquisa. Registro duas coletâneas coordenadas por lideranças da área:

- Sebastião Breguez (2004) lançou *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada* publicada pelo Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).
- Cristina Schmidt (2006) organizou o livro *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos* (SP: Ductor, 2006), reunindo estudos críticos da vanguarda aglutinada pela Rede FOLKCOM.

A atualização completa das obras sobre Folkcomunicação até 2018 foi realizada pela professora e pesquisadora Cristina Schmidt (UMC) e está no artigo *O centenário de Luiz Beltrão e o acervo da Folkcomunicação* que integra esse dossiê especial sobre o *Centenário de Luiz Beltrão* editado pela Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF), revista esta que fomenta com brilhantismo esse caudal cognitivo. A dinamização dos estudos brasileiros de Folkcomunicação evidencia-se não apenas pelo volume crescente das pesquisas realizadas em território nacional, mas sobretudo pelos artigos que são publicados na Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF). Esse periódico digital, vocacionado para a reflexão crítica sobre as tendências da disciplina, é grande fomentador do intercâmbio com os pesquisadores forâneos, localizados principalmente na América Latina. Editada originalmente por Antonio Teixeira Barros (BSB: IESB) e continuada por Sérgio Gadini e Karina Janz Woitowicz (Ponta Grossa/PR: UEPG), franqueou espaços para que os jovens pesquisadores da área difundissem o novo conhecimento Folkcomunicacional. O grupo de Ponta Grossa, liderado por Sérgio Gadini e Karina Woitowicz, lançou e produziu uma obra referencial para os estudiosos da Comunicação *Noções básicas de Folkcomunicação. Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões* (GADINI e WOITOWICZ, 2007). Através de verbetes escritos por especialistas situados em distintas latitudes e cultivando diferentes visões de mundo, a obra representa uma contribuição valiosa à difusão e renovação do pensamento Folkcomunicacional. O volume não esgota o repertório da Folkcomunicação. Ao contrário,

elege alguns termos e expressões de domínio generalizado. Desta maneira, deixa o terreno pavimentado para estimular projetos semelhantes, mais amplos e profundos. Recolhendo, registrando e explicando a linguagem através da qual a Folkcomunicação se faz entender, seus praticantes estão contribuindo para a maturidade, a legitimação e o reconhecimento público dessa disciplina acadêmica, a Folkcomunicação. Trata-se, em verdade, de uma atitude coerente e consistente, no sentido de alargar as fronteiras disciplinares, em busca de novos objetos, mas com a intenção de criar e testar metodologias apropriadas.

O maior desafio da nossa comunidade acadêmica é desenvolver investigações estruturadas e fundamentadas que permitam testar metodologias apropriadas e publicar esses estudos. Não podemos esquecer a lição anotada por Luiz Beltrão em 1982, quando participava do ciclo de estudos organizado pela INTERCOM para debater as “tendências e as perspectivas” da pesquisa em comunicação no Brasil.

[...] A pesquisa em Folkcomunicação é, sempre, *a pesquisa do que é dito numa metalinguagem* (oral, gráfica, musical, icônica ou cinética), na qual as maneiras de expressar-se, como os tropos (metáforas e metonímias), os recursos de construção (elipses, pleonasmos, reticências, sínquises e anáforas) e as figuras de pensamento (à semelhança dos paradoxos, antíteses, eufemismos, preterições, alusões e antífrases da comunicação verbal) devem ser rigorosamente examinadas como partes importantes na decodificação do discurso como um todo (BELTRÃO *apud* MARQUES DE MELO, 1984, p. 75).

O fundador da disciplina alerta para o perigo de mimetização dos estudos folclóricos na pesquisa Folkcomunicacional:

O encanto do folclore, o seu pitoresco, a sua cor, tudo quanto de curioso, desafiador e até esotérico que contém suas formas leva o pesquisador muitas vezes a cingir-se ao significado manifesto, estratificado da mensagem, à aceitação pura e simples do caráter tradicional de que se reveste. Escapa-lhe, desse modo, a possibilidade de interpretá-lo, de penetrar o sentido latente da manifestação folclórica, decodificando com mais rigor a mensagem... (BELTRÃO *apud* MARQUES DE MELO, 1984, p. 73).

Beltrão conclui, desafiando os jovens pesquisadores a conceber métodos apropriados para desvendar a natureza desses fenômenos, com o firme propósito de produzir conhecimento capaz de contribuir para superar a condição de “marginalizados” em que se encontram os agentes Folkcomunicacionais.

Trata-se, a meu ver, de uma tarefa que estamos, professores, pesquisadores e profissionais da comunicação, perfeitamente conscientes e em concordância com o momento histórico que vivemos: o de aprender e difundir o pensamento e as aspirações das parcelas marginalizadas, sem acesso aos poderosos meios de comunicação a serviço das elites privilegiadas. O discurso dessas camadas não deve continuar a ser considerado como fato curioso e colorido, como expressão do seu conformismo e de sua vida cultural vegetativa. Penso que devemos procurar nele as raízes da sua participação necessária em um programa desenvolvimentista que a todos beneficie e não de um processo que lhes é imposto de cima... (BELTRÃO *apud* MARQUES DE MELO, 1984, p. 73).

Ao falecer, em Brasília, em 1986, Luiz Beltrão deixou um legado intelectual fértil, instigante e provocativo. Vale a pena resgatar as palavras que escolheu para dialogar com os leitores da sua tese de doutorado, mesmo incompleta:

Entregando ao leitor este estudo, o Autor reserva apenas, para si, a convicção de que tentou abrir uma picada para a estrada larga que outros mais autorizados e mais seguros irão percorrer no sentido de investigar os agentes e os canais de Folkcomunicação e, assim, penetrar no âmago das diretrizes reais que conduzem a ação política do homem brasileiro em sua complexa integridade (BELTRÃO, 1971, *contracapa*).

Neste novo milênio descobrimos que a Folkcomunicação concebida como disciplina científica por Luiz Beltrão deixou de ser uma mera "picada" para se converter na estrada larga por ele preconizada. Quem o atesta é seu principal discípulo e sucessor, Roberto Benjamin, que inventariou com excelência os avanços dessas investigações em todo o território nacional.

A Folkcomunicação, ensinada e pesquisada na universidade brasileira, tem dado como resultado a publicação de estudos resultantes de trabalhos de campo. [...] Seus continuadores procuram expandir a conceituação e estabelecer a relação entre as manifestações de cultura popular e a comunicação de massa, incluindo em seus estudos a mediação realizada pelas manifestações populares na recepção de comunicação de massa, a apropriação da tradição popular pelos *mass media* e a apropriação pela cultura popular de aspectos da cultura de massa (BENJAMIN, 1998, p. 136).

Além do professor Roberto Benjamin que produziu o primeiro estudo monográfico sobre a mediação dos canais populares no processo de comunicação de massa com o título *Os folhetos populares e os meios de comunicação social* (Symposium: Quarterly Journal, 1969), bem como refletiu profundamente sobre o maracatu, aproveito para ilustrar com outros bons

exemplos de documentação e análise de canais populares e suas mensagens por outros discípulos de Beltrão:

- as teses de Joseph Luyten sobre literatura de cordel;
- a pesquisa feita por Edval Marinho de Araújo sobre o folguedo cavalo-marinho;
- a pesquisa sobre almanaques de Rute Almeida;
- o estudo sobre os efeitos da comunicação de massa sobre um canal popular de Luís Custódio com o título “A influência do rádio na dinâmica cultural das cantorias na Paraíba”;
- a dissertação de Osvaldo Meira Trigueiro intitulada “A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba” que estuda a audiência da televisão em grupos de cultura *folk* interligados a este *mass medium*;
- o estudo comparativo sobre a temática do Natal, que elaborei analisando o impacto da globalização e a permanência das tradições populares nas mensagens veiculadas pelos jornais brasileiros.

As novas correntes de estudiosos da Folkcomunicação percorrem fluxo inverso àquele originalmente concebido por Luiz Beltrão. O fundador da disciplina privilegiou os autênticos processos Folkcomunicacionais, bem como a folkmídia enquanto recodificadora das mensagens previamente veiculadas pelos *mass media*. Seus jovens discípulos procuram desvendar de que maneira a Folkcomunicação atua como retroalimentadora das indústrias culturais, seja pautando matérias jornalísticas, gerando produtos ficcionais, embasando campanhas publicitárias e de RP ou invadindo os espaços de entretenimento. Enquanto disciplina acadêmica, a Folkcomunicação vivenciou dois momentos cruciais: a criação do objeto, em consonância com a ideia esboçada por Luiz Beltrão e a configuração do campo pela prática dos pesquisadores que endossaram sua proposta inovadora. Como pesquisadores comunicacionais estamos avançando, mas ainda é pouco, precisamos estimular as futuras gerações.

Elas seguramente vão construir o edifício de um campo do conhecimento que tenha identidade brasileira, sem perder sua vocação universal e sem renunciar ao compromisso local, convertendo cada cidadão em depositário das utopias que embalaram as gerações precedentes. (MARQUES DE MELO, 2014, p.11).

A nova geração que institucionaliza a disciplina defronta-se com a missão de atualizar o legado do fundador para dar continuidade ao seu projeto multifacetado, de acordo com a natureza da sociedade que marca a fisionomia do século XXI. A circulação de obras de referência e os encontros nacionais e internacionais da comunidade folkcomunicação faz com que os pesquisadores adquiram a maturidade acadêmica necessária para vislumbrar os caminhos a percorrer nesta conjuntura marcada pela complexidade. “Viva o centenário de Beltrão, vida longa à teoria da Folkcomunicação”.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Renato de. **Manual de coleta folclórica**. Rio de Janeiro: Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro, 1965.

BARBOSA, Sérgio; BORGES, Ieda. **Teoria e Prática de Jornalismo**. Adamantina: Omnia, Faculdades Adamantinenses Integradas (FAI), 2006.

BARRETO, Luís Antonio. **Folclore, invenção e comunicação**. SP: Socortecci, 2005.

BAUSINGER, Hermann. *Volkskultur in der technischen Welt*. Stuttgart: W. Kohlhammer Gumh, 1961. Tradução norte-americana: **Folk Culture in a world of technology**, Indiana University Press, 1990.

BELTRÃO, Luiz. O ex-voto como veículo jornalístico. In: **Comunicações & Problemas**, v.1, nº 1, 1965. (p. 9-15)

_____. **Os senhores do mundo**. Recife, 1950.

_____. **Quilômetro Zero**. Recife, 1958.

_____. **A serpente no atalho**. Brasília, 1974.

_____. **A greve dos desempregados**. SP, 1984.

_____. **Contos de Olanda**. Recife, 1989.

_____. **Memórias de Olinda**. Recife: FIAM, 1996.

_____. **Itinerário da China**. Pernambuco: Imprensa Oficial do Estado de Pernambuco, 1959.

_____. **Iniciação à Filosofia do jornalismo**. RJ: Agir, 1960.

_____. **Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo**. Quito: CIESPAL, 1963.

- _____. **Técnica de Jornal**. Recife: ICINFORM, 1964.
- _____. **A Imprensa Informativa**. SP: Folco Masucci, 1969.
- _____. **Comunicação e Folclore**. SP: Melhoramentos, 1971.
- _____. **Jornalismo Interpretativo: Filosofia e Técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- _____. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- _____. **Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados**. SP: Cortez, 1980.
- _____. A folkcomunicação não é uma comunicação classista. Entrevista. In: **Revista Brasileira de Comunicação**. SP: Intercom, Ano X, n. 57, SP, 1987. (p. 13-14)
- _____. **Memória de Olinda**. Recife: FIAM/ Olinda, Prefeitura Municipal, 1996.
- _____. **Sociedade de massa: comunicação & literatura**. Petrópolis: Vozes, 1972.
- _____. **Fundamentos Científicos da Comunicação**. Brasília: Thesaurus, 1973.
- _____. **Teoria Geral da Comunicação**. Brasília: Thesaurus, 1977.
- _____. **Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus, 1986. (escrito com a colaboração de Newton de Oliveira Quirino)
- _____. **O índio, um mito brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1977.
- _____. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.
- BENJAMIN, Roberto E. Câmara. **Itinerário de Luiz Beltrão**. Recife: AIP/UNICAP, 1998.
- _____. Folkcomunicação: contribuição brasileira à escola latino-americana de comunicação. In: **Anuário UNESCO/UMESP**, 1998. (p. 133-138).
- _____. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.
- BREGUEZ, Sebastião. (org.) **Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada**. São Paulo: Intercom, 2004.
- CÂMARA CASCUDO, Luís da. **Tradições populares da pecuária nordestina**. Rio de Janeiro: Ministério da Agricultura, 1955.
- _____. **Rede de dormir**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, 1959.

_____. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. RJ: INL, 1962.

_____. Carta a Luiz Beltrão sobre o “ex-voto”. In: **Comunicações & Problemas**. Recife: Icinform, v. 1, nº 2, 1965.

_____. **Folclore do Brasil**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1967.

_____. **Ensaio de etnografia brasileira**. Rio de Janeiro: INL, 1971.

_____. **Seleta**. Rio de Janeiro: MEC/J. Olympio, 1972.

_____. **Antologia da alimentação no Brasil**. Rio de Janeiro: LTC, 1977.

CARNEIRO, Edison. **A Sabedoria Popular**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, Instituto Nacional do Livro, 1957.

_____. **A Dinâmica do Folclore**. RJ: Civilização Brasileira, 1965.

COCHRANE, Allan. Global worlds and worlds of difference. In: ANDERSON, B.; COCHRANE, A. (eds.) **A Global World?**, New York: Oxford University Press, 1995. (p. 249-280).

CUNHA, Newton. **Dicionário SESC**. A linguagem da cultura. São Paulo: SESC-SP, 2003.

DIÉGUES JÚNIOR, Manuel. **Regiões Culturais do Brasil**. RJ: CBPE-INEP-MEC, 1960.

DOWNING, John. **Radical Media**. London: South End Press, 1984. Trad. **Mídia Radical**. SP: SENAC, 2004.

DUARTE, Jorge. Luiz Beltrão, um autodidata abrindo picadas no campo da Comunicação. In: MARQUES DE MELO, José; DUARTE, Jorge (orgs.). **Memória das Ciências da Comunicação no Brasil: Os Grupos do Centro Oeste**. Brasília: UniCeub, 2001. (p. 127-155)

ECO, Umberto. Roma: **L'Espresso de Milão**, 30 out. 1966.

ERBOLATO, Mário. **Dicionário de Propaganda e Jornalismo**. Campinas: Papirus, 1985.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da Língua Portuguesa**. RJ: Nova Fronteira, 1999.

FGV. **Retrato das Religiões no Brasil**. SP: Centro de Políticas Sociais, Instituto Brasileiro de Economia, Fundação Getúlio Vargas, 2000. Disponível em: <http://www.fgv.br/cps> Acessado em: 10 ago 2018.

FREYRE, Gilberto. **Alhos e Bugalhos**. SP: Nova Fronteira, 1978.

_____. **Casa-grande & senzala**. RJ: Maia e Schmidt Ltda., 1933.

_____. **Sobrados e mucambos**: introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil. RJ: J. Olympio, 1961.

_____. (1959a). **Ordem e Progresso**: Processo de Desintegração das Sociedades Patriarcal e Semipatriarcal no Brasil Sob o Regime de Trabalho Livre. RJ: J. Olympio, 1959.

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

GALVÃO, Lucia Noya. Diário de Pernambuco presta homenagem a Luiz Beltrão. In: **Intercom Notícias**, nº 41, SP: Intercom, 2006.

GOBBI, Maria Cristina. Bibliografia de Folkcomunicação. In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. SBC: Ed.UMESP, 2004. (p. 143-160)

GONZÁLEZ, Jorge. Sociologia de las culturas subalternas. México: Mexicali/UABC, 1990.

HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs.). **A invenção das tradições**. RJ: Paz e Terra, 1984.

HOHLFELDT, 2003. Luiz Beltrão: do jornalismo à literatura. In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 26, nº 1, SP: Intercom, 2003. (p. 69-78)

KATZ, Elihu; LAZARFELD, Paul F. **Personal influence: the part played by people in the flow of mass communication**. Glencoe, IL: Free Press, 1955.

KOZLAKOWSKI, Allan; ARONCHI, José Carlos. **Folkcomunicação**. Vídeo documentário. Série sobre Folkcomunicação. SP: Uninove, 2006.

LAROUSSE. **Brasil A/Z**. São Paulo: Editora Universo, 1988.

LEAL, César. Luiz Beltrão, teórico do jornalismo. In: BENJAMIN, Roberto. **Itinerário de Luiz Beltrão**. Recife: AIP/UNICAP, 1998.

LUYTEN, Joseph. Folkcomunicação. In: QUEIROZ E SILVA, Roberto P. de (coord.). **Temas básicos em comunicação**. SP: Paulinas/Intercom, 1983.

MARQUES DE MELO, José. Nos tempos da gloriosa. In: **Revista Brasileira de Comunicação**. SP: Intercom, v. 20, nº 2, 1997. (p. 13-28).

_____. **Folkcomunicação**. SP: Com-Arte/ ECA-USP, 1971.

_____. **Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1978.

_____. Folkcomunicação, a comunicação do povo. In: **Telemania, anestésico social**. SP: Loyola, 1981. (p. 79-84)

_____. (org.) **Pesquisa em Comunicação no Brasil**. São Paulo: Cortez/Intercom, 1984.

_____. As ideias de um pioneiro da Escola Latino-Americana. In: **Revista Comunicação & Sociedade**, v. 22, nº 34. SBC: UMESP, 2000. (p.219-225)

_____. Folkcomunicación, aporte brasileño a la Teoría de la Comunicación. In: **Punto Cero**, v. 9, nº 8, Cochabamba, 2004.

_____. **Regionalização midiática**. Taubaté: UNITAU, 2006a.

_____. **Mídia e Cultura Popular: História, Taxonomia e Metodologia da Folkcomunicação**. SP: Paulus, 2008.

_____. (org.). **Território da Folkcomunicação**. Natal: UFRN, 2011.

_____. **Teoria e metodologia da comunicação: Tendências do século XXI**. SP: Paulus, 2014.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (orgs.) **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano: o protagonismo das instituições pioneiras (Ciespal, Icinform, Ininco)**. SBC: UMESP, 2000.

MARQUES DE MELO, José. (org.) **Mídia e Folclore – o estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão**. (Antologia). Maringá: Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, M.Cristina; DOURADO, Jaqueline L. (orgs.) **Folkcom do ex-voto a indústria dos milagres: a comunicação dos pagadores de promessas**. Teresina: Halley, 2006b. 685p.

MAYNARD ARAÚJO, Alceu. Apresentação. In: BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. SP: Melhoramentos, 1971.

_____. **Folclore Nacional**. Porto Alegre: Melhoramentos, v.3, 1964.

_____. **Cultura Popular Brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

MCLUHAN, Marshall. **The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man**. New York: Vanguard Press, 1951.

ORING, Elliott. (org.) **Folk Groups and Folklore Genres**. Logan Utah: Utah State University Press, 1986.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. SP: Brasiliense, 1988.

_____. **Cultura Popular: românticos e folcloristas**. SP: Olho d'Água, 1992.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. Funções sociais do folclore. In: **Revista de Cultura Vozes**, v. 63, nº 10. Petrópolis: Vozes, 1969. (p. 893-902)

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. SP: Ática, 1987.

SALLES, Vicente. Questionamento teórico do folclore. In: **Revista de Cultura Vozes**, v. 63, nº 10. Petrópolis: Vozes, 1969. (p. 878-888)

SAYA, Luiz. **Escultura Popular Brasileira**. SP: Gazeta, 1944.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. SP: Ductor, 2006.

SEGISMUNDO, Fernando. In: **Comunicações & Problemas**. Recife: Icinform, v.1, nº2, 1965.

SOUTO MAIOR, Mário. **Dicionário de Folcloristas Brasileiros**. Recife: 20-20 Comunicação e Editora, 1999.

TARSITANO, Paulo Rogério. Luiz Beltrão: vida e obra. In: **Comunicação & Sociedade**, nº 25. São Bernardo do Campo: UMESP, 1996. (p. 165-182)

TAVARES DE LIMA, Rossini. **ABC do Folclore**. São Paulo: Ricordi, 1972.

_____. **A ciência do folclore**. SP: Martins Fontes, 2003.

VILHENA, Luís Rodolfo. **Projeto e Missão: o movimento folclórico brasileiro: 1947-1964**. RJ: Funarte, 1997.

ZUMWALT, Rosemary Levy. **American Folklore Scholarship: A Dialogue of Dissent**. Indiana: Indiana University Press, 1988.

Submetido em: 02/11/2018

Aceito em: 10/11/2018

O legado de Luiz Beltrão sob a ótica de José Marques de Melo¹

Antonio Hohlfeldt²

RESUMO

O artigo faz uma síntese das relações acadêmicas que o autor deste texto teve com o pesquisador estudado, destacando-se a contribuição de Beltrão à pesquisa em comunicação social no Brasil e o papel, estratégico desempenhado por José Marques de Melo na valorização, reconhecimento e difusão da Folkcomunicação na academia brasileira.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Luiz Beltrão; José Marques de Melo; INTERCOM.

The legacy of Luiz Beltrão from the perspective of José Marques de Melo

ABSTRACT

This paper has the focus about the relationship between the autor of this study with Beltrão and his work. The paper detach the role of Luiz Beltrão works and the strategic influence of José Marques de Melo to spread the Folkcommunication theory.

KEY-WORDS

Folkcomunicação; Luiz Beltrão; José Marques de Melo; INTERCOM.

Introdução

¹ Intervenção realizada na mesa “Jornada beltraniana 2018” (Rede Folkcom)” do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade da Região de Joinville, Joinville, 3 de setembro de 2018. O texto originalmente apresentado foi revisto e ampliado. Utilizei, igualmente, parte da intervenção que fiz no GP Folkcomunicação, mídia e interculturalidade, no dia 6 de setembro.

² Professor Doutor, atuante no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS, onde leciona “Teorias da comunicação” e “Comunicação e opinião pública”. Trabalha, também, no Programa de Pós Graduação em Literatura – Escrita Criativa, da mesma universidade. É autor, dentre outros, do livro **Teorias da comunicação** (Vozes, 2001, já em 15ª, com duas reimpressões). Pesquisador em Produtividade do CNPq, atual Presidente da Fundação Theatro São Pedro, de Porto Alegre.

Eu conheci Luiz Beltrão por um acaso, há muitos anos, trabalhando como jornalista cultural no Correio do Povo, de Porto Alegre. Ele havia sido caçado da UNB, mas contraditoriamente trabalhava como assessor de comunicação da FUNAI... Coisas da ditadura. Ele acabava de lançar um livro pela Editora Vozes, de Petrópolis, chamado **O índio, um mito brasileiro**. Nele, Beltrão trazia a percepção recém constituída sobre o índio brasileiro e a maneira pela qual, ao mesmo tempo em que ele estava incluído no discurso oficial, era menosprezado e marginalizado. Fiz uma entrevista com ele, que publiquei no jornal, e nada mais aconteceu.

Muitos anos depois, concluindo meu Mestrado e iniciando o Doutorado, aproximei-me da INTERCOM. Já conhecia José Marques de Melo por causa de outra entidade, a pioneira, que aproximara pesquisadores brasileiros da comunicação, diante dos constantes assaltos da ditadura, a UCBC – União Cristã Brasileira de Comunicação, de que participava. José Marques, sabendo que eu concluía meus estudos formais, imediatamente começou a me encomendar pesquisas e artigos. Como todos sabemos, esta era a melhor maneira dele de receber alguém e abrir-lhe espaço. Aproximou-me, então, da Cátedra UNESCO e do Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-americana. Logo depois, pediu-me que escrevesse a respeito de personagens da política brasileira sob a perspectiva da Folkcomunicação, o que redundou no artigo “A imagem da política na folkcomunicação” (2004). A partir daí, a cada ano, encarregava-me de abordar algum aspecto que pudesse render alguma reflexão na área. Foi assim que escrevi ensaios como “50 anos de um clássico do jornalismo brasileiro”, quando do congresso da INTERCOM ocorrido em Caxias do Sul, quando se comemorava meio século da publicação de **Introdução à filosofia do jornalismo**. Mais recentemente, e como consequência de minha convivência com sua teoria, escrevi um ensaio intitulado “Uma teoria da comunicação para sociedades com grandes diferenças sociais” (2012), posteriormente publicado em livro. Guilherme Fernandes, há poucos anos, teve a idéia fantástica idéia de organizar uma espécie de enciclopédia ou compêndio com alguns artigos referenciais sobre a Folkcomunicação (**Metamorfose da Folkcomunicação**, 2013) que servissem de balizamento para a área, e aí estão incluídos, dentre outros textos maravilhosos, artigos meus como “Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século” (publicado originalmente em 2001). Também escrevi “Novas tendências nas pesquisas de Folkcomunicação” (2003) e, por

desafio de José Marques, fui conhecer a literatura de ficção de Luis Beltrão, o que resultou no artigo “Luiz Beltrão: do Jornalismo à literatura” (2003)³.

Por que me alongo nestas referências? Porque, a partir de minha própria experiência, que deve ser a de muitos de vocês, posso testemunhar a ação extremamente produtiva e positiva de José Marques de Melo no sentido da revisitação, revalorização e renovação constante da herança acadêmica deixada por Luiz Beltrão.

Para que se entenda bem o significado desta ação propositiva de José Marques de Melo, há que se lembrar um pouco o processo de criação e de desenvolvimento da obra de Luiz Beltrão. Ele foi o idealizador do primeiro curso de Jornalismo em nosso país, na Universidade Católica de Pernambuco. Criou o primeiro centro de pesquisas em comunicação do país (o ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação) e uma primeira publicação especializada (Comunicação & Problemas, 1965) que há pouco anos a INTERCOM tratou de reeditar, na forma fac-similada e mediante transcrição de textos. Mudando-se para Brasília, assumiu o curso de Comunicação Social da UNB, substituindo Pompeu de Souza, quando, logo depois do golpe, aquela universidade sofreu uma intervenção direta dos militares. Trabalhando ali, resolveu dar exemplo quanto à importância da formação acadêmica dos professores e desenvolveu seu Doutorado, que resultou na tese **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias** (1965), publicada parcialmente pela Melhoramentos, que censurou a obra, sobretudo na parte teórica, com medo das autoridades, já que Beltrão utilizava, dentre outros autores, a obra de um folclorista (Edison Carneiro) considerado comunista na época. O teor completo da tese só veio a ser editado em 2001, por minha iniciativa, através da Editora da PUCRS, encontrando-se atualmente em segunda edição. Beltrão tornava-se, assim, o primeiro Doutor em Comunicação no Brasil. José Marques de Melo, alagoano, desloca-se para o Recife e vem a ser aluno de Luiz Beltrão, mais tarde, seu discípulo, amigo e divulgador. É assim simples? Nem tanto.

³Coordenei, igualmente, **Jornalismo cultural – Temas de comunicação** (São Paulo, INTERCOM. 2012), reunindo artigos de autoria de Luiz Beltrão, que encontrei publicados nas páginas do “Caderno de sábado”, suplemento cultural do jornal Correio do Povo, de Porto Alegre. Tenho, ainda, o compromisso de coordenar a reedição dos volumes **Imprensa informativa: Técnica da notícia e da reportagem no jornal diário** (São Paulo, Folco Masucci, 1969) **Jornalismo interpretativo. Filosofia e técnica** (Porto Alegre, Sulina. 1976) e **Jornalismo opinativo** (Porto Alegre, Sulina.1980).

A teoria de Beltrão sobre os dois diferentes ciclos comunicacionais existentes no Brasil, o de massa e o popular, surgiu na década de 1960, quando efetivamente o país ainda experimentava um fracionamento radical nos modos e condições de vida da sociedade nacional. As intensas migrações rurais ocorridas nas décadas de 1950 e 1960, que ainda seriam observadas em 1970, por causa da crescente industrialização dos grandes centros, formara extensas camadas de mão-de-obra miserável e pouco remunerável em todo o país. Além do mais, havia enorme carência de infra-estrutura para estes recém-chegados. Ao mesmo tempo, o nível de letramento dos mesmos era praticamente nulo ou mínimo. Tudo isso gerou o contexto surpreendido por Luiz Beltrão em sua tese que, resumidamente, mostrava isso: havia um circuito letrado, historicamente constituído (desde o Brasil colonial, diga-se de passagem) que naquele momento de seus estudos estava vinculado à comunicação de massa. Lembremos que a administração militar mexera radical e profundamente nos meios de comunicação, criando a telefonia à distância, as redes televisivas e se preocupava com satélites de comunicação. Podia-se agora falar com facilidade com Paris, assistir a um programa de televisão internacional, mas nas grandes cidades faltava água e em lugares distantes da Amazônia, Nordeste e Brasil Central inexistia até mesmo a iluminação. Este é o ponto de partida de Beltrão, que se vale da teoria do *duplo fluxo da informação* (two step flow), de Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson e Hazel Gaudet. O problema é que esta teoria era generalista, embora acertada. Para a teoria, uma informação não circula diretamente de uma fonte até um receptor, mas ela é sucessivamente transmitida através de vários receptores, que se transformam em fontes, até um receptor final. Ao mesmo tempo, ela identificava e reconhecia dos chamados *líderes de opinião*, o que tem a ver com as chamadas *influências pessoais*. De modo geral, nos grupos sociais, há algumas figuras que circulam mais amplamente, saindo de suas próprias fronteiras, ou porque estabelecem relacionamentos mais variados, ou porque se encontram mais bem informados, a partir de leituras, audiências, etc. Por isso, são reconhecidos e acatados, transformando-se em eficientes agentes de comunicação, na medida em que transmitem o que é produzido em seu próprio círculo de vivência aos demais círculos e vice-versa, realizando uma espécie de tradução e/ou adaptação destas mensagens. No caso da tradução de mensagens externas para o círculo interno podem-se citar os caixeiros viajantes, por exemplo. OU, exemplo recente de uma tese de doutorado

defendida em nosso Programa, um engenheiro encarregado de projetar casas populares numa vila de trabalhadores rurais.

A diferença da tese de Beltrão é que ele situava seu estudo, como mais tarde destaquei, em sociedades que se caracterizavam por grandes diferenças sociais, o que, de certo modo, fragmentava aquela sociedade em múltiplos grupos. A teoria, assim, permitia entender os diferentes processos comunicacionais que ocorriam no país, por exemplo, a partir dos *ex votos*, que foi justamente o primeiro tema abordado por Beltrão, em artigo que chegou a ser elogiado por Câmara Cascudo e chamou a atenção de Gilberto Freyre, artigo este publicado justamente na revista Comunicação & Problemas.

Ocorre que sua teoria pouco circulou nas escolas de comunicação do país, sobretudo graças à hegemonia das teorias norte-americanas. O mesmo professor que falava sobre Lazarsfeld ou Berelson desconhecia Beltrão. Isso significou que, com a morte de Beltrão (1986), seu legado desapareceria. É então que surge a figura de José Marques de Melo. A partir da Cátedra UNESCO, na Universidade Metodista, ele passa a dirigir sua atenção para o que chamará de Escola Latino-americana de Comunicação e, ao mesmo tempo, nos colóquios que propõe, começa a estudar a obra de Luiz Beltrão. Como decorrência desse trabalho, cria-se um grupo de pesquisa, na INTERCOM, dirigido à Folkcomunicação e não tardará que um grupo de parceiros, dentre os quais Roberto Benjamin e Osvaldo Trigueiro, criem a Folkcom que, a partir de então, realizará suas próprias pesquisas, encontros e constituição de uma entidade, com publicações e encontros que logo se tornarão também internacionais, dialogando com pesquisadores de Portugal que igualmente se voltavam para a comunicação popular, de sorte que hoje em dia, no âmbito dos congressos da Lusocom, temos um GT de folkcomunicação.

Mais do que isso, foi por iniciativa de José Marques de Melo que a INTERCOM instituiu, em 1988, o Prêmio Luiz Beltrão, desdobrado em quatro categorias: Personalidade – Maturidade Acadêmica e Personalidade – Liderança Emergente; Grupo Inovador e Instituição Paradigmática. O prêmio da categoria Personalidade se dirige aos pesquisadores brasileiros que, ora se destacaram, ao longo de sua carreira, ora começam a se projetar, no início de suas pesquisas. Os prêmios dirigidos às instituições focam aquelas que já mostram evidente

contribuição com a pesquisa brasileira sobre comunicação, seja aquelas que inovam significativamente o campo da pesquisa⁴.

Uma segunda questão que se deve levar em conta, e que foi sabiamente bem trabalhada e recuperada por José Marques de Melo, é o fato de o próprio Luiz Beltrão ter atualizado sua teoria. O Brasil dos anos 1960 naturalmente não era mais o Brasil dos anos 1970 e 1980. Neste sentido, Luiz Beltrão se deu conta de que a teoria sobre a *comunicações dos marginalizados* precisava acompanhar as mudanças verificadas no país. Por isso, a dualidade originalmente anotada apenas entre as grandes cidades e as zonas rurais deu lugar a uma observação mais complexa, que mostrava a manutenção de dois circuitos nem sempre comunicáveis, na sociedade brasileira, mas que co-existiam espacialmente. Daí que, em um de seus últimos trabalhos (**Subsídios para uma teoria da comunicação de massas**, 1986), Beltrão, passou a falar de grupos marginalizados do ponto de vista cultural, geográfico, sexual (de certo modo, ele foi pioneiro na identificação desta categoria social que hoje em dia é tão discutida e pesquisada em nosso país), o que permitiu uma renovação e atualização de sua teoria para a contemporaneidade. Foi a partir desta perspectiva que José Marques de Melo buscou divulgar os estudos de Luiz Beltrão, alcançando pleno êxito, como se verifica com facilidade, bastando observar-se a dinâmica e a organização, bem como a repercussão e a lenta mas constante difusão da teoria beltraniana entre pesquisadores brasileiros que têm dificuldade de reconhecer a contribuição do pesquisador nordestino sobretudo por seu vezo colonizado, que muitas vezes impede que se reconheçam contribuições locais para estudos mais gerais.

Seja como for, o que se pode afirmar, com absoluta certeza é que, sem as iniciativas de José Marques de Melo, provável e independentemente de sua qualidade, importância e oportunidade, como já escrevi em um artigo, a teoria da folkcomunicação não teria sobrevivido ao tempo. Neste sentido, pode-se e deve-se afirmar, sim, que foi graças a José Marques de Melo, seguido por outros pesquisadores, dentre os quais, hoje em dia, Maria Cristian Gobbi, Marcelo Sabattini, Guilherme Fernandes, Karina Woitowicz, Cristina Schmidt, Betânia Maciel, Itamar Nobre e muitos outros, que a Folkcomunicação sobreviveu enquanto uma teoria que traduz uma importante contribuição brasileira à discussão sobre os processos

⁴ A relação completa dos premiados pode ser consultada em http://www.portalintercom.org.br/premios_new/luiz-beltrao/luiz-beltrao-premiados

comunicacionais, e que pode ser amplamente aplicada no estudo de correntes e processos comunicacionais, sempre que ocorrerem diferenças sociais significativas, o que significa, em todas as sociedades: pensemos as comunidades negras dos Estados Unidos; as distâncias entre populações francófonas e anglófonas canadenses; as diferenças entre os povos eslavos na Europa; as relações entre imigrantes e populações nativas de países como Alemanha, França, Itália, hoje em dia , e assim por diante. A teoria da Folkcomunicação é, SM, uma perspectiva muito rica, muito útil e muito efetiva para estudos deste tipo, facilitando a apreensão de fenômenos que se preocupem com marginalizações sociais e suas conseqüências ou ultrapassamentos a partir justamente de processos comunicacionais.

Por fim, registre-se que o próprio José Marques de Melo é a perfeita ilustração da teoria beltraniana da liderança folkcomunicacional. Melo foi formado no círculo formal universitário da cultura de massa, mas seja graças às suas origens alagoanas, quer por sua ação enquanto professor e pesquisador, vinculando-se desde cedo à perspectiva teórica de seu mestre e amigo, foi suficientemente sensível para tornar-se esta liderança a que se referia Luiz Beltrão, convivendo com naturalidade com os círculos mais populares e, ao mesmo tempo, com as instâncias formais da universidade, aproximando ambas as instâncias e enriquecendo-as, alternativamente.

Submetido em: 15/10/2018

Aceito em: 25/10/2018

Os agentes intermediários culturais e os processos de atualização na folkcomunicação

Oswaldo Meira Trigueiro¹

RESUMO

O meu último encontro presencial com José Marques de Melo foi no Recife/PE durante a realização do FOLKCOM 2017, em que ele fazia a importante observação da necessidade de uma releitura dos estudos de Luiz Beltrão para compreender os acontecimentos midiáticos no século XXI no contexto da folkcomunicação. Como não poderia deixar de ser assumi, em parte, esse compromisso que público, parcialmente, neste artigo as pesquisas que venho desenvolvendo sobre as festas tradicionais populares e a importância dos novos agentes intermediários culturais nos processos de atualização da folkcomunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Atualiza; Tempo; Caldeamento; Marginalizados; Híbrido Cultural.

Intermediate cultural agents and the processes of updating in folkcommunication

ABSTRACT

My last face-to-face meeting with José Marques de Melo was in Recife / PE during FOLKCOM 2017, in which he made the important observation of the need to re-read Luiz Beltrão's studies to understand the media events in the 21st century in the context of folkcommunication. As I could not help being part of this commitment, I partially publish in this article the research I have been doing on popular traditional festivals and the importance of the new cultural intermediary agents in the processes of updating folk communication.

KEY-WORDS

Updates; Time; Heating; Marginalized; Cultural Hybrid.

¹ Doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS (RS), Brasil. Professor e pesquisador associado da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: meiratrigueiro@gmail.com.br

Introdução

Luiz Beltrão, ao publicar o livro *Iniciação a Filosofia do Jornalismo – 1960 e Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados – 1980*, aqui citando dois livros entre tantos outros, confirma o seu pioneirismo e cada vez mais vejo quanto eram avançados os seus estudos no campo teórico e empírico das ciências da comunicação e suas aproximações com as interações socioculturais principalmente nas cidades rurbanas² do Nordeste brasileiro.

Relendo o livro de Luiz Beltrão, *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados - 1980*, no capítulo *Civilização e Comunicação* vamos encontrar relatos históricos sobre a Península Ibérica, desde a invasão dos mouros, da expansão do cristianismo, passando pela Idade Média, os grandes descobrimentos dos séculos XV e XVI, a revolução comercial e as mobilidades humanas que formaram e desenvolveram um caldeamento sociocultural dos povos ibéricos, que povoaram diferentes localidades da terra.

Mais adiante, ainda no mesmo capítulo, citando o folclorista e etnólogo Edson Carneiro, na sua obra *“Dinâmica do Folclore – 1977*, ele afirma:

“sob a pressão da vida social, o povo atualiza, reinterpreta e readapta constantemente os seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais do tempo”, fazendo-o através do folclore, que é dinâmico porque “não obstante partilhar, em boa percentagem, da tradição e caracterizar-se pela resistência à moda... é sempre, ao mesmo tempo que uma acomodação, um comentário e uma reivindicação”(BELTRÃO, 1980, p. 24)

E foi a partir dessa citação sobre a dinâmica do folclore que Beltrão vincula o folclore à comunicação popular, que o inspirou e ajudou a criar a Teoria da Folkcomunicação.

No capítulo *“O Sistema da Folkcomunicação”* Beltrão justifica o uso da expressão marginalizado, a partir do conceito criado em 1928 pelo sociólogo, professor e jornalista norte-americano da Escola de Chicago, Robert Park nas análises dos seus estudos sobre as relações de raças, migrações, movimentos sociais e as desorganizações da ocupação dos espaços urbanos. E não no sentido pejorativo, da conotação vinculada ao marginal, contraventor e ao bandido.

² O neologismo – rurbarano ou rurbarização - foi empregado por Gilberto Freyre (1982) para definir uma comunidade que habita um perímetro conceitualmente definido como urbano, mas que na realidade continua mantendo suas características rurais. São cidades com menos de 10 mil habitantes conforme o grau de densidade de ocupação humana nesse perímetro, urbano ou não urbano.

Beltrão também demonstra o seu pioneirismo quando chama atenção para o migrante como sujeito híbrido cultural que em terras estranhas embora compartilhe as suas tradições culturais com a de outros povos, mesmo com todas as dificuldades socioeconômicas e políticas, não esquece as suas raízes.

A expressão *marginal surge*, na literatura científica, pela primeira vez em 1928, em artigo de Robert Park sobre as migrações humanas, publicado no *American Journal of Sociology*. O migrante é ali definindo como um “híbrido cultural”, um “marginal”, que, embora compartilhe da vida e das tradições culturais de dois povos distintos, “jamais se decide a romper, mesmo que lhe fosse permitido, com seu passado e suas tradições, e nunca (é) aceito completamente, por causa do preconceito racial, na nova sociedade em que procura encontrar um lugar” (BELTRÃO, p. 38-39).

Na releitura do livro de Beltrão e a partir das citações: atualiza, tempo, caldeamento, marginalizados e híbrido cultural, passei a procurar e entender melhor os diferentes processos de atualização da cultura popular e do folclore, no decorrer do tempo histórico da sociedade humana desde a Idade Média aos dias atuais. Nestes processos de atualização emergem com maior intensidade os novos agentes intermediários culturais no sistema da folkcomunicação, agora na sociedade midiaticizada, como operadores das mediações entre os produtores de bens culturais midiáticos e a recepção nas comunidades rurbanas. É nessa perspectiva que venho investigando as festas populares tradicionais na contemporaneidade e os seus diferentes processos de atualização no contexto da sociedade midiaticizada e da folkcomunicação.

Não se trata de um estudo sobre religiosidade, nem antropológico ou sociológico, poderia dizer que também é, mas, trata-se especialmente, de compreender os processos da folkcomunicação nas festas tradicionais da piedade popular que são cada vez mais associadas aos acontecimentos midiáticos e que passam por profundas modificações nas estruturas de produção e realização, cujos interesses são potencializados pela indústria do entretenimento, do turismo e do poder político local. Portanto, estamos observando a festa enquanto mobilidade das relações entre os grupos primários e a coletividade, através das negociações dos agentes intermediários culturais e as midiaticizações tecnológicas propiciadas pela indústria do entretenimento e do turismo, em espaços geograficamente delimitados, locais, regionais, nacionais. Trata-se do fluxo de comunicação massiva no contexto da folkcomunicação (MELO, 2008; BENJAMIM, 2000). É neste campo de negociação entre os produtores e realizadores

locais das festas populares, aqui se referindo às instituições da cidade onde acontecem as festas e seus produtores e realizadores, aqui se referindo aos representantes das instituições exteriores que produzem e realizam as festas objetivando o lucro dos negócios e dos espetáculos. Ao longo do tempo essas práticas de realizar festas sagradas e profanas sempre fizeram parte dos processos das transformações culturais e religiosas da sociedade humana dando origem aos diversos protagonistas e suas performances nos modos de produzir e realizar os festejos do calendário litúrgico do catolicismo popular. São essas práticas do passado que chegam ao presente com as suas diversidades nacionais, regionais e locais recheadas de novos significados e referências impregnadas de apropriações e incorporações de valores simbólicos de bens de consumo que reestruturam e atualizam as dimensões culturais, religiosas, políticas e comerciais das festas populares na atualidade.

Como parte essencial da sociedade o ser humano organiza e realiza as suas festas para divulgar as suas culturas, as suas histórias e rememorar seus importantes acontecimentos. É nas observações e nas interpretações das festas populares que as comunidades descobrem os códigos, as regras e os estatutos construtores do ensinar e aprender as diversidades da cultura individual e coletiva (BRANDÃO, 1974)

É importante dizer que as festas religiosas populares passaram e passam por modificações, mas não significa dizer que o povo deixou ou deixará de organizar e realizar as suas festas sagradas e profanas. O que modifica é o sistema de produção e de realização dessas festas nos diferentes contextos culturais, para atender as demandas da indústria do entretenimento, do turismo e dos grupos políticos locais (TRIGUEIRO, 2008).

Na atualidade é quase impossível desconectar as manifestações da cultura popular e o folclore das novas tecnologias da comunicação e da informação, até porque os brincantes dessas manifestações culturais estão, também, quase sempre conectados na Internet, no Tablet, no iPad, no Smartphone, no WhatsApp, no Youtube, no Blog, no Facebook e em tantas outras mídias que registram, que gravam, que divulgam e que até transmitem ao vivo os acontecimentos da vida cotidiana e das suas festas. Ou seja, já não são totalmente dependentes do apoio da exterioridade ou do profissional para documentar os acontecimentos midiáticos no seu grupo social e na sua comunidade rurbana.

As redes folkcomunicacionais na atualidade estão impregnadas de agentes intermediários culturais (BELTRÃO, 1980; FERREIRA, 2012), que operam os diferentes

processos de midiatisações (SODRÉ, 2002), como ativistas midiáticos e mediadores (TRIGUEIRO, 2008), entre as empresas da indústria do entretenimento e as instituições locais detentoras dos calendários das festas populares tradicionais. Portanto, na sociedade atual os agentes intermediários culturais da rede folkcomunicacional atuam na produção e realização dessas festas, onde são reinventadas as tradições no tempo e espaço do calendário litúrgico, para atender as demandas da sociedade midiatisada. É nessas ocasiões que, os agentes intermediários culturais da folkcomunicação, executam intensamente os processos de midiatisação entre os significados culturais pertencentes às instituições da exterioridade (indústria do entretenimento e do turismo, etc.), e as instituições detentoras do calendário litúrgico das festas populares tradicionais locais (prefeitura, igreja, associação comunitária, corporações, etc.), mas todas convergem para os mesmos objetivos, a produção e realização das festas. Logo os agentes intermediários atuam com maior quantidade e qualidade de informação, de acordo com o seu mundo cognitivo pelo grau de relevância temática. Quanto maior for o campo de interesse comum entre emissor e receptor maior será o nível de recepção no campo da folkcomunicação.

Os agentes intermediários culturais nas redes mnemônicas da comunicação

A religiosidade popular, desde a antiguidade, sempre foi alimentada pela criatividade, pela espontaneidade e pela aculturação dos seus seguidores que, através dos longos anos de peregrinações rumo aos lugares sagrados, contavam as histórias de vida nas feiras, nas procissões, nos pagamentos de promessas, nas festas religiosas da piedade popular e em tantas outras atividades da vida cotidiana fortemente marcada com a presença da igreja na Idade Média. Os peregrinos sempre operaram estratégias de comunicação nas extensas redes mnemônicas muitas vezes dissimuladas, astutas, camufladas, como táticas de convivências e de conveniências, quando necessário, mas nunca desatentos, resistindo e interpelando os fatos mesmo entre “a cruz e a espada” da dominação da igreja no período medieval na Europa (ZUMTHOR, 1993, p.147).

Os processos de atualizações das festas religiosas populares são tão antigos quanto a própria expansão do cristianismo na Península Ibérica. As redes tradicionais de comunicação operadas por diferentes povos nos caminhos das peregrinações, com a participação dos

agentes intermediários culturais, ao longo do tempo, tiveram grande importância nas ressignificações das tradições religiosas e nos processos de atualização da cultura popular.

Desde a antiguidade os agentes intermediários culturais apropriavam-se dos discursos oficiais da corte, da igreja e davam novos atributos aos conteúdos nas práticas sociais e religiosas nos seus grupos primários e secundários. Mas a interferência dos agentes intermediários culturais na antiguidade era de forma horizontal, de mediações face a face ou grupal e não mediatizada como quase sempre acontece na atualidade. Não quer dizer que o sistema horizontal e face a face não tenha a sua importância nas comunidades rurbanas atuais, mas os sistemas de interação nos grupos locais estão cada vez mais “afetados” pelos sistemas de mediatização e que são cada vez mais operados pelos agentes intermediários culturais como ativistas midiáticos nas negociações de mediação entre as instituições da exterioridade e as instituições locais. Na sociedade mediatizada os moradores das cidades rurbanas continuam vinculados às suas tradições e ao mesmo tempo agregam novos significados culturais veiculados pela mídia nos afazeres cotidianos. É nessas instâncias de interação entre as redes midiáticas e as redes da folkcomunicação nas comunidades rurbanas que emergem, com maior intensidade, os agentes intermediários como mediadores dos diferentes processos de atualização dos novos consumos de bens e das novas tendências socioculturais.

As festas populares da Idade Média à Idade da Mídia

A Páscoa que celebramos na atualidade passou por importantes transformações que vêm desde os ritos dos povos nômades até a ocupação da Terra Santa de Israel. No decorrer do tempo litúrgico outras celebrações festivas como Pentecostes, Corpo de Cristo, Nossa Senhora da Conceição (8 de dezembro), Natal (25 de dezembro), São José (19 de março) e dos santos populares como Santo Antônio (13 de junho), São João (24 de junho) e São Pedro (29 de junho) também passaram por importantes processos de atualização.

Destaco aqui algumas datas festivas do calendário litúrgico de maiores repercussões na devoção da piedade popular no Brasil, que já eram celebradas em tempos pré-cristãos no hemisfério norte nos períodos das mudanças das estações do ano, conforme as datas do calendário cósmico-astronômico, que determinava as festas do solstício de inverno e de verão e do equinócio da primavera e do outono (MARTIN, 2000).

Na Idade Média a Igreja incorpora ao calendário litúrgico as festas religiosas aos deuses pagãos e pouco a pouco foi trocando símbolos ritualistas dessas divindades por celebrações religiosas aos santos do catolicismo popular. No período medieval a Igreja tinha um grande poder na vida cotidiana das comunidades, nos agendamentos das datas festivas do calendário litúrgico, como também no agendamento do trabalho e do lazer. Ou seja, a Igreja exercia um poder de dominação em quase todas as instâncias da sociedade, do nascimento até a morte, e quase tudo estava sob o controle da hierarquia da igreja e dos significados religiosos.

Portanto, são essas evoluções e evocações que chegam até os dias atuais já incorporadas aos nossos calendários de tradição religiosa e das festas do catolicismo popular, aqui no Brasil. As nossas festas populares são heranças diretas das festas ibéricas, que ao longo dos anos atravessaram o Atlântico e foram incorporando bens culturais tropicalizados dos povos nativos e dos africanos que aqui chegaram no período colonial. Não podemos esquecer da influência mais recente das outras etnias chegadas aqui já depois do domínio do reino de Portugal. Na piedade popular o povo se apropria e incorpora nas festas novos valores culturais da sociedade contemporânea como parte dos processos de atualizações do calendário litúrgico e as demandas dos interesses da indústria do entretenimento e do turismo. São modificações importantes que deram novos sentidos, novas motivações às festividades religiosas, sagradas e profanas, da piedade popular. As festas tradicionais da religiosidade se repetem há séculos e todas as repetições têm algo de novo, estão em constantes processos de atualizações, até porque regressar no tempo é impossível, não tem volta, não volta “atrás” e qualquer tentativa de regresso no tempo não passa de um simulacro de alguma coisa que já foi um dia (MIRANDA, 1999). As festas são ocasiões extraordinárias que recriam e resgatam no tempo, o espaço e as relações sociais (DA MATTA, 2000), e são essas instâncias de atualização das festas populares que têm maior importância no campo da pesquisa da folkcomunicação (TRIGUEIRO, 2007)

No século IV as peregrinações cristãs tiveram grandes mobilidades rumo à Terra Santa e a Roma. A partir dos séculos XI e XII cresciam as peregrinações para Santiago de Compostela como importante centro de convergência de peregrinos de diferentes regiões da Europa, levando nas suas bagagens novos valores culturais, diferentes interpretações da liturgia da igreja e que se propagaram por toda a Península Ibérica.

Nos caminhos para Santiago de Compostela os peregrinos foram estruturando intensas redes tradicionais de comunicação – as redes mnemônicas de difusão cultural e religiosa – que durante séculos, de cidade em cidade, difundiram as feiras, as festas, o teatro, o artesanato, as lendas, os romances de cavalarias, os mitos e tantas outras manifestações culturais que estão até hoje no imaginário das nossas tradições populares com seus arquétipos, com suas variantes narradas pelos seus intérpretes e seus produtores culturais. Da Idade Média à Idade da Mídia os caminhos de Santiago de Compostela continuam como centro importante de peregrinações e de difusão das diversidades culturais.

Portanto, essas manifestações culturais e religiosas do passado chegam aos dias atuais e estão cada vez mais incorporadas aos contextos da sociedade midiaticizada que amplia o campo teórico e prático dos estudos da folkcomunicação na atualidade.

As batalhas entre cristãos e mouros narradas milenarmente estão, mais do que nunca, vivas e atualizadas nas produções de conteúdos midiáticos (novelas, filmes, seriados, etc.), mas resguardam as narrativas contadas desde o cristianismo medieval até o cristianismo na sociedade midiaticizada. Pode se encontrar no catolicismo popular no Brasil atual as ideias, os valores e a fidelidade que constituíram a expansão da igreja na Idade Média. São narrativas que marcam as diversas manifestações culturais populares brasileiras representadas pelas batalhas entre mouros e cristãos – *encarnado e azul*, entre *o bem e o mal* – nas danças, nos folguedos, na literatura popular, na literatura de cordel, nas estórias e nos romances de cavalaria, nas expressões artísticas que continuam compondo os repertórios do povo brasileiro nas festas sagradas e profanas (BARRETO, 1996).

Os trajetos para os lugares sagrados na Idade Média também eram percorridos por pessoas que tinham outros propósitos que não só o religioso propriamente dito, como os comerciantes, os artistas, os ciganos, os taberneiros, os artesãos, as prostitutas, os feiticeiros, os desocupados e os aventureiros, que se relacionavam pelas redes mnemônicas de comunicação através de intensas interações sociais onde prevaleciam as narrativas tradicionais orais operadas por agentes intermediários culturais responsáveis por contar as histórias dos lugares por onde passavam.

Os agentes intermediários e o caldeamento cultural na rede da folkcomunicação

O Papa João Paulo II, quando da sua visita a Santiago de Compostela em novembro de 1982, referindo-o como um importante centro de difusão da fé cristã e da cultura diz:

Peregrinação a Santiago foi um dos importantes elementos que favoreceram a compreensão mútua dos povos europeus tão diferentes, como os latinos, os alemães, os celtas, os anglo-saxões e os eslavos. A peregrinação aproximava, relacionava e unia entre si aquelas gentes que, século após século, convencidas pela pregação dos testemunhos de Cristo, abraçavam o Evangelho e contemporaneamente, pode-se afirmar, surgiam como povos e nações. (PAULO II, 1982)

As peregrinações a Santiago de Compostela no período medieval foram responsáveis, em grande parte, pelos processos de desenvolvimento não só religioso mas também econômico e cultural na Península Ibérica como centro de convergência e de interações dos vários povos da Europa. Foi uma época importante de divulgação pelas extensas redes mnemônicas de comunicação, de novas ideias, novos costumes, novas invenções tecnológicas, novos comportamentos socioculturais, que possibilitaram grandes avanços na modernidade ocidental.

Em Santiago de Compostela as notícias percorriam o mundo, no tempo e espaço sagrado determinado pelas celebrações religiosas e festividades populares, que circulavam nas redes mnemônicas de comunicação. Com os avanços dos novos sistemas de comunicação, a ruptura do domínio da informação oral e da escrita pela igreja, as redes de comunicação operadas pelos grupos nômades evoluíram e persistiram no tempo incorporando a escrita em grande escala e na atualidade as novas tecnologias. Assim, nas redes mnemônicas a oralidade, a escritura e, agora, as novas tecnologias da comunicação evoluíram e convergiram para sistemas múltiplos de comunicação do midiático de grandes alcances de audiências e o da folkcomunicação direcionados a determinados grupos sociais.

Agora vivemos numa nova Idade Média ou na Idade da Mídia, um outro momento das grandes mobilidades de pessoas em grandes distâncias em tempos menores, das grandes invenções tecnológicas e da globalização cultural. Mas, ao mesmo tempo, estamos vivendo um momento do crescimento do *neonomadismo* – peregrinos-turistas – que trilham os caminhos medievais rumo aos lugares sagrados como Jerusalém, Santiago de Compostela e tantos outros viabilizados quase sempre pelos pacotes de empresas de turismo (ECO, 1984).

Michel Maffesoli, observando o que afirmou o sociólogo alemão, Georg Simmel, sobre o papel do sujeito errante – *nômade* – na sociedade como divulgador das novidades culturais e dos negócios na Europa diz:

O estranho e o estrangeiro desempenharam para Simmel um papel inegável nas interações sociais. Servem de intermediários com a exterioridade e, através dela, com as diversas formas de alteridade. Sob esse ponto de vista, constituem partes integrantes do próprio grupo, e o estruturam como tal. Quer isso se dê positivamente ou servindo de contraste, eles condicionam as “relações de reciprocidade”, elementos de base de qualquer sociabilidade (MAFFESOLI, 2001, p. 44-45).

Umberto Eco (1984), desenha um modelo de uma “Nova Idade Média” que estamos vivendo agora, comparando com o fim da “Alta Idade Média” quando ocorreram importantes transformações na vida intelectual, nos diálogos entre civilizações bárbaras e as grandes viagens dos monges pela Europa a caminho dos centros de peregrinações ou rumo às animadas cidades medievais. Ou como Michel Maffesoli (2001) ressalta a importância do sujeito errante como um intermediário cultural, portador de repertórios de acontecimentos tradicionais, entre a exterioridade e os grupos locais como negociadores das interações individuais e coletivas na atualidade. É inegável a importância dos intermediários culturais desde as redes de mobilidade do nomadismo na Idade Média através das redes mnemônicas de comunicação. Agora, a importância dos intermediários culturais na mobilidade do neonomadismo acontece também através das redes folkcomunicacionais.

Luiz Beltrão de certa forma pensou assim quando definiu os agentes intermediários culturais da folkcomunicação como sujeitos nômades – *andarilhos* – que circulavam nos interiores do nordeste brasileiro, principalmente nas comunidades rurbanas, como animadores culturais, negociantes das novidades de bens de consumo, intérpretes dos acontecimentos entre os produtores de culturas midiáticas e dos produtores das culturas populares. Ou seja:

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 (BELTRÃO, 1980, p. 27)

Portanto os novos agentes intermediários culturais da folkcomunicação são sujeitos portadores dos códigos que predominam nos seus grupos sociais e dos novos códigos veiculados pelos sistemas midiáticos, que atuam como mediadores ativistas nos diferentes processos de negociações. Ao contrário do que se pensa os agentes intermediários culturais da folkcomunicação são cada vez mais importantes no contexto da sociedade midiaticizada como decodificadores das interligações entre os diferentes constituintes da audiência nos seus grupos sociais e nas comunidades que habitam as cidades rurbanas. Esses novos agentes são divulgadores das novas tendências culturais produzidas pelos sistemas midiáticos. Assim como se atualizaram os agentes intermediários culturais – *errantes* – *nômades* – das redes mnemônicas de comunicação, os agentes intermediários – *andarilhos* – como sujeitos híbridos culturais das redes da folkcomunicação também evoluíram como ativistas e operadores das mediações entre os diferentes processos de emissão e recepção dos conteúdos midiáticos em parte responsáveis por novos estilos de vida socioculturais nas cidades rurbanas.

As notícias percorrem o mundo em tempo e espaço real, em transmissão ao vivo pelas redes sociais alcançando as comunidades urbanas e rurais brasileiras e especialmente as nordestinas. Deste modo, as comunidades rurbanas acessam os conteúdos veiculados pela mídia em tempo real, nesta movimentação de circularidade ente o global e o local, os agentes intermediários culturais operam diferentes mediações nas redes da folkcomunicação estruturadas em um conjunto de procedimentos de intercâmbios, que são propagados pelos seus ativistas midiáticos para uso e consumo dos conteúdos nas suas práticas individual ou coletiva da vida cotidiana.

Considerações finais

As festas religiosas da piedade popular, mesmo com toda a evolução e atualização, continuam estruturadas em traços culturais importantes que permanecem nas práticas festivas sagradas e profanas desde a Idade Média à Idade da Mídia. O mágico – no sentido mais amplo e não apenas numa visão das superstições, das crendices, mas também da intuição e da supra racionalidade. O simbólico e imagético – a importância das imagens, das

fantasias criadoras e da comunicação popular. O sarcástico/cômico – o satírico, a crítica, o humor, o mundo pelo avesso. O místico – carga emotiva, vivencial. O festivo e teatral – as celebrações, os espetáculos nos espaços públicos e privados. O comunal – celebrações comunitárias, a solidariedade, as irmandades, as confrarias (a preocupação com o outro e a caridade). A religiosidade popular cria na comunidade o sentido de pertença, que envolve várias pessoas nas orações e nas festas, nas ações do sagrado e do profano. Assim sendo, é quase impossível separar religião da cultura popular, mas devemos compreender que entre ambas sempre existiu e continuará existindo uma zona de trocas simbólicas conflituosas e de convivências nos campos das interseções do sagrado e profano: sincretismo – misticismo – hibridização cultural. Rodrigues de Carvalho (2018), no seu livro publicado em 1928, já antecipava os atuais estudos latino-americanos ao empregar o termo hibridismo, e não exclusivamente, os termos de sincretismo e mestiçagem para definir os amplos processos de intercâmbio das diversidades culturais tradicionais formadoras da identidade brasileira.

Podemos dizer que no catolicismo popular as tendências evolutivas das festas religiosas tradicionais estão quase sempre caminhando para uma tipologia de secularização e cada vez mais se afastando da tipologia festiva de clericalização (COSTA, Afonso; COSTA, Hamilton, 1978). Melhor dizendo, na sociedade midiaticizada as festas religiosas populares ganham novas conotações de diversão e de espetacularização, com as interferências dos produtores e realizadores das festas vinculadas à indústria do entretenimento, do turismo que incentivam o excessivo prazer do consumo de bens culturais e, com isso, ampliam o campo das manifestações do profano diminuindo o campo das manifestações do sagrado. Mas esse afastamento das festas religiosas populares do campo sagrado – clericalização – e uma expansão para o campo profano – secularização – ocorre em quase todas as partes do mundo. As festas tradicionais são cada vez mais acontecimentos midiáticos de interesses econômicos, turísticos, políticos e de espetacularização.

Como estudar e pesquisar as festas populares no contexto da folkcomunicação? São ou não são autênticas? E a polêmica sobre tradição, modernidade e diversidades culturais? Ou mesmo a sua sobrevivência nos dias atuais? São esses e outros questionamentos que faço. Acho que alguns já estão superados e outros tentamos compreender as consequências dessas transformações nas festas populares em produtos da indústria do entretenimento, pelo

turismo e pelo poder público local. Ou seja, como compreender os contratos entre a Parceria Público Privada-PPP na produção e realização das festas populares. O que devemos fazer, como estudiosos e pesquisadores da folkcomunicação, é, sobretudo, acompanhar as suas evoluções, os diferentes processos de atualização que já vêm da Idade Média, agora não mais sob o poder da Igreja como antigamente, mas cada vez mais sob o poder da indústria do entretenimento, do turismo e dos acontecimentos midiáticos. Já temos uma metodologia e métodos testados que possibilitam compreender os diferentes processos comunicacionais de mediações e recepções nas diversas instâncias fazedoras das festas. No entanto, essas instâncias operam objetivos comuns o da realização das festas tradicionais do calendário anual das tradições litúrgicas do catolicismo popular, mas com novos padrões de interações que quase sempre transformam as festas em espetáculos para atender a demanda da sociedade midiaticizada. Assim como diz José Marques de Melo, ao lançar um protocolo de investigação das festas populares no contexto da folkcomunicação:

Esse perfil eminentemente comunicacional assumido hoje pelas festas populares alterou-lhes profundamente a fisionomia primitiva. As antigas tradições vão sendo substituídas por novos padrões de interação sociocultural. A mídia e as instituições comerciais transformam as festas em espetáculos coletivos, fruídos por usuários dispersos, muitas vezes convocados aleatoriamente, até mesmo fora dos calendários cívicos ou religiosos (MELO, 2008, p. 77).

O protocolo de investigação das festas populares apresentado por José Marques de Melo no Folkcom de 2001 em Campo Grande/MS continua operante e deve ser assim seguido: estratégias metodológicas, eixos temáticos, processos comunicacionais, roteiro do inventário, referências culturais, memória/formato/conteúdo/mediações e perspectivas das festas no contexto da folkcomunicação. O roteiro proposto é aberto para possibilitar que cada pesquisador possa agendar outros elementos que considere importantes na investigação da festa no espaço geográfico e no tempo da sua realização local, regional e nacional. Os processos de atualizações das festas, não surgiram com os avanços das novas tecnologias da comunicação, são processos de atualizações que já vem da Idade Média, agora não mais sob o poder da igreja como antigamente, mas cada vez mais sob o poder da mídia e de todos os seus interesses.

É fato que as tendências evolutivas das festas religiosas populares estão caminhando para uma tipologia de secularização e se afastando da tipologia de clericalização, cada vez mais estruturadas como acontecimentos midiáticos de interesses econômicos, turísticos e políticos. Também é verdade que estão perdendo o sentido da clericalização, mas não perdem o sentido de acontecimentos de festa popular com importante participação do povo que ressignifica as tradições e os costumes dando um novo sentido às festas (ORTIZ, 2015). Não podemos negar que com os processos de atualização das festas tradicionais a tendência é de uma maior aproximação da cultura popular com a indústria do entretenimento e do turismo na sociedade midiaticizada.

Mas isso acontece em diferentes partes do mundo e cito algumas festas populares que venho observando aqui no Brasil e em Portugal nesses últimos anos, que já estão inseridas no contexto da sociedade midiaticizada onde predomina o campo do profano – religioso recreativo - tais como: Santo Antônio em Lisboa e São João no Porto. No Brasil podemos destacar as festas de São João em Campina Grande, na Paraíba e Caruaru, em Pernambuco; o Festival do Boi de Parintins, no Amazonas e o já consagrado Carnaval do Rio de Janeiro, considerado como um dos maiores acontecimentos midiáticos do mundo a céu aberto. No entrando podemos dizer que algumas festas que caminham para o campo dos grandes acontecimentos transmitidos ao vivo pela televisão e pelas redes sociais, continuam organizadas e realizadas nos territórios do sagrado e do profano, ou seja, da clericalização e da secularização, que envolvem diferentes instituições de interesse, ao mesmo tempo mágico-religioso-midiático (FAUSTO NETO, 2013). Entre essas festas podemos destacar o São João em Braga e no Valongo, as Festas dos Tabuleiros e de Nossa Senhora da Agonia, em Portugal. No Brasil temos a festa da piedade popular do Círio de Nazaré e de Nossa Senhora Aparecida, entre tantas outras.

Mas, não podemos excluir as festas populares nas mídias e até mesmo nas pequenas cidades que em menores proporções incorporam na sua organização e realização interesses da exterioridade para atender os novos estilos de vida e das tendências de consumo de bens culturais que “afetam” os hábitos e costumes nas cidades rurbanas (música sertaneja, forró estilizado, etc.). Estamos diante de novos fatos socioculturais, que modificam com muita rapidez os acontecimentos, o que na atualidade torna quase impossível estudar e pesquisar as

manifestações das culturas populares e do folclore desvinculadas da indústria do entretenimento, do turismo e do poder político. Mas, mesmo com a “debandada” do significado mágico-religioso, ou ainda do sentido da clericalização para o da secularização não podemos afirmar que as festas estão deixando de ser populares, até porque desde a Idade Média, nas redes mnemônicas de comunicação, até os dias atuais as classes populares desenvolvem os seus próprios meios de comunicação e sempre incorporam novas criações que vão da oralidade, às imagens, às escrituras e, mais recentemente, com a incorporação das novas tecnologias da comunicação. É nessa zona de interseção que, atualmente, a folkcomunicação preenche as brechas deixadas para um novo campo de estudo nas redes tradicionais cotidianas, operadas pelos produtores da indústria do entretenimento e pelos produtores das culturas populares e do folclore, na organização e realização das festas religiosas e profanas.

Assim podemos dizer que não é o mundo globalizado e muito menos a sociedade midiaticizada que vai acabar com as festas populares tradicionais, porque o que estamos vendo é o ressurgimento dessas manifestações, crescente em quase todas as partes do mundo (TRIGUEIRO, 2007). Então, fazendo uma releitura do pensamento teórico e prático das pesquisas pioneiras de Luiz Beltrão, no ano de celebração do centenário do seu nascimento, passo a acreditar que o propósito da pesquisa no campo da folkcomunicação no contexto da sociedade midiaticizada, em pleno século XXI, é tentar compreender as festas populares observando os diferentes processos de atualização proporcionados pelos novos estilos de vida e as tendências socioculturais da população brasileira, principalmente daquela que habita as cidades rurbanas. Qual o papel dos novos agentes intermediários culturais da folkcomunicação que operam as negociações mediadas como ativistas midiáticos na zona cinzenta dos contratos das Parcerias Público Privadas - PPP na organização e realização das festas populares no contexto da sociedade dos espetáculos (DEBORD, 1997), da sociedade midiaticizada (MORAES, 2006), quais as consequências com os afastamentos dos significados mágico-religiosos e a “debandada” das festas populares tradicionais mais para o campo dos acontecimentos midiáticos.

Referências bibliográficas

BARRETO, Luiz Antônio. **Cristãos e mouros na cultura brasileira**. Eu-América: uma realidade comum? Rio de Janeiro: Comissão Nacional de Folclore/IBEC/UNESCO/ Tempo Brasileiro, 1996.

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

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora Universitária, 2000.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Cavalcadas de Pirenópolis**. Goiânia, GO: Oriente, 1974.

COSTA, Rui Afonso; COSTA, Hamilton. Tendências da piedade popular: modelos de secularização e de clericalização. In: **Cadernos Vianenses: notícias do passado e do presente da região de Viana do Castelo**. Viana do Castelo, Portugal: Câmara Municipal, 1978.

DA MATA, Roberto. **O que faz o Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, Umberto, **Viagem na Irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FAUSTO NETO, Antônio. Círio de Nazaré: celebrações, divergências e rupturas. In: NETÍLIA, Silva Seixas; ALDA, Cristina Costa; LUCIANA, Miranda Costas (Orgs). **Comunicação: visualidades e diversidades na Amazônia**. Belém, PA: FADESP, 2013.

FERREIRA, Claudino. **Intermediários culturais e culturas urbanas: novos e velhos protagonistas de formação dos ambientes culturais urbanos**. In: **Culturas populares em meio urbano**. /Sérgio Ivan Gil Braga (Org.) – Manaus: Edua, 2012.

FREYRE, Gilberto. **Rurbanização: que é?** Recife: Editora Massangana, 1982.

JOÃO, Paulo II. **Discurso por ocasião do Acto Europeista em Santiago de Compostela, 1982**. Santiago de Compostela, Espanha. Disponível em: <content/john-paul-ii/pt/speeches/1982/november/documents/hf_jp-ii_spe_19821109_atto-uuropeistico.html> Acesso em 5 out. 2018.

MAFFESOLI, Michel. **Sobre o nomadismo**: vagabundagens pós-modernas. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MARTIN, J. Lopez. Tempo sagrado, tempo litúrgico e ministério de Cristo. *In: A celebração na Igreja III*: ritos e tempos da celebração. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

MARTIN, J. López. Tempo sagrado, tempo litúrgico e mistério de Cristo. In: BOROBIÓ, Dionisio (Org.). **A celebração na igreja**. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

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

MIRANDA, José Bragança. **Da actualidade**. Lisboa, Portugal: Revista de Humanidades e Tecnologias da Universidade Lusófona, 1999.

MORAES, Dênis de. (Org.). **Sociedade midiaticizada**; Rio de Janeiro: Manuad, 2006.

ORTIZ, Renato. **Universalismo e diversidade**: contradições da modernidade-mundo. São Paulo: Boitempo, 2015.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festas populares. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções Básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões: Ponta Grossa, PR: Editora UEPG, 2007.

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

ZUMTHOR, Paul. **A letra e a voz**: “literatura” medieval. São Paulo: Companhia das letras, 1993.

Submetido em: 15/10/2018

Aceito em: 25/10/2018

O centenário de Luiz Beltrão e o acervo da Folkcomunicação¹

Cristina Schmidt²

RESUMO

No ano do centenário de Luiz Beltrão é importante demarcar o território da folkcomunicação como uma teoria genuinamente brasileira e uma crescente área de pesquisas em comunicação no Brasil, na América Latina e na Europa. Também é importante destacar os 20 anos de institucionalização da Rede Folkcom, com pesquisadores focados na difusão e fortalecimento dessa disciplina. Nesse sentido, o artigo que segue traz um levantamento representativo das produções em livros sobre Folkcomunicação nos últimos 20 anos. Esse material apresenta uma categorização das obras e oferece uma possibilidade para a compreensão das pesquisas nesse período. Para isso, foram retomados o método, as classificações e reflexões realizadas à pesquisa nacional “Cartografia da Folkcomunicação: análise das obras 1998-2008”, estruturada por Marques de Melo e traz os livros produzidos até 2018. Como resultado, fica evidente que os pesquisadores e as produções ampliaram significativamente o campo, e que muitos avanços teórico-metodológicos estão sendo demarcados à disciplina.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Pesquisa; Produção científica; Metodologia.

The centenary of Luiz Beltrão and the collection of Folkcommunication

ABSTRACT

¹ Este artigo é uma versão ampliada e atualizada do texto apresentado no XV Congresso IBERCOM, na Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, em novembro de 2017. Traz reflexões complementares, livros da difusão inicial da folkcomunicação e obras atuais inteiradas à cronologia analisada.

² Cristina Schmidt. Pós-doutora pela Cátedra UNESCO/Umesp. Doutora em comunicação e Semiótica pela PUC-SP; Mestre em Teoria e Ensino em Comunicação pela Metodista-SP, Atualmente é Coordenadora, professora e pesquisadora do Mestrado em Políticas Públicas da Universidade de Mogi das Cruzes- UMC. Coordena o Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas da UMC, e o Grupo de Pesquisa Comunicação, Diversidade e Cidadania CNPq/UMC. Também atua no Curso de Comunicação e Design da UMC, e nos Cursos de Direito e Pedagogia na Faculdade Bertioga – FABE. É Sócio-fundadora da Rede Brasileira de Estudos da Folkcomunicação – Rede Folkcom, Sócia da Intercom, e Diretora Administrativa da SOCICOM. E-mail: cris_schmidt@uol.com.br

In the centenary year of Luiz Beltrão it is important to demarcate the territory of folkcommunication as a genuinely Brazilian theory and a growing area of communication research in Brazil, Latin America and Europe. It is also important to highlight the 20 years of institutionalization of the Folkcom Network, with researchers focused on the diffusion and strengthening of this discipline. In this sense, the article that follows brings a representative survey of the productions in books on Folkcommunication in the last 20 years. This material presents a categorization of the works and offers a possibility for the understanding of the researches in this period. To this end, the method, classifications and reflections made to the national research "Cartography of Folkcommunication: Analysis of Works 1998-2008", structured by Marques de Melo and brings the books produced up to 2018, have been taken over. As a result, it is evident that researchers and the productions have significantly extended the field, and that many theoretical-methodological advances are being demarcated to the discipline.

KEY-WORDS

Folkcommunication; Search; Scientific production; Methodology.

Introdução

Este ano de 2018 completa o centenário do nascimento de Luiz Beltrão e, nesse tempo, é importante demarcar o território da folkcomunicação como uma teoria genuinamente brasileira e uma crescente área de pesquisas em comunicação no Brasil, na América Latina e na Europa. Também é importante destacar que, resultante da jornada acadêmica desse pesquisador, 20 anos constituem a institucionalização de uma rede de pesquisadores que se articulam na Rede Folkcom – Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação, focados na difusão e fortalecimento dessa disciplina no campo da comunicação, nas ciências sociais aplicadas.

A Folkcomunicação é uma das principais contribuições de Luiz Beltrão para o campo da comunicação. Nessa área o estudioso faz um percurso acadêmico amplo, produzindo artigos, livros, ministrando cursos e palestras, formando seguidores/discípulos desde os anos de 1967 – por ocasião de sua defesa de tese. A disciplina vem ganhando destaque a cada dia, e conquistando sintomaticamente um número crescente de adeptos – pesquisadores e professores que trabalham com temáticas ligadas às manifestações populares e aos processos de comunicação não hegemônicos a luz da teoria da folkcomunicação, fazendo aproximações com outros campos e teorias, e contribuindo para a aproximação de diferentes disciplinas.

O crescimento dos estudos nessa área se deve a aspectos ligados ao quadro sócio-econômico delineado no final do século passado com a globalização acentuada e, com a ampliação das tecnologias de comunicação, configurando novos espaços e linguagens para a inserção do popular e do folclórico, muitas vezes como protagonistas e produtores de conteúdos/manifestações. O percurso de Luiz Beltrão na configuração da Folkcomunicação e os caminhos deixados para seus seguidores, bem como o panorama atual desse campo compõem o grande desafio para a constante demarcação do território – elucidando suas teorias, atualizando-as ao novo contexto e relacionando-as às novas teorias da comunicação e das ciências sociais aplicadas.

A Folkcomunicação vem ocupando múltiplos espaços institucionais e acadêmicos-científicos, com uma grande diversidade temática e de abordagens teórico-metodológicas, de modo a desenvolver-se interdisciplinarmente. Tem atraído pesquisadores em diferentes estágios de envolvimento acadêmico e profissional. As pesquisas na área também estão rompendo fronteiras geográficas e se expandem para alguns países da América Latina, da América Central e do Norte, e da Europa, e podem ser acessadas em anais de eventos científicos, e em publicações compartilhadas (algumas delas analisadas abaixo).

Tudo isso tem resultado em ampliação de espaço científico e fortalecimento da Rede Folkcom. Esta, por sua vez, estrategicamente mantém regularmente as conferências nacionais, os seminários regionais e os encontros internacionais; assegura participações representativas de pesquisadores em Grupos de Pesquisa nos eventos das principais entidades científicas da área da Comunicação como da Intercom Nacional e Regionais – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do Pensacom – Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro (Pensacom Brasil), da ALAIC – Associação Latinoamericana de Investigadores em Comunicação e do grupo de trabalho da Conferência IBERCOM - ASSIBERCOM – Associação Ibero-Americana de Comunicação.

Desde o início, os eventos da Rede FOLKCOM têm se preocupado em definir previamente um recorte de estudo dentro do âmbito da Folkcomunicação. A finalidade de tal postura está em estimular a reflexão e produção acadêmica com referenciais e parâmetros comuns, além de proporcionar uma concentração mais sistematizada em determinadas temáticas de acordo com os aportes contextuais e metodológicos dos centros de pesquisas que acolhem os eventos. Por essa ampliação de pesquisadores e de atuação transfronteira, a

interdisciplinaridade se aguça, ora acentuando e reforçando o campo da Folkcomunicação; ora sobrepondo e evidenciando outro campo disciplinar.

Essa postura da Rede Folkcom, mais particularmente de alguns pesquisadores ortodoxos em demarcar o território e pontuar o percurso teórico-metodológico, busca superar o que Luiz Beltrão argumenta em seu texto “A pesquisa em folkcomunicação” de que o desconhecimento do contexto e da delimitação do objeto, ou melhor “o desconhecimento ou a não-consideração desses condicionantes é que tem, a meu ver, prejudicado o desenvolvimento de autênticas pesquisas em folkcomunicação” (1983, p. 72). Para ele, as pesquisas acabam em meras descrições superficiais de manifestações culturais, ou com interpretações preconcebidas. Elas não vão, além disso, para o “significado intrínseco e atual do pensamento do indivíduo ou grupo marginalizado” conforme preconiza o campo da folkcomunicação.

Nesse mesmo artigo, Luiz Beltrão (1983, p.70-73) argumenta em favor da demarcação da disciplina Folkcomunicação para o campo da comunicação no que se refere à formação e atuação do profissional e do pesquisador. Ele traz, desde o início e até os nossos dias, como a batalha acadêmica tem sido muito grande por parte de “poucos” para demarcar e elucidar uma metodologia. Além disso, fazer com que tal teoria – genuinamente brasileira – seja reconhecida e ganhe status de ciência da comunicação.

Ainda no mesmo texto, Luiz Beltrão, que dedica grande parte de seus estudos a conceber a teoria e aplicá-la em estudos empíricos, antes mesmo de escrever e defender sua tese (1967), identifica alguns pesquisadores como fundamentais para a continuidade de seus estudos e para a sedimentação da Folkcomunicação em grupos de pesquisa, publicações e eventos. Ele destaca os professores e pesquisadores Roberto Benjamim, Osvaldo Trigueiro, Alice Koshiyama, Joseph Luyten, José Marques de Melo, Veríssimo de Melo, Alberto Peres como sendo lideranças acadêmicas na atuação e disseminação da teoria no ensino e na constituição de núcleos e grupos de trabalho para realização de pesquisas nessa área.

Um aspecto importante para refletirmos está relacionado à delimitação que o termo folkcomunicação induz, ou seja, o estudo dos processos de comunicação existentes no folclore, nas palavras de Luiz Beltrão: “Folkcomunicação, é o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e

rurais, através de agentes e de meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (Beltrão, 2001, p. 70). Apesar de já trazer no próprio conceito a possibilidade e não a obrigatoriedade em ter ligação direta ou indireta, a interpretação recorrente e discriminatória está em ser um estudo voltado para o folclore e, por isso, um estudo ultrapassado e inferior.

José Marques de Melo esclarece que a perspectiva da Folkcomunicação de Luiz Beltrão causou incômodo e resistência em duas áreas de estudos:

(...) a dos folcloristas conservadores (que pretendiam defender a cultura popular das investidas midiáticas modernizantes) e a dos comunicólogos libertadores (que pretendiam fazer da cultura popular o cavalo de Tróia das suas batalhas políticas em lugar de apreender nessas manifestações o limite da resistência possível de comunidades empobrecidas cuja meta é a superação da marginalidade social) (MELO, 2003, p.3).

Trata-se, evidentemente, de um procedimento próprio e horizontal onde ocorre a comunicação interpessoal através de canais conhecidos pelos grupos mas em territórios variados – rural, urbano, rurano -, mas inserido no contexto da “cultura dos marginalizados” dos processos hegemônico. Portanto, além desse aspecto geográfico-cultural, o folclore é tomado como um arcabouço de conhecimento dos diferentes segmentos sociais; ele compõe a diversidade cultural e vai sendo recriado no contexto social global (SCHMIDT, 2012).

Por isso, é fundamental acompanharmos as produções em folkcomunicação para garantir esclarecimentos, fundamentos e atualizações. É nesse sentido que este trabalho trouxe caracterizações e observações sobre as publicações nos últimos 20 anos.

Foi preciso identificar os referenciais científicos e políticos que usufruem o universo do popular, e se distanciar dos preconceitos acadêmicos inflados pelo eurocentrismo científico. Pois entendemos que nessa teoria encontramos uma atualidade para analisarmos as interações entre o local e o global nos processos culturais contemporâneos, muito em evidência nesse momento sombrio pelo o qual passa o Brasil, e propicia um olhar atento aos grupos marginalizados para uma atuação consciente e consistente em suas expressões e lutas.

A pesquisa

O estudo que segue traz um levantamento bastante representativo com apontamentos a cerca das produções em livros (obras completas) sobre folkcomunicação nos

últimos 20 anos. Esse material traz uma categorização das produções e oferece uma possibilidade de diferentes análises para compreender o percurso das pesquisas em folkcomunicação. Para fazer as considerações retomei algumas reflexões e classificações que fiz à importante pesquisa coordenada pelo prof. José Marques de Melo, centralizada na Cátedra UNESCO/ Metodista, denominada “Cartografia da Folkcomunicação: análise das obras 1998-2008”. Retomo também a classificação dos livros desse período, e que ainda não foi publicada, e acrescento – seguindo as mesmas orientações – a caracterização/análise dos livros produzidos até 2018.

Em 2008, a Cátedra UNESCO de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, mobilizou pesquisadores de todo o Brasil, atuantes naqueles dez anos, com a finalidade de descrever o estado da arte no campo da folkcomunicação, contribuindo para a formulação de diretrizes capazes de fazer avançar o conhecimento, a interpretação e a exegese dos fenômenos da cultura popular, determinados pelos fluxos midiáticos ou por eles intermediados. Para isso, buscou-se mapear os estudos folkcomunicacionais, identificando: a) marcos teóricos; b) suportes metodológicos; c) objetos de estudo; d) sujeitos investigantes; e) fontes embaadoras; f) canais de difusão; g) outras variáveis.

O corpus para a investigação foi delimitado em três grupos: Fontes impressas (Livros e fascículos, Artigos em periódicos, Verbetes em glossários); Literatura cinzenta (Artigos em anais; Teses e dissertações; Trabalhos de Conclusão de Cursos e Iniciação Científica); Fontes eletrônicas (Audiovisuais; Textos em portais digitais).

Os resultados desse levantamento geral foram apresentados em duas ocasiões, na Conferência Nacional de Folkcomunicação realizada na Universidade Federal do Rio Grande do Norte em 2008, na cidade de Natal – RN; e na Conferência Nacional de Folkcomunicação de 2011, em Juiz de Fora - MG, com dados que demonstraram a rica produção da área e com oportunos tópicos que questionariam a atuação dos pesquisadores e os encaminhamentos da pesquisa dessa área. Por isso, agora em 2018, por ocasião do centenário de Luiz Beltrão e dos vinte anos da Rede Folkcom consideramos apropriado retomar e avançar nessa cartografia, a fim de verificar a situação das publicações e das questões que ainda se fazem pertinentes. A seguir, trazemos um levantamento e apontamentos sobre as fontes impressas em formato livro em duas partes: Acervo Inicial: 1998-2008; Acervo Atualizado: 2009-2016. Antes, porém, apresento quatro obras que constituem a gênese da folkcomunicação.

*** Obras de origem (1971-2001)**



MARQUES DE MELO, José. **Comunicação Social: Teoria e Pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1970.

Três anos após a defesa da tese de Luiz Beltrão, esse livro trouxe a Folkcomunicação como disciplina integrante do segmento das Ciências da informação individual ou grupal em um dos capítulos do livro de estreia acadêmica do Professor Marques. Essa obra faz uma grande contribuição no que se refere ao delineamento dos “fenômenos da comunicação de massa” situando-os no contexto da cultura brasileira. Marques de Melo já sai aqui em defesa desse território comunicacional, divulgando a teoria em seus conceitos iniciais.

Foi um livro que vendeu mais de 20 mil exemplares, e tornou-se referência por muitos anos para os estudiosos de comunicação, muito elogiado e aclamado por jornalistas e empresários da área, como bem destaca Waldemar Luiz Kunsch em sua resenha para a Revista Comunicação e Sociedade 34, que também apresentou vários depoimentos dessas autoridades, dentre eles o de Luiz Beltrão que fora publicada no Correio Braziliense (Brasília, DF), em 10/12/1972.

Poucos mestres de comunicação no País hão desenvolvido estudos e pesquisas da importância e em ritmo de um verdadeiro scholar como o Prof. José Marques de Melo [...] Ora sistematizando conceitos e apreciando-os criticamente, como no seu primeiro livro Comunicação social: teoria e pesquisa; ora aplicando teorias à realidade nacional, como em Comunicação, opinião e desenvolvimento; seja difundindo métodos e oferecendo modelos à investigação científica, como em Estudos de jornalismo comparado; ou seja indo às raízes do nosso jornalismo para reduzir aos seus limites os apregoados motivos políticos que retardaram o surgimento da imprensa no Brasil [...] o credencia a uma admiração que extrapola as limitações da terra e da língua (KUNSCH, 2000, p.34).



BELTRÃO, Luiz. Comunicação e Folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de ideias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

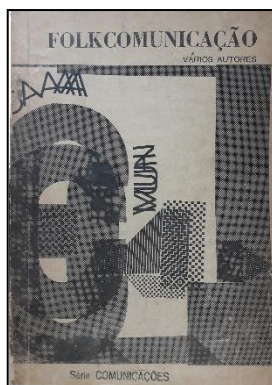
Este livro traz a segunda parte da tese de Luiz Beltrão. A tese completa com as duas partes só será publicada em 2001, pela editora da PUCRS, por uma persistência científica do Prof. Marques de Melo e colaboração dos professores Antonio Hohlfeldt e Juremir Machado da Silva, como veremos adiante.

Nesse livro faz a contextualização histórica-cultural que sustenta a teoria folkcomunicação, bem como apresenta os gêneros de informação utilizados pelos grupos populares. Contribui com uma sistematização teórica que até então não se fazia no campo da ciência da comunicação, estruturando e exemplificando as relações e os sistemas de comunicação no universo popular/folclórico. O livro é dividido em três grandes capítulos onde, no primeiro “Comunicação no Brasil Pré-Cabralístico”, é apresentada uma contextualização histórica da formação brasileira indígena em sua língua e meios de comunicação.

Em seguida, continua com a explanação sobre “A comunicação no Brasil Colonial”, também abordando modos de informação dos jesuítas e os modos de ocupação do continente. No terceiro capítulo expõe “A folkcomunicação: manifestações e veículos no Brasil” por meio de um percurso ainda histórico sobre a independência e a formação da “unidade nacional”, e aponta como problema aos estudiosos, políticos e veículos de comunicação o não reconhecimento “de nossa realidade social: é que nesses catimbós está a linguagem do povo rude da hinterlândia e das classes obreiras” (BELTRÃO, 1971, p.46).

E é nesse contexto que “as classes populares têm assim meios próprios de expressão e somente através deles é que podem entender e fazer-se entender” (idem, p.47). Nesse capítulo então, explica a linguagem popular e seus mecanismos de comunicação, e apresenta os gêneros encontrados: informação oral, informação escrita, folkcomunicação opinativa.

O livro é fundamentado principalmente em autores que trazem teorias voltadas ao estudo do folclore como Edison Carneiro, Sílvio Romero, Câmara Cascudo, Alceu Maynard Araújo, mas também traz teóricos de outras áreas como Pedro Calmon, Caio Prado Junior, Gilberto Freyre. E exemplifica ricamente com dados dessas pesquisas, de textos jornalísticos e muito de suas observações em campo.



Folkcomunicação. São Paulo: Universidade de São Paulo/ECA, 1971.

É um livro de produção coletiva, de circulação restrita, por se tratar de uma série “Comunicações v.14” com 141 páginas em pequena tiragem. Traz contribuições de 11 autores: José Marques de Melo, Luiz Beltrão, Luis da Câmara Cascudo, Ariano Suassuna, Clarival Prado Valadares, Roberto Pontual, José Maria Tavares de Andrade, Mauro Mota, Mauro de Almeida, Hernani Donato, Claude Lévi-Strauss.

Cada um em sua área de formação e atuação acadêmica, contribuem para dimensionar o campo e as diretrizes da Folkcomunicação analisando a relação da comunicação com o folclore, a arte, a literatura, a antropologia, e a sociologia. Os artigos são, na ordem dos autores expostos acima: Folkcomunicação, O ex-voto como veículo jornalístico, Carta sobre o ex-voto, A arte popular no Brasil, Arte de formação e arte de informação, Notas sobre xilogravura popular, Música popular religiosa, Uma sociologia de rótulos de cigarros, Filosofia dos para-choques, Cem ditados rurais paulistas, Papai Noel suplicado.



MARQUES DE MELO, José (coord). **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez/Intercom/CNPq, 1983.

Essa obra coordenada por Marques de Melo, da década de 1980, representa um momento em que a Comunicação enquanto área do conhecimento se consolidava no Brasil. E, por isso, haviam muitos desdobramentos em pesquisas, abertura de cursos de comunicação social nas diferentes habilitações por todo o país, vários movimentos sociais alavancando formas diferenciadas de comunicação, e muitos veículos de massa bem estruturados compunham um contexto emergente de demandas comunicacionais. Este cenário que se impulsionava pela diversidade de atores sociais no campo da comunicação, definiu um leque ampliado de objetos, teorias e metodologias apontando as tendências de investigações.

Nesse sentido, os 35 capítulos do livro, pontuam as linhas de pesquisa em comunicação no Brasil em nível de graduação e pós-graduação, o mercado de trabalho e a estruturação dos cursos de graduação dessa área.

Dentre os capítulos, dois são destinados à Folkcomunicação e escritos por Luiz Beltrão: “A pesquisa sobre Folkcomunicação”, já citado anteriormente, onde trata da composição do campo e do posicionamento necessário aos pesquisadores; e, “O interesse pela Folkcomunicação”, em que Beltrão relata uma experiência de pesquisa com alunos de graduação, aplicando sua teoria na investigação em campo e análise das temáticas “A comunicação da Fé”, “A comunicação da esperança” e “A comunicação do amor”.

Descreve mais sistematicamente a segunda, contrapondo os aspectos da teoria da folkcomunicação utilizados. Esse é um relato em que o pesquisador oferece esse conteúdo nas disciplinas de Teoria da Comunicação, Teoria da Opinião Pública e Sistemas de

Comunicação no Brasil, mas já como indicativo de colocar a Folkcomunicação como disciplina dos Cursos de Comunicação Social.

*** Acervo inicial: Mapeamento e identificação das obras (1998-2008)**

Os livros analisados nesse período compõem um total de 18 títulos que nós tivemos acesso, dentre eles importantes obras que se tornaram referência para os pesquisadores da área no Brasil e no exterior, mesmo sendo em língua portuguesa. São eles:



MARQUES DE MELO, José. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos.** Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.

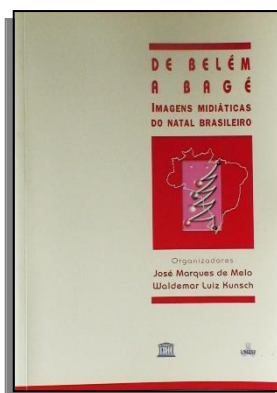
Nesse livro, do mesmo modo que no Pesquisa em Comunicação no Brasil, Marques de Melo insere a Folkcomunicação como “Ideias em debate” ampliando para o contexto Latino-americano, fazendo um percurso conceitual que vai de Edgar Morin a Beltrão para o entendimento das comunicações próprias às culturas.

BENJAMIN, Roberto. **Itinerário de Luiz Beltrão.** Recife: Universidade Católica de Pernambuco / Associação de Imprensa de Pernambuco, 1998.

Nessa obra, o autor busca recuperar toda a história do pesquisador Luiz Beltrão, desde a sua infância, seu desenvolvimento profissional e sua vida familiar, até sua morte e seu legado comunicacional.

Ele adota como suportes metodológicos um levantamento bibliográfico e documental, com acesso a textos e acervo pessoal de Beltrão, descreve o percurso do pesquisador em seus

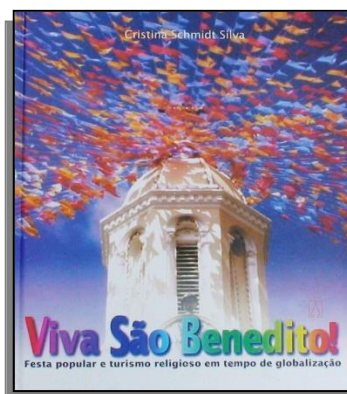
vários aspectos – método biográfico por meio das produções. E trabalha com as teorias do próprio Beltrão, além de referências em teorias do campo do folclore.



MARQUES DE MELO, José e KUNSCH, Waldemar. (orgs). **De Belém a Bagé: imagens midiáticas do natal brasileiro**. São Bernardo do Campo: IMS, 1998.

O intuito dessa obra foi resgatar as imagens natalinas projetadas pela mídia brasileira durante as celebrações de 1996. Por meio de um estudo comparativo, iniciou com pesquisadores de oito universidades paulistas, ampliando-se para 25 instituições acadêmicas (48 pesquisadores) em diferentes regiões do país. A análise foi realizada a partir dos eixos temáticos – tradição/ inovação, espaço/tempo, público/privado. E o referencial teórico foi construído a partir de marcos teóricos latino-americanos.

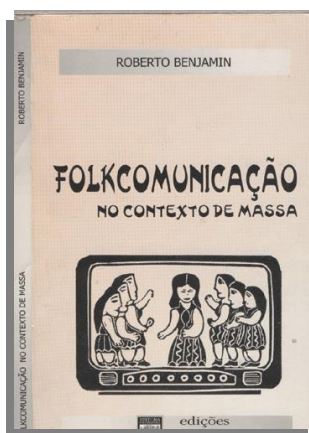
Têm base nas teorias de Luiz Beltrão, que parte do funcionalismo norte-americano, para identificação do duplo fluxo da informação e da existência dos líderes de opinião; também usam a teoria social brasileira. E respaldam em referências de Nestor Garcia Canclini, Jesús Martin-Barbero e, do próprio José Marques de Melo.



SCHMIDT SILVA, Cristina. **Viva São Benedito! - Festa popular e turismo religioso em tempo de globalização.** Aparecida: Santuário, 2000.

Como resultado de sua pesquisa de doutorado, a autora identifica as formas de organização da festa popular e as apropriações dos meios de comunicação de massa e da indústria do turismo. Entender o papel das manifestações populares nas localidades frente ao contexto globalizado.

Faz um estudo de caso profundo e detalhado da Festa de São Benedito da cidade de Aparecida (SP) por meio de um relato historiado, usa a observação participante dentro de uma abordagem etnológica, que consiste em olhar atento às expressões comunicacionais da cultura popular. O estudo traz referências da escola latino-americana de comunicação. Mas também adota autores da antropologia cultural, da sociologia e semiologia dentro dos parâmetros estruturalistas.

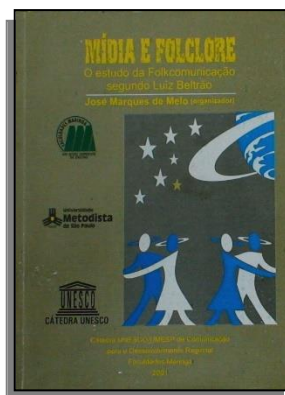


BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa.** João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2000.

O autor retoma artigos que publicou ao longo de sua carreira e, dessa forma, fornece um panorama explicativo dos diversos prismas sobre a Folkcomunicação. Suas reflexões têm como marco os posicionamentos originados dos textos matrizes de Luiz Beltrão, que trazem características do difusionismo norte-americano de pesquisas de campo das décadas de 30 e 40, e dos estudos a respeito da comunicação em Lazarsfeld.

Por meio de método explicativo e descritivo, apresenta uma reflexão sobre o contexto da cultura folk, as aproximações e usos dos meios de massa, faz análises de casos,

desenvolvendo o livro em tópicos e áreas de estudo como: a nova abrangência da folkcomunicação; a comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura folk; a mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa.



MARQUES DE MELO, José (org). **Mídia e Folclore**. Maringá: Faculdades Maringá, 2001.

Nessa publicação, Marques de Melo oferece uma amostra da concepção teórica, metodológica e empírica do criador da disciplina Folkcomunicação, contribuindo para divulgar as teorias beltranianas. Ela traz doze textos escritos pelo próprio Luiz Beltrão, artigos sobre teoria e metodologia da folkcomunicação.

São estudos de caso que mesclam descrição e análise funcional e cultural sobre a teoria da folkcomunicação e as expressões populares que constituem formas de comunicação: cordéis, ex-votos, gravuras religiosas, curandeiros, líderes populares, o matuto, o vidente e o volante, o migrante. Inclui o estudo dos efeitos; do processo folkcomunicacional; de seus agentes, mediações e intermediações; de aspectos históricos, sociais e culturais; de relações interpessoais; movimentos cívicos, políticos, religiosos e festas populares.



BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação. Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação, de fatos e de expressão de ideias (tese de doutorado)**. Brasília, 1967. Porto Alegre: EDIPUCRS/Famecos. Coleção Comunicações, n 12, 2001.

Em um esforço compartilhado para dar maior visibilidade e acesso à teoria da Folkcomunicação, esse livro traz a tese de Luiz Beltrão. Trata-se de sua obra seminal

A teoria da Folkcomunicação emerge da realidade brasileira e latino-americana, de governo militar e repressão às ideias e manifestações populares da década de 60. A obra de Beltrão valoriza a interpretação, ao mesmo tempo em que conserva o interesse pela explicação – trabalho empírico exaustivo.

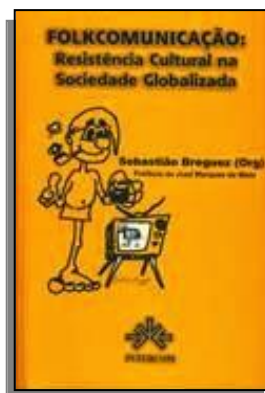
O livro é apresentado em duas partes: a primeira, Teoria da folkcomunicação, fundamentos teóricos e metodológicos; a segunda, pesquisa de folkcomunicação, com subdivisões contextualizando a comunicação no Brasil pré e durante o período colonial; as manifestações como veículos; informação oral e escrita, folkcomunicação opinativa.



SOARES, Orávio de Campos. **Muata Calombo consciência e destruição: o olhar da imprensa sobre a cultura popular da região açucareira de Campos dos Goytacazes**. Campos de Goytacazes, RJ: Editora Fafic, 2004.

O livro faz uma retrospectiva social, econômica e cultural das tradições da zona canavieira de Campos de Goytacazes, localizada no norte do Rio de Janeiro. E verifica as formas de divulgação dos movimentos artísticos tradicionais da cidade, tanto na mídia local quanto na comunidade na comunicação intergrupos. Aborda a visão da imprensa local sobre movimentos afro-portugueses, como o reisado, cânticos e festas religiosas aos santos padroeiros.

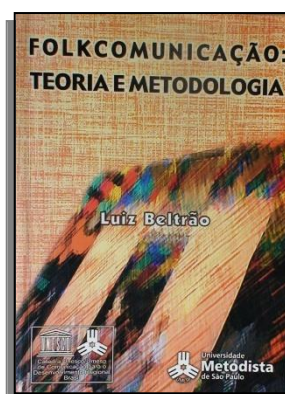
O autor constrói o texto buscando referências fundamentalmente em teorias ligadas a escola funcionalista, de Frankfurt, e estruturalista. Pesquisa de levantamento documental e bibliográfico.



BREGUEZ, Sebastião (Org.). **Folkcomunicação**: resistência cultural na sociedade globalizada. Belo Horizonte: Intercom, 2004.

Como resultado de um evento nacional de folkcomunicação, o livro propõe refletir e desvendar como a disciplina de Luiz Beltrão se traduz na sociedade globalizada. Entre ensaios, artigos e relatos de pesquisa, vários aspectos são definidos e abordados como: grupos Folk, Folkmídia, processos de folkcom, líder de opinião, identidade cultural, hibridismo.

O livro, dividido em duas partes, traz na primeira uma concepção teórica e metodológica. Na segunda parte, apresenta estudos de casos de diferentes autores com relatos de pesquisas realizadas de modo empírico, pautados pelos temas beltranianos e pelas demandas contemporâneas. Além da teoria beltraniana, são citadas teorias da Escola Latino Americana de Comunicação, da Semiótica, dos Estudos Culturais e de teorias ligadas ao estudo do folclore.



BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e Metodologia**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2004.

A publicação deste livro pela Cátedra UNESCO/Metodista teve como objetivo contribuir para o avanço dos estudos em folkcomunicação, dando continuidade às ideias de Luiz Beltrão. O livro aborda a comunicação dos marginalizados, expressões populares que propiciam intermediações/relações com sua própria audiência (interpessoal e intergrupar) e os líderes de opinião.

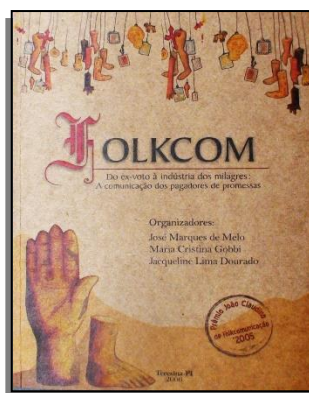
A partir de estudos já realizados por sociólogos e antropólogos, Beltrão procura fazer uma **descrição analítica** dos fenômenos culturais identificando os processos comunicacionais neles inseridos. Trabalha dentro da linha funcionalista norte-americano, identificando o duplo fluxo da informação e da existência dos líderes de opinião. Faz inserções na semiologia. O livro foi dividido em duas partes: **Teoria da folkcomunicação**, onde está a teoria e o sistema matriciais da folkcom; **Metodologia da folkcomunicação**, onde apresenta o formato da pesquisa e objetos de estudo na área.



BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

Fruto da pesquisa e vivências cotidianas do autor no contexto da folkcomunicação, a obra traz objetos como literatura de cordel, festas populares, lendas, mitos, legislação e organização social para a preservação de bens imateriais, xilogravuras, folguedos, ex-votos = manifestações e expressões da cultura popular. Com teorias ligadas ao campo do folclore, e referências da antropologia e sociologia, o autor faz levantamento documental e bibliográfico de textos, nomes/autores, folhetos, poesias, contos e causos. Usa o método descritivo para

apresentar os resultados das pesquisas, fruto do percurso acadêmico e visitas de campo pelo autor, no qual também traz evidências etnográficas.

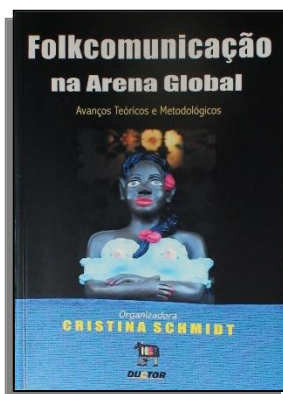


DOURADO, Jaqueline (org.) Folkcom: do ex-voto à indústria dos milagres – a comunicação dos pagadores de promessas. Teresina: Harley, 2006.

Resultado da Conferência Nacional de Folkcom, esse livro amplia a reflexão sobre o texto originário da teoria da folkcomunicação: “o ex-voto como veículo jornalístico”, de Luiz Beltrão. E, divulga as pesquisas que permearam esse tema e foram apresentadas em 2005, na cidade Terezina, estado do Piauí.

A produção também é o marco do Grupo de Pesquisas “Caçadores de Milagres” liderado por Jaqueline Dourado, que faz investigações de levantamento bibliográfico e documental, com inserções etnográficas de caráter empírico, pelos estados do nordeste brasileiro.

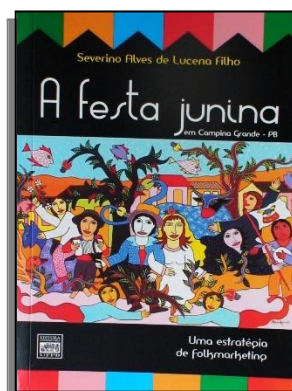
O livro é apresentado seguindo as temáticas dos Grupos de trabalho da Conferência Brasileira de Folkcomunicação, e são: **GT1: Teoria e Metodologia**; **GT2: Gêneros e Formatos**; **GT3: Folkcomunicação Midiática**; **GT4: Folkcomunicação Turística**; **GT5: Folkcomunicação política**; **GT6: Folkcomunicação religiosa** (principal enfoque do livro), enfatiza a pesquisa etnográfica e o estudo descritivo das manifestações religiosas, principalmente as relacionadas ao ex-voto.



SCHMIDT, Cristina. (Org.) **Folkcomunicação na arena global**. Avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

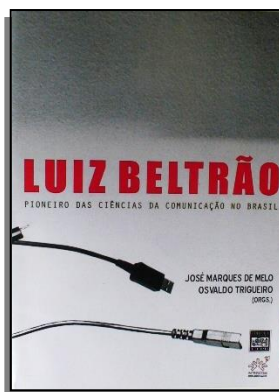
Este livro é referência aos estudiosos dessa área, e foi organizado com a finalidade de atualizar a teoria da folkcomunicação, esclarecer conceitos e processos, elucidar metodologias e técnicas possíveis, e temáticas de estudo na área. O livro reúne autores da segunda geração, mas traz também textos importantes dos discípulos de Luiz Beltrão.

A edição adotou quatro eixos temáticos: **Teoria e metodologia**, que traz a reflexão dos conceitos e dos processos relacionados ao arcabouço folkcomunicacional; **Gêneros e formatos**, desenvolve temas que estudam as formas tradicionais de comunicação das camadas populares (marginalizadas), conforme enunciadas por Luiz Beltrão; **Política e contemporaneidade**, discute formas e estratégias de ações que envolvem a folkcomunicação – como apropriações por organizações políticas e/ou partidárias, ou manifestações espontâneas de grupos na rede midiática; **Festividades e turismo**, expõe as análises sobre as festas populares, a apropriação pela indústria do turismo e as novas abrangências organizacionais.



LUCENA FILHO, Severino Alves. **A festa junina em Campina Grande, Paraíba**: evento gerador de discursos organizacionais no contexto do folkmarketing. João Pessoa: Editora UFPB, 2007.

A festa junina sob o ponto de vista do turismo e das organizações comerciais - um estudo de folkmarketing. Partindo desse foco o autor analisou os discursos das organizações públicas e privadas patrocinadoras e apoiadoras do evento, que se apropriam do universo simbólico do círculo junino (balões, comidas típicas, danças, matutos e músicas). Por meio de pesquisa empírica, bibliográfica e documental, adota a metodologia de análise do discurso. A pesquisa aconteceu de 2000 a 2004 no contexto da escola latino-americana, trabalha fundamentalmente com o referencial teórico de Luiz Beltrão, para situar o marketing Philip Kotler, na análise de discurso Dominique Maingueneu.



TRIGUEIRO, Osvaldo M.; Marques de Melo, José. (Orgs.) **Luiz Beltrão: pioneiro das ciências da comunicação no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007.

Trigueiro e Marques de Melo organizaram essa publicação com a finalidade de fazer um perfil de Luiz Beltrão por meio da reflexão sobre sua trajetória - vida, obra e teoria – e trazer as novas perspectivas metodológicas da folkcomunicação. Tomaram como objeto a biografia de Beltrão e toda sua ampla bibliografia, particularmente, aquelas relacionadas à Teoria da folkcomunicação.



GADINI, Sérgio e WOITOWICZ, Karina Janz (orgs.). **Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa/PR: Editora UEPG, 2007.

Outra obra de referência sobre folkcomunicação, com edição esgotada, apresenta de modo simples e didático os principais marcos teóricos originalmente desenvolvidos por Luiz Beltrão, nos anos 1960.

Oferece um panorama dos principais conceitos, objetos e debates em torno deste campo de pesquisa em comunicação, em 35 verbetes escritos por pesquisadores de diferentes regiões do país e militantes em folkcomunicação.

Com respaldo em teorias latino-americanas, seguido da perspectiva dos estudos culturais, os autores fazem um levantamento de conceitos e referências vinculadas à disciplina da folkcomunicação desde a sua gênese. Buscam referências interdisciplinares. O livro está organizado em três partes: Principais conceitos de folkcomunicação; Objetos & expressões populares; Diálogos sobre comunicação e cultura.

Rio de Janeiro (Cidade). Secretaria Especial de Comunicação Social. **Folkcomunicação – a mídia dos excluídos**. (Cadernos Especiais de Comunicação) Rio de Janeiro/RJ: A secretaria, 2007.

Esse caderno, com apresentação do então prefeito Cesar Maia, faz uma apresentação da teoria da Folkcomunicação e homenageia Luiz Beltrão por seu mérito nas pesquisas e ensino na área da comunicação. Levanta a importância da teoria que discute a mídia de grupos excluídos desenvolvendo a reflexão em cinco textos, reunidos e sintetizados de outras publicações. A finalidade é trazer os principais aspectos para introdução a esse campo.

Dois textos iniciais, elaborados por Maria Cristina Gobbi, “Uma vida dedicada à comunicação” dedicado a uma breve descrição biográfica do pesquisador e a indicação da primeira teoria brasileira na área da comunicação; depois, “A mídia das comunidades periféricas” apresentando o contexto em que se insere as pesquisas nessa área, ou seja, uma sociedade com ampla diversidade cultural e os diferentes atores sociais e a ampliação dos canais de comunicação no século XX.

No terceiro, um texto do próprio Luiz Beltrão, “Folkcomunicação: conceitos e definições”, extraído do livro Folkcomunicação a comunicação dos Marginalizados. No quarto, extraído do mesmo livro, “A comunicação dos marginalizados” uma síntese do que são os grupos marginalizados e a audiência de folk. O quinto texto, de Marques de Melo, “Uma estratégia das classes subalternas” para situar o campo de pesquisa no cenário Latino-americano de pesquisa relacionada aos mecanismos de comunicação da cultura popular. Traz apontamentos sobre folkmídia diferenciando de folclore midiático, do mesmo modo faz com cultura popular, de massa e erudita. Mostra como as tradições se localizam na Aldeia Global de McLuhan.

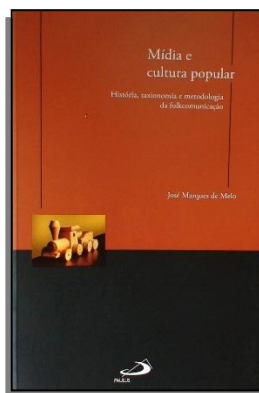


TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

O autor inova e avança nas teorias beltranianas ao trazer os “ativistas midiáticos” colocando-os como “intermediários” cognitivos entre os produtores da cultura erudita e de massa e os consumidores da cultura popular.

Na primeira parte, a publicação apresenta conceitos e um levantamento sobre os diversos processos de mediações dos ativistas midiáticos de São José de Espinharas. E, na

segunda, traz ensaios com temáticas e objetos diferenciados, bem como abordagens e metodologias específicas. Trigueiro demonstra a confluência entre as teorias de Jesus Martin Barbero, sobre a teoria das mediações, com Luiz Beltrão, na teoria das intermediações. Trabalha com Muniz Sodré para a concepção da Comunicação; e com Gramsci, para a compreensão da hegemonia.



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

Outra grande obra de referência para a atualização e recuperação da trajetória da Folkcomunicação como disciplina. Este livro faz um mapeamento teórico cuidadoso. Marca cronologicamente os acontecimentos nos anos 1960 até a atualidade – eventos, produções acadêmicas, entidades, pesquisas realizadas e momentos diversos que foram responsáveis pela crescente institucionalização da disciplina.

Discute os fenômenos comunicacionais em suas relações entre a indústria da mídia e a cultura popular, resalta aspectos históricos, ícones emblemáticos, perfis biográficos e elementos teóricos e metodológicos que configuram o pensamento folkcomunicacional. O autor propõe uma classificação dos gêneros, dividindo-os em folkcomunicação oral, visual, icônica e cinética, atualizando e reformulando a proposta original de Beltrão e mapeando ainda os principais formatos de cada gênero – constitui uma tipologia da folkcomunicação.

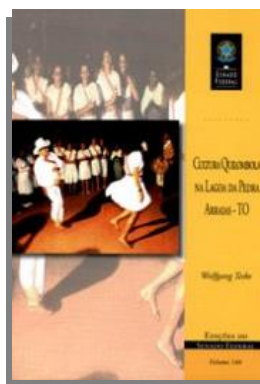
Acervo atualizado: Mapeamento e identificação das obras (2009–2018)

O grande destaque desse novo período é que, além dos veteranos pesquisadores da área, uma nova geração surge com entusiasmo, questionamentos e paradigmas diferenciados

para atualizar e, mesmo, resgatar a disciplina de modo multidisciplinar envolvendo diferentes áreas das ciências sociais e humanidades, reforçando o legado de Beltrão e valorizando a metodologia no contexto contemporâneo. Tais pontos pode-se acompanhar nas publicações apresentadas abaixo.

MACIEL, Betânia; MARQUES DE MELO, José; OLIVEIRA LIMA, Maria Érica de. (Orgs) **Território da Folkcomunicação**. Natal: UFRN, Departamento de Comunicação Social, 2011.

Prof. Marques de Melo, na apresentação, destaca a importância deste *ebook* para a compreensão e adoção da folkcomunicação nas pesquisas do século XXI. Resultante da Conferência Nacional de 2008, este livro concentra o foco na identidade da disciplina, trazendo “os impasses teóricos e os desafios metodológicos”, dez anos após a primeira conferência. Traz reflexões de “veteranos estudiosos do campo” como Osvaldo Trigueiro e Cristina Schmidt; e também as considerações da “vanguarda atual”, como Maria Cristina Gobbi, Betania Maciel, Marcelo Pires, Karia Janz Woitowicz.



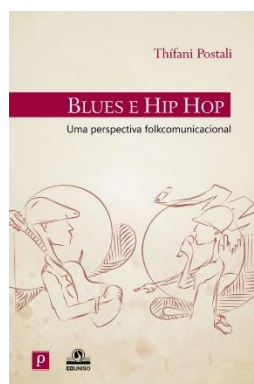
TESKE, Wolfgang. **Cultura Quilombola na Alagoa da Pedra, Arraias – Tocantins**. Rituais, símbolos e rede de significados de suas manifestações culturais: um processo folkcomunicacional de saber ambiental. **Brasília: Senado Federal, 2011**.

Esse livro é resultado de uma pesquisa realizada com base na teoria da folkcomunicação na comunidade quilombola Lagoa da Pedra, em Tocantins.

Objetivou-se registrar e descrever de modo sistemático as manifestações culturais dessa comunidade. Trabalhou na definição e verificação, dos agentes folk, seus canais de comunicação/manifestação como rituais religiosos, danças, alimentação, relação com a

natureza. Seu arcabouço teórico se alinhava primeiro por um caminho “multidimensional” com teóricos como Frittof Capra, Edgar Morin, Mircéa Eliade, Claude Lévi-Strauss entre outros. E, de “forma detalhada” aborda a teoria da folkcomunicação.

Para essa construção referencial adota Luiz Beltrão, Marques de Melo, Roberto Benjamin, Osvaldo Trigueiro, Cristina Schmidt, Sebastião Bregues e Antonio Hohlfeld.



POSTALI, Thifani. **Blues e Rip Hop: uma perspectiva folkcomunacional**. Jundiaí/SP: Paco Editorial/EdUniso, 2011.

Como apresenta a professora Maria Cristina Gobbi, a autora “faz sua análise evidenciando os estudos sobre os ritmos blues e hip hop, comprovando que os cenários comunicativos são formas de comunicação específicas de culturas”.

Traz uma revisão bibliográfica que traz autores como Canclini, Barbero, Beltrão no contexto latino-americano, mas também suporta seus fundamentos em Hall, Harvey, Castells e Baumann. Faz um percurso teórico bem definido em termos folkcomunizacionais e também contextualiza com clareza os movimentos culturais Blues e Hip Hop. Da música como prática comunicacional à resistência cultural, o teoria da folkcomunicação fica muito bem situada metodologicamente.



LOPES, Boanerges Balbino; FERNANDES, Guilherme; COUTINHO, Iluska; MENDES, Marise Pimentel; OLIVEIRA, Maria José. **A folkcomunicação no limiar do século XXI.** Juiz de Fora-MG: Editora UFJF, 2012.

Os artigos reunidos neste livro abordam as novas realidades comunicacionais, sem perder o foco nas teorias fundamentadas de Luiz Beltrão. O objetivo dos pesquisadores neste livro - todos ligados à Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom) - foi atualizar o pensamento beltraniano, abordando novos e antigos objetos de estudo sob outras óticas. As tecnologias da comunicação, as redes sociais e os mecanismos de convergência - além de aspectos ligados à defesa e à autoafirmação das identidades sociais e culturais, as práticas populares como o artesanato. Todas essas temáticas se fazem presentes nesta publicação, e são decorrentes da Conferência Nacional de Folkcomunicação realizada em Juiz de Fora-MG.



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

A partir de sua experiência com a Festa Junina de Campina Grande e a concepção do termo Folkmarketing, o autor segue para pesquisar e analisar a Festa Junina em Portugal. Como colocado no prefácio “O olhar de pesquisador de Severino A. Lucena Filho, somado às vivências e participação nas Festas Juninas, desencadeou um relevante problema de investigação: analisar e compreender a Festa Junina no Brasil e em Portugal, e suas interfaces culturais no contexto do folkmarketing.”



MARQUES DE MELO, José (org). **Fortuna Crítica de Luiz Beltrão – Dicionário Bibliográfico.** Coleção Beltrianas V.1. São Paulo: Intercom, 2012.

A obra foi organizada por José Marques de Melo e lançada em dezembro de 2012, como parte das comemorações de 35 anos da Intercom. Este dicionário bibliográfico de Luiz Beltrão contém resenhas críticas de suas obras impressas. Participaram desse mutirão intelectual mais de 30 pesquisadores de todo o Brasil.



MARQUES DE MELO, José;

FERNANDES, Guilherme.

Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira. São Paulo: Editae, 2013.

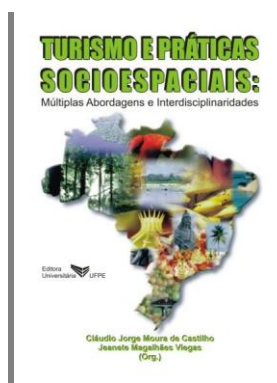
Livro essencial para compreensão da folkcomunicação, traz textos fundamentais aos estudos dessa teoria. Apresenta as bases epistemológicas da comunicação, do folclore e da folkcomunicação para a compreensão do campo.

Na primeira parte, intitulada A Pré-história da Folkcomunicação, se subdivide em cinco sessões. Inicia com a exposição das matrizes teóricas nos “Estudos Científicos do Folclore brasileiro”: Gramsci, Edson Carneiro, Jorge Gonzales, Maria Izaura Pereira Queiroz. Na

segunda as matrizes empíricas com Lévi Strauss, Raymundo Cantel, Antonio Cândido, Carlos Rodrigues Brandão.

Na terceira parte aponta os precursores e pioneiros em folkcomunicação com Câmara Cascudo, Alceu Maynard, Florestan Fernandes. Na quarta, uma cartografia cultural com abordagem folkcomunicacional e trabalha textos de Diégues Junior, Ecléa Bosi, Ruth Cardoso. Na quinta faz uma incursão nos estudo sobre as manifestações populares em autores como José Ramos Tinhorão e Olga Von Simson. Cada sessão é fechada com um texto de Luiz Beltrão que articula as temáticas.

Na segunda parte, intitulada História em Processo, na sessão VI Gênese esclarece os Sistemas da comunicação e da folkcomunicação por Marques de Melo e Joseph Luyten; e os veículos de manifestação da cultura popular por Roberto Benjamim. Na VII Configurações, trabalha os termos derivados da folkcomunicação como: folkmidia - Luyten, folk-ativismo – Osvaldo Trigueiro, folkmarketing – Severino Lucena, folkcturismo – Daniel Galindo, Folkpolítica – Sérgio Gadini, Folkficção – Eliane mergulhão, entre outras derivações. E nas VIII, IX e X traz os processos comunicacionais que grafam o Mapa cultural Contemporâneo, com Cristina Schmidt; a Institucionalização das pesquisas na constituição da Rede Folkcom, com Érica de Oliveira; e a sedimentação e expansão dos estudos por Junia Martins.



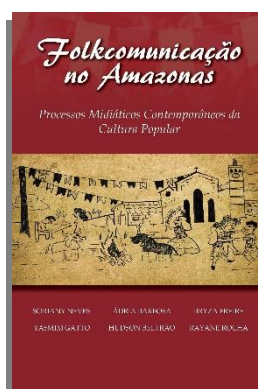
CASTILHO, Cláudio Jorge Moura de; VIEGAS, Jeanete Magalhães **Turismo e Práticas Socioespaciais: Abordagens Múltiplas e Interdisciplinares**. Recife: Universidade Federal Rural de Pernambuco/Faculdades Integradas de Recife (FIR), 2014.

O destaque para esse livro está na inserção social que ele contém e o público que lhe acolheu na **4ª Mostra Internacional de Turismo – MIT**, em Recife. Para o campo da

Folkcomunicação, a contribuição está no capítulo sobre **A Construção do Discurso na Terra dos Papangus: uma análise da política de turismo à luz dos atores envolvidos na produção do município de Bezerros – Pernambuco**, de autoria da professora Signe Dayse Castro de Melo e Silva da Universidade Federal da Paraíba, que toma como principal referencial teórico, as teorias de Luiz Beltrão.

Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil – Memória das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação no Brasil (volume 2). Brasília: IPEA, 2014.

A obra é composta por três volumes: Colorações para o Debate sobre Telecomunicações e Comunicação; Memória das Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação no Brasil; e Tendências na Comunicação. A teoria da Folkcomunicação ganhou destaque no volume 2 desse panorama, com as contribuições das pesquisadoras da [Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação](#), Betania Maciel e Cristina Schmidt. A Folkcomunicação, primeira teoria da comunicação brasileira, foi resgatada por meio de histórico e das atividades institucionais da Rede Folkcom – Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação.



Neves, Soriany Simas (*et alli*). **Folkcomunicação no Amazonas: processos midiáticos contemporâneos da cultura popular**. Parintins-AM: Editora Scortecci, 2014.

Publicação muito importante por representar uma sistematização da pesquisa em folkcomunicação no Amazonas. Os capítulos analisam como ocorrem os processos de comunicação nas manifestações populares amazonenses, particularmente do município Parintins, como o boi-bumbá e as danças, os rituais e práticas religiosas. Soriany Neves,

RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 16, Número 37, p.101-138, Julho/Dezembro 2018

organizadora do livro, também é responsável pelo processo de implantação da disciplina no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), campus Parintins.

MARQUES DE MELO, José; GURGEL, Eduardo Amaral. Luiz **Beltrão: singular e plural**. Coleção Beltrianas V.7. São Paulo: FACCAT/Intercom, 2014.

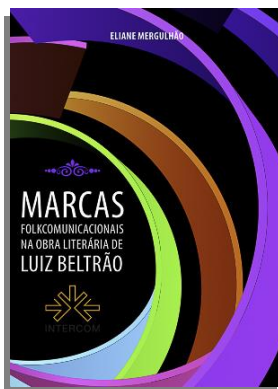
A obra é de extrema relevância para a área da Folkcomunicação por apresentar a trajetória biobibliográfica de Luiz Beltrão, nascido em 08 de agosto de 1918, é considerado um dos mais importantes comunicólogos brasileiros. Com uma ampla produção acadêmica e militância profissional ímpar como jornalista, pesquisador e professor, este livro editado em três partes: primeiramente, O homem e o mito, evidencia sua biografia com as atuações nacionais e internacionais.

Em seguida, O Acadêmico Polifacético, apresenta suas contribuições no jornalismo, literatura, Relações públicas, Folkcomunicação. E, na terceira, O intelectual fora de série, pontua sua trajetória como fundador de Instituto de pesquisa, inovador educacional, renovador institucional, entre outras importantes façanhas.

MORAIS, Osvandro J. de. **Comunicação e Problemas: Luiz Beltrão**. Coleção Beltrianas Vol 4. Parte I. São Paulo: Intercom, 2014-2015.

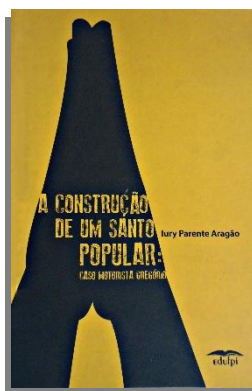
Essa publicação traz, conforme apresentação do organizador:

“O legado do Mestre Beltrão em Comunicação & Problemas. Primeira revista acadêmica de Comunicação editada no Brasil. A edição inicial foi publicada em março de 1965, trazendo informações sobre o curso de Jornalismo da Unicap (Universidade Católica de Pernambuco), contendo registro das pesquisas, eventos, artigos, depoimentos, entre outras atividades realizadas pelo Icinform (Instituto de Ciências da Informação), primeiro centro de pesquisa nacional, também criado pelo mestre Luiz Beltrão.



MERGULHÃO, Eliane. *Marcas folkcomunicacionais na obra literária de Luiz Beltrão*. São Paulo, Intercom, 2015.

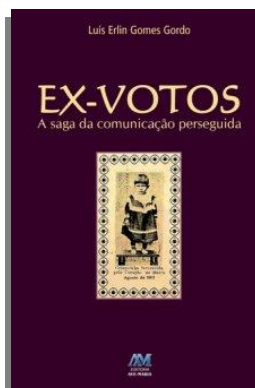
Resultado da tese defendida por Mergulhão na Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), no Doutorado em Comunicação Social, a obra traz uma análise da comunicação dos excluídos identificadas nas culturas dos grupos sociais periféricos, tendo como base a Teoria da Folkcomunicação. A autora seleciona e analisa textos literários de Luiz Beltrão, ao passo que verifica se as narrativas relacionadas à cultura popular configuram também elementos folkcomunicacionais. A obra inova na aproximação entre a folkcomunicação e a literatura beltraniana, ainda não tão conhecida no ambiente acadêmico.



ARAGÃO, Yuri P. **A Construção de um santo popular**. Piauí: Editora EDUPI, 2015.

O livro tem como tema central o processo de construção de um santo não canônico. Na localidade de devoção foi realizada a pesquisa empírica e, por meio de uma análise comparativa do discurso simbólico expresso pelos ex-votos, e análise do conteúdo da imprensa local.

É um estudo de folkcomunicação em que, para sua fundamentação, o autor recorre a análise europeia, com Barthes, Bakhtin e Lévi-Strauss. Trazendo para o contexto, utiliza procedimentos latino-americanos, de Jorge González, Osvaldo Trigueiro e Antonio Hohlfeldt. Essa articulação teórico-metodológica amplia as concepções beltranianas.



GORDO, Luís Erlin Gomes. **Ex-votos: a saga da comunicação perseguida**. São Paulo: Editora Ave Maria, 2015.

Com levantamento bibliográfico e documental, e acesso a textos e ao acervo da Revista Ave Maria, uma publicação da Igreja Católica. O livro analisa os ex-votos aí publicados, no período pós-ditadura militar, de modo a compreender o processo comunicacional relacionado a essa prática. Fazendo um percurso descritivo, com análise de conteúdo, o autor identifica “a disparidade funcional existente entre prática e religião” e fundamenta com a teoria da folkcomunicação a análise dos ex-votos, e teorias críticas à teologia da libertação, mostrando “a saga de uma comunicação perseguida”.



SCHMIDT, Cristina; VALENTE, Heloisa; PRADOS, Rosália. **Mídia e Políticas Culturais**. São Paulo: Ícone Editora, 2015.

O livro **Mídia e Políticas Culturais** faz reflexões sobre políticas públicas voltadas à diversidade cultural e à comunicação. Apesar de não ser um livro específico de Folkcomunicação, traz textos que subsidiam e fundamentam estudos voltados a área. A

coletânea debate em dois capítulos a folkcomunicação e as políticas públicas relacionando ao Patrimônio Imaterial, Indústria Criativa e Patrimônio material.

MORAIS, Osvando de (Org.). **Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI**. São Paulo: Intercom, 2015.

Obra abrangente no campo da comunicação tem o intuito de refletir sobre a pesquisa nos diferentes grupos de trabalho da Intercom. À luz das diferentes Teorias da Comunicação, traz diferentes temáticas, novas abordagens metodológicas, linhas de pesquisa, em autores que prescrevem a contemporaneidade. Dentre os capítulos, destaca-se “Desafios da pesquisa em Folkcomunicação: trajetória e fortalecimento da disciplina”, de Karina Janz Woitowicz e Cristina Schmid. Elas elencam marcos da consolidação da teoria da folkcomunicação no âmbito das Ciências da Comunicação, com base em pesquisa bibliográfica e levantamento de documental. E, apontam os espaços acadêmicos, os grupos de pesquisa e os grupos de trabalho em eventos científicos como sítios de referência de produção e difusão da pesquisa em folkcomunicação e indicadores de expansão da teoria.



AGUILAR, Cristian Yáñez (et all). **Folkcomunicación en América Latina: diálogos entre Chile y Brasil**. Temaco-Chile: Universidade de La Frontera, 2016.

A partir da experiência de internacionalização da Rede Folkcom (Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação), em sua segunda Conferência Internacional, traz como resultado essa publicação em espanhol, editada em parceria entre *Universidade de La Frontera* e *Universidade Austral de Chile*. Reúne 23 capítulos em três seções: a primeira com textos clássicos sobre a teoria da Folkcomunicação, principais conceitos e possibilidade de

pesquisas. A segunda contempla autores brasileiros com “textos contemporâneos”; e a terceira seção traz autores chilenos com textos que promovem “aproximações à folkcomunicação” em investigações do Chile.

MARQUES DE MELO, José; SANTOS, Marli dos. **Mutações na Comunicação: ampliando as fronteiras do jornalismo**. Coleção Beltranianas V.9. São Paulo: Intercom, 2016.

A importância desse livro está no fato de reunir 22 textos originais de Luiz Beltrão, produções sobre folkcomunicação, jornalismo e literatura; que são analisados por estudiosos de várias instituições brasileiras.

E, ainda, traz reflexões do autor no cenário de transformações que o mundo e o Brasil vivenciaram durante as décadas de 1960, 70 e 80. As análises trazem contemporaneidade às teorias de Beltrão e contribuem para uma atualização dos referenciais e das pesquisas. Destes textos, 06 estão relacionados especificamente à folkcomunicação; sendo 02 capítulos de Luiz Beltrão que se desdobram em mais 04 com análises por Cristina Schmidt, Sérgio Luiz Gadini, Guilherme M. Fernandes e Iury Parente Aragão.

Considerações finais

Nesse acervo com 42 obras editadas em formato livro, 23 (vinte e três) trazem a temática da folkcomunicação como totalidade da obra, 06 (seis) são textos do próprio Beltrão em reedição ou textos inéditos, 07 (sete) trazem capítulos dentro de livros relacionados à Comunicação, às Políticas Públicas ou ao Turismo; e outras 06 (seis) trabalham a folkcomunicação como metodologia aplicada.

Os marcos teóricos das obras, principalmente no Acervo Inicial, partem do difusionismo norte-americano (pesquisas de campo e de líder de opinião); depois caminham com os estudos culturais (que valorizam os elementos da cultura popular ou iletrada); e com os estudos da escola latino-americana de comunicação. E, os métodos adotados para a realização das pesquisas dão grande ênfase para estudos etnográficos, estudos de caso e estudos descritivos, pesquisa de levantamento documental e bibliográfico, e análise de conteúdo. Em menor grau aparecem pesquisas participantes, estudos comparados e análise de discurso.

Os objetos de estudo destacam as manifestações culturais dos grupos marginalizados urbanos e rurais, delimitados nos processos de comunicação aí localizados, as relações com a mídia e ainda a protagonização de líderes de folk e, a grande contribuição que está no ativista midiático.

Os pesquisadores com maturidade acadêmica (“discípulos de Beltrão”) e aqueles que já se dedicam há alguns anos à produção acadêmica na área, acabam liderando as publicações como autores individuais, ou fazendo parte das organizações dos livros. Enquanto que, novos pesquisadores também protagonizam uma série de textos que se voltam para publicações com objetos contemporâneos, não abordados por Beltrão – o que atualiza a disciplina quando sua aplicação a estes.

Em todas as obras o referencial de Beltrão é citado; e, compartilham também bibliografias relacionadas as áreas da sociologia, antropologia, semiótica e folclore promovendo uma reflexão multidisciplinar e, em alguns casos, interdisciplinar. Porém, ainda existe uma parte das pesquisas que se revelam mais direcionadas a estudos antropológicos e sociológicos do que comunicacionais. Apresentam metodologias e abordagens das ciências sociais aplicadas. Mas, fica evidente o amadurecimento das pesquisas no campo da Folkcomunicação que revela uma busca pela coerência metodológica, por um refinamento e precisão teórica (por isso os esforços de algumas publicações para delimitar conceitos e metodologias).

São poucos os trabalhos (livros ou capítulos) que apresentam uma reflexão efetivamente epistemológica da folkcomunicação. E, quando há um “estado da arte”, existe uma tendência à adoção de referências “européias” às latino-americanas, ocorrendo uma subvalorização da teoria da folkcomunicação, principalmente nos textos mais recentes ou coautores não frequentes nesse campo.

Para finalizar, importante destacar o que Beltrão aponta em seu artigo, a persistência de alguns pesquisadores da primeira geração resulta nessa ampla bibliografia, com o estímulo e apoio permanente da Cátedra UNESCO/Metodista, capitaneada pelo professor José Marques de Melo.

Referências bibliográficas

AGUILAR, Cristian Yáñez (et all). **Folkcomunicación en América Latina: diálogos entre Chile y Brasil**. Temaco-Chile: Universidade de La Frontera, 2016.

ARAGÃO, Yuri P. **A Construção de um santo popular**. Piauí: Editora EDUPI, 2015.

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de ideias**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

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

_____. A pesquisa sobre folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José. (Org.). **Pesquisa em Comunicação no Brasil**. São Paulo: Cortez/Intercom, 1983.

_____. **Folkcomunicação: Teoria e Metodologia**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2004.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

_____. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2000.

_____. **Itinerário de Luiz Beltrão**. Recife: Universidade Católica de Pernambuco / Associação de Imprensa de Pernambuco, 1998.

BREGUEZ, Sebastião. **Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada**. Belo Horizonte: Intercom, 2004.

CASTILHO, Cláudio Jorge Moura de; VIEGAS, Jeanete Magalhães **Turismo e Práticas Socioespaciais: Abordagens Múltiplas e Interdisciplinares**. Recife: Universidade Federal Rural de Pernambuco/Faculdades Integradas de Recife (FIR), 2014.

DOURADO, Jaqueline (org.) **Folkcom: do ex-voto à indústria dos milagres – a comunicação dos pagadores de promessas**. Teresina: Harley, 2006.

GADINI, Sérgio e WOITOWICZ, Karina Janz (orgs.). **Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa/PR: Editora UEPG, 2007.

GORDO, Luís Erlin Gomes. **Ex-votos: a saga da comunicação perseguida**. São Paulo: Editora Ave Maria, 2015.

LOPES, Boanerges Balbino; FERNANDES, Guilherme; COUTINHO, Iluska; MENDES, Marise Pimentel; OLIVEIRA, Maria José. **A folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora-MG: Editora UFJF, 2012.

LUCENA FILHO, Severino Alves. **A festa junina em Campina Grande, Paraíba**: evento gerador de discursos organizacionais no contexto do folkmarketing. João Pessoa: Editora UFPB, 2007.

_____. **Festa Junina em Portugal**: Marcas culturais no contexto de folkmarketing. João Pessoa-PB: Editora UFPB, 2012.

MACIEL, Betânia; MARQUES DE MELO, José; OLIVEIRA LIMA, Maria Érica de. (Orgs) **Território da Folkcomunicação**. Natal: UFRN, Departamento de Comunicação Social, 2011.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação Social: Teoria e Pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1970.

_____(org). **Pesquisa em Comunicação no Brasil**. São Paulo: Cortez/Intercom, 1983.

_____(coord). **Pesquisa em Comunicação no Brasil**: tendências e perspectivas. São Paulo: Cortez/Intercom/CNPq, 1983.

_____(org). **Mídia e Folclore**. Maringá: Faculdades Maringá, 2001.

_____. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

_____(org). **Fortuna Crítica de Luiz Beltrão – Dicionário Bibliográfico**. Coleção Beltranianas V.1. São Paulo: Intercom, 2012.

MARQUES DE MELO, José; KUNSCH, Waldemar. (orgs). **De Belém a Bagé: imagens midiáticas do natal brasileiro**. São Bernardo do Campo: IMS, 1998.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (orgs). **Mídia Cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme. **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae, 2013.

MARQUES DE MELO, José; GURGEL, Eduardo Amaral. **Luiz Beltrão: singular e plural**. São Paulo: FACCAT/Intercom, 2014.

MARQUES DE MELO, José; SANTOS, Marli dos. **Mutações na Comunicação: ampliando as fronteiras do jornalismo**. São Paulo: Intercom, 2016.

MERGULHÃO, Eliane. **Marcas folkcomunicacionais na obra literária de Luiz Beltrão**. São Paulo, Intercom, 2015.

MORAIS, Osvandro J. de. **Comunicação e Problemas: Luiz Beltrão**. Vol 4. Parte I. São Paulo: Intercom, 2014-2015.

_____(org.). *Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI*. São Paulo: Intercom, 2015.

Neves, Soriany Simas (et alli). *Folkcomunicação no Amazonas: processos midiáticos contemporâneos da cultura popular*. Parintins-AM: Editora Scortecci, 2014.

Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil – Memória das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação no Brasil (volume 2). Brasília: IPEA, 2014.

POSTALI, Thifani. **Blues e Rip Hop: uma perspectiva folkcomunicação**. Jundiaí/SP: Paco Editorial/EdUniso, 2011.

SCHMIDT, Cristina. **Viva São Benedito! - Festa popular e turismo religioso em tempo de globalização**. Aparecida: Santuário, 2000.

SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.

SCHMIDT, Cristina; VALENTE, Heloisa; PRADOS, Rosália. **Mídia e Políticas Culturais**. São Paulo: Ícone Editora, 2015.

SOARES, Orávio de Campos. **Muata Calombo consciência e destruição: o olhar da imprensa sobre a cultura popular da região açucareira de Campos dos Goytacazes**. Campos de Goytacazes, RJ: Editora Fafic, 2004.

TESKE, Wolfgang. **Cultura Quilombola na Alagoa da Pedra, Arraias – Tocantins**. Rituais, símbolos e rede de significados de suas manifestações culturais: um processo folkcomunicação de saber ambiental. **Brasília: Senado Federal, 2011**.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira; Marques de Melo, José. **Luiz Beltrão: pioneiro das ciências da comunicação no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007.

Submetido em: 16/10/2018

Aceito em: 25/10/2018

Teoria e prática da pedagogia do jornalismo de Luiz Beltrão¹

Eduardo Amaral Gurgel²

RESUMO

O artigo descreve e analisa a trajetória de Luiz Beltrão como um dos pioneiros do ensino do jornalismo no Brasil, pesquisando sua metodologia didático-pedagógica. O objetivo é revelar e caracterizar a constituição da pedagogia da comunicação de Luiz Beltrão voltada para o ensino do jornalismo por meio de sua obra e suas ações. Apresenta em sua bibliografia midiológica livros que são verdadeiros manuais para o ensino do jornalismo. Para a realização deste estudo utilizou-se como aportes metodológicos a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, além de reconstruções históricas no intuito de coligir dados e qualificar informações. O resultado da pesquisa revela que Luiz Beltrão forjou uma sólida pedagogia voltada para o ensino do jornalismo. Conclui que sua ação pedagógica foi de fundamental importância para a sistematização do ensino do jornalismo contribuindo assim para a produção do saber comunicacional no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Jornalismo; Ensino; Pedagogia; Luiz Beltrão.

Theory and practice of the journalism pedagogy of Luiz Beltrão

ABSTRACT

The article describes and analyzes the trajectory of Luiz Beltrão as one of the pioneers of the teaching of the journalism in Brazil, searching his didactic-pedagogic methodology. The goal is to reveal and characterize the constitution of the pedagogy of the communication by Luiz Beltrão made for the teaching of the journalism with his work and actions. It is presented in

¹ O presente artigo, com adaptações e inserções, é parte integrante da dissertação de Mestrado do autor, com o título “A Pedagogia do jornalismo na teoria e prática de Luiz Beltrão” apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da UMESp – Universidade Metodista de São Paulo no ano de 2012.

² Jornalista graduado pela UNIFAI – Centro Universitário de Adamantina. Pós-graduado em Comunicação Empresarial pela Unitoledo Araçatuba. Doutor e Mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo, sob orientação do Professor Doutor José Marques de Melo. Pesquisador do Grupo de Pesquisa PensaCom/Brasil da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Paulista – UNIP – Campus JK em São José do Rio Preto-SP. E-mail: xagurgel@yahoo.com.br

his midiologic bibliography, books which are truly manuals to the teaching of the journalism. For the achievement of this learning, it was used as methodology supports, the bibliographic search and documentary search, moreover, historic reconstructions with the intention of gathering data and qualifying information. The result of the search reveals that Luiz Beltrão forged a solid pedagogy made for the teaching of the journalism. It is concluded that his pedagogic action had an essential importance to the adjustment of the teaching of the journalism contributing to the production of the communication knowlegde in Brazil.

KEY-WORDS

Communication; Journalism; Teaching; Pedagogy; Luiz Beltrão.

Introdução

Desde as primeiras iniciativas na Europa, mais precisamente em países como a Alemanha, França e Suíça entre os séculos XVII e XIX, passando pela institucionalização do jornalismo como campo universitário nos Estados Unidos do século XX, até os dias atuais, no Brasil e no mundo, especialistas ainda pelem para delinear e sedimentar uma pedagogia do ensino do jornalismo. O assunto continua mais que desafiador principalmente pela complexidade da temática e das perspectivas de soluções frente a uma área do conhecimento tão dinâmica.

Os cursos foram criados para atender a demanda do campo da comunicação e preparar pessoas aptas a manipular a informação. O jornalista é visto como o profissional que trabalha para noticiar, informar e, se possível, formar a opinião pública (BELTRÃO, 2006a), daí a necessidade premente de uma formação de qualidade e de aparatos para tal.

Os primeiros cursos de jornalismo no Brasil seguiram duas correntes: o profissionalismo treinado na academia dos Estados Unidos e o ideal humanista europeu (MEDINA, 1982).

Antes dos cursos, a formação dos profissionais da área era no batente das empresas, na prática diária oferecida pelos jornalistas de ofício mais experientes. O pesquisador Carlos Rizzini (1953, p.6) traz dois exemplos claros dessa tendência nos Estados Unidos: a visão do diretor do The York Herald, Frederic Hudson que dizia que “o único lugar onde alguém pode aprender jornalismo é a redação de um grande jornal”, e a assertiva do escritor John Dillon quando diz que “Nós, jornalistas, estamos firmemente convencidos de sermos como os poetas: born not made”.

O revide às sentenças acima foi dado com certo atraso por Joseph Pulitzer, mas serviu de alento para a instituição do ensino superior de jornalismo nos Estados Unidos e também no Brasil.

Pulitzer foi categórico ao afirmar

[...] ser naturalmente a redação de jornal o lugar indispensável à formação profissional do jornalista, como o hospital à do médico e o fôro à do advogado. Mas o médico e o advogado não encetam a prática sem passar antes pelos bancos das faculdades. Por que só o jornalista é dispensado de saber a sua teoria ou de saber alguma coisa? (RIZZINI, 1953, p.6)

Os modelos forâneos de ensino do jornalismo foram, de certa forma, assimilados pelas instituições pioneiras do Brasil nas décadas de 40 e 50 do século XX.

O pragmatismo norte-americano e o academicismo europeu serão decisivos na formulação de uma pedagogia para o ensino do jornalismo brasileiro. Cada qual e, a seu tempo, foi importante para a conformação dos currículos dos cursos de jornalismo e para o campo da Comunicação Social (MARQUES DE MELO, 1974).

Ainda que tardiamente, os cursos de jornalismo pioneiros do Brasil também seguiram a tendência da revolução industrial e a crescente demanda dos setores emergentes da comunicação.

Questões de ordem sócio-política e cultural determinaram os rumos do ensino do jornalismo em nível universitário. As primeiras tentativas de criação de cursos de jornalismo foram frustradas, seja pela incipiência dos projetos ou pelo regime político vigente. O mesmo governo que outrora fora contrário à demanda, anos mais tarde, criaria o primeiro curso superior de jornalismo, porém, demoraria mais nove anos para determinar suas diretrizes pedagógicas (NUZZI, 1992).

Mesmo antes da oficialização dos cursos, ideias pioneiras voltadas para o ensino do jornalismo como as da Associação Brasileira de Imprensa – ABI – já trabalhavam a questão de uma pedagogia voltada para o campo.

Das iniciativas pioneiras ao funcionamento efetivo dos primeiros cursos, debruçaram-se sobre a elaboração de uma pedagogia para o ensino do jornalismo figuras paradigmáticas da área como Barbosa Lima Sobrinho, Gustavo de Lacerda, Anísio Teixeira, Carlos Rizzini, Danton Jobim, Luiz Beltrão entre outros (MARQUES DE MELO, 2012).

No princípio, os cursos eram vinculados às áreas de letras e filosofia. A falta de tradição acadêmica devido ao caráter recente dos cursos colaborava com a ausência de uma pedagogia própria para a área.

A obrigatoriedade de um currículo mínimo instituído a partir do ano de 1962 pelo Ministério da Educação – MEC – para o ensino superior de Comunicação Social foi também fator decisivo nos rumos de uma pedagogia do ensino de jornalismo (KELLY, 1966). Após a extinção dos currículos mínimos, o MEC instituiu as Diretrizes Curriculares que também determinam linhas vetoriais das abordagens pedagógicas do jornalismo.

O caráter mutante da comunicação e do jornalismo dita, dia a dia, novas tendências profissionais e pedagógicas que influenciam o processo de ensino/aprendizagem.

Influências políticas, culturais, tecnológicas, mercadológicas entre outras também são fatores que podem influenciar o delineamento das diretrizes didático-pedagógicas que, desde os primórdios, até os dias atuais, regem os cursos de jornalismo nas universidades brasileiras.

O estudo da comunicação, no caso em particular do ensino do jornalismo está imbricado com o percurso diacrônico da sociedade brasileira do século XX.

É defendendo o pleno desenvolvimento do Brasil que encontramos a figura paradigmática do professor pernambucano Luiz Beltrão de Andrade Lima.

Luiz Beltrão acreditou e defendeu a comunicação como fator determinante para o desenvolvimento de uma nação. Por conta dessa convicção e notando que faltava um melhor preparo aos jornalistas brasileiros, Luiz Beltrão, na década de 1950, inicia sua luta em defesa do ensino de jornalismo. Com o intuito de preparar profissionais, Beltrão, de jornalista do batente, fez-se professor formulando uma pedagogia própria voltada ao ensino do jornalismo (BENJAMIN, 1998).

Para abordar a Pedagogia do Ensino de Jornalismo de Luiz Beltrão traça-se neste artigo um caminho histórico necessário à elucidação do arcabouço teórico-metodológico deixado pelo mestre para as gerações futuras de comunicadores. Sua obra composta de livros, apostilas, documentos e cartas, é a base que norteia a parte metodológica do trabalho, principalmente na vertente pedagógica de Luiz Beltrão.

A opção por um caminho histórico da vida de Luiz Beltrão onde pensamento e ação transformam-se em teoria e prática do jornalismo é pela escolha metodológica da historicização para um pensamento e discussão atual da temática.

Ao longo do tempo, pesquisadores se debruçaram em pesquisas as mais diversas sobre vida e obra de Luiz Beltrão, principalmente voltadas às teorias da comunicação e do jornalismo. Especificamente, há uma gama de estudos abordando sua teoria da folkcomunicação, considerada como a primeira e única teoria da comunicação genuinamente brasileira (MARQUES DE MELO; FERNANDES, 2013). A Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação que congrega pesquisadores busca o desenvolvimento de atividades ligadas a folkcomunicação.

Porém, até o momento, não há um estudo sistemático acadêmico sobre a pedagogia do ensino do jornalismo de Luiz Beltrão. Um dos continuadores de sua obra, José Marques de Melo, relata que a pedagogia do ensino de jornalismo de Luiz Beltrão encontra-se escondida nas entrelinhas de sua obra e ainda por ser sistematizada. Essa termina sendo uma das grandes justificativas deste trabalho.

A tarefa aqui é fazer um balanço da pedagogia do ensino de jornalismo de Luiz Beltrão dentro de uma perspectiva histórica. A pretensão de tecer um “inventário” desta pedagogia perpassa por pressupostos teórico-metodológicos do jornalismo na obra Beltraniana. Neste aspecto procura-se então revelar a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, descrita e, logo após, ratificada na prática por Beltrão (BELTRÃO, 2006b).

Para revelar a pedagogia do jornalismo de Luiz Beltrão tem-se então que desvendar a luta que ele travou para ensinar um jornalismo que acreditava ser uma ferramenta de transformação social.

Ao analisar o pensamento pedagógico de Luiz Beltrão, a pesquisa busca verificar se houve êxito em suas experiências no processo educacional do jornalismo. Quiçá, permitir com as reflexões propostas por Beltrão, suscitar contribuições para o debate das problemáticas do presente.

A pesquisa sobre a pedagogia de ensino do jornalismo é importante primeiro para a organização, sistematização e difusão do legado de Luiz Beltrão para o ensino superior. Estudar a ação pedagógica Beltraniana, como ela foi elaborada, é importante para compreender o conjunto de doutrinas, princípios e métodos de educação e instrução por ele utilizados que contribuíram com o campo comunicacional.

Em 2009, uma comissão formada por especialistas convocada pelo Ministério da Educação entregou um relatório final propondo mudanças curriculares nos cursos de

Jornalismo. Conforme o relato de José Marques de Melo, presidente da Comissão de Especialistas, Luiz Beltrão empreendeu esforço na construção de uma pedagogia brasileira de jornalismo (BRASIL, 2009). Propostas de Diretrizes curriculares como promover a integração teoria e prática, entre outras, coadunam com os conceitos formulados na década de 1960 por Luiz Beltrão. Se adotadas, seriam grandes contribuições à Pedagogia do Jornalismo. As diretrizes curriculares para o ensino do jornalismo foram homologadas em 2013 e, desde então, as instituições de ensino superior, cada qual à seu modo, buscam se adaptar ao novo parâmetro. Diante desta situação verifica-se que, há mais de 80 anos, a educação dos jornalistas desafia a sociedade brasileira.

Faz-se premente que as ideias concebidas por Beltrão como um dos pioneiros do ensino do jornalismo no Nordeste e, também, do Brasil, sejam postas à luz do entendimento das novas gerações que não desfrutaram de seu convívio.

Metodologicamente optou-se por uma pesquisa qualitativa, principalmente pela natureza do objeto a ser pesquisado. Também, no percurso metodológico foram feitas pesquisas bibliográficas e documentais, via as principais referências sobre a temática, recolhendo-se quase que totalmente a bibliografia Beltraniana e contribuições de seus discípulos e impulsionadores no sentido de compreender melhor os pensamentos desse teórico.

Utilizou-se também o método da reconstrução histórica defendido por Richard Romancini (2010) quando explica que determinado fato histórico é recontado e reconstruído justamente para um entendimento comunicacional e histórico dos fatos.

Ancorado nas metodologias acima descritas, espera-se que, ao fim e ao cabo, o artigo contemple a pedagogia do jornalismo de Luiz Beltrão em sua plenitude.

Contexto histórico do ensino de jornalismo

O jornalismo como campo universitário foi institucionalizado nos Estados Unidos no início do século XX. Contudo, ações no continente europeu, mais precisamente na Alemanha, na França e na Suíça, precederam esse fato (MARQUES DE MELO, 2012).

O ensino superior do jornalismo historicamente acompanha o desenvolvimento da imprensa e o processo de reconhecimento da profissão. Como ponto de partida a história

demonstra que “o jornalismo somente se imporia no cenário europeu do século XVII quando começam a circular na Alemanha os primeiros jornais diários” (SCHULZE, 1994, p.15)

Indissociáveis do contexto socioeconômico, político e cultural, tais processos irão mudar a fisionomia da sociedade. O jornalismo diário alavanca a opinião pública e impulsiona o ideal democrático, fator colaborativo para a Revolução Francesa de 1789 com seus ideais revolucionários que nutriram os conceitos de liberdade de imprensa.

Com a imprensa acompanhando o desenvolvimento da sociedade a formação dos jornalistas demandou a criação dos primeiros cursos universitários, assim descritos:

Nos EUA, o primeiro espaço universitário dessa natureza foi criado apenas em 1869, no Washington College, Virgínia. Por sua vez, a primeira experiência europeia datava de 1806, tendo sido protagonizada pela Universidade de Breslau, então situada em território alemão, (NIXON apud MARQUES DE MELO, 2012, p.109)

De lá para cá, a luta pela democracia tem sido uma constante envolvendo imprensa e jornalismo como ferramentas para a soberania popular em contínua mutação para se adequarem às realidades societárias. As mudanças e a quebra de paradigmas evocadas pelo jornalismo sofreram e ainda sofrem uma resistência natural dos sistemas hegemônicos.

Para o bem e/ou para o mal, a imprensa e o jornalismo evoluíram junto com uma sociedade também mutante. Ideologias diversas permearam esse processo evolutivo e, cada uma, a seu tempo e a seu modo, ditaram regras e apontaram caminhos a seguir.

O momento histórico da busca pela democracia reflete uma ideologia voltada para a promoção do bem social. Contudo, o emblemático rumo socioeconômico regido pelo capitalismo empurra a sociedade para novas tendências.

Tudo isso sob a égide da indústria cultural que se expandia e necessitava urgentemente de mão de obra qualificada. No bojo dessa indústria cultural, forja-se o jornalismo como profissão liberal.

Para se adequar à fase industrial observou-se a necessidade da montagem de escolas de profissionalização para treinamento de técnicos da informação.

Daí a importância da instituição do ensino do jornalismo como forma rápida para suprir a necessidade de um profissional exigido por essa indústria.

No século XIX a imprensa, por meio de sua atuação na sociedade se distingue como profissão e requer sua normalização. Assim, Cremilda Medina (1982, p.30) explica que, “gradativamente, o exercício profissional se estrutura em um tripé ideológico: saber, saber fazer, saber ser”. Esse modelo estrutural ganharia projeção mundial com ênfase nos Estados Unidos que foram seguidos de perto pela extinta União Soviética e, depois, por outros países do continente europeu.

Duas correntes se estratificaram na primeira metade do século: os norte-americanos levam às últimas consequências o profissionalismo treinado em universidades; ingleses, franceses, alemães e italianos (não de forma totalmente unânimes) rejeitam a especificação profissional do jornalismo e defendem o “ideal humanista” sem preparação técnica e as vocações míticas da arte de escrever ou de exercer a tribuna pública. (MEDINA, 1982, p.30)

Apesar dos motivos para a profissionalização dos jornalistas serem diferentes, a exemplo dos Estados Unidos, o profissionalismo também tinha uma função explícita na União Soviética. Assim, “Embora os pontos-de-partida não tenham sido exatamente os mesmos, ou seja, não se tratasse de ascensão de classe média, os cursos de jornalismo foram imediatamente implantados na revolução com a finalidade de multiplicar, de pronto a mão de obra treinada” (CREMILDA MEDINA, 1982, p.33).

O desenvolvimento da imprensa e, conseqüentemente do ensino do jornalismo, caminhou ao lado do progresso industrial. Quem primeiro atendeu às demandas da revolução industrial com vistas à profissionalização foram os Estados Unidos e a União Soviética onde “as empresas jornalísticas já assistiam, no início do século, à paralela montagem de escolas de profissionalização e treinamento de técnicos da informação”. (MEDINA, 1982, p.27)

EUA e URSS viram a importância das escolas para a profissionalização de forma rápida e eficaz de jornalistas que o contexto exigia.

Retardatários desse processo, países emergentes do Terceiro Mundo começam a despertar para as demandas da imprensa após a Segunda Guerra Mundial.

A experiência das grandes potências na profissionalização do jornalista torna-se um paradigma que foi discutido pela Organização das Nações Unidas – ONU – trazendo à tona o caráter formativo da profissão jornalística.

Em 1948, a Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura – UNESCO – realizou uma conferência em Paris sobre a formação dos jornalistas do terceiro mundo. Conta Eduardo Meditsch (1992, p.199) que a entidade, na época era amplamente dominada pelos Estados Unidos e pelo espírito da guerra fria.

A partir deste evento, com uma preocupação eminentemente política, a UNESCO realizou diversos estudos sobre o ensino de jornalismo no mundo e criou centros de formação de professores de jornalismo nas várias regiões do terceiro mundo, conforme atesta Cremilda Medina (1982, p. 28):

À época, o consenso estabelecia que, para equipar os novos países da África, Ásia e América Latina (não tão novos) de profissionais conscientes de seu papel social, era preciso levar o treinamento às vias educacionais, estabelecer parâmetros profissionais, objetivos e técnicas de trabalho e, sobretudo, criar pólos de ensino para economizar tempo em um processo que, se espontâneo, iria gastar muitas décadas.

Como resultado dessa discussão em favor da profissionalização do jornalista, em 1956, Jornalistas e professores de 25 países participam de um grande encontro em Paris e decidem pela criação de centros internacionais de especialização.

Fruto dessa abordagem é a criação do Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para a América Latina – CIESPAL – no ano de 1959, em Quito no Equador, que adota a ideologia do profissionalismo influenciando o ensino de jornalismo no Terceiro Mundo.

A criação do CIESPAL intensifica a aplicação das teorias comunicacionais norte-americanas. O CIESPAL torna-se uma das instituições paradigmáticas pioneiras na sistematização e difusão do Pensamento Comunicacional Latino Americano. Neste contexto, ancorado no difusionismo hegemônico e em metodologias norte-americanas, o Ciespal capacitava jornalistas e produtores de rádio para atender as demandas das indústrias culturais latino-americanas (MEDITSCH, 1992).

No Brasil, as primeiras investidas para a institucionalização do ensino do jornalismo antecedem a esse fato. Já nas primeiras décadas do século XX, concomitante com a expansão industrial, aponta-se uma movimentação em torno da problemática do jornalismo. Porém,

somente nas décadas de 1940 e 1950 é que o movimento obteve resultados concretos com a implantação dos cursos de jornalismo em terras brasileiras.

Tendências profissionais e pedagógicas que influenciaram o processo ensino/aprendizagem do jornalismo como campo universitário no mundo também afetaram o Brasil. Desde a implantação dos primeiros cursos, o ensino do jornalismo no Brasil passou por inúmeros problemas como: entraves burocráticos, políticos, sociais, profissionais, acadêmicos, entre outros. Alguns desses problemas persistem até os dias atuais.

A mescla do padrão europeu (teórico) com o modelo norte-americano (pragmático) influenciou desde a elaboração dos currículos mínimos na década de 1940 e, ainda hoje, influencia no debate sobre as atuais diretrizes curriculares homologadas pelo Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior do Ministério da Educação – MEC, por meio do Parecer CNE/CES nº 39/2013 (BRASIL, 2013).

Desde os primeiros currículos até as atuais diretrizes curriculares, diferentes matrizes pedagógicas foram implantadas nos cursos de jornalismo Brasil afora.

Algumas delas importadas dos Estados Unidos e da Europa foram assimiladas sem maiores problemas e, outras ainda, sofreram com a incompatibilidade frente à realidade latino-americana.

O sucesso e o fracasso desses processos são discutidos permanentemente por profissionais da área, principalmente através de entidades como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM -, o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo – FNPJ – e a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS, que buscam soluções viáveis para os problemas do ensino do jornalismo.

No contexto histórico do Brasil, fator decisivo para a instalação e manutenção dos cursos de jornalismo foi a ingerência do Estado com legislação específica para a área. A priori com a criação do curso de jornalismo no sistema de ensino superior e, mais incisivo, na implantação dos currículos mínimos que, hoje, aporta-se nas diretrizes curriculares. A atuação do Estado na regulamentação das profissões da comunicação também foi fator preponderante para mudanças na área. Enfim, Leis, decretos e normas estabelecidas pelo poder público ou a omissão do mesmo em assuntos relativos à comunicação, afetaram e ainda afetam o ensino do jornalismo brasileiro.

Luiz Beltrão: uma vida dedicada ao jornalismo

Luiz Beltrão de Andrade Lima nasceu no dia 8 de agosto de 1918 em Olinda, no Estado de Pernambuco. Estudou no Seminário de Olinda e no Ginásio Pernambucano e graduou-se em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito da antiga Universidade do Recife, hoje Universidade Federal de Pernambuco.

Ainda no ginásio, em 1936, ingressou no jornalismo trabalhando no arquivo do jornal “Diário de Pernambuco” onde passou a revisor e, posteriormente, se tornou repórter. Também atuou em vários órgãos da imprensa pernambucana e tornou-se líder sindical da categoria, alcançando projeção nacional.

Participou de congressos jornalísticos, no país e no exterior, foi autor de diversos ensaios e monografias sobre o jornalismo e suas consequências na sociedade.

Publicou vinte livros sendo que o primeiro, “Iniciação à Filosofia do Jornalismo”, lhe rendeu o prêmio “Orlando Dantas” – 1959, patrocinado pela Editora Agir (Rio de Janeiro), que o lançou nacionalmente no ano seguinte.

A prática como jornalista profissional também o impulsionou para a carreira acadêmica quando, em 1961, fundou o curso de jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco.

Em 1963 criou o primeiro centro brasileiro de estudos acadêmicos sobre os fenômenos midiáticos, mantido pela Universidade Católica de Pernambuco.

Desta iniciativa surgiu a primeira equipe de pesquisadores de fenômenos comunicacionais e a primeira revista científica da área no Brasil.

Também foi nos idos de 1963, três anos depois da publicação de “Iniciação à Filosofia do Jornalismo”, que Luiz Beltrão foi convidado a suceder Danton Jobim no Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para América Latina (Ciespal), no Equador. Lá, Beltrão ministra o curso de Metodologia do Ensino da Técnica de Jornal, tendo sua apostila original de 129 páginas datilografadas, transformada em livro.

Pelo reconhecimento de seu trabalho, no ano de 1965, Beltrão é convidado pelo governo Castelo Branco a assumir a direção da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, onde permanece até 1969.

E é justamente nesta instituição que, no ano de 1967, defende sua tese de doutorado sobre Folkcomunicação, convertendo-se no primeiro Doutor em Ciências da Comunicação do Brasil. No campo da comunicação Beltrão foi pioneiro em outras áreas:

Luiz Beltrão converteu-se em ícone brasileiro das ciências da comunicação por seu tríplice pioneirismo: fundador do primeiro instituto universitário de pesquisa (1963), criador da primeira revista científica (1965) e autor da primeira tese de doutorado (1967) nessa área do conhecimento, em nosso país (DUARTE, 2001, p. 127).

Ainda em Brasília Beltrão atua como docente e pesquisador do Centro de Estudos Universitários de Brasília (CEUB). Beltrão trabalha também na Fundação Nacional do Índio (Funai) onde avalia o comportamento da imprensa brasileira ante a questão indígena.

O resultado deste trabalho está reunido no livro “O índio, um mito brasileiro” lançado em 1977 pela editora Vozes de Petrópolis.

Beltrão teve intensa produção científica sobre o campo comunicacional e ainda marcou seu nome na literatura com contos, novelas e romances.

No ano de 1985 teve um acidente vascular cerebral que o deixou paraplégico das pernas. Sobre uma cadeira de rodas ainda teve forças para escrever e lançar o livro “Subsídios para uma teoria da comunicação de massa”.

Luiz Beltrão faleceu no Hospital das Forças Armadas em Brasília, no dia 24 de outubro de 1986, aos 68 anos.

Pedagogia de Luiz Beltrão para o ensino do jornalismo

Para revelar a pedagogia da comunicação voltada ao ensino do jornalismo desenvolvida pelo pioneiro Luiz Beltrão é necessário seguir um caminho ao longo do qual ele constrói o aporte teórico-metodológico utilizado para tal missão.

A trajetória pedagógica de Luiz Beltrão se configura mesclando teoria e prática sistematizadas em sua vasta bibliografia traduzida por autores que se ocuparam do assunto. Porém, somente as contribuições dos livros não elucidará por completo a grandiosidade do legado pedagógico que Luiz Beltrão deixa para a posteridade. É preciso que se entenda “nas entrelinhas” – como confidenciou seu discípulo José Marques de Melo – a sua prática educativa e comunicacional.

Para seguir essa trilha abordam-se analiticamente as obras de Beltrão em bibliografia específica. Há uma ordem cronológica das obras, salvo algumas necessárias digressões que expliquem demandas atemporais.

Os fatores e o contexto social que influenciaram a ação de Luiz Beltrão no processo de construção de uma pedagogia do jornalismo são elencados antes das obras e das práticas que apontam a ação didático-pedagógica Beltraniana.

Iniciamos a trilha proposta por Beltrão entre os anos de 1953-1959 quando ele organizou suas ideias que culminaram no ensaio “**Iniciação à Filosofia do Jornalismo**” ganhador do Prêmio “Orlando Dantas” em 1959, porém lançado no ano seguinte. O primeiro de uma série de livros voltados para a sistematização do ensino do jornalismo no Brasil.

Em seguida, Beltrão parte para a prática pedagógica também no ano de 1959 quando inicia sua carreira acadêmica no recém-autorizado **Curso de jornalismo da Faculdade de Filosofia das Lourdinhas (Instituto Nossa Senhora de Lourdes)**, em João Pessoa.

No ano de 1960 ajuda a fundar e, em 1961, assume a coordenação **do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP)** onde desenvolveria grande parte de seu projeto pedagógico voltado ao jornalismo.

Porém, antes de assumir, já tinha ideias claras a respeito da problemática do ensino do jornalismo.

Em julho de 1960, em trabalho apresentado à IV Conferência Nacional de Jornalistas em Manaus, sugeriu uma reestruturação de emergência para os cursos de jornalismo (17). Sua tese central residia na autonomia desses órgãos. Essa posição foi incorporada ao programa estabelecido para a formação de jornalistas da Universidade Católica de Pernambuco, com os seguintes objetivos: a) formar profissionais capacitados para o exercício de todas as funções do processo de comunicação de atualidades; b) realização de pesquisas com a finalidade de atualizar os padrões técnicos da imprensa e observar sua influência junto à opinião pública; c) implantar laboratórios experimentais que pudessem funcionar como centros de renovação de padrões jornalísticos vigentes (LOPES, 1989, p.27)

Esse pioneirismo e o sucesso alcançado com o modelo didático-pedagógico implantado na Universidade Católica de Pernambuco lhe renderam, no ano de 1963, o convite para assumir a direção da Cátedra de Metodologia do Ensino de Jornalismo no **Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina – CIESPAL**.

Foi a partir daí que, em 1963, junto com a primeira turma do curso de jornalismo da UNICAP, Beltrão criou o **Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM)**, primeiro centro brasileiro de estudos acadêmicos sobre os fenômenos midiáticos, mantido pela Universidade Católica de Pernambuco.

Desta bem sucedida iniciativa surgiu a primeira equipe de pesquisadores de fenômenos comunicacionais e a **primeira revista científica da área no Brasil – “Comunicações & Problemas”** –, publicada a partir de 1965.

Luiz Beltrão ainda foi convidado, em 1965, para assumir a coordenação de **Faculdade de Comunicação de Massa da Universidade de Brasília** onde tentou implantar seus ideais pedagógicos construídos na UNICAP. Também foi em Brasília que se torna o primeiro Doutor em Comunicação do Brasil ao defender sua tese sob o título **“Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”** no ano de 1967.

Além do livro **“Iniciação à Filosofia do Jornalismo”**, a obra de Luiz Beltrão, centrada em duas vertentes acadêmicas: teoria do jornalismo e teoria da comunicação constitui-se em um singular aporte para a construção de um modelo didático-pedagógico.

No plano didático, Beltrão resgata as teses defendidas na obra inicial com as apostilas **“Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo”** (Quito, CIESPAL, 1963) e **“Técnica de Jornal”** (Recife, ICINFORM, 1964).

Outra contribuição significativa para a pedagogia viria com sua trilogia:

Como desdobramento pedagógico e síntese de divulgação teórica, ele resgata toda a sua maturidade como professor de jornalismo e planeja uma **trilogia didática**, que se configurou através dos livros: **A imprensa informativa** (São Paulo, Folco Masucci Editor, 1969), **Jornalismo Interpretativo** (Porto Alegre, Sulina, 1976) e **Jornalismo Opinativo** (Porto Alegre, Sulina, 1980) (MARQUES DE MELO, 1985, p.67, grifos nossos).

Luiz Beltrão ainda elaborou uma série de manuais destinados aos estudiosos do campo da comunicação. A divulgação científica vem com outra trilogia para iniciar interessados no conhecimento da **teoria da comunicação**.

Escreve, inicialmente, **Fundamentos científicos da comunicação** (Brasília, Thesaurus, 1973) e, depois, **Teoria geral da comunicação** (Brasília, Thesaurus,

1977). A série se completa, agora, com **Teoria da comunicação de massa**, que a Summus Editorial lança em São Paulo na sua coleção “Novas Buscas em Comunicação” (MARQUES DE MELO, 1985, p.67, grifos nossos).

Ao se debruçar sobre a trajetória profissional e acadêmica de Luiz Beltrão, o discípulo e continuador de sua obra, José Marques de Melo sintetiza a pedagogia de seu mestre. Por meio da Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Marques de Melo traz importante contribuição para perpetuar a obra do pioneiro dos estudos em Comunicação no Brasil.

A 10ª edição do “Anuário UNESCO/Methodista de 2006”, editado pela Universidade Metodista de São Paulo, apresenta uma compilação de mais de 30 anos que Luiz Beltrão dedicou à comunicação e ao jornalismo (ANUÁRIO UNESCO, 2006).

A edição monográfica com os diversos textos publicados por Luiz Beltrão está dividida em quatro partes: 1) - Teoria da Comunicação, 2) - Midiologia, 3) - Pedagogia da Comunicação e, para conformar a contribuição da Cátedra UNESCO Methodista na divulgação da obra do pioneiro, o tópico 4) Apêndice, retrata o Portal Luiz Beltrão.

Na terceira parte do livro, como o próprio título já diz, Marques de Melo resgata quatorze artigos publicados em congressos e conferências que, de certa forma, sistematizam parte da pedagogia Beltraniana.

Destaca-se então a preocupação de Luiz Beltrão com a formação superior, com a sistematização do ensino de jornalismo, com a pesquisa científica, com a estrutura curricular dos cursos sempre problemática, com a formação profissional dos jornalistas e a formação dos professores, com a distância entre a teoria e a prática e também entre a academia e o mercado. Luiz Beltrão descobre na prática a “importância da comunicação para a sociedade humana”, “o significado social do jornalista” e prega “a defesa do profissional jornalista especializado e, enfim, para tanto, a urgência da criação das escolas de jornalismo[...]” (HOHLFELDT, 2003, p.70-71).

Ao enfatizar a importante contribuição de Luiz Beltrão para pensarmos o Jornalismo como objeto científico com status próprio, Alfredo Vizeu (2007, p.17) entende

[...]que Luiz Beltrão dá início à investigação do Jornalismo como objeto científico com status próprio, procurando desenvolver metodologias adaptadas à

compreensão desse campo como prática profissional ou como campo especializado de ensino.

Foi assim que Luiz Beltrão contribuiu e, ainda contribui para o campo da comunicação. E, como bem pontua José Marques de Melo (1985, p.69), “Beltrão é um exemplo que pode inspirar tanto professores universitários a fazerem do seu cotidiano pedagógico não um mero ato de transferência de conhecimentos, mas de sistematização e de recriação”.

Considerações finais

O jornalista e professor Luiz Beltrão de Andrade Lima é uma das figuras mais paradigmáticas do campo da comunicação no Brasil e seu legado nunca esteve tão atual e nunca foi tão necessário para o pensamento de um jornalismo diferencial e abrangente, justificando o verdadeiro status de comunicação social.

Sua trajetória de vida profissional recheada de pioneirismos não deixa margem para dúvidas quanto a sua importância para o cenário comunicacional. A atuação de Beltrão nos veículos de comunicação de Pernambuco foi o princípio das lutas sociais tendo como pano de fundo a comunicação.

Ainda na década de 1950, enxergou Beltrão na comunicação uma obra por fazer e um fator determinante no desenvolvimento de seu país o que melhoraria a vida de todos. A ferramenta escolhida para se trabalhar nessa obra foi o jornalismo que Beltrão abraça por profissão e, posteriormente, como sacerdócio tornando-se professor. Jovem ainda entendeu que aprender a se comunicar e aprender as teorias, métodos e técnicas da comunicação lhe valeriam muito mais que um lugar ao sol.

A vocação de jornalista lhe parece inata e, desde seu primeiro contato com o jornal, sabia da necessidade premente de aprender e ensinar aquela arte.

Dentro do jornal atende a essa necessidade como pode estudando bibliografia nacional e internacional tendo como complemento a prática. Neste contexto, Beltrão acaba não só por estudar a comunicação de forma teórica, mas, a assimilar de forma prática todos os seus desdobramentos.

Por conta da profissão e de seus princípios, começa então a militância que o levaria a outros países que estavam muito mais desenvolvidos no assunto da comunicação em

comparação com o Brasil que engatinhava na questão. O engajamento na luta em favor da classe dos jornalistas profissionais foi intenso, mas Beltrão teria uma missão ainda maior: ensinar jornalismo.

Mesmo contra a vontade dos próprios jornalistas, Beltrão trava uma luta ferrenha para a institucionalização do ensino do jornalismo em nível superior no Brasil. À época das primeiras escolas de jornalismo no Brasil, Luiz Beltrão já possuía uma envergadura intelectual e invejável tirocínio nas técnicas de jornal. Os predicados lhe valeram um convite para iniciar sua prática didático-pedagógica como professor nos primeiros cursos do Nordeste brasileiro. Essa ação Beltraniana veio respaldada por um cabedal sistematizado no livro de estreia *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*.

O pensamento Beltraniano sobre a comunicação e o jornalismo como ferramentas sociais determina a construção da Pedagogia do Ensino do Jornalismo de Luiz Beltrão. Vendo a importância da comunicação e dos jornalistas no contexto do desenvolvimento social brasileiro, Luiz Beltrão intensifica suas ações que desembocam na encruzilhada do ensino do jornalismo como vemos em sua obra.

A pedagogia Beltraniana aparece no livro primeiro, clássico do jornalismo brasileiro trazendo um aporte teórico metodológico para o jornalismo que colabora imensamente para a sistematização do conhecimento na área. Mas, no introito da obra, o próprio Beltrão relata que seu conteúdo é fruto das teses defendidas em congressos de jornalistas no Brasil e no Exterior. Também se verifica que, parte dos aportes são conceitos apreendidos por Beltrão de bibliografia estrangeira. Fato que não causa nenhum demérito ou constrangimento ao autor, muito pelo contrário, na falta de bibliografia brasileira, o mesmo foi o pioneiro na sistematização do conhecimento, preenchendo assim uma das grandes lacunas do ensino do jornalismo. A partir dessas experiências, Beltrão se esmera na produção e sistematização de conhecimento sobre o campo jornalístico, trazendo sempre junto a prática que é, sem dúvida, seu grande diferencial.

Usando os aportes teórico-metodológicos apreendidos ao longo da bem sucedida carreira e, principalmente, colocando em prática as teorias, Luiz Beltrão desenvolve seu projeto pedagógico no Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP. A pedagogia de Luiz Beltrão está exposta no livro “Técnica de Jornal” que reúne as aulas que ministrou na UNICAP no triênio 1961-1963.

Como primeiro coordenador de curso de jornalismo do Brasil, Beltrão implanta uma série de experiências pedagógicas singulares em Pernambuco. Neste contexto, a conformação da teoria e da prática em Luiz Beltrão fica mais explícita com a invenção de sua ferramenta pedagógica: o jornal-cobaia, uma espécie de jornal laboratório. Assim, os conceitos teóricos das apostilas são empregados na prática. As técnicas de reportagem e entrevistas ganham vida na prática dos alunos de Beltrão.

Suas experiências pedagógicas em Pernambuco são tão expressivas que lhe valem um convite para serem expostas em um curso ministrado no Ciespal – Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para a América Latina. Fruto deste trabalho, a apostila do curso “Metodos de la enseñanza de la técnica del periodismo” é, sem dúvida, o maior repositório da Pedagogia de Luiz Beltrão. É um material mais que atual e que até hoje inspira a construção de currículos acadêmicos de boa parte dos quase 400 cursos de Jornalismo espalhados pelo Brasil, sem falar da influência latino-americana, principalmente em países que tiveram formadores que passaram pelos bancos do CIESPAL. Nela estão contidas a teoria e a prática da técnica do jornalismo que Beltrão construiu ao longo das aulas ministradas em Pernambuco e nas experiências pedagógicas que levou a cabo com sua turma pioneira na UNICAP.

Corroborando a pedagogia Beltriana o Instituto de Ciências da Informação – ICINFORM – então conforma o tripé pesquisa-ensino-extensão constituindo assim o chamado eixo fundamental da Universidade brasileira. Dessa iniciativa brotam experiências pedagógicas como o primeiro Curso Nacional de Ciências da Informação e o lançamento da primeira revista acadêmica de comunicação do Brasil: Comunicação & Problemas. Outro importante legado do ICINFORM é o pioneirismo de Luiz Beltrão na pesquisa em Comunicação. Ainda que em projetos embrionários, seus alunos da UNICAP desenvolveram e aplicaram pesquisas na área do jornalismo que renderam seus resultados.

Porém, a maior contribuição de Luiz Beltrão para com as teorias da comunicação foi a Folkcomunicação. Aqui aportada como ferramenta pedagógica de Luiz Beltrão, a Folkcomunicação serve para alcançar o princípio básico de sua luta: o acesso à comunicação à todas as pessoas indistintamente, principalmente dando voz e vez às classes subalternas, historicamente alijadas dos processos de educação e comunicação, o que Beltrão, em uma teoria folkcomunicacional denominou de marginalizados.

Com a crise na Universidade de Brasília – UnB –, Beltrão ainda conseguiu algum progresso didático-pedagógico, porém, o contexto político não permitiu que ele desse prosseguimento a seu plano. Beltrão daria continuidade ao projeto didático-pedagógico como professor-fundador do curso de Comunicação do Centro Universitário de Brasília onde encerrou sua trajetória.

A bibliografia de Luiz Beltrão com mais de vinte livros publicados, é, em sua grande maioria, voltada ao ensino do jornalismo. Assim, os aportes pedagógicos estão sistematizados em sua obra de maturidade na trilogia didática “A imprensa Informativa – Técnica da notícia e da reportagem no jornal diário”, “Jornalismo Interpretativo – Filosofia e Técnica” e, ainda, o livro “Jornalismo Opinativo”. As obras se mostram como manuais práticos de jornalismo com exemplos e exercícios práticos.

Sobre a teoria da comunicação, vimos o esforço pedagógico de Luiz Beltrão em sistematizar o conhecimento através do livro “Sociedade de massa: comunicação & Literatura”, e da trilogia: “Fundamentos Científicos da Comunicação”, “Teoria Geral da Comunicação” e “Teoria da Comunicação de Massa” que completa o ciclo de produção do grande mestre Luiz Beltrão. Também oferecem grande conhecimento aos que deles se ocuparem.

O que se denomina a Pedagogia de Luiz Beltrão, nada mais é do que os conceitos teóricos e a aplicação de práticas elaboradas pelo mestre com o intuito de ensinar de maneira simples, porém, respaldada por conceitos teórico-metodológicos, como se faz um jornalismo de verdade.

A contribuição de Luiz Beltrão para a geração e sistematização de conhecimento na área do jornalismo é incontestável. Beltrão tem a continuidade de sua obra garantida com expoentes da área da comunicação que são seus discípulos como José Marques de Melo e Roberto Emerson Benjamim, Cristina Gobbi, Fátima Feliciano, entre outros. É notório também que facetas pedagógicas de Luiz Beltrão estão impregnadas no trabalho desses continuadores/pensadores, e em seus respectivos programas de graduação e pós-graduação ensinando seus alunos num contínuo ciclo de aprendizagem.

Muitos trabalhos na área acadêmica tomam a pedagogia de Luiz Beltrão como suporte teórico-metodológico. Há, porém, um paradoxo em tudo isso: ao mesmo tempo que a relevância da Pedagogia de Luiz Beltrão é incontestavelmente para a disseminação do ensino

do jornalismo, sua obra é pouco divulgada. Então, o que se procura com esse trabalho é um resgate da obra Beltraniana para que as gerações futuras desfrutem desse conhecimento.

Guardadas as questões temporais, muitos dos conceitos criados por Beltrão em seus livros da década de 1960 ainda continuam vigentes e podem ajudar a elucidar questões sobre a teoria e prática do jornalismo. Fica a certeza de que ainda há muito que se revelar da Pedagogia do Jornalismo do grande mestre Luiz Beltrão escondida nas entrelinhas de sua obra, principalmente sua atualização e aplicação para uma conjuntura do século XXI, notadamente pelos desafios que passam atualmente o ensino do Jornalismo não só no Brasil, mas também em todas as partes do Mundo.

Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

_____. **Metodologia do Ensino da Técnica de Jornal**. Quito: CIESPAL, 1963.

_____. **Técnica de jornal**: apostilas para a 1ª série do curso de Jornalismo. Recife: Inciform, 1964.

_____. **A imprensa informativa**: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

_____. **Jornalismo interpretativo**: filosofia e técnica. Porto Alegre: Sulina, 1976.

_____. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: UESP, 1980.

_____. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

_____. **Teoria e prática do Jornalismo**. Adamantina; São Bernardo do Campo: FAI; Cátedra UNESCO de Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2006a.

_____. Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional/Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Universidade Metodista de São Paulo. Ano 10, nº 1, São Bernardo do Campo, Metodista. 2006b.

BENJAMIN, R. **Itinerário de Luiz Beltrão**, Recife, AIP/FASA.1998.

BRASIL. Ministério da Educação. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação de Jornalismo. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação. Brasília, 2009, 26p. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf.

BRASIL. Ministério da Educação/Conselho Nacional de Educação. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Jornalismo. Parecer CNE/CES nº 39/2013. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=13063-pces039-13-pdf&category_slug=maio-2013-pdf&Itemid=30192.

CÁTEDRA UNESCO/UMESP DE COMUNICAÇÃO. **Comunicação no Brasil**: as ideias pioneiras de Luiz Beltrão. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional. nº 10, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

DUARTE, Jorge. **Luiz Beltrão, um autodidata abrindo picadas no campo da comunicação**. IN: MARQUES DE MELO, José; DUARTE, Jorge (orgs.). Memória das ciências da comunicação no Brasil: Os Grupos do Centro Oeste. Brasília: UniCeub, 2001.

HOHLFELDT, Antonio. Luiz Beltrão: do jornalismo à literatura. In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. v. 26, n. 1, jan/jun. São Paulo: INTERCOM, 2003.

KELLY, Celso. **As Novas Dimensões do Jornalismo**, Rio, Agir. 1966.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal Laboratório**: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor. 2. Ed. São Paulo: Summus, 1989.

MARQUES DE MELO, José. **Contribuições para uma Pedagogia da Comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1974.

_____. Trajetória pedagógica de Luiz Beltrão. IN **Revista Brasileira de Comunicação**, v.8 (53), n.2, p. 65-70. jul./dez. São Paulo, Intercom.1985.

_____. **História do jornalismo** – itinerário crítico mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira. (Orgs.). **Metamorfose da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

MEDINA, Cremilda de Araujo. **Profissão jornalista**: responsabilidade social. Rio de Janeiro. Editora Forense-Universitária, 1982.

MEDITSCH, Eduardo. Adeus, CIESPAL: Ruptura Brasileira no Ensino de Jornalismo. In KUNSCH, Margarida (org.), **O ensino de comunicação**: análises, tendências e perspectivas futuras. São Paulo: ABECOM, ECA/USP, 1992.

NUZZI, Erasmo de Freitas. 40 anos de ensino de jornalismo no brasil: relato histórico. In. KUNSCH, Margarida M. Krohling. **O ensino de comunicação**: análises, tendências e perspectivas, São Paulo, ABECOM: ECA/USP. 1992.

RIZZINI, Carlos. **O ensino do jornalismo**, Rio de Janeiro, Mec. 1953.

ROMANCINI, Richard. História e jornalismo: reflexões sobre campos de pesquisa. In: BENETTI, M.; LAGO, C. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 23-47.

SCHULZE. I. A imprensa na Alemanha. In: QUINTERO. A. P. **História da Imprensa**. Lisboa. Planeta Editora, 1994

VIZEU, Alfredo. **Beltrão, os estudos e as teorias do Jornalismo**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação – Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v.30, n.1, p. 13-34, jan./jun. 2007.

Submetido em: 13/10/2018

Aceito em: 25/10/2018

A televisão sob o olhar de Luiz Beltrão: apontamentos e inspirações sobre o Jornalismo de imagens¹

Aline Maria Grego Lins²

RESUMO

No final da década de 1960, artigos de Luiz Beltrão revelavam seu interesse em observar as horas e espaços destinados pela televisão às informações jornalísticas. Compreendeu, rapidamente, a capacidade que a imagem eletrônica exercia diante do espectador. Observou que a revolução tecnológica e de conteúdo, provocada pela TV, forçava uma mudança de comportamento da imprensa tanto na linguagem do noticiário quanto nas estratégias de venda. Visionário, praticamente previu o surgimento de emissoras nos moldes da CNN. Entre os pontos que Beltrão definiu como caracteres pertinentes ao jornalismo estão atualidade e promoção, que focamos nesse artigo, e, mais detidamente, na ideia de promoção, utilizada por Beltrão com pertinência, quando pensou nas possibilidades que a mensagem televisiva difundir notícias com responsabilidade social.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Notícia televisiva; Atualidade; Promoção.

The television under the eyes of Luiz Beltrão: notes and inspirations about the Journalism of images

ABSTRACT

In the late 1960s, Professor Luiz Beltrão shared his interest in investigating the TV news coverage. He understood how the electronic image was able to influence the watcher. Beltrão observed that TV's technological and content revolution forced a behavior change of the press in both TV news language and publicity. He predicted, as a visionary, the emergence of

¹ O presente tema foi apresentado pela professora Aline Maria Grego Lins, pela primeira vez, durante Mesa sobre Luiz Beltrão, realizada no Congresso da INTERCOM de 2010, em Caxias do Sul. Mas os textos da referida mesa não foram publicados nos Anais do Congresso, portanto, ele é inédito e para essa publicação ele foi devidamente atualizado.

² Aline Maria Grego Lins (aligreg@uol.com.br) é professora Doutora em Comunicação e Semiótica, pela PUC de São Paulo, é professora Adjunta no Curso de Jornalismo e do Mestrado em Indústrias Criativas, ambos ofertados pela Universidade Católica de Pernambuco, instituição onde Luiz Beltrão fundou o curso de jornalismo, hoje o mais antigo em funcionamento no Norte e Nordeste Brasileiro.

companies of broadcasting similar CNN. Among the journalism competencies defined by Beltrão there are topicality and promotion. This article focuses on the idea of promotion, understood here in terms of the capacity of the TV spread news with social responsibility.

KEY-WORDS

Journalism; TV news; Topicality; Promotion.

Introdução

Quando o pesquisador, professor e jornalista pernambucano, Luiz Beltrão, publicou “Iniciação à Filosofia do Jornalismo”, em 1960, produziu uma feliz coincidência: o livro ganhou as livrarias no mesmo ano em que a cidade do Recife assistia ao nascer das primeiras transmissões televisivas na capital pernambucana. Foi nesse ano que duas emissoras, inauguradas praticamente no mesmo período, a TV Tupi - dos Diários Associados -, e a TV Jornal do Commercio - do Grupo de Comunicação F. Pessoa de Queiroz, passaram a desenvolver suas atividades na cidade. Para ser justa com os fatos históricos, a emissora que passou, realmente, a funcionar, em abril de 1960, foi a TV Jornal, uma vez que a Tv Tupi estreou seu sinal quinze dias antes, contudo, apenas como mais uma manobra de Assis Chateaubriand, que queria manter para si a marca e a vaidade de ser o pioneiro na transmissão televisiva no Estado, como aconteceu em outros locais do país. O fato é que o sinal da Tupi entrou no ar antes da TV Jornal, mas a emissora não tinha uma programação, nem estava, tecnicamente falando, totalmente pronta para entrar em ação, tanto que, durante três meses, ficou no ar, apenas, com o símbolo da Tupi – a marca do índio.

De toda sorte, o atraso histórico na implantação da TV no Recife – como se sabe a televisão já existia em outras capitais brasileiras há 10 anos – não impediu que Luiz Beltrão detivesse seu olhar de pesquisador, ainda que de forma contida, no poder da imagem eletrônica e, em especial, da imagem jornalística presente no novo veículo, quando, na primeira parte do seu livro “Iniciação à Filosofia do Jornalismo”, que venceu, em 1959, o prêmio da Academia Brasileira de Letras, “Orlando Dantas”, escreve, entre outros temas, sobre o “O desenho e o jornalismo pela imagem”, em que aborda, inclusive, a imagem televisiva.

Além de resgatar parte da história das primeiras transmissões de TV no mundo, Beltrão destaca, em sua obra, o fato de que, em alguns países da Europa e na América do

Norte, a exemplo dos Estados Unidos, a TV já transmitia informação e entretenimento há quase 50 anos, explicitando, dessa forma, o atraso brasileiro e não apenas de algumas regiões do país, tal como o Nordeste, diante do “novo” veículo.

O interesse do mestre Beltrão estava focado, sobretudo, no estudo sobre as horas consagradas na TV às informações jornalísticas. Esse recorte, em parte, era resultado das observações que realizou nos Estados Unidos e, particularmente, da transmissão dos noticiários televisivos daquele país, bem como da observação da programação da TV europeia. Beltrão menciona o preconceito que existia diante do veículo televisão durante os seus primeiros anos de existência, o que ele considerava um comportamento equivocado por parte, sobretudo, de alguns intelectuais, inclusive de intelectuais brasileiros. Para Luiz Beltrão não se poderia minimizar nem a importância e, menos ainda, a força comunicativa que um veículo desse porte teria num país como nosso - muito marcado pelo negativo registro de altos índices de analfabetismo.

Ele entendia que, como meio de informação, a televisão levava vantagem sobre o jornal e o rádio, pois expressava, na época, o mais rápido meio de difusão criado pelo “engenho humano”, capaz de levar imagem e áudio ao mesmo tempo. Em suas primeiras impressões, identificou na TV seu aspecto didático, inclusive nos programas jornalísticos, e, como um visionário que era, compreendia a televisão não como uma concorrente dos demais veículos de comunicação, mas como uma provocadora salutar da “evolução na natureza e no estilo da imprensa”. (Beltrão, 1960, p.59). Entendia, ainda, que seriam necessárias algumas mudanças nas propostas dos então cursos de Jornalismo, de tal forma que as instituições de ensino fossem capazes de formar adequadamente o profissional para as demandas do veículo que unia, de uma vez por todas, em ambiente doméstico, som e imagem, tal como já fazia o cinema, mas em exibições públicas.

Caracteres do jornalismo

Ainda em “Iniciação à Filosofia do Jornalismo” (1960), Beltrão vai destacar seis pontos que definiu como caracteres pertinentes ao jornalismo: variedade, interpretação, periodicidade, popularidade, atualidade e promoção. É sobre esses dois últimos caracteres que vamos debruçar nosso olhar nesse texto e mais detidamente sobre a ideia de promoção,

utilizada por Beltrão com pertinência, quando pensou nas possibilidades que a mensagem televisiva seria capaz de carregar.

A nossa proposta, neste artigo, é analisar - dentro do que hoje denominamos de telejornalismo – como se estabelece a compreensão de promoção no jornalismo televisivo brasileiro, em especial no que Beltrão definiu como a capacidade (do jornalismo) para promover e assegurar o bem comum. Observar, de modo particular, o percurso e o movimento que alguns telejornais recifenses estão realizando em direção ao jornalismo dirigido para as comunidades, sobretudo de periferia, que se propõe promover o bem comum, reunindo, ao mesmo tempo, duas práticas telejornalísticas: as reportagens gravadas, mas com temas atuais pertinentes a uma dada comunidade; e as inserções - ao vivo - nos telejornais que, quase sempre, retomam essas reportagens e atualizam-nas, colocando frente a frente à população das comunidades e os representantes de órgãos públicos.

Como pesquisador de comunicação, Beltrão entendia a necessidade e a urgência de estabelecer um jornalismo dinâmico e competente para atrair a atenção da sociedade. Afirma o fundador do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, um dos mais antigos em funcionamento no Brasil, que “os homens dos nossos dias ‘têm fome de conhecer o presente’. Para estar a par das ideias, eventos e situações correntes, por isso, procuram veículos muito mais especializados e diversificados do que os seus ancestrais”. (Beltrão, 1960, p.60).

O interesse de Luiz Beltrão pelo jornalismo televisivo vai ganhar espaço, ainda, em seus estudos e pesquisas no final dos anos 60. Ele entendia que a revolução tecnológica e de conteúdo, provocada pela televisão, forçava a imprensa nacional também a uma mudança de comportamento, tanto no formato e linguagem do noticiário jornalístico quanto nas estratégias de venda desse jornalismo. Compreendeu, rapidamente, a capacidade que a imagem eletrônica exercia diante do espectador.

Em 1967, em conferência pronunciada na Escola de Comunicações da Universidade de São Paulo - USP, ele destacou as perspectivas do jornalismo televisivo e criticou a forma como a televisão brasileira ainda tratava o jornalismo nesse veículo, reduzindo-o, segundo Beltrão, a “um radiojornalismo televisado”, sem aproveitar realmente os recursos e as qualidades próprias da televisão. Destacava, entre outros pontos, a imediatividade, a linguagem acessível e a facilidade de recepção como os elementos que levaram a indústria tecnológica

rapidamente a aperfeiçoar a televisão e essa a cair nas graças do povo brasileiro, principalmente, entre os não letrados – que, mesmo sem ter condições financeiras para ter acesso a esse “novo eletrodoméstico”, sonhava (e endividava-se) com a possibilidade de ter um aparelho de TV.

Beltrão percebeu que a linguagem dos nossos então ‘telenoticiários’ logo teria que ser modificada, para atender, de forma mais adequada, às necessidades e características da televisão. Ele antecipou que novas funções iriam surgir no jornalismo brasileiro – e, de fato, surgiram - em razão do veículo, a exemplo do cinegrafista e do editor de imagem. Destacou a necessidade do trabalho em equipe para o desenvolvimento do jornalismo televisivo e preocupava-se profundamente com a formação dos novos jornalistas para uma tecnologia que extrapolava o que conhecíamos à época no mercado e nas próprias Universidades. Satélites, videotape e câmeras portáteis, mais ágeis, passariam a exigir um novo profissional para atuar como jornalista nessa área, preocupava-se com a formação desse jornalista, pois vislumbrava um campo promissor para o jornalismo televisivo.

Esse receio pelo futuro resulta da avaliação estreita que mestres e estudantes, em sua grande maioria, fazem do campo de atividade que será abrangido pela TV, à base da situação atual. Para promover o interesse do estudante em busca de sua especialização como telejornalista, parece-nos suficiente leva-lo a considerar a esplêndida realidade da transmissão da imagem, diretamente, pelos satélites. Realidade que implicará, sem dúvida, no estabelecimento das agências de informações televisadas, funcionando 24 horas ao dia, do mesmo modo que atualmente as destinadas a fornecer notícias, reportagens, secções e fotografias a periódicos impressos e radioemissoras. E o mesmo ocorrerá com as de TV que irão recrutar para os seus quadros pessoal especializado na captação da notícia com a utilização do VT. (Beltrão, IN: Anuário UNESCO/Methodista de Comunicação Regional, 1997, p. 141).

Como podemos observar, o mestre Beltrão previu, em 1967, o surgimento de emissoras nos moldes da CNN, modelo hoje copiado em vários países, inclusive no Brasil, de modo especial nos canais de TV por assinatura. Entretanto, as novas exigências não alteravam o que Beltrão definia como os caracteres do jornalismo: a variedade, a interpretação, a periodicidade, a popularidade, a atualidade e a promoção. Esses últimos pontos, como já destacamos anteriormente, eram, para o pesquisador pernambucano, características fundamentais do jornalismo, e que a televisão, nesse sentido, por sua abrangência e

penetração social, se comparada a outros veículos, tinha uma responsabilidade ainda maior para desenvolver com competência o jornalismo.

A responsabilidade social do jornalismo televisivo era, dessa forma, para Beltrão, ponto determinante para o desempenho do jornalista. Na comparação dos veículos rádio e TV, ele afirmava que o rádio estava mais propenso para a regionalização e a televisão para a internacionalização, daí sua responsabilidade ser cada vez maior. (1967)

Por isso mesmo, Beltrão não se furtou a discutir temas polêmicos envolvendo as emissoras de televisão brasileiras, a exemplo da análise que fez do caso dos contratos Time/Life e TV Globo, em artigo publicado na Revista “Comunicações & Problemas”³, em 1968. Apesar de ater-se, na maior parte do tempo, aos textos jurídicos sobre a questão, ele entendia que havia necessidade de estabelecer condições claras para a organização e funcionamento das emissoras de TV em nosso país, uma vez que seu papel na integração nacional poderia ser fundamental.

De toda sorte, mesmo reconhecendo a TV como um veículo voltado para a integração, via satélite, não apenas no próprio território brasileiro, mas e também com várias partes do mundo, portanto, uma produção mais globalizada (na época o termo utilizado por ele é internacionalizada), Beltrão compreendia que a busca pela informação atualizada e a promoção do bem comum deveriam ser os objetos primeiros do jornalismo e interesse maior da sociedade, portanto, também do público televisivo.

Essa visão explica, em parte, hoje, o número de telejornais preocupados em abrir espaço em suas editorias para o jornalismo voltado para as comunidades, em especial das periferias, bem como interessados em defender para as fronteiras do jornalismo a liderança nas campanhas sociais, que antes estavam mais concentradas nos setores de produção e na comunicação institucional das emissoras. Hoje, elas ganham força e determinação nos redutos das redações telejornalísticas. Nas emissoras de televisão do Recife, temos alguns exemplos desse comportamento, dos quais destacamos as duas de maior audiência, a TV Globo Recife e a TV Jornal, hoje afiliada do SBT.

³ Comunicação & Problemas foi a primeira revista científica da área, lançada no Brasil, criada por Luiz Beltrão e inspirada no periódico americano, *Journalism Quarterly*. A Revista estava atrelada ao curso de Jornalismo da UNICAP e ao Instituto de Ciências da Informação (INCIFORM) – primeiro núcleo de pesquisa científica brasileiro sobre Comunicação, também idealizado por Beltrão.

Certamente, se Beltrão tivesse assistido ao avanço da internet e suas possibilidades de interação e circulação de informações, teria defendido bandeira semelhante para um jornalismo capaz de promover o bem comum, que poderia vir a ser, se de fato levado a sério, um importante combate às alardeadas fakes news (notícias falsas) nos dias atuais. Mas esse é outro tema a se estudar. Voltemos ao conceito de Beltrão e de como o telejornalismo poderia melhor dele beneficiar-se.

O telejornalismo e a promoção para o bem social

A TV Jornal é a emissora mais antiga em funcionamento em Pernambuco. Completou este ano 58 anos de existência e, ao longo desse período, conheceu a glória, o sucesso e, a exemplo de várias emissoras regionais, também amargou tempos de crise, sobretudo financeiras, em especial nos anos de 1970 e de 1980. Além da má gestão local, a crise na TV Jornal coincidiu com o momento em que as redes de televisão brasileiras passaram a transmitir suas programações, via satélite, diretamente das sedes localizadas no Rio de Janeiro ou em São Paulo, concentrando nessas cidades as verbas da publicidade, conseqüentemente, os recursos para as televisões regionais ficaram escassos.

Foram duas décadas difíceis, com atraso de salários e sucateamento da emissora até que, no final dos anos de 1980, acontece a volta por cima. A TV Jornal, juntamente com os outros veículos do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, é comprada pelo grupo do empresário João Carlos Paes Mendonça, na época, proprietário de uma grande rede de supermercados, Bompreço. O Grupo JCPM tratou rapidamente de modernizar a emissora, contratou novos profissionais para atuar no jornalismo, na produção e no setor comercial. Paes Mendonça e a equipe contratada viu no telejornalismo um importante canal de aproximação com a sociedade pernambucana, em especial, com o público das classes mais populares do Recife e da Região Metropolitana.

No início, a adoção de uma linha editorial e mesmo de uma programação voltada para esse público não foi tão simples. A TV Jornal, no final dos anos 80, retransmitia a programação da Rede Bandeirantes, sediada em São Paulo, cujo perfil de programação era bem diferente dos interesses do público que a TV do Grupo Paes Mendonça queria atingir. Para transpor essa dificuldade, a TV Jornal deixa a Bandeirantes e passa a ser afiliada do SBT, rede com a

qual está ligada até hoje (30 anos) e que se destaca por ser uma das afiliadas com maior audiência para o Sistema Brasileiro de Televisão – SBT em todo o país.

Os telejornais da emissora pernambucana, de modo especial o “Programa do Meio Dia”, que depois passou a denominar-se “TV Jornal Meio-Dia”, direcionou sua linha editorial para o jornalismo de serviços voltado para a comunidade. Logo a audiência do principal jornal da televisão a ficou muito próxima da emissora primeira colocada, a Rede Globo Nordeste. Até hoje, o TV Jornal Meio-Dia caracteriza-se pela exibição dos fatos do dia, mas com destaque para as demandas das comunidades da Região Metropolitana do Recife, principalmente das periferias dessa região. São reportagens de serviço, denúncias e acompanhamento da resolução dos problemas. Líderes comunitários, responsáveis por órgãos governamentais, fundações e autarquias que prestam serviços ao público são os personagens mais frequentes no telejornal de maior audiência da emissora.

A audiência do TV Jornal Meio-dia, segundo o Ibope, varia de 10 a 13 pontos, ora está em segundo lugar no horário, logo atrás do NE1, da TV Globo Recife, ora ocupa a primeira posição. O foco do TV Jornal Meio-Dia, no ar há 26 anos, continua dedicado ao jornalismo voltado ao factual da cidade e aos problemas enfrentados pelas comunidades periféricas da Região Metropolitana recifense, sobretudo no quadro denominado “Boca no Trombone”, que vai ao ar, atualmente, nas terça e quinta-feira da edição do Jornal. TV Jornal Meio-Dia recebe, mensalmente, em torno de 200 pedidos para realização de reportagens nas comunidades que sofrem com o não atendimento de serviços públicos, todas elas destinadas ao quadro “Boca no Trombone”. Desse total de pedidos, 50% chegam através de telefonemas e a outra metade via e-mail ou redes sociais, a exemplo do Facebook, bem como do Comuniq, um aplicativo de compartilhamento de informações desenvolvido pelo próprio Sistema Jornal do Comercio, onde o público pode divulgar vídeos, fotos e fazer suas denúncias. Segundo a produção do TV Jornal Meio-Dia, quase 90% dos pedidos ou denúncias são convertidos em reportagens para o “Boca no Trombone”, que se constitui num importante canal de ligação com o público do telejornal⁴.

Na Rede Globo Nordeste os dois telejornais em que o jornalismo é mais voltado para a prestação de serviços e para as demandas das comunidades são o Bom dia Pernambuco e o

⁴ Os dados do TJ Jornal Meio-Dia foram informados pela produção do telejornal a autora deste artigo, em outubro de 2018.

NE1, sobretudo esse último, uma vez que além da informação do fato, há claramente em sua linha editorial a intenção de atuar como mediador entre a comunidade e os órgãos públicos governamentais.

No caso do Bom Dia Pernambuco, esse direcionamento acontece em especial a partir das entrevistas de estúdio ou de entradas ao vivo com prestação de serviços nas áreas da saúde, educação, jurídica e na indicação de oportunidades de trabalho e aperfeiçoamento profissional. Já o NE1, além de serviços e locais de atendimento para a população, também desenvolve o jornalismo de “denúncia” e “cobra” resultados dos órgãos responsáveis, definindo, inclusive, os prazos para que as soluções possam ser atendidas dentro de um dado período, visando contemplar as demandas e reivindicações da comunidade que buscou o telejornal. Essa prática acontece no quadro denominado “Calendário”, em que a equipe de jornalismo da TV Globo Recife do NE1 leva, inclusive, o calendário físico/impresso para a comunidade onde a denúncia será gravada ou numa inserção ao vivo. Assim, durante reportagem, representantes de órgãos municipais, estaduais e lideranças comunitárias envolvidas no tema, que quase sempre diz respeito a serviços públicos que não estão sendo prestados, em comum acordo definem uma data/prazo para a solução do problema pelos órgãos públicos. O quadro Calendário do NE1 edição utiliza-se, então, dessa estratégia editorial, inclusive para acompanhar os desdobramentos do caso.

A TV Globo Recife já havia experimentado modelo parecido nos anos 80 com as reportagens relâmpagos do então “Globo Cidade”. A diferença é que a denúncia era feita, mas não se acompanhava o processo, isto é, se o órgão responsável havia ou não resolvido a questão. E quando uma equipe voltava a focar o mesmo tema na mesma comunidade, por exemplo, um buraco numa rua, que não foi fechado, raramente fazia menção à denúncia anterior. Havia um descompasso entre a denúncia e o acompanhamento do caso, sem falar que as inserções, ao menos no caso da TV Globo Recife, não eram ao vivo, eram flashes gravados, que não ultrapassavam 2 minutos e que eram inseridos, aleatoriamente, ao longo da programação e não nos telejornais.

Atualmente, com o “Calendário”, não só a denúncia e a cobrança são realizadas, como no prazo marcado, em comum acordo com reclamantes e reclamados, a equipe de jornalismo da emissora retorna ao local, na data agenda, para verificar se o que havia sido acordado foi cumprido. Caso não tenha sido cumprido, a equipe de reportagem faz uma nova cobrança às

autoridades competentes e marca um novo prazo. Em alguns casos, no lugar de retornar ao local, o telejornal exibe imagens de arquivo do problema anteriormente apresentado e divulga a posição do órgão responsável sobre a situação. Na maioria das vezes, um novo prazo é estipulado entre as partes, com a mediação da equipe de jornalismo da emissora, o que reforça a ideia de papel de mediador do telejornal.

Para realizar essas reportagens junto às comunidades a produção do NE1 recebe os pedidos via telefone, *whatsapp* e e-mail. Em 2019 o quadro Calendário vai completar 10 anos e, durante esse período, já ultrapassou as fronteiras da Região Metropolitana do Recife. Já foram realizadas reportagens para o Calendário em 26 municípios pernambucanos, além de Fernando de Noronha. Saúde, segurança, lazer, esgoto, asfalto, iluminação, transporte, trânsito, educação, cultura, cidadania, água e serviços estão entre os temas mais recorrentes. Ele vai ao ar quase que diariamente, São exibidas em torno de 20 reportagens mensais no Calendário. Dos pedidos e cobranças realizados, até hoje, pelas comunidades com a mediação do NE1, 289 foram totalmente resolvidos. Em termos de audiência, o do NE1 edição, depois que inseriu o Calendário, passou dos 12 pontos do Ibope, em 2008, para 16 e 18 pontos, em 2009 e 2010, respectivamente⁵.

Além dos quadros “Boca no Trombone” (TJ Jornal) e “Calendário” (TV Globo Recife), observa-se que há, com frequência, engajamento das emissoras da capital pernambucana em campanhas e outras prestações de serviços. A TV Globo Recife, por exemplo, por meio Jornalismo aliado a Produção, desenvolve um projeto direcionado aos alunos do ensino médio que irão participar do ENEM. São informações e dicas destinadas especialmente para esse público, que se tornam mais frequentes no segundo semestre do ano. Professores participam de reportagens exibidas nos telejornais da emissora, entre eles O Bom Dia Pernambuco e o NE1 edição, abordando temas relacionados a História, Biologia, Física, Matemática, Língua Portuguesa, Química, Inglês, Espanhol, enfim, conteúdos, competências e habilidades que serão cobrados dos alunos na prova do ENEM e nos vestibulares das Universidades pernambucanas. É uma espécie de aula, mas apresentada no formato jornalístico, com linguagem simples, clara e atualizada, o que a aproxima, num certo sentido, da função didática que Beltrão reconhecia nos produtos para a televisão.

⁵ Os dados pertinentes ao Calendário do NE1 foram fornecidos a autora deste artigo pela produção do telejornal da TV Globo Recife, em outubro de 2018.

Considerações finais

A busca em produzir um jornalismo pautado pela atualidade e pela promoção do bem social, ainda que por vezes esse bem social resuma-se a prestação de serviços, parece ser uma estratégia mais presente nos noticiários televisivos atuais. O jornalismo, tanto da TV Globo Recife quanto da TV Jornal e de outras emissoras locais pernambucanas procuram, nas edições dos seus noticiários, aproximar as demandas da comunidade dos responsáveis por órgãos públicos, a partir da mediação do jornalismo dessas emissoras.

Outra forma de aproximação junto às comunidades, quase sempre, acontece após e durante tragédias naturais, a exemplo das enchentes - comum na Zona da Mata de Pernambuco - ou dos que ainda sofrem no agreste e no sertão pernambucano com os problemas da seca. Campanhas promocionais são realizadas pelas emissoras, de modo especial pelo jornalismo, para ajudarem as pessoas dos locais atingidos.

As equipes, além de produzirem e exibirem a cobertura dos fatos com reportagens, o que é o procedimento naturalmente esperado dos telejornais, também se empenham em realizar campanhas que promovam a solidariedade, mobilizando e orientando a população para contribuir com os desabrigados e com as cidades devastadas. As campanhas vão desde o direcionamento para doações de produtos (indicando, inclusive, quais são os mais pertinentes e onde devem ser entregues), até a convocação de voluntários para prestação de serviços nesses lugares atingidos ou em instituições que se encarregam de receber, organizar e distribuir as doações. Esse expediente também é adotado junto a campanhas de instituições e grupos que desenvolvem ações filantrópicas, a exemplo das que apoiam idosos, crianças ou doentes que demandam acompanhamentos especiais, a exemplo dos hospitais de câncer e infantis.

É possível que o telejornalismo comunitário e de prestação de serviços praticado hoje pelas emissoras de TV pernambucanas, por vezes confundido com clientelismo, não corresponda ao que Beltrão entendia como responsabilidade social do jornalismo televisivo brasileiro, uma vez que a promoção do bem comum deve levar em consideração outros elementos que contemplem o salutar exercício da cidadania e da democracia, que está para além da prestação de serviços. Essa, por certo, é uma discussão que não se esgota aqui, mas

que merece maior aprofundamento em trabalhos futuros, sobretudo, nesses tempos de redes sociais.

Lícita e prudente, também, a preocupação de Luiz Beltrão com a forma e o modo que nossas escolas de jornalismo estavam – e diríamos ainda estão - preparando os jornalistas que irão atuar na sociedade, especialmente porque o jornalismo foi tomado pela em definitivo pela imagem, agora por toda parte com o advento da internet. É preciso não perder de vista o que, de forma incisiva e comprometida, Beltrão alertava para o aprimoramento do exercício jornalístico:

...toda atividade humana no convívio social, tende faticamente para um destes dois polos: - para a degenerescência ou para o aperfeiçoamento. E esta tendência incoercível impõe, como reativo enérgico, urgente, indispensável, o princípio e aplicação da responsabilidade no jornalismo, o qual, em virtude dela, irá perdendo definitivamente, o seu feito individualista, os seus caprichosos rumos pessoais ou de grupo para ser, como de fato há de ser, um 'serviço público'. (Beltrão, 1960, p. 104-105).

A visão e esperança de um jornalismo compromissado, ético, preocupado acima de tudo com a responsabilidade social, está, certamente, entre os principais legados deixado pelo mestre Luiz Beltrão.

Referências bibliográficas

ANUÁRIO UNESCO/METODISTA DE COMUNICAÇÃO REGIONAL/Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Universidade Metodista de São Paulo. Vol. 01, nº 01, São Paulo, 1997. (133 – 163 p) 378 páginas.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo.** Rio de Janeiro: Agir Editora, 1960. 229 p.

_____. O Caso dos contratos Time/Life e TV-Globo. **Comunicação & Problemas**, Recife, DEPARTAMENTO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DO ICINFORM/UNICAP (Ed.) v. 3, n. 2/3, p.24-35, dez. 1968. Trimestral.

BENJAMIN, Roberto. (Org.) **Itinerário de Luiz Beltrão.** Recife: Associação de Imprensa de Pernambuco – AIP – FASA, 1998 311p.

COMUNICAÇÃO & PROBLEMAS. Recife: Instituto de Ciências da Informação-ICINFORM/UNICAP, v. 3, n. 2/3, dez. 1968. Trimestral.

MARQUES DE MELO, José. **Vestígios da Travessia: da imprensa à internet – 50 anos de Jornalismo.** São Paulo: Paulus, 2009. 303p.

_____. **Luiz Beltrão: pioneiro dos estudos de Folk-comunicação no Brasil.** In:
www.bocc.ubi.pt/pag/melo-marques-LUIZ-BELTRAO.pdf. Acesso em 10.10.2018

_____. Nos tempos da gloriosa: meus encontros, desencontros e reencontros com Luiz Beltrão. In: Benjamin (Org.) **Itinerário de Luiz Beltrão.** Recife: Associação de Imprensa de Pernambuco – AIP – FASA, 1998, p. 148-169.

Submetido em: 15/10/2018

Aceito em: 25/10/2018

Folkcomunicação na América Latina

Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros¹

RESUMO

O presente texto aborda a formação cultural e os processos de extermínio de povos originais no Brasil, bem como a trajetória dos estudos de cultura que, desde o século XIX, a partir das contribuições de diversos pesquisadores, buscam compreender a cultura do povo. Apresenta, assim, antecedentes dos estudos de folkcomunicação e conexões com a cultura e a pesquisa na América Latina. O trabalho tem origem em uma palestra realizada na XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida em Recife em 2017.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; Antropologia: Folkcomunicação; América Latina.

Folkcommunication in Latin America

ABSTRACT

This article discusses the cultural formation and processes of extermination of original peoples in Brazil, as well as the trajectory of cultural studies that, since the nineteenth century, from the contributions of several researchers, seek to understand the culture of the people. It presents, therefore, antecedents of the studies of folkcommunication and connections with the culture and the research in Latin America. The work originated in a lecture held at the XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, in Recife in 2017.

KEY-WORDS

Culture; Anthropology: Folkcommunication; Latin America.

Introdução

¹ Antropóloga, doutra em Ciências Sociais, pós-doutora em Antropologia e Ciência da Literatura. Atualmente é Líder do Grupo de Pesquisa "Pensamento Social: Memória, Espaço Urbano e Cultura" - CNPQ/UERJ. E-mail: professoraluitgarde@gmail.com

Como antropóloga no meio comunicacional, tenho me dedicado a escrever e falar sobre a preocupação de pensadores brasileiros que se voltaram, desde meados do século XIX, através do método etnográfico para o estudo da etnologia brasileira ou estudos da sociedade brasileira, quase um século antes da criação de cursos de Ciências Humanas no país.

Estudiosos nordestinos tiveram a iniciativa de reflexão e escrita sobre o fazer social das camadas mais baixas do Brasil império e republicano, em suas manifestações criativas, naquilo que os românticos alemães denominaram cultura folk, ou cultura do povo. Não importando o teor abstrato da palavra povo, que levou Robespierre à guilhotina ao tentar em 1794 categorizá-la, isto é conceituá-la numa identificação com a concretude das categorias sociais da França, é significativo que, como o grande revolucionário francês, aqueles estudiosos viram como “povo” brasileiro os camponeses (escravos e homens livres) e as camadas sociais mais miseráveis do incipiente Brasil urbano. Ali estava a pergunta de Robespierre, maldita até hoje: “O camponês sem terra da França é povo? A ralé de Paris é povo?”.

Embora o uso da palavra povo designe politicamente os habitantes de uma nação, para efeito da representatividade democrática, nos estudos etnográficos se destaca a categoria povo como a fração das populações menos aquinhoadas no desfrute da riqueza das nações, compreendendo-se riqueza não só econômica, como educacional, usufruto das conquistas científicas em saúde e bem estar, além de acesso a todos os itens da civilização contemporânea, distribuídos como “privilégios de classe”, isto é, vetados ao “povo”. Para Gramsci, povo é o conjunto das classes subalternas da sociedade.

Desde seu surgimento no século XIX, a Antropologia, inicialmente dedicada ao estudo dos ditos povos primitivos, ao elaborar o conceito de cultura, supera a concepção de mundo dos ilustrados, para quem os habitantes da terra eram divididos entre civilizados e incivilizados, sendo estes percebidos como não humanos. Ao estabelecer o conceito de cultura como a forma de viver socialmente dos humanos com seus sistemas de produção material, códigos de comportamento (para Lévi Strauss – regras) e os sistemas de crenças, a Antropologia inicia a longa caminhada contra visões etnocêntricas. É também no século de seu surgimento que a Europa, justificando a modernidade que no século XVI, instaurou a escravidão e o tráfico de negros africanos no sistema produtivo da plantation, cria as

chamadas teorias racistas que proclamaram as hierarquias raciais, tendo o europeu no ápice da superioridade da espécie humana.

Quatrocentos anos de escravidão oficial de negros africanos - e escamoteada - dos povos do “Novo Mundo”, sedimentaram para as populações ocidentais a naturalização da inferioridade daquelas populações arrancadas da África e perseguidas e exterminadas nas terras das Américas. Esta crença na inferioridade daqueles povos não impediu os invasores de se utilizarem de negros e índias para produzirem braços para o trabalho escravo, perpetrando o maior genocídio da história, mas dando surgimento aos grupos de mestiçagem que caracterizam a população latino-americana, num percentual elevadíssimo de tipos humanos resultantes de cruzamentos entre todas as populações do planeta, com os nativos da África e das Américas.

O chamado século das luzes na América Latina foi atravessado pela euforia do progresso tecnológico dos vencedores e a rebelião dos mestiços do Novo mundo. Populações desde a América Central até quase a Patagônia se rebelaram contra o domínio ibérico em suas atividades socioculturais, no âmbito da política, enquanto mostravam intensa força na busca de recuperação de seus fazeres sociais aprendidos de ancestrais que souberam preservar características tão drasticamente perseguidas como demoníacas pelo processo católico da catequese ou erradicação de todas as concepções de seu mundo mítico, para serem substituídas pelas crenças dos colonizadores.

Durante quatro séculos a Igreja perseguiu a cultura Quichua, matando na fogueira quem escrevesse naquela língua, até só restar a todos os habitantes colonizados a oralidade preservadora da memória de um mundo destruído, para cujas ruínas se dirigem em busca dos deuses e dos saberes ancestrais. No Brasil os habitantes originários dominavam apenas a oralidade, mas também sua língua foi extinta nos processos de colonização ainda hoje vigentes, para imposição da língua portuguesa.

Grande serviço de extermínio prestou à colonização de nativos e seus descendentes, a guerra bacteriana das doenças trazidas pelos dominadores, como febres, gripes e sífilis, contaminando tribos inteiras que desapareceram sem deixar memória, tanto na América Espanhola quanto na Portuguesa. Impedidos de desenvolver seus próprios saberes e forçados nos trabalhos da lavoura, das construções ou da mineração, as populações derrotadas foram impedidas de ter acesso aos conhecimentos letrados dos ocidentais, mas viram suas

conquistas culturais alcançadas, como a agricultura de vários produtos como cacau, batata, milho e mandioca, classificação das plantas em comestíveis, medicinais e venenosas, apropriadas pela civilização europeia.

Nas lutas pela independência, que percorreram toda América Latina, evidenciou-se também a luta contra a escravidão, representada concomitantemente pelo desenvolvimento de vigorosa “cultura crioula, mestiça ou sincrética” de preservação de tradições ancestrais, sejam de negros, sejam de indígenas, estabelecendo-se uma denominada “identidade de luta por liberdade” em todas as manifestações da linguagem de expressão oral, pictórica, musical e representativa, na criação fantástica de obras de arte e de diferentes formas de festejos onde se produziu riquíssima teatralidade criativa, com elementos de todas as culturas cruzadas na vivência dos diferentes povos no Novo Mundo.

Como já referido, no mesmo período surgem no Brasil, entre setores sociais que tiveram acesso aos estudos, ao conhecimento dos saberes dos dominadores, intelectuais que se voltaram para o entendimento daquelas populações à margem do poder enquanto, numa perspectiva criada pelo romantismo alemão, caracterizaram-nas como “povo” e toda sua criatividade como artesanal. Dando-lhe visibilidade, ressaltaram a importância daquela dinâmica criativa que passa a ser conhecida como folclore, processando-se, nas primeiras décadas do século XX, verdadeira corrida para se estabelecer critérios identificadores daquelas formas do saber chamado “popular”.

O primeiro trabalho desse filão no século XIX é publicado sob o título *Etnologia Selvagem: Estudo sobre a Memória, Região e Raças Selvagens do Brasil* em 1875, de autoria de Sílvio Romero, intelectual sergipano que, em 1883, com seguidas reedições até 1894, lança *Cantos Populares do Brasil*, obra com última reedição em 1977, pela Editora Vozes. Como aconteceu na Europa aos primeiros estudiosos dos saberes folk, também no Brasil desencadeou-se verdadeira polêmica acusatória de falta de método de análise que ultrapassasse o que Tobias Barreto, outro intelectual sergipano, classificava os trabalhos de Sílvio Romero, como meras descrições.

Respondendo à necessidade de criação de metodologia dos estudos daquele saber do povo, João Ribeiro, também famoso intelectual sergipano, membro da Academia Brasileira de Letras, filólogo, escritor, crítico literário e professor do Colégio Pedro II ministra, em 1913, curso sobre folclore, com grande frequência de interessados e registro dos conteúdos nos

Annaes da Biblioteca Nacional. Em 1969 esse curso é transformado no livro *O Folclore*, publicado no Rio de Janeiro. Organização Simões/Campanha de defesa do Folclore Brasileiro – MEC. Registre-se que nesse período não mais se nominava aquelas manifestações do povo como conhecimento artesanal ou popular, mas como cultura popular, classificação determinada na década de 1940, quando já tinham sido criadas, desde meados da década de 1930, Universidades com cursos de História, Geografia, Antropologia e Sociologia.

Os tardios acontecimentos no Brasil - abolição da escravatura, 1888; surgimento da imprensa, 1808; independência da metrópole, 1822; e criação de universidades, década de 1930 - não significam, porém, que não houvesse no país consciência da presença das populações indígenas e negras e de seus descendentes mulatos e mamelucos, maior contingente da população nacional. Logo no início da segunda metade do século XIX a literatura brasileira, através do escritor romântico José de Alencar (01/05/1829-12/12/1877) registra a presença do indígena em sua famosa Trilogia Indianista: *O Guarani* (1857); *Iracema* (1865) e *Ubirajara* (1874). É uma tentativa de valorização do indígena na formação da sociedade brasileira, a partir de uma visão romântica e acrítica na construção dos personagens, mas registra um lugar dos nativos na história pátria.

O registro da presença indígena já existia cientificamente no Brasil colonial, quando da expedição de pesquisa feita pelo baiano radicado em Portugal, Dr Alexandre Rodrigues Ferreira, desenvolvida em quase 10 anos (1783-1792), intitulada *Viagem Filosófica*, com importantes registros sobre flora, fauna e habitantes do norte do Brasil, com descrições de suas características físicas e costumes das populações, com ricos detalhes, apresentados pelos desenhistas que integraram a expedição que antecedeu os viajantes estrangeiros que percorreram o Brasil no século XIX.

A situação do negro é de ausência na literatura e naturalizada presença nos noticiários da imprensa da época - nos anúncios de venda de lotes de negros desembarcados nos mercados, de fugas de escravos, surgimento de “redutos perigosos de negros rebelados” (o que já constava dos documentos oficiais desde o século XVII, nas lutas contra o Quilombo dos Palmares, maior reduto de negros fugidos da escravidão, na história do Brasil). A abordagem do negro, elemento fundamental no sistema econômico mercantilista, iniciado com a criação da empresa de plantation em finais do século 15 será, em toda a zona de produção de monocultura de exclusivo colonial para as metrópoles europeias, como açúcar, fumo, café e

algodão, tão explosiva em toda a América, como tratar das populações indígenas do altiplano nas zonas de exploração dos minérios anteriormente propriedades de Astecas, Incas e Maias.

Quanto maior a necessidade dos mercados, maior a agressividade dos colonizadores contra as populações por eles demarcadas para exercerem o trabalho escravo, fossem negros ou indígenas. Pela ausência de leis garantindo a escravidão indígena, a Igreja disputou, no âmbito da catequese, a posse das populações catequisadas. Os indígenas de toda a América Latina eram aprisionados nas missões onde “aprendiam as atividades” de sobrevivência na produção de enriquecimento das Ordens Religiosas que os catequisavam, sem que fossem considerados escravos. Uma vez treinados, viviam sob a ameaça das Entradas e Bandeiras que assaltavam frequentemente os redutos de catequese para escravizar trabalhadores a serem vendidos nas empresas agrícolas, de mineração ou de exportação de madeira. Recusando a catequese, pela Lei da Guerra Justa os indígenas seriam eliminados, destino de todas as tribos frente à necessidade do último requisito da Empresa Colonial – posse de terras para plantação em larga escala, completando a tríade colonialista: Trabalho escravo dando origem às exitosas empresas europeias de tráfico negreiro, terras gratuitas (barateando a produção com eliminação de tribos inteiras) e monopólio comercial das mercadorias produzidas no Novo Mundo.

Se a presença indígena no Brasil surge romanticamente na literatura de José de Alencar (respeitado defensor da escravidão negra), a entrada do negro como elemento literário se faz com profunda politização, debates e lutas contra a escravidão, associados à contestação da Monarquia e reivindicação de Regime Republicano, vividos por setores da juventude acadêmica da época, desde o ativismo poético-político do baiano Castro Alves (16/03/1847-06/07/1871).

Na infância e juventude frequentando a fazenda do avô, também traficante de escravos, Castro Alves teve a vivência típica das brincadeiras com os filhos de escravos, assistindo as festas e cantorias daqueles trabalhadores do eito, absorvendo-lhes a espontaneidade criativa das cantigas, ditos, histórias e poesias improvisadas e cantadas ao som da viola. Desde muito cedo espantava professores e colegas de colégio com a facilidade com que versejava, antes mesmo de se aprofundar nos estudos da língua e nas leituras que o fascinavam. De temperamento extremamente irrequieto e apaixonado, entrega-se desde a adolescência à poesia e à defesa da liberdade com voos condoreiros, centrando a inspiração

no sofrimento do povo escravizado e arrancado de suas terras de nascimento, pela ganância e a violência do tráfico negreiro, tendo negada sua condição humana. Entregando-se à causa da liberdade, muda-se para o Recife, onde se matricula na Faculdade de Direito e incendiará a juventude com a eloquência, o destemor e a riqueza dos versos de improviso guardados na tradição oral da cidade, que perenizou a memória de seus debates no teatro Santa Isabel, com o sergipano Tobias Barreto, entusiasta da cultura alemã, autor de um jornal publicado no idioma daquele país. O mais divulgado verso do jovem poeta, “A praça, a praça é do povo, como o céu é do condor”, foi o apelo feito à multidão atacada pela cavalaria, quando discursava num meeting contra a escravidão e pela queda da Monarquia, clamando para que o povo permanecesse no seu lugar de direito. Juntamente com os colegas de Faculdade Regueiro Costa, Rui Barbosa e Álvares Guimarães funda a Academia Abolicionista do Recife, iniciativa que, a partir de seu precoce falecimento, será encampada por seus seguidores em vários estados do Nordeste, criando imprensa abolicionista e Associações Libertadoras das quais fizeram parte homens e mulheres, iniciando-se o fim do regime escravista no Brasil em 1884, com a abolição da escravatura no Ceará. Nesse Estado, jangadeiros, a exemplo do Dragão do Mar, tiveram forte participação nas lutas abolicionistas.

Durante quase cem anos após sua morte, nas escolas do Nordeste os Grêmios Literários e a boemia literária ainda recitavam os versos do “Poeta do Povo”. No texto *Instinto de Nacionalidade*, Machado de Assis considera Castro Alves o fundador da literatura brasileira, por ter sido o primeiro escritor a fazer literatura com os problemas dominantes da população majoritária do país, os escravos, fazendo-o patrono da cadeira número 7 da Academia Brasileira de Letras.

Seu contemporâneo dois anos mais velho (31/07/1845), o negro escravo analfabeto Inácio da Catingueira, nascido em Teixeira- Paraíba, em todo o sertão do Nordeste é o bardo, o mais famoso poeta do improviso de seu tempo, sendo sua mais importante obra a peleja com o repentista Romano da Mãe D’Água, acontecida em Patos, Paraíba, em 1870, sendo preservada pela oralidade da cultura sertaneja por décadas. Com a chegada da primeira tipografia no sertão (adquirida pelo poeta Silvino Piruá) juntamente com os poetas populares Leandro Gomes de Barros, Chagas Batista, Otacílio Batista, Ugolino do Sabugi são publicados seus versos e cantorias no fim do século XIX e primeiras décadas do XX, quando esses poetas passam a imprimir todas as manifestações da oralidade poética do Nordeste, dando forma à

literatura de cordel. A comunicação entre as populações recônditas e iletradas está garantida pela oralidade e desenvolvida de forma primorosa pelo registro, circulação e venda dos inicialmente nominados “livrinhos de feira”, hoje “literatura de cordel”.

O cordel desempenha a função da imprensa entre as baixas camadas sociais rurais e urbanas do Nordeste e alcança, com as migrações de nordestinos nas secas e na corrida da borracha, o Norte do país, com casas de revenda de cordel, almanaques, orações e histórias locais e míticas da tradição ibérica, no Maranhão, Manaus e Belém do Pará, além de todas as capitais e grandes cidades do Nordeste, numa verdadeira revolução quebrando o decantado isolamento dos sertões do Brasil durante a primeira metade do século XX.

Papel importantíssimo no conhecimento da sociedade brasileira desempenhou o carioca médico antropólogo e músico Edgar Roquette-Pinto (25/09/1884-18/10/1954), que em 1912 participou da Missão Rondon estudando os índios Nambiquara, experiência da qual resultam dois importantes livros para o desenvolvimento dos estudos etnográficos das populações brasileiras: *Guia de Antropologia* (1915) e *Rondônia – Antropologia etnográfica* (1916). A relevância de Roquette-Pinto ressalta ainda, principalmente para os estudos de comunicação no país por, em 1922, na Exposição Internacional comemorativa do Centenário da Independência do Brasil, tomando conhecimento de equipamentos de rádio difusão expostos no stand dos Estados Unidos, viu na nova tecnologia o melhor meio de difusão educacional para o povo de toda a nação. Membro da Academia de Ciência, convence os colegas da importância da compra daquele equipamento, criando em 1923 a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira rádio do Brasil, para a difusão de programas educativos da população. Eugenista que reverteu a concepção racista de eugenia europeia que condenava a miscigenação racial como elemento altamente degenerativo de tipos humanos, o antropólogo brasileiro demonstra a criatividade e a resistência dos mestiços que, como os negros, trabalharam na construção desse país. Combatendo os preconceitos contra a miscigenação, afirma que os problemas do país não vêm dos cruzamentos populacionais, sendo as questões sociais e políticas resultantes da falta de educação e saúde pública. Em 1936 a Rádio dirigida por Roquette-Pinto é doada pela Academia de Ciência ao Governo Brasileiro, incorporada ao Ministério da Educação e Saúde (MES). Garantindo-se sua função educativa, é transformada na Rádio MEC.

Nos profundos entrecruzamentos de culturas regionais e locais vai-se preenchendo o fosso delimitador de rural x urbano e, com a difusão do rádio, a musicalidade espontânea dos artistas nordestinos costura as fusões de ritmo e dança, invadindo e incorporando fazeres e saberes de todos os artistas populares do Brasil, encontrando-se pouco a pouco com os cantares e a musicalidade da América Latina, do México aos confins da Argentina, Paraguai e Uruguai. Na capital da República as comunicações se desenvolvem com a chegada das gravadoras e o surgimento do Teatro de Revista, acontecimentos que darão grande impulso à música popular brasileira, com a projeção do samba e do choro e a criação de público cativo do teatro musical gênero “revista”. É o tempo da profissionalização de Pixinguinha como ápice da composição popular e dos grandes cantores e programas de rádio, até à chegada da televisão.

Paulatinamente, a partir da década de trinta do século XX, com a criação de Universidades em São Paulo e Rio de Janeiro vai-se estabelecendo uma espécie de “latinidade comunicacional” pela difusão não apenas dos saberes populares do continente, mas pela intensidade de correspondência entre professores das antigas Universidades da América Espanhola e o grupo brasileiro envolvido na hercúlea tarefa de, institucionalizando a implantação do estudo das Ciências Humanas, criar editoras, centros de pesquisa e se articularem teórica e metodologicamente com os centros de saber europeus, sul e norte-americanos.

Entre os intelectuais que alcançaram os “estudos superiores” também se destacam, em toda a América Latina, pensadores refletindo sobre esse saber e fazer das populações iletradas ou semiletradas do continente. No Brasil, muitos deles dotados desse “fazer espontâneo” exercido por vários cientistas, médicos, engenheiros, advogados, sacerdotes e militares portadores de inspiração musical, pictórica, literária e poética irmanam -se com músicos, pintores, escultores, poetas e ativistas políticos de matizes libertários, como Fábio Luz, e instauram debates sobre a sociedade e os efeitos da realidade hierárquica da organização político-econômica com sequelas da escravidão, herdada das concepções e práticas colonialistas.

Poucos desses intelectuais, como o médico sergipano Manoel Bomfim (08/08/1868-21/04/1932), se ocuparão da problemática indígena, num período de pensamento dominante das teorias racistas, quando eram discutidos “os males da miscigenação racial”, e raças

inferiores como os negros e indígenas. Pensador erudito e engajado na ideia de educação do povo brasileiro como condição de ruptura com hierarquias raciais e fim de preconceitos, Bomfim é ainda o iniciador de proposta de articulação do Brasil com os países da América Latina, publicando em sua rica bibliografia *América Latina, Males de Origem*, em 1905. Na obra de 1932, *Cultura do povo brasileiro*, não só combate a ideologia dominante, como resgata a importância dos indígenas e dos negros e mulatos na formação cultural de nossa sociedade. É um pensador que precocemente pautou a luta da geração criadora das primeiras Universidades, ele que se dedicara ao Pedagogium e à Escola Normal do Distrito Federal, exercendo forte influência em seu tempo na formação educacional da infância e juventude, através de vasta produção de livros para educação infantil, inclusive em associação com o poeta Olavo Bilac, militando ativamente por décadas na imprensa, num combate ininterrupto pela formação de uma sociedade democrática.

No pós Primeira Guerra Mundial os antropólogos alemães Frobenius (29/06/1873-09/08/1938) e Franz Boas (19/07/1858-21/12/1942) desenvolveram estudos respectivamente sobre a cultura africana e populações autóctones do Canadá e dos Estados Unidos, tendo Boas se dedicado também a pesquisas sobre populações negras na América e elaborado teoria da cultura englobando raça e etnicidade. Enquanto Frobenius encampa a teoria difusionista da cultura, Boas se afasta progressivamente dessa teoria e do evolucionismo, aproximando-se da psicologia e do estudo das mentalidades tendo, através de seus discípulos como Ruth Benedict, Ralph Linton, Margareth Mead e outros, dado origem à Escola Culturalista norte americana, de forte repercussão entre estudiosos da cultura latino-americana, com seus conceitos de caráter nacional, personalidade básica, aculturação, sincretismo religioso.

No combate às chamadas teorias racistas, o culturalismo foi muito utilizado por autores que falavam de uma “cultura nacional”, no estudo de populações negras, indígenas e mestiças, em toda a América Latina, quando predominaram no Brasil os estudos da cultura afro-brasileira. Na constituição da Universidade do Distrito Federal – UDF em 1935, a cadeira de Antropologia, tendo como catedrático Gilberto Freyre, contou com professores como Heloísa Alberto Torres (Diretora do Museu Nacional), Josué de Castro e Maria Julia Pourchet, grande estudiosa dos índios Kaingang, correspondente assídua de Boas e divulgadora de sua obra no Brasil.

No mundo da música, intelectuais como Mário de Andrade (09/10/1893- 25/02/1945) e Luciano Gallet (28/06/1893-29/10/1931), como já o fizera a maestrina Chiquinha Gonzaga (17/10/1847-28/02/1935) desde o século XIX, dedicaram-se à pesquisa e valorização da música popular brasileira. Chiquinha Gonzaga adaptou o piano para o choro e compôs a primeira música para o carnaval “O abre alas”, juntando-se aos grupos de choro. Na UDF estão os músicos Heitor Vila-Lobos, Arnaldo Estrela e Lorenzo Fernandes, a poetisa Cecília Meireles e o pintor Portinari, todos envolvidos na valorização dos saberes populares do país.

Dedicando-se ao estudo das populações negras, o médico antropólogo Arthur Ramos (07/07/1903-31/10/1944) publicou em 1934 o livro *O Negro Brasileiro*, que teve repercussão internacional. Em 1935, lecionando a disciplina Introdução à Psicologia Social na UDF, o antropólogo analisa a importância dessa disciplina, demonstrada nas primeiras teorias da comunicação, principalmente na propaganda e nas técnicas formadoras de opinião pública. Extinta a UDF em 1938 com forte crise política no país, em 1939 é criada a Universidade do Brasil, transferindo-se os alunos da área de Ciências Humanas para a Faculdade Nacional de Filosofia – FNF/UB. Para a cadeira de Antropologia e Etnologia é nomeado Arthur Ramos, aprovado em concurso público para Professor Catedrático em 1945, após ter organizado a 2ª edição de *O Negro Brasileiro* em 1940. No prefácio a essa edição Ramos celebra a repercussão alcançada por seu trabalho mostrando uma extensa rede de comunicação entre estudiosos da cultura negra na Europa, África, Estados Unidos, Haiti, Cuba, Argentina e Peru que publicaram em revistas científicas comentários sobre a obra, dando destaque aos comentários do etnógrafo haitiano Price-Mars, criador do Movimento Negritude no Haiti.

Afirmando a provisóriedade das teorias científicas por uma atualização constante das pesquisas que apontam a dinâmica da sociedade, em 1948 na Semana Euclidiana (8 a 15/08) em São José do Rio Pardo, Arthur Ramos dá entrevista a jornal de São Paulo apresentando limitações ao uso dos conceitos de cultura brasileira e caráter nacional. Afirma que a sociedade brasileira é composta de tantas etnias que poderia ser analisada como multicultural, além do que não se pode falar de um caráter nacional, acrescentando a necessidade de “experiência de um novo campo – a Antropologia Social da vida contemporânea”. É um primeiro enunciado da superação da Escola Culturalista e sinalização de surgimento de novo método de análise do social. Vê como novos campos de pesquisa o estudo de “comunidades de folk – cultura”, a exemplo das “Monografias do Grupo de

Chicago, e depois alargando o seu campo ao estudo de outras comunidades, não apenas rurais, mas também urbanas”.

Um ano após a entrevista e a conferência falece em Paris em 1949 como primeiro Diretor Efetivo do Departamento de Ciências Sociais da UNESCO, deixando importante acervo hoje depositado no Setor de Manuscritos da Biblioteca Nacional. Para se entender a formação de redes intelectuais de estudos da cultura do povo negro e indígena, ou a posteriormente nominada Folkcomunicação na América Latina, destaque-se nesse acervo sua correspondência passiva, composta de 934 comunicações de intelectuais do México, Peru, Argentina, Inglaterra, Cuba, Portugal, Estados Unidos, Colômbia, França, Uruguai, Alemanha, Bolívia, Áustria, Cabo Verde, Venezuela, Haiti, Suíça, Guatemala, Daomé, Panamá e Chile, dialogando sobre seus livros e artigos, criticando-os, elogiando-os, esclarecendo dúvidas, pedindo e oferecendo informações sobre temas de seu interesse. Muito significativo é o número de cartas apresentando estudiosos que vêm ao Brasil para receber suas orientações sobre o estudo das populações negras do Brasil, entre os anos de 1927 a 1949. Nesse período de estreita comunicação entre os estudiosos das culturas negras e indígenas da América Latina, o intelectual cubano Israel Castelhadro propõe intercâmbio científico entre os dois países, o que se concretiza em 1934, com o intercâmbio entre Fernando Ortiz e Arthur Ramos. Em 1939 o intelectual peruano Fernando Romero solicita ao estudioso brasileiro parecer sobre o seu *Ciclo Panamericano de Transmisiones Folklóricas*. Demonstrando a existência de ampla comunicação entre estudiosos latino-americanos das culturas negras e indígenas, o estudioso peruano Armando R. Artol solicita colaboração de Ramos no II Congresso Indigenista Interamericano.

A partir da década de 1950 as Universidades se multiplicaram em todos os estados brasileiros, implantando Faculdades de Jornalismo, iniciativa dos chamados “jornalistas espontâneos” que, com formação de nível superior em diferentes profissões, desenvolviam atividades jornalísticas por vocação. Exemplo desses jornalistas espontâneos é o pernambucano Luiz Beltrão que, em 1959 integra o corpo docente do primeiro Curso de Jornalismo do Nordeste, da Faculdade de Filosofia do Instituto Nossa Senhora de Lourdes – Paraíba. Em Recife lecionou na Universidade Católica de Pernambuco, tendo os concluintes de 1963 e 1964 recebido o diploma de Bacharéis em Ciência da Comunicação.

O jornalismo torna-se um gênero da nova ciência, bem no espírito do tempo, desde a eclosão dos estudos da sociedade da segunda metade do século XX, sob a influência das tecnologias comunicacionais, teorizada pelo antropólogo, filósofo e semiólogo francês Edgar Morin, fundador do “Centro de Estudos de Comunicação de Massa – abordagem transdisciplinar”, em 1960 e a publicação do livro que o celebrou em 1962, intitulado *Cultura de Massa no século XX – O espírito do tempo*.

Como previra Ramos em 1948, os métodos científicos se superaram para entender as mudanças sociais, antecipando a troca da Antropologia Cultural pela Antropologia Social e ampliação dos estudos dos costumes da cultura popular não somente rurais, mas também urbanos. Aplicando essa etnografia das camadas populares urbanas em suas pesquisas jornalísticas, Beltrão observou a reação dos não letrados ao impacto da moderna comunicação de massa e sua força condutora de audiência, verificando a criatividade espontânea popular na criação de elementos de mediação com suas próprias modalidades comunicacionais, dando surgimento à palavra Folkcomunicação, defendendo tese de doutorado na Universidade de Brasília em 1967, intitulada *Folkcomunicação : um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressões de ideias*.

Discípulos de Beltrão, como o Professor José Marques de Melo, divulgam sua obra nacional e internacionalmente, dando vida ao gênero Folkcomunicação, em todas as Faculdades de Comunicação do país, com a criação de associações, no mundo luso espanhol, como informa Betania Maciel (2013) no texto “Folkcomunicação em Rede Latino-Americana”. Hoje é papel fundamental da INTERCOM difundir a metodologia da Folkcomunicação pela necessidade de maior compreensão dos efeitos da tecnologia na sociedade globalizada e seus canais comunicacionais de informação no tempo real, numa interdisciplinaridade com estudos antropológicos, sociológicos e de psicologia social.

Em toda a América Latina os estudos de folclore tiveram e têm profundo significado para o mapeamento dos saberes do povo, formando-se redes entre folcloristas, filósofos e comunicadores, em busca de elementos fundantes de uma identidade latino-americana. Nesta construção intelectual, pensadores como Foucault e Stuart Hall (década de 1960) são citados como teóricos, tanto quanto, a partir da década de 1980, Jesús Martín-Barbero, que faz a interessantíssima interdisciplinaridade comunicação, cultura e hegemonia, trazendo forte politização ao debate.

Essa busca de uma identidade latino-americana também mobiliza intelectuais como o grande filósofo mexicano Leopoldo Zea (30/06/1912-08/06/2004), autor da concepção filosófica do “Latinoamericanismo Integral na História”, fazendo estudo ontológico da América Latina, valorizando a cultura popular na construção da vida, tanto quanto o fator geohistórico. Professor da Universidade Autônoma do México – UNAM, foi ativista incansável na organização de instituições de estudos sobre os saberes latino-americanos, escrevendo e ministrando cursos sobre uma Filosofia Latinoamericana. De sua extensa bibliografia, destaco as obras: *El pensamiento latino-americano*; *En torno a una filosofía americana*; *Filosofía y cultura latino-americanas*; *Colonización y descolonización de la cultura latinoamericana*.

Referências bibliográficas

BARROS, Orlando de. **Corações de Chocolate: A História da Companhia Negra de Revistas (1926-1927)**. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2005.

KORNGOLD, Ralph. **Robespierre o Incorruptível**. Rio de Janeiro: Casa Editora Vecchi LTDA, Coleção Vidas Extraordinárias, 1946.

MACIEL, B. Folkcomunicação em rede latino-americana. In: MELO, José Marque de, FERNANDES, Guilherme Moreira. (Orgs.). **Metamorfose da folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

MELO, José Marques de. Arthur Ramos, muito além do seu tempo: Incursões ao espaço comunicacional. In: BARROS, Luitgarde Oliveira Cavalcanti (Org.). **Arthur Ramos**. Rio de Janeiro: Fundação Miguel de Cervantes/FBN/CNPQ, Memória do Saber, 2011.

RAMOS, Arthur. Documenta: “Os Grandes Problemas da Antropologia Brasileira”. Revista MANA, 21(1), p. 195-212, 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v21n1/0104-9313-mana-21-01-00195.pdf>.

**RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 16, Número 37, p.174-188, Julho/Dezembro
2018**

SALADINO, Alberto; SANTANA, Adalberto (org.) **Visión de América Latina**: Homenage a Leopoldo Zea. México: Instituto Panamericano de Geografía e Historia/Fondo de Cultura Económica. Colección Tierra Firme- Visión de América Latina, 2003.

Submetido em: 05/07/2018

Aceito em: 25/10/2018

RIF

arti

artigos

artigo

gos

Comunicação (i) material com as divindades: tipos e formas de ex-votos na religiosidade popular

Luís Erlin Gomes Gordo¹

RESUMO

O estudo dos ex-votos como objeto de pesquisa na área de comunicação está na origem da teoria fundada por Luiz Beltrão, a Folkcomunicação. Porém, os pesquisadores encontram, ainda hoje, dificuldades na classificação tipológica dos ex-votos. Beltrão não faz uma classificação exclusiva dos ex-votos, mas os enquadram na tipologia geral dos estudos folkcomunicacionais. A tipologia adotada hoje é a elaborada pelo pesquisador mexicano Jorge González (1981), que está restrita as manifestações culturais do catolicismo popular. O professor José Marques de Melo ao escrever sobre o tema, diz que a questão não está definida, deixando em aberto uma possível reclassificação. O objetivo deste artigo é a tentativa de ampliar o entendimento, agrupar e atualizar os tipos de ex-votos abrindo horizontes inclusive para outras manifestações religiosas que não se enquadram no catolicismo popular, mas que podem ser entendidas dentro deste processo comunicacional, hoje à margem da academia. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e documental, bem como o inventário através da observação participante.

PALAVRAS-CHAVE

Ex-voto. Tipologia. Folkcomunicação. Religiões.

Communication (i) material with the deities: types and forms of ex-votos in popular religiosity

ABSTRACT

The study of exvotos as an object of research in the area of communication is at the origin of the theory founded by Luiz Beltrão, Folkcommunication. However, researchers still find difficulties in the typological classification of exvotos. Beltrão does not make an exclusive classification of the exvotos, but they fit them in the general typology of the

¹ Filósofo, Teólogo, Jornalista e Sacerdote. Mestre e doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. É diretor editorial da Editora Ave-Maria e da revista Ave Maria. E-mail: erlin@avemaria.com.br

folkcommunicational studies. The typology adopted today is that elaborated by the Mexican researcher Jorge González (1981), which is restricted to the cultural manifestations of popular Catholicism. Professor José Marques de Melo, writing on the subject, says that the issue is not defined, leaving open a possible reclassification. The objective of this article is the attempt to broaden the understanding, to group and to update the types of exvotos, opening horizons even to other religious manifestations that do not fit into the popular Catholicism, but that can be understood within this communicational process, today on the margins of the academy. The methodology used was the bibliographical and documentary research, as well as the inventory through participant observation.

KEY-WORDS

Exvoto. Typology. Folkcommunication. Religions.

Introdução

O pioneiro artigo de Luiz Beltrão “O ex-voto como veículo jornalístico” publicado no ano de 1965 na revista *Comunicação & Problemas*, é considerado a gênese da corrente de pesquisa acadêmica fundada por ele denominada “folkcomunicação”, que aproxima as diversas manifestações culturais populares, de modo especial as folclóricas, das pesquisas em comunicação social.

Embora Beltrão inicie sua pesquisa em Folkcomunicação; com base nos ex-votos, ele não os classifica sistematicamente. Podemos deduzir uma possível classificação tendo por base a tipologia geral das manifestações folkcomunicacionais. Segundo José Marques de Melo (2010, p. 103) Beltrão “classifica morfológicamente os ex-votos em dois subconjuntos: I) Segundo a estética: “gráficos” (desenhos e fotográficas) e “esculpidos” (pintados); e, II) segundo os suportes: quadro, imagem, fotografia, desenho, peças de roupa, utensílios domésticos, mecha de cabelo, etc”. Marques, na sequência, diz que “esse esboço classificatório mostra-se pouco operacional, porque construído teoricamente, a partir de referências contidas na literatura folclórica”.

No Livro *Folkcomunicação – a comunicação dos marginalizados*, Beltrão (1980, p. 259-279 – Anexo 3) ofereceu alguns indicadores básicos para a pesquisa de Folkcomunicação, para facilitar aos interessados nos estudos e pesquisa nesta área, diz: “oferecemos um levantamento dos principais meios de expressão utilizados”. São eles:

- Folkcomunicação oral: o linguajar; nomes próprios, alcunhas, xingamentos e palavrões; provérbios, comparações, frases feitas; orações e suas paródias, pragas; contos, histórias, fábulas, mitos e lendas; quadras (trovas) e glosas; pregões (expressão de vendedores ambulantes); parlendas, *mnemorias*, formuletes (gêneros comunicacionais infantis); anedotas, adivinhas, travalínguas, bestiologias.
- Folkcomunicação musical: assovio e aboio; cantorias (disputa poética cantada); a canção; os ritmos populares; instrumentos e orquestras.
- Folkcomunicação escrita: grafitos; manuscritos/datilógrafos/ em xerox; impressos; postais/santinhos/estampas; veiculados pelos MCS.
- Folkcomunicação icônica: escultura popular; objetos de identificação e adorno pessoal; a habitação e objetos utilitários e de decoração.
- Folkcomunicação de conduta (cinética): o trabalho e o lazer; autos, danças, espetáculos populares; atividades religiosas; atividades cívico/políticas.

Este levantamento foi revisitado por Marques de Melo (2008, p. 89-95) constatando que: “Esta ‘Tipologia da Folkcomunicação’ constitui, na verdade, um desafio aos pesquisadores comprometidos com a sedimentação dessa disciplina”. A dificuldade estaria em distinguir certas fronteiras (oral/musical) ou (escrita/manuscrito).

José Marques de Melo apresenta então uma subdivisão tendo em conta o **gênero** (forma de expressão determinada pela combinação de canal e código), diferentemente de Beltrão que apresentava cinco gêneros, agora aparecem quatro (oral; visual; icônica; cinética) facilitando assim a pesquisa; **formato** (estratégia de difusão simbólica determinada e pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor); e **tipo** (variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção).

Dentro da tipologia apresentada por Marques, o ex-voto está enquadrado na **Folkcomunicação icônica**, no formato **devocional**.

Marques de Melo (2010, p. 104) sugere aos pesquisadores a classificação dos ex-votos segundo o culturalista mexicano Jorge A. González, autor do livro *Exvotos y retablitos – religión popular y comunicación social en México*, no qual fez um estudo primoroso sobre os ex-votos como forma de comunicação social. Segundo o estudo de González (1986, p. 10-13, tradução nossa), podemos qualificar os ex-votos em cinco tipos:

1) objetos figurativos da graça alcançada (partes do corpo ou figuras humanas, casas, animais, vegetais, carros, feitos nos mais diversos tipos de materiais);

2) objetos que ressaltam metonimicamente um aspecto, elemento ou componente 'representativo' da totalidade do milagre realizado (as representações podem ser as mais diversificadas, como buquê de noivas, muletas e aparelhos ortopédicos, etc.);

3) objetos propriamente discursivos, nos quais de maneira escrita, se propaga o milagre (cartaz, mármore, placas, etc.);

4) midiáticos, são os ex-votos impressos em jornais e revistas na intenção de divulgar a graça alcançada;

5) são os chamados "retablitos" que em uma tradução livre podemos chamar de "tabuinhas", ou seja, quadrinhos pintados (pictóricos) em diferentes materiais, geralmente em formatos retangulares que descrevem por meio de pintura o milagre recebido.

Em relação ao estudo de González, Marques de Melo não fecha a questão, pelo contrário: "Como se trata de uma tipologia originalmente construída no México, é possível que os pesquisadores brasileiros se deparem com outras espécies, que deverão ser arroladas, agrupadas e se possível classificadas". (2010, p. 104)

O ex-voto, é uma prática devocional que teve início antes mesmo do cristianismo. Os registros mais antigos dos ex-votos, como compreendemos atualmente, foram encontrados em duas localidades na região que hoje é a Itália. As cidades de Pesto e Lácio abrigavam grandes templos em homenagem aos deuses cultuados por estes povos (GOMES GORDO, 2015). Ou seja, essa relação comunicacional por meio do ex-voto com a divindade está alicerçada em práticas religiosas antigas. Somente depois, acabou sendo associada, quase que exclusivamente, ao catolicismo popular.

As classificações tipológicas dos ex-votos, tanto de Beltrão, Marques de Melo, como de González, estão intimamente ligadas à tradição popular católica. Porém, a compreensão alargada do sentido do ex-voto, uma vez que era uma prática politeísta que foi incorporada no catolicismo, abre espaço para um entendimento mais amplo e diversificado do que sejam de fato os ex-votos, incluindo a presença marcante deste processo comunicacional em outras confissões cristãs evangélicas (de modo especial as pentecostais e neopentecostais) e nas religiões de matriz africana e na espírita.

A não inclusão deste universo religioso, que cada dia ganha mais força, sobretudo no Brasil, reduz as pesquisas acadêmicas nesta área. Embora os evangélicos utilizem outros termos para materializar a graça alcançada, acreditamos que estas “novas” formas de anunciar o “milagre” recebido, podem sim ser contempladas dentro de uma classificação tipológica dos ex-votos, incentivando futuras pesquisas folkcomunicacionais.

Mesmo dentro do catolicismo, outras formas de pagamento de promessa foram espontaneamente surgindo nos últimos anos, de modo especial com o advento da internet e que hoje ainda não foram classificadas. A prática religiosa dos ex-votos se renova e se adapta constantemente, este movimento ancestral está no senso religioso do ser humano, em nosso imaginário.

Como elaborar uma atualização tipológica dos ex-votos, incluindo não só as novas formas de pagamento de promessas provenientes do catolicismo popular, mas também as práticas de agradecimento por um milagre alcançado em outras expressões religiosas?

Metodologia

A trajetória metodológica adotada neste artigo constou de dois pilares: o primeiro foi a pesquisa bibliográfica, o segundo, o inventário, metodologia já estabelecida no campo da Folkcomunicação relacionada a pesquisas que têm como objeto os ex-votos.

Como fizemos o inventário?

José Marques de Melo, sugere como método de estudos dos ex-votos o inventário: “inventariar todas as peças incorporadas ao acervo do núcleo de devoção [...] o ideal é inventariar todas as peças expostas.” (MARQUES DE MELO, 2010, p. 105).

Os autores Silvia Regina da Mota Rocha e Carlos Xavier de Azevedo Netto, ambos da Universidade federal da Paraíba em artigo sobre o Inventário do Patrimônio Religioso da Paraíba, escrevem sobre os dois eixos da pesquisa tendo por base o inventário:

No que concerne ao modelo conceitual do Inventário, o primeiro eixo de sua conceituação refere-se à forma na qual está estruturada suas duas categorias macro: que possibilitarão categorizações geral e específica do objeto em inventariação, respectivamente, configuradas da seguinte forma: - Como categorias macro temos: categorização geral; e categorização específica; - Como categorias subseqüentes ou complementares temos: informação contextual; informação suporte e artística; informação semântica; e informação histórica e documental. O segundo eixo de conceituação refere-se aos desdobramentos das

categorias subsequentes ou complementares configurados em diversas tipologias ou campos para registro de informação especializada de diversas áreas de conhecimento: Ciência da Informação, Biblioteconomia, História, Estética, Restauração e Conservação e Teologia. Portanto, os campos ou categorias indexais para registro de informação especializada que compõem a ficha de inventário não apresentam relação hierarquizada, mas de complementariedade, com vistas à qualificação dos bens culturais móveis e integrados religiosos. (ROCHA; NETTO, 2012, p. 13).

Na nossa pesquisa se enquadra na categoria macro, com categorizações gerais e específicas. O inventário foi realizado em locais físicos como santuários (catolicismo); igrejas (católica e protestantes); cruzeiros e cemitérios (religiões de matriz africana e catolicismo popular); e outros locais de cultos que congregam tanto a umbanda como o candomblé. Também pesquisaremos em plataformas digitais da internet.

Selecionamos alguns espaços físicos e digitais com base na Matriz Religiosa Brasileira², São locais que estão intimamente ligados à cultura religiosa de nosso país, desde a devoção oriunda do catolicismo popular; das expressões devocionais da matriz africana e povos originários e do cristianismo evangélico, de modo especial o neopentecostal que se apropria de muitos elementos simbólicos tanto do catolicismo quanto das religiões embasadas na cultura africana.

2.1 Espaços físicos pesquisados:

- ***Santuário do Divino Pai Eterno – Trindade - Goiás.***
- ***Santuário São Francisco do Canindé – Canindé – Ceará.***
- ***Igreja – Padre Donizetti – Tambaú – São Paulo.***
- ***Igreja Deus é Amor – Sede Mundial – São Paulo – São Paulo.***
- ***Cruzeiro – Cemitério da Saudade – Campinas – São Paulo.***
- ***Casa de Iemanjá – Salvador – Bahia.***

2.2 Espaços midiáticos pesquisados:

² A Matriz Religiosa Brasileira são as expressões religiosas advindas dos povos originários, dos europeus e dos africanos.

Foram inventariados também programas de TV evangélicos que priorizam em seus roteiros os testemunhos de graças recebidas (muitos são somente pela via da oralidade, outros além do testemunho oral estão acompanhados da materialidade da graça recebida, como carteiras de trabalho, fotos de antes e depois, dentre outros). Nossa pesquisa teve como objeto de estudo espaços midiáticos digitais, especificamente os canais da mídia digital *YouTube*, pois os conteúdos veiculados neste meio foram primeiramente televisionados e agora estão disponíveis na internet com acesso a qualquer hora e local (embora tanto evangélicos quanto católicos se utilizem desses meios, focaremos em nossa pesquisa os canais evangélicos). Os dois canais escolhidos pertencem a denominações neopentecostais, pois a base central de seus programas são os testemunhos.

Canais do *YouTube* pesquisados:

- Igreja Universal do Reino de Deus – Canal no YouTube.³

- Igreja Mundial do Poder de Deus – Canal no YouTube.⁴

A partir das visitas a locais e do acesso aos canais do *Youtube*, não nos detivemos na análise de cada peça, mas foi feita uma descrição dos ex-votos expostos não lhes atribuindo juízo de valor. Também não trabalhamos com fichas específicas com análise de cada peça e nem com a quantidade de determinadas categorias. A tarefa metodológica configurou-se na produção de uma lista (geral) dos tipos de ex-votos identificados (categorização geral e específica) em cada um dos locais visitados. Dessa forma foi determinado um tempo exato para o procedimento. A pesquisa ocorreu de acordo com a especificidade de cada local visitado e do número de ex-votos nele depositados, lógica que também foi adotada para os sites.

2.3 Etapas do inventário:

- Identificação das peças – foi feito um registro de todas as peças encontradas. Seguimos como ponto de partida a tipologia de González, listando os ex-votos que se enquadram nesta categoria, as peças que não se encaixaram, agrupamos separadamente.

³ <https://www.youtube.com/user/TvUniversalorg>

⁴ https://www.youtube.com/channel/UC8cB4tSBUYsnuj8jimp1gw/videos?view=0&shelf_id=1&sort=p

Como já dissemos, não focamos no número exato de peças similares, mesmo que em uma modalidade existissem dezenas de peças e em outra apenas uma, elas tiveram o mesmo tratamento de valor. (Tipologia de González: objetos figurativos; representativos; discursivos; midiáticos e pictóricos).

- Categorização – para facilitar a separação dos gêneros encontrados, agrupamos as peças (primeiramente, como já dissemos, segundo os tipos propostos por González, e posteriormente agrupando peças que formam outras categorias). Esta categorização não foi a mesma em cada identificação, pois encontramos diversidade de material comparando um local de pesquisa com outro. A categorização no inventário também não representou a tipologia final, foi apenas um recurso para agrupar as peças.

Atualização da tipologia dos ex-votos

A tipologia criada por González tem por base a experiência religiosa do povo mexicano. Existe, como sabemos, muita similaridade cultural e religiosa entre o México e o Brasil⁵. Justamente por essas semelhanças a classificação tipológica de González foi adotada pelos pesquisadores da Folkcomunicação, sem contudo encerrar a matéria. Pois, é possível que ao pesquisar sobre o tema, sobretudo no trabalho de campo, os estudiosos dos ex-votos se encontrem com particularidades que não foram contempladas na tipologia de González, elaborada para a realidade mexicana.

Como já dissemos, González classifica os ex-votos em cinco tipos: figurativo, representativo, discursivo, midiático e “retablitos” (pictóricos). No trabalho de pesquisa que fizemos ao inventariar as peças encontradas, usamos como base da nossa pesquisa a tipologia de González. Todos os ex-votos que se enquadravam dentro dessa tipologia eram identificados. Depois percebemos que alguns deles não se encaixavam nesta tabela. Criamos, dessa forma, novas categorias para que a maioria das peças, que entendemos como ex-votos, pudessem ser inventariadas.

Também percebemos, que com o advento de novas técnicas comunicacionais, alguns ex-votos se “modernizaram”, ou se ajustaram ao tempo presente, como as expressões digitais que circulam em abundância através da internet. Por essa razão, sugerimos que seja

⁵ Catolicismos popular e hibridismo religioso, são alguns exemplos.

acrescentado no tipo ex-voto midiático o termo digital. Ficando, portanto **ex-votos midiáticos e digitais**.

Tendo em vista a possibilidade de uma atualização do que foi definido como linha mestra dos estudos, que têm como objeto o ex-voto, apresentamos algumas considerações e possíveis adequações.

Além das cinco categorias tipológicas elaboradas por González, sugerimos acrescentar mais cinco: alimentícios; arquitetônicos; corpóreos; agradado e orais.

Proposta de nova tipologia para os estudos folkcomunicacionais dos ex-votos

Nossa proposta para uma nova tipologia dos ex-votos inclui as cinco categorias de Jorge González (1981, p. 9-13), acrescentando mais cinco que são frutos de nossa pesquisa, contemplando não só o universo do catolicismo popular, mas abrindo possibilidades que outras práticas religiosas, entendidas por nós como ex-voto, pudessem ser catalogadas e consequentemente estudadas pelos pesquisadores da Folkcomunicação.

Para essa nova tipologia, apresentaremos o tipo de ex-voto, uma breve descrição do que seja, e em seguida alguns exemplos, sem, contudo abordar e catalogar todos os formatos, pois estamos diante de múltiplas possibilidades.

Seguem os tipos de ex-votos:

Ex-votos figurativos

Ex-votos representativos

Ex-votos discursivos

Ex-votos orais

Ex-votos midiáticos e digitais

Ex-votos pictóricos

Ex-votos arquitetônicos

Ex-votos de agrado

Ex-votos corpóreos

Ex-votos alimentícios

Descrição de cada tipo e formatos (difusão simbólica):

a) Ex-votos figurativos

São os objetos que expressam de forma figurativa e simbólica a graça que o fiel recebeu. Os formatos podem ser os mais variados possíveis e confeccionados de diversos materiais (madeira, cera, papel, isopor, plástico, resina, pedra, dentre outros).

Dentre as peças é possível encontrar: partes anatômicas do corpo humano, como cabeça, braços, mãos, pés, dedos, pernas, orelhas, olhos, boca, nariz, órgãos genitais masculinos e femininos, seios; órgãos internos, como rins, coração, fígado, intestinos, garganta, língua, útero, pulmões, próstata, bexiga, baço, dentre outros.

Figuras humanas na totalidade indicando muitas vezes a parte do corpo que foi agraciada com o milagre.

Fotos de partes do corpo, pontuando o local da graça alcançada.

Miniaturas de casas, barcos, carros, bicicletas, motocicletas.

Figuras de animais desde domésticos, até selvagens.

Latas ou sacos com vegetais ou grãos agradecendo a colheita.

b) Ex-votos representativos

Peças que representam metonimicamente um aspecto, elemento ou componente da totalidade do milagre (sendo uma figura de linguagem, no formato objeto, que é empregado ou usado com sentido, mesmo que fora do seu contexto).

Neste tipo, os formatos são os mais variados como, por exemplo: martelos, tesouras, tornos mecânicos, jalecos de professores ou de profissionais da saúde, crachás de empresas, cópias ou reproduções de carteiras de trabalho, representando “sucesso e uma colocação no mercado de trabalho”.

Diplomas e títulos emoldurados, cópias de monografias, dissertações de mestrado, teses de doutorado, fotos de formatura, álbuns de formatura, vestidos e ternos de formatura, representando “êxito escolar”.

Quepes, dragonas, distintivos, fardas, representando “promoção militar”.

Vestidos de noiva, buquês de noiva, grinaldas, cestinhas de alianças, fraques, gravatas, representando “sucesso ao conseguirem se casar”.

CDs, capas de disco, instrumentos musicais (como violão, acordeão, flauta, guitarra), faixas de miss, livros publicados, vestidos usados em premiações, representando “sucesso artístico”.

Camisetas de times de futebol, bolas de diversos esportes, troféus, medalhas, representado “sucesso esportivo”.

Garrafas de bebidas alcoólicas, latas de bebidas alcoólicas, representando a “libertação do vício”.

Maços de cigarro, cachimbos, cachimbos artesanais para o uso de drogas, charutos, cigarrinhos parecidos com os de maconha, narguilés, cigarros eletrônicos, representando a “libertação do vício”.

Muletas, tipoias, cadeiras de roda, carcaças de gesso, aparelhos ortopédicos, óculos, prótese dentária, radiografias, exames médicos, vidrinhos com cálculos renais ou vesiculares, fotos destacando a parte do corpo enferma, representando “saúde recuperada”.

Capacetes, peças de moto, carro e bicicleta, representando “livramento na hora do acidente”.

Vidros contendo vômitos, representando dois tipos de libertação – “libertação da saúde” em que o vômito é a doença expelida, como câncer ou tumores, “libertação espiritual” em que o vômito é a presença do maligno (ou do espírito demoníaco) expelida;

Umbigos de recém-nascidos, representando a “sorte no nascimento”.

Peças de roupas e sapatos (de uso diário, ou de eventos especiais - como batizados, primeira comunhão, crisma -, ou de algum dia especial na vida do devoto) de pessoas que receberam o milagre.

Fotografias de rosto da pessoa agraciada, de famílias reunidas, grupos de amigos, de animais, propriedades, localidades e muitas outras.

c) Ex-votos discursivos

Objetos que descrevem os milagres através da escrita, exemplos:

Cartas, bilhetes, cartazes, gravuras, placas (de mármore, granito, plástico, metal), banners, panfletos e santinhos de papel feitos sob demanda, faixas.

Escritas (com canetas, carvão ou com pedras) em paredes de templos, grutas e túmulos de cemitério.

d) Ex-votos orais

São os testemunhos orais que podem ou não ser acompanhados de alguma materialidade. Geralmente são proferidos em assembleias públicas de culto, por incentivo do presidente da celebração, ou são espontâneos.

Muitas vezes o ex-voto da oralidade não passa pela instituição religiosa, acontecem em eventos promovidos pelos próprios agraciados, como orações do terço, novenas, louvores, grupos de oração.

Podem ser incluídos aqui os testemunhos dados em programas de rádio e em programas televisivos via telefone.

e) Ex-votos midiáticos e digitais

São os anúncios veiculados em jornais, revistas, sites e portais de internet, *blogs*, redes sociais (*Facebook, Instagram, Whatsapp*) e outros meios de comunicação.

Geralmente difundidos fora dos santuários e ali expostos como demonstração do milagre recebido. Os veículos tanto podem ser oficiais das instituições religiosas, ou criados por devotos sem vínculos institucionais.

f) Ex-votos pictóricos

Quadro em madeira ou em outro tipo de material, ilustrando o milagre através de representações desenhadas e pintadas contendo, geralmente, a representação da cena no exato momento do milagre.

Muitos trazem a estampa do santo (ou santa) que favoreceu o milagre no alto da cena, como que interagindo efetivamente na realização da graça.

A maioria dos ex-votos pictóricos traz também a descrição discursiva de como o milagre foi realizado, identificando o nome do agraciado e a data do ocorrido.

g) Ex-votos arquitetônicos

São os ex-votos que têm como forma de pagamento da promessa, a construção arquitetônica ou a interferência em um imóvel destacando a devoção particular ou familiar.

Muitos templos, capelas, ermidas, grutas, cruzeiros e até mesmo túmulos são erguidos no cumprimento de um voto.

Nos altares dessas edificações são entronizadas, em local de destaque, as imagens do santo ou da entidade que realizou o milagre.

Alguns devotos mandam afixar na parede externa de suas residências, lojas e empresas a estampa ou a imagem do santo protetor (geralmente feitos em azulejos, ou em pequenos nichos no alto do imóvel).

Outro exemplo comum são vitrais em igrejas. O devoto depois de alcançar a graça doa um vitral para uma igreja que está sendo construída, e na base do vitral se coloca a inscrição: “por uma graça alcançada”.

h) Ex-votos de agrado

O devoto deseja agradecer a divindade que realizou o milagre. Há certa compreensão, com base no imaginário popular, ou revelado pela entidade, das coisas que lhe agrada.

Por essa razão os fiéis oferecem presentes como: flores; velas; incensos; joias (coroas, tiaras, braceletes, brincos, pulseiras, colares de ouro e pedras preciosas); bijuterias (imitação de joias das mais variadas possíveis).

Adereços e materiais para a beleza (cremes cosméticos, material para maquiagem facial, espelhos, pentes).

Charutos (também cachimbos e cigarros variados, fumo de corda).

Roupas e acessórios como mantos, véus, túnicas (confeccionados para vestirem a imagens dos santos, respeitando inclusive a cor que a entidade mais gosta).

Estandartes em homenagem a divindade.

Se a graça alcançada foi por intermédio de algum “anjinho” (crianças enterradas em cemitérios consideradas santas) é comum vermos brinquedos e chupetas.

Outra tradição, como ex-voto agradável é a promessa de mandar rezar missa de Ação de Graças para determinados santos (tanto os canonizados oficialmente, quanto os santos populares).

Temos também como pagamento de promessa batizar os filhos com os nomes dos santos de devoção, nesta mesma linha colocar o nome do estabelecimento comercial em homenagem a eles.

Festas religiosas que surgiram de devotos que fizeram suas promessas.

i) Ex-votos corpóreos

São os pagamentos de promessa em que o corpo do devoto é utilizado como meio de pagar a promessa.

São vários os exemplos: deixar o cabelo crescer por um determinado tempo e depois de cortar, oferecê-lo à divindade; caminhar de joelhos pela nave central de uma igreja, ou em um trajeto que faça sentido ao devoto.

Fazer peregrinações a pé até o santuário ou igreja do santo de devoção.

Fazer jejuns ou privação de algum alimento específico que o devoto goste.

Mortificações como o uso do cilício.

Alguns devotos precisam sentir que o corpo padece no momento de pagar a promessa, por essa razão muitos buscam o sacrifício físico ao extremo, como caminhar entre pedras e brasas, carregar por longas distâncias imagens e cruzes; rezar de joelhos durante muito tempo, ou de braços abertos.

Outros ainda utilizam do próprio corpo para homenagear suas divindades, como vestir-se conforme a imagem da entidade ou do santo (a roupa, geralmente, depois é deixada no templo aos pés da entidade ou do santo).

A prática de fazer tatuagens (religiosas) pelo corpo como expressão de agradecimento. As tatuagens podem ser variadas em suas formas e tamanhos.

Uso de objetos religiosos que remetam à devoção (terços, medalhas, crucifixos).

j) Ex-votos alimentícios

Oferecer à divindade que realizou o milagre, alimentos e bebidas, subentendido pelo imaginário popular, ou revelado pela entidade, que tais oferendas irão satisfazer e deixá-la feliz.

Se tivermos em conta as religiões de matriz africana, a lista de alimentos e bebidas pode ser extensa, pois cada orixá, ou entidade, têm apreço por determinados alimentos e bebidas.

Como exemplo de comidas salgadas, citamos: acarajé; canjica; pipoca; espigas de milho cozidas ou cruas; carnes variadas de diversos animais (cruas, fritas, assadas, ou cozidas); sarapatel; pimentas; pirão de inhame; camarões; quiabo; peixes de água doce; peixes de água salgada; abará; farofa; feijoada; charque.

Doces: como quindim; doce de coco; doce de abóbora; doce de cidra; arroz-doce; doces com canela; mungunzá; bolos de diversos tipos e sabores.

Frutas, como maçã; abacaxi; morango; melão; maracujá, e pinha. E a lista segue com dezenas de comidas.

Entre as bebidas, podemos citar: licores; aguardente (cachaça / pinga); vinhos doces (licorosos) e secos (tintos ou brancos); cervejas claras e escuras; conhaque; whisky; espumante (champanhe); sucos; água de coco; água natural, servida em copos ou em garrafas.

Para os santos populares que estão nos cemitérios, são oferecidos vários tipos de alimentos e bebidas. Se forem crianças predominam os doces; balas; pirulitos; chocolates; pão molhado na água caso o “anjinho” não consiga mastigar; iogurte; leite e refrigerante.

Quando o santo popular morreu de alguma tragédia, geralmente se oferece água na tentativa de aliviar o seu sofrimento.

Considerações finais

Com base na pesquisa que fizemos e ancorados na tipologia de ex-votos proposta por Jorge González, concluímos que a atualização dessa tipologia com as cinco novas categorias ampliaria o entendimento que temos acerca dos ex-votos, possibilitando, inclusive, novas pesquisas acadêmicas na área da Folkcomunicação tendo como objeto o pagamento de promessas.

Neste artigo sugerimos uma tipologia, atualizada, dos ex-votos, sobretudo tendo em conta outras manifestações religiosas que não estão ligadas de forma exclusiva ao catolicismo. Incluímos nesta nova tipologia expressões devocionais relacionadas ao pagamento de promessa (ex-voto) de importantes seguimentos religiosos do Brasil, como as denominações evangélicas e as religiões de matriz africana (Candomblé e Umbanda). E o fundamento dessa inclusão se baseia na própria história dos ex-votos, sempre presente em manifestações religiosas ancestrais.

Acreditamos, inclusive, que a tipologia que propomos abarca também outras formas religiosas que não contemplamos em nossa pesquisa. A nova tipologia, a nosso ver, possibilita um enquadramento mais amplo da ação devocional de retribuir a uma divindade a graça efetivada ou o milagre realizado.

Referências bibliográficas

ARAGÃO, Iury Parente. **A construção de um santo**: caso motorista Gregório. Teresina: EDUFPI, 2015.

BELTRÃO, Luiz. **O ex-voto como veículo jornalístico**. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). *Metamorfose da Folkcomunicação – Antologia Brasileira*. São Paulo: Editae! Cultural, 2013.

_____. **Folkcomunicação** – a comunicação dos marginalizados. São Paulo, Cortez: 1980.

_____. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Edições Melhoramentos, 1971.

_____. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do campo: UESP, 2004.

_____. **Folkcomunicação** – Um estudo dos agentes e dos meios de informação de fatos e expressões de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A Explosão Gospel** – um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: MAUAD, 2007.

GOMES GORDO, Luís Erlin. **Ex-Voto** – a saga da comunicação perseguida. São Paulo: Ave-Maria, 2015.

GONZÁLEZ, Jorge. **Exvotos y retablitos**: comunicación y religión popular en México. México: Universidade de Colima, 1986. Disponível em: < <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31610102> >. Acesso em: 14 de set. 2017.

_____. **Entre Cultura(s) e cibercultur@(s)**. São Bernardo do Campo – SP: Metodista, 2012.

_____. **Retablitos y antuários, entre la cultura y el poder**. Anuário Unesco de Comunicação Regional, n. 5, pp. 213-235, 2001.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Os caminhos cruzados da comunicação** – história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **Prefácio**. In: BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação – A Comunicação dos Marginalizados*. São Paulo, Cortez: 1980.

_____, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação** – Antologia Brasileira. São Paulo: Editae! Cultural, 2013.

MOREIRA, Aldemar. **Formas Populares da Religião** – experiências brasileiras e teorias sociológicas. São Paulo: IRESI: 1967.

OLIVEIRA, Marcelo Pires de. **Prólogo**. In: OLIVEIRA, José Cláudio Alves de. (Org.). Ex-votos das Américas – comunicação e memória social. Curitiba: Editora CRV, 2017.

ROCHA, Silvia Regina da Mota & NETTO, Carlos Xavier de Azevedo. **Construção e Análise do Inventário do Patrimônio Religioso Paraibano**: informação como representação social. XIII ENANCIB. 2012. Disponível em: <
<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xiiienancib/paper/view/3942/3065> > Acesso em: 20 de Abr. 2017.

POEL, Francisco van der. **Dicionário da Religiosidade Popular** – Cultura e religião no Brasil. Curitiba: Nossa Cultura, 2013.

SILVA, Maria Augusta Machado da. **Ex-votos e orantes no Brasil**. Museu Histórico nacional. Rio de Janeiro, 1981.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Precursores e Pioneiros**. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). Metamorfose da Folkcomunicação – Antologia Brasileira. São Paulo: Editae! Cultural, 2013.

Submetido em: 30/01/2018

Aceito em: 31/05/2018

A magia dos *Reyes* entre sincretismos culturais e a tradição católica espanhola¹

Sérgio Luiz Gadini²

RESUMO

As comemorações da festa dos reis magos na Espanha, registradas por diversos hábitos e manifestações de um sincretismo religioso e cultural, traduzem uma das abordagens da Folkcomunicação, conforme caracterização conceitual de Luiz Beltrão (1980 e 2001). Além de feriado nacional, o 6 de janeiro 'ibérico' é marcado por desfiles de carros decorados (cabalgata) por um tema anual, entrega de presentes para crianças, hábitos alimentares (como o "roscón de reyes") e, inclusive, um jogo de apostas oficial (loteria del niño), dentre outras ações e estratégias de mídia, que caracterizam as festas de reis, na Espanha. Trata-se, pelo estudo aqui apresentado, baseado em pesquisa de campo de caráter etnográfico e recortes de produções midiáticas que tematizaram a festa, de um evento que pode ser caracterizado como expressão contemporânea folkcomunicacional.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Festa de reis; hibridismos culturais; cabalgata de reyes en Espana; Jornalismo cultural.

The magic the Kings between cultural syncretisms and the Spanish catholic tradition

ABSTRACT

The celebrations of the feast of the Magi in Spain, recorded by diverse habits and manifestations of a religious and cultural syncretism, translate one of the approaches of the Folkcommunication, according to Luiz Beltrão's conceptual characterization (1980 and 2001). In addition to a national holiday, the January 6 'Iberian' is marked by parades (cavalcade) of

¹ Texto produzido pelo autor por ocasião da pesquisa de pós-doutorado, realizada junto à Universidad Complutense de Madrid, entre setembro de 2017 e março de 2018. Com financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

² Jornalista, professor Dr. do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Participa da Frente de Movimentos Sociais de Ponta Grossa.

cars decorated by an annual theme, delivery of gifts for children, eating habits (such as the "roscón de reyes") and even a gambling (lottery of the child), among other actions and media strategies that characterize the festivals of kings in Spain. This study, based on field research of ethnographic character and clippings of media productions that thematized the party, is an event that can be characterized as a contemporary folk-communicational expression.

KEY-WORDS

Folkcomunicação; Festivity of kings; cultural syncretism; cavalcade of kings in Spain; Cultural journalism.

Introdução

Se no Brasil, diz uma lenda, o país só funciona depois do carnaval, na Espanha é o Dia de Reis que marca a retomada das atividades escolares e encerra os feriados natalinos. Mesmo que o calendário europeu considere o conjunto de feriados de fim de ano apenas um recesso, pois as férias 'longas' só acontecem no verão (entre julho e setembro), o Dia de Reis registra uma magia que extrapola a crença católica, pois envolve diversos hábitos e eventos sociais.

A festa de reis magos, na Espanha, confirma a presença da tradição católica atualizada com um desfile de rua com tema próprio a cada ano ("o poder da imaginação e da criatividade" na edição 2018). Apesar da chuvinha de inverno, no fim da tarde da sexta, milhares de pessoas circulam nas ruas dos diversos bairros centrais em que a *cabalgata de Reyes* acontece com 14 *carrozas*, terminando a noite com um show na praça de Cibeles (*Ajuntamiento* de Madrid). Guardadas as proporções, é uma espécie de versão cultural de festa religiosa em que grupos diversos se organizam para levar carros às ruas, em meios à expectativa de presentes para crianças, que enviam cartas aos reis.

O presente texto descreve e analisa a festa dos reis magos na Espanha, a partir da perspectiva folkcomunicação, identificando marcas de um sincretismo religioso e cultural, paralelo ao uso e exploração comercial da primeira data festiva do ano no País.

A perspectiva metodológica que orienta a reflexão inclui uma pesquisa de campo norteada por aspectos conceituais da etnografia participante (GADINI, 2013) e recorte de produtos jornalísticos e materiais de divulgação que pautaram a festa de reis na edição 2018, na Espanha. Os textos e imagens jornalísticos entram, aqui, como elementos ilustrativos da

abordagem conceitual da Folkcomunicação e, assim, os referidos produtos editoriais, também, operam como fontes de pesquisa ao presente ensaio.

A festa de reis na perspectiva folkcomunicacional

De acordo com Luiz Beltrão, a Folkcomunicação compreende um “conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (1980, p. 24). Assim, continua Beltrão (1980, p. 26), a Folkcomunicação “preenche o hiato” das funções da comunicação: “educação, promoção e diversão, refletindo o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas por diversas razões e circunstâncias do processo civilizatório”.

Se o folclore envolve relações e formas de “manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a Folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de mecanismos capazes de difusão simbólica de expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural”, explica José Marques de Melo (2007, p. 48).

Nas dinâmicas e relações culturais, processos de hibridismos são frequentes, ainda que não previsíveis e, tampouco, automáticos. Falas, hábitos alimentares, práticas rituais, crenças e valores religiosos, também registram ‘cruzamentos’ que resultam de aproximações entre diferentes modos de entender e viver no mundo. “Religiões sincréticas, filosofias ecléticas, línguas e culinárias mistas e estilos híbridos na arquitetura, na literatura ou na música” seriam, de acordo com Peter Burke (2003, p.23), alguns exemplos processuais resultantes de aproximações, diálogos e tensões entre diferentes.

De um modo geral, compreende-se por festa popular encontros comemorativos que registram adesão ou envolvimento de grupos sociais, seja para celebrar uma data, acontecimento, homenagem ou cultuar tradições através da música, gastronomia, dança, religião, vestuário, dentre outras formas de expressão e rituais. Por isso mesmo, a ‘fronteira’ de sentido entre uma festa popular e um evento religioso nem sempre são claramente identificados em suas manifestações.

No Brasil, eventos como: as folias e cantorias de reis (mais conhecidas em Minas, interior do Rio de Janeiro e alguns estados do Nordeste), decorações em ruas na procissão de Corpus Christi, festas comemorativas de colheita, festas juninas, dentre outras manifestações,

em geral, reúnem elementos comuns que, aos frequentadores e participantes, pouco importa se registram marcas originárias da religião, agricultura, grupos ou classes sociais diferenciadas.

É esta conexão entre expressões da cultura popular com a religiosidade que possibilita, em variadas situações e contextos, o surgimento de eventos festivos que passam a ser realizados e cultuados pelos grupos humanos que legitimam determinadas tradições.

As especificidades da versão espanhola da festa dos reis magos pode, assim, ser compreendida como uma manifestação folkcomunicação, na medida em que se trata e expressa um modo próprio de crença religiosa (católica), que agrega hábitos e elementos da cultura ibérica, através de desfiles em carros alegóricos, entrega de presentes às crianças, culto à solidariedade (não deixar criança sem presente), produto alimentar típico, bem como uma homenagem que lucra e promete riqueza aos premiados na *loteria del niño*.

Por manifestação cultural, considera-se aqui a reflexão de Samantha Castelo Branco (2007), que relaciona a perspectiva folkcomunicação com as expressões que caracterizam os modos de vida de determinados grupos sociais ou povos marcados pelas dimensões do espaço, tempo e tensões de época.

Magia de reis contagia crianças

O 6 de janeiro é o dia que marca a visita dos três reis magos do oriente – Melchior, Gaspar e Baltasar – ao recém-nascido Jesus Cristo. Pelo relato bíblico, os reis chegam a Belém guiados pela estrela, pois o então rei da Judeia queria saber onde teria nascido o novo rei dos judeus. Após presentear o Cristo, os reis dormem e, em sonho, são avisados para não retornar a Jerusalém e avisar Herodes.

O número exato de reis não está claro no texto bíblico, mas segue indicadores da simbologia cristã, que indica três pelos presentes recebidos de visitantes estrangeiros (ouro, incenso e mirra), que chegaram a Belém guiados por estrela. Vale lembrar que para alguns grupos (como as igrejas orientais da Armênia e Síria), o número de reis coincide com o dos apóstolos (12). Os três reis representam os continentes (África, Ásia e Europa), ainda que isso não seja consensual e tampouco materialidade explicativa.

O Dia de Reis na Espanha é feriado nacional e a festa é, na maioria das cidades, realizada no fim da tarde do dia anterior (5 de janeiro). Para as crianças, a data tem um

significado especial, pois comemora a entrega de presentes dos reis magos ao menino Jesus, conforme a crença cristã. E, também, escrevem uma carta, indicando os presentes desejados.

Durante a cavalcada os reis – elegantemente vestidos em seus trajes de majestades – são saudados e distribuem doces às crianças, que levam sacolas para juntar os caramelos. Os carros alegóricos do desfile costumam prestar homenagens, direta ou indiretamente, às crianças, tematizando direitos, história, vida e hábitos infantis, pois o caminho dos reis equivale ao trajeto simbólico que os magos fizeram do Oriente até Belém para homenagear o nascimento de Cristo.

Pela tradição, na noite de 5 de janeiro, que antecede a chegada dos reis, as crianças esperam pela entrega dos presentes encomendados aos magos e, em troca, deixam junto à árvore, presépio ou em algum lugar da casa doces e bebidas como agrado e agradecimento aos reis: doces e leites para os reis, água para os camelos. Em alguns países latino-americanos, há o hábito de deixar um sapato como se faz com o papai noel, para que os reis encham de presentes. Em Porto Rico as crianças cortam grama e colocam em uma caixa embaixo da cama para os camelos comer, enquanto os reis deixam os presentes. Como se vê, os hábitos variam de um país a outro, mas lembram a espera do papai noel, que pressupõe bom comportamento das crianças para entregar os presentes.

La Fiesta de Reyes na capital

“La noche más mágica de la Navidad para todos, y especialmente para los niños, es la noche de Reyes, que en Madrid se celebra desde por la tarde de manera muy especial con una gran Cabalgata que traerá a sus Majestades de Oriente Melchor, Gaspar y Baltasar”. Esta é a abertura do texto que divulga a festa de reis, disponível no portal da Cidade (Madrid.es).

Na edição 2018 da *cabalgata de reyes*, o trajeto estimado em cerca de 3 horas passou por diversos bairros da região central: Paseo de la Castellana (Nuevos Ministerios esquina Pza. San Juan de la Cruz) - Paseo de la Castellana - Plaza del Doctor Gregorio Marañón - Paseo de la Castellana - Glorieta de Emilio Castelar - Paseo de la Castellana - Plaza de Colón - Paseo de Recoletos - Plaza de Cibeles (fim do desfile e espetáculo pirotécnico em frente ao Palácio Municipal). O tema do ano, que orientou grupos a decorar os carros, abordou o “poder da imaginação e da criatividade”, trazendo às ruas imagens, ícones e alegorias sobre invenções técnicas que mudaram a vida e o mundo ao longo dos séculos da modernidade.

A *carroza del Ayuntamiento* de Madrid (carro oficial da Prefeitura) abriu o desfile anual, portando a estrela de Natal que, pela tradição, orienta o caminho de Melchior, Gaspar e Baltasar na viagem desde o Oriente. O carro oficial reporta a “*Constelación de los Deseos*: una galaxia colectiva formada, desde el 21 de diciembre en la Galería de Cristal de CentroCentro, por los casi 6.000 madrileños y madrileñas que han querido depositar en ella sus deseos convertidos en estrellas de papel”, explica o texto da festa do ano (MADRID.ES, 2018).

Na versão 2018, o desfile contou com 14 carros, reunindo mais de 2 mil pessoas entre artistas (músicos, acrobatas, bailarinos, figurinistas e afins), comitiva, técnicos e membros dos grupos diversos que acompanharam os reis na passagem pelo roteiro, em que o público aguardava com as crianças em festa. O evento contou com nove companhias de artes cênicas, marionetes gigantes, artefatos voadores e infláveis, iluminadores, fogos de artifício e outros meios que marcaram a Festa de Reis.

As crianças vão às ruas com sacolas para juntar os caramelos jogados pelos reis. Pela tradição hispana, as crianças escolhem um dos reis (Melchior, considerado europeu, Baltazar, que teria vindo da África, ou Gaspar, originário da Ásia) a quem dirigem os pedidos. Durante a cavalgada, carteiros reais recolhem as cartas de última hora, para que as crianças tenham seus pedidos atendidos. Conforme a organização, são milhares de cartas que, a cada 6 de janeiro, são depositadas nos espaços destinados pelos correios e organização do evento para receber os pedidos das crianças.

Existem cavalgatas em inúmeras cidades e povoados em toda Espanha. Em Madrid, além da que acontece na região central, há desfiles em diversos bairros e distritos da Comunidade (região metropolitana). A cavalgada de Alcoy (Alicante, em Valência), considerada a mais antiga do País, com mais de 100 anos, é transmitida pela TV Trece (TP). Em Madrid, os festejos foram transmitidos ao vivo pelo canal Telemadrid e também pela TV T1, canal do sistema público TVE.

Em 2018, a festa contou com atividades de inclusão e acessibilidade, como a entrega de uma carta por três crianças com deficiência auditiva aos reis, a tradução das falas em linguagem de sinais no encerramento, homenagem às crianças docentes com o carro do ‘niño hospitalizado’ e reserva de espaços para crianças em diferentes situações de risco durante as celebrações da festa na noite de 5 de janeiro.

“Queremos que esta noite seja a noite mais feliz para todas crianças de Madrid”, diz a *alcadesa* (prefeita) da cidade, Manuela Carmena, na abertura do show, durante a chegada dos reis ao palco na Plaza de Cibeles, centro da capital, na festa de 5 de janeiro de 2018. O rei Melchior transmitiu a mensagem às crianças: “não percam nunca vossa curiosidade de entender o mundo, as pessoas que os rodeiam e, sobretudo, de saber se colocar no lugar do outro e compartilhar seus sentimentos”.

Em Barcelona, depois de chegar pelo porto da capital, os reis percorreram cerca de 5 km do trajeto da *cabalgata*. Sevilha, Canárias (Las Palmas), Huelva, Albacete, Zaragoza, dentre dezenas de outras cidades hispanas. Em cada cidade ou povoado, pode-se verificar alguma variação nas tradições da festa. As cavalgadas mais conhecidas na Espanha são as Alicante (em Alcoy, considerada mais antiga, desde 1885), Granada (mais de um século), Madrid, Barcelona e Santander.

Em 2018, foram registrados desfiles de reis em diversos bairros e distritos de Madrid desde o dia 3 (em Chamartín), 4 (Ciudad Lineal, Barrio de Reyes Montecarmelo em Fuencarral-El Pardo, Moratalaz, San Blas-Canillejas, Tetúan, Usera e Villa de Vallecas) e 5 de janeiro (Carabanchel, Hortaleza, Latina, Puente de Vallecas, Barrio de las Tablas em Fuencarral-El Pardo, Vicálvaroe Villaverde Alto y Bajo).

Durante o desfile, pais tentam aproximar as crianças dos reis – se possível, o ‘preferido’ – para que recebam beijo, abraço, benção e mensagem da majestade. Por ironia, quando entrevistados, vários niños revelam pedidos em sintonia com hábitos de consumo cotidiano do momento (‘muñecas, dulces o moviles’). Após os desfiles, as crianças vão para suas casas à espera dos ‘regalos’, que serão trazidos pelos reis durante a noite mágica da passagem (6 de janeiro).

As imagens que seguem ilustram a festa na capital espanhola, na tarde e noite de 5 de janeiro de 2018.



Fonte: Ayuntamiento de Madrid/Divulgação Fiesta de Reyes 2018.

Efeitos, usos e sentidos da Festa de Reis

Além dos tradicionais desfiles (*cabalgatas*) e presente para as crianças, a festa de reis agrega outros sentidos e usos de práticas culturais. A data é aproveitada, principalmente pela rede hoteleira, como apelo turístico, explora hábitos alimentares e ainda abre espaço para que as pessoas arrisquem a sorte na aposta lotérica exclusiva dedicada às comemorações.

O uso turístico da data e festa na Espanha pode ser facilmente identificado, como no site da rede de hotéis (Accor), que divulga agenda e serviços da festa. “La cabalgata de los Reyes Magos se lleva a cabo en todas las grandes ciudades del país y es una fiesta de Interés

Turístico Nacional que marca el final de las fiestas de Navidad”, informa texto disponível na web da rede hoteleira. Após o desfile dos reis, “los niños dejan, antes de dormir y junto a la ventana, un par de zapatos, un recipiente con agua (para los camellos) y comida para los Reyes Magos”. E, por fim, no dia seguinte, “los maravillados ojos de los niños llenarán de alegría a sus padres”, conclui a divulgação do hotel (ACCORS, 2018).

Mas, também, não faltam polêmicas, como a tentativa por ação judicial, embora frustrada, de um grupo religioso local em proibir a *carroza* LGBTI de desfilarem no distrito de Vallekas. Na véspera do desfile, uma associação considerada como ultra (direita) chegou a pedir intervenção judicial para afastar o carro do movimento *Orgullo Vallekano* da *Cabalgata de Reyes* de 2018. Com a negativa judicial, ficou assegurada a participação do carro que tematiza a defesa da igualdade e dos direitos do coletivo (RIAZA, 2018).

Comida típica, que ainda pode dar sorte!

Um pão com cobertura de frutas cristalizadas e pedaços de amêndoas e açúcar refinado, com ou sem recheio (natas, frutas variadas, cremes, chocolate ou trufas) é a comida típica da festa: *roscón de reyes*. Panificadoras, casas de doces e outros estabelecimentos alimentares produzem milhares de unidades a cada ano. Em uma das unidades da série produzida deve estar um souvenir da sorte (de plástico, porcelana ou mensagem) que vale o prêmio oferecido pela casa comercial. É um quase equivalente ao ‘quiabo’ de Cosme e Damião ou ao santo escondido nos pães de 13 de junho no Brasil.

A força da tradição – e colonização ibérica – foi além da Espanha, pois hábitos similares fazem parte da festa na Argentina, Colômbia, México, Uruguai, dentre outros países latino-americanos. Embora, em cada país e mesmo região da Espanha, existem algumas variações no formato, recheio e coberturas do *roscón de reyes*. Em casas de doce, café, padarias ou residências, o hábito é comer o *roscón* acompanhado de chocolate quente ou café.

Imagem: Roscon de reyes

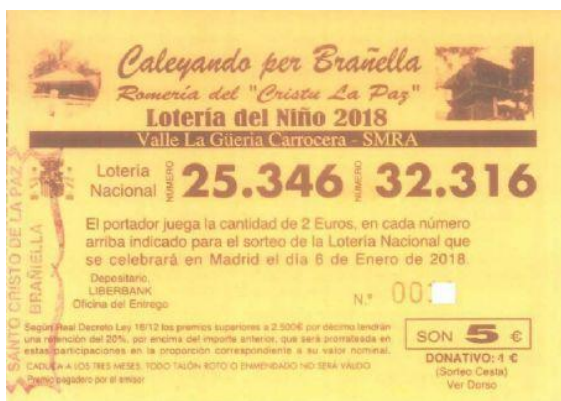


Fonte: Ayuntamiento de Madrid, Es, 2018)

Uma aposta lotérica (*del niño*)

Outra atividade comemorativa que marca a festa de reis na Espanha é um jogo da *loteria oficial del niño*. A aposta na sorte provoca filas em casas lotéricas de todo o País, pois o prêmio motiva a espera da mensagem que pode mudar a vida de algum ou alguma escolhida. As imagens da *loteria del Niño 2018*, que seguem, ilustram uma produção de mídia que envolve casas lotéricas, anúncios publicitários, cobertura midiática exclusiva, transmissão ao vivo e a divulgação do resultado, que atraem anualmente milhões de espanhóis.

Confira algumas imagens, divulgadas na mídia (TV, internet, impressos) da *loteria del Niño 2018*, lançada anualmente pela *Loterías y Apuestas del Estado*, em referência comemorativa à festa de reis na Espanha.





Imagens: Divulgação Fiesta de Reyes Madrid, 2018.

Criatividade editorial reverencia magia de reis

A reportagem da agência estatal de notícias EFE atribui o clima da festa em todo o País à magia dos reis. “Los Reyes Magos desafían al temporal y llenan de magia las calles españolas” (EFE, 05/01/2018), diz o título da matéria, distribuída para diversos países e centenas de veículos de mídia no mundo. “Los Reyes Magos han desafiado el temporal que azota España y han llenado de magia las calles en las tradicionales cabalgatas que este año han contado con grandes medidas de seguridad y novedades no exentas de polémica”, segue a matéria, lembrando que “cabalgatas suspendidas por la lluvia, adelantadas al jueves o pospuestas hasta el sábado. De todo ha habido en esta fiesta infantil que precede a la llegada de los regalos”, abre o texto informativo da Agência EFE.

Por ironia, ou criatividade editorial, até a variação de temperatura faz referência à magia dos reis. “Los Reyes Magos dejarán lluvia o nieve en casi toda España”, titula matéria da Agência EFE, associando a chegada de uma nevasca em 6 de janeiro.

O diário *El País* também aproveita a data festiva e oferta aos leitores/internautas um especial com 30 imagens da “Cabalgata de los Reyes Magos 2018” (06/01/2018). “Miles de niños esperan con emoción la llegada de sus Majestades de Oriente”, completa chamada no site que traz registros da festa em diversas cidades do País.

A festa de reis também registra ações sociais de pessoas preocupadas com crianças hospitalizadas, que merecem presentes, como informa a Agência EFE (05/01/2018). “Mireia Belmonte muestra su lado más humano llevando regalos a un hospital de Granada”, informa matéria.

Outro caso ilustrativo, registrado ao longo dos últimos anos, é a visita de craques do Barcelona a crianças hospitalizadas, que se repetiu em 2018. “Suárez y Messi le dieron la sorpresa de Reyes a los niños del hospital”, informa o diário esportivo uruguaio *Ovación* (05/01/2018). “En la víspera a Reyes Magos, los cracks del Barcelona visitaron nueve hospitales de la ciudad en donde se encontraban niños internados. Los rioplatenses cumplieron el sueño de muchos de ellos con fotos y autógrafos, pero también se interesaron en su salud”, completa linha de apoio do texto.

E, por fim, outra situação emblemática que envolve o 6 de janeiro na Espanha é a “cabalgata de las reinas”, que acontece em Valência. O desfile “es una celebración laica recuperada y organizada por la Societat Civil El Micalet, con la participación de otras entidades y colectivos. Este fue celebrado por primera vez en 1937 bajo el Gobierno de la República”, explica a reportagem do jornal ABC. “Se trata de un desfile ‘histórico’ en el que Libertad, Igualdad y Fraternidad intentan acercar a los niños sus valores”, explica o diário ABC (07/01/2018).

Considerações finais

O presente texto, em forma de ensaio, apresenta um retrato da festa de reis magos (*Fiesta de Reyes*) na Espanha, tomando por base o registro da série de atividades comemorativas realizadas em janeiro de 2018. A orientação metodológica da sistematização de um retrato etnográfico-folkcomunicação é o que orienta a reflexão proposta, na medida em que toma por base o percurso sistematizado por Luiz Beltrão (2001), conforme também explicado por diversos autores que dialogam com os estudos folkcomunicaçãois em suas variadas dimensões interdisciplinares (GADINI, 2013).

Como se vê, pela descrição, referências e apresentação do evento, a festa de reis espanhola revela práticas de um sincretismo secular religioso com expressões culturais mediadas por apropriações de uso comercial e turístico que tornam a festa um evento com marcas próprias na Espanha.

O reconhecimento de um feriado nacional (6 de janeiro), os desfiles festivos de rua em carro decorados com temas específicos a cada ano, a entrega de presentes às crianças que, por sua vez, em muito contribuem para reproduzir a crença e a força da manifestação popular, os hábitos alimentares e o incentivo turístico do setor hoteleiro, bem como a loteria

oficial atribuem ao evento um caráter híbrido e sincrético que oportunamente aqui serve de reflexão ilustrativa aos estudos e atualidade da perspectiva conceitual e metodológica da Folkcomunicação.

Referências bibliográficas

AYUNTAMIENTO de Madrid. **Fiesta de Reyes 2018**. Disponível em <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Actualidad/Noticias/Los-Reyes-Magos-apelan-a-la-imaginacion-y-la-creatividad-para-hacer-realidad-los-deseos?vgnextfmt=default&vgnextoid=47ee7efda46c0610VgnVCM2000001f4a900aRCRD&vgnextchannel=a12149fa40ec9410VgnVCM100000171f5a0aRCRD> Acesso em: 06 de jan. 2018.

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

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

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento: de Gutemberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

“CABALGATA de las Reinas Magas de Valencia: los cortes de tráfico previstos para el domingo 7 de enero”. In: **Diario ABC**, 06/01/2018. Madrid: ABC, 2018. Disponível em http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-cabalgata-reinas-magas-valencia-cortes-trafico-previstos-para-domingo-7-enero-201801061737_noticia.html Acesso em 07/01/2018.

“CABALGATA de los Reyes Magos 2018”. Madrid: **El País**, 06/01/2018. Disponível em https://elpais.com/elpais/2018/01/05/album/1515162191_059417.html Acesso em 07/01/2018.

CASTELO BRANCO, Samantha. “Manifestações culturais”. In: GADINI, S. L. e WOITIWICZ, K.J. (orgs). **Em Noções básicas de Folkcomunicação**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. Pp: 64-66. Disponível em <https://books.google.es/books?id=htQFPuCV8VwC&pg=PA85&lpg=PA85&dq=folkcom+beltr%C3%A3o&source=bl&ots=bfHuP3m4O8&sig=Sz-ICctvBbVU4Ab-bN12Xj62aA4&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiSga3lwcTYAhUL7xQKHxeaBrgQ6AEIWTAl#v=onepage&q=folkcom%20beltr%C3%A3o&f=false> Acesso em 06 de jan. 2018.

“FESTAS populares no Brasil”. In: **SUA PESQUISA**. Disponível em https://www.suapesquisa.com/folclorebrasileiro/festas_populares.htm Acesso em 05/01/2018.

RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 16, Número 37, p.207-221, Julho/Dezembro 2018

FRANÇA, Greicy Mara; ROCHA, Letícia Monteiro. Folkcomunicação religiosa na festa do Divino em Santa Tereza - Figueirão-MS. **Anais da Conferência Brasileira de Folkcomunicação - Folkcom**, [S.l.], n. XVIII, abr. 2017. ISSN 2236-2924. Disponível em: <<http://anaisfolkcom.redefolkcom.org/index.php/folkcom/article/view/65>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

GADINI, S. L. "Do Hibridismo À Mestiçagem Cultural Em Peter Burke E Luiz Beltrão". In: **Razón y Palabra**. Monterrey/Mx: Universidad, Vol. 17, N. 2, 2013. Disponível em <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/523> Acesso em: 05 de jan. 2018.

KYL, Suellen. "Celebração do dia de Reis na Espanha". In: **Guia do estrangeiro**. 06/01/2017. Disponível em <http://guiadoestrangeiro.com/celebracao-do-dia-de-reis-na-espanha/> Acesso em 05/01/2018.

"LA FIESTA de los Reyes". In: **Eventos y festivales**. Disponível em <https://www.accorhotels.com/es/travel-guide/madrid/eventos-y-festivales/cabalgata-de-reyes-magos-2018-e-124ahdg8926.shtml> Acesso em 05/01/2018.

"LOS Reyes Magos dejarán lluvia o nieve en caso toda España". Madrid: **Agência EFE**, 05/01/2018. Disponível em http://www.efeverde.com/noticias/reyes-magos-lluvia-nieve/?_ga=2.170089257.865720427.1515267162-1188443789.1511136543 Acesso em 06/01/2018.

"LOS Reyes Magos desafían al temporal y llenan de magia las calles españolas". Madrid: **Agência EFE**, 05/01/2018. Disponível em <https://www.efe.com/efe/espana/gente/los-reyes-magos-desafian-al-temporal-y-llenan-de-magia-las-calles-espanolas/10007-3484384> Acesso em 06/01/2018.

MELO, J. M. Folkcomunicação. In: GADINI, S.L. e WOITOWICZ, K.J. (Orgs). **Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa, Editora UEPG, 2007.

MELLO, J.M. "Uma estratégia das classes subalternas". In: **FOLKCOMUNICAÇÃO: a mídia dos excluídos**. Cadernos da comunicação 17. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social RJ, 2007. Pp: 48-54.

MIREIA Belmonte muestra su lado más humano llevando regalos a un hospital de Granada. Granada: **Agência EFE**, 05/01/2018. Disponível em <https://www.efe.com/efe/espana/gente/mireia-belmonte-muestra-su-lado-mas-humano-llevando-regalos-a-un-hospital-de-granada/10007-3484896> Acesso em 06/01/2018.

REYES Magos. In: **Calendar**. Disponível em <https://www.wincalendar.com/es/Reyes-Magos> Acesso em: 05 de jan. 2018.

RIAZA, Fabíola. "Aplausos al paso de la carroza LGTBI en Vallecas: "Aquí todo el mundo es bienvenido". In: **El Diario**, Madrid, 05/01/2018. Disponível em http://www.eldiario.es/madrid/Reyes_Magos-Cabalgata_de_Reyes-LGTBI-Vallecas_0_726177884.html Acesso em 06/01/2018.

SILVA, Hiara T.F.; LINS, Janieide S. e SILVA, Maurício S. "A Presença da Folkcomunicação e da Cultura Popular na festa de Senhora Sant'ana em Santana do Ipanema-AL: A procissão de carros de boi como processo de manifestação folk". Trabalho apresentado na **XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação**, realizada em Recife/PE, UFRPE/FACIPE, 2 a 5 de Maio de 2017. Disponível em <http://anaisfolkcom.redefolkcom.org/index.php/folkcom/article/view/6/19> Acesso em: 05 jan. 2018.

"SUARÉZ y Messi le dieron la sorpresa de Reyes a los niños del hospital". In: Montevideo: **Ovación**, 05/01/2018. Disponível em <https://www.ovaciondigital.com.uy/futbol/suarez-messi-le-dieron-sorpresa-reyes-ninos-hospital.html> Acesso em 05/01/2018.

TRIGUEIRO, Osvaldo M. "Festas Populares, mídia e turismo". In: **Rede de Estudos em Pesquisa em Folkcomunicação**. Campina Grande: Parque do Povo, 29/07/2008. Disponível em <http://www.redefolkcom.org/festas-populares-mdia-e-turismo/> Acesso em: 05 jan. 2018.

Submetido em: 12/02/2018

Aceito em: 04/06/2018

Monstruosidades e Assombrações do Folclore Brasileiro: uma Análise da Folkcomunicação e Folkmídia em Piteco – Ingá

*Rosane Kaminski¹
Guilherme leger Dobrychtop²*

RESUMO

O presente artigo foca nas representações de assombrações do folclore brasileiro na história em quadrinhos Piteco – Ingá, escrita pelo autor Shiko e publicada no selo Graphic MSP, o qual intenta dar roupagens mais adultas e sérias aos personagens clássicos criados por Maurício de Souza. Shiko usa em sua narrativa criaturas folclóricas do Brasil, como Boitatá e Caipora. A forma como estas são representadas, de forma mais assustadora e bem diferente do tradicional, será analisada com um viés na folkcomunicação e folkmídia, a fim de compreender como estes elementos folclóricos são modificados pelo autor, buscando ganhar novos leitores e, da mesma forma que torna surpreendentes personagens de gibis bem conhecidos, também faz com que os monstros com os quais todos já estão habituados tornem-se assustadores.

PALAVRAS-CHAVE

Assombrações; Histórias em Quadrinhos; Folkcomunicação.

Monstrosities and Hauntings of Brazilian Folklore: an Analysis of Folkcommunication and Folkmedia in Piteco - Ingá

ABSTRACT

This paper focus in the representations of the hauntings of the brazilian folklore in the comic book Piteco – Ingá, written by the author Shiko and published in the Graphic MSP, a comic books collection that intends to give a more adult and serious look to classical characters created by Maurício de Souza. Shiko uses in his narrative brazilian folkloric creatures, as Boitatá and Caipora. The way that they are represented, in a more scary way and different from the usual, will be analyzed within the folkcomunicação and folkmídia concepts, to comprehend how this folkloric elements are modified by the author, trying to get new readers

¹ Professora Dra. do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Paraná. Pós-doutora em Meios e Processos Audiovisuais pela ECA-USP. Correio eletrônico: rosane.kaminski@gmail.com.

² Formado em História pela Universidade Federal do Paraná, mestre em História pela Universidade Federal do Paraná e doutorando pela Universidade Federal do Paraná. Correio eletrônico: guilhermedobrychtop@gmail.com.

and, in the same way that well know comics characters became amazing again, the author also make that monsters that everybody are used to became again scary.

KEY-WORDS

Hauntings; Comic Books; Folkcomunicação.

Introdução

A intenção deste artigo é debruçar-se sobre os conceitos de *folkcomunicação* e *folkmidia* realizando uma análise da história em quadrinhos intitulada *Piteco – Ingá*, da autoria do brasileiro Shiko³, publicada em 2013 pela editora Panini. Para tanto, pretende-se verificar como o folclore foi utilizado na narrativa, detendo-se na maneira em que os seres folclóricos brasileiros, monstros, ou, como os nomeou Luís da Câmara Cascudo, “visagens e assombrações” (CÂMARA CASCUDO, 1967), são representados.

Pretende-se portanto analisar a forma com que estas criaturas são representadas por Shiko, roteirista e ilustrador, à luz dos conceitos de *folkmidia* e *folkcomunicação*. Esta narrativa foi escolhida para análise não apenas por apresentar como elementos constituintes de seu roteiro criaturas folclóricas, mas também pela série de publicações na qual está inserida.

Piteco – Ingá é a quarta história em quadrinhos de um projeto editorial que recebeu o nome de Graphic MSP. O nome é a junção de *graphic*, em referência ao termo *graphic novel*, que pode ser compreendido como um quadrinho mais sério e para um público mais adulto, – contudo, como esta explicação é um tanto quanto simplista, e é necessário deter-se mais sobre o que é uma *graphic novel*. Este artigo esmiuçar o termo posteriormente – e a sigla “MSP”, de “Maurício de Souza Produções”. Esta nomenclatura é dada à empresa fundada por Maurício de Souza, criador dos personagens dos gibis Turma da Mônica. Como o próprio nome sugere, as obras publicadas pelo selo Graphic MSP são quadrinhos destinado a um público mais adulto, onde figuram os personagens da Turma da Mônica. Estes quadrinhos tornam-se interessantes para uma análise através da teoria da *folkcomunicação* uma vez que

³ Shiko é pseudônimo de Francisco José Souza Leite. Trabalhou por muito tempo com quadrinhos independentes, e atualmente reside em Paris, onde trabalha como quadrinista. Já foi ganhador de dois dos grandes prêmios brasileiros de quadrinhos, sendo estes o 26º Troféu HQ Mix, como melhor desenhista nacional e melhor publicação de aventura/terror, e o 30º Prêmio Angelo Agostini, como melhor desenhista.

recorrem a personagens presentes no imaginário popular e os colocam com uma nova roupagem, a fim de destacar ou modificar alguns traços destes para lhes conferir um sentido diferente, que pode ser caro a um novo e nostálgico público daquele produto: o adulto.

Os três quadrinhos que antecederam a obra de Shiko neste selo foram *Astronauta – Magnetar*, em que a narrativa mistura a solidão e o isolamento do personagem no espaço, a saudade da família e um antigo amor na terra, além de alguns conceitos astrofísicos em relação às viagens espaciais. Ressaltando o que já foi exposto anteriormente, nem todos estes elementos são inéditos, alguns já estavam presentes nas narrativas do personagem em seus gibis regulares. Contudo, ao mesmo tempo em que alguns elementos novos são utilizados na narrativa, o texto os trabalha de uma forma mais densa, direcionada para o público que se busca. Narrar em diversas páginas uma trama densa sobre solidão e isolamento são bem mais atrativos para adultos que para crianças, consideradas o público normal das histórias de Maurício de Souza. Seguiu-se a este a publicação *Turma da Mônica – Laços*, na qual a narrativa falou sobre o tema da amizade entre os personagens principais de Maurício de Souza, - Cascão, Mônica, Magali e Cebolinha – e, antecedendo *Pitego – Ingá, Chico Bento – Pavor Espaciar*, na qual o personagem que dá nome à publicação se vê abduzido por um disco voador. Uma narrativa menos densa que as anteriores e algumas das posteriores, mas ainda assim com um tema diferente das revistas comuns do personagem. Assim, com este rápido detalhamento das primeiras publicações deste selo torna-se possível perceber como estas ou trabalham dentro de elementos clássicos dos personagens ou inserem novos, contudo, o mais importante é: o fazem para agregar um público novo.

Chegamos então a *Pitego – Ingá*, a *graphic novel* que é tão cara para esta análise. Ela se utiliza do personagem Pitego, que é retratado nos gibis regulares como um simpático homem das cavernas que, munido de um tacape, na maioria das vezes envolve-se em confusões na hora de ir caçar ou quando foge da caça, e aparece correndo de dinossauros. Na nova roupagem que Shiko dá ao personagem, este ainda é um caçador e mantém a arma, mas suas feições tornam-se bem mais sérias, e uma miríade de elementos molda a narrativa. Shiko utiliza dos dinossauros que tanto contracenaram com o personagem, mas confere um tom autoral na narrativa ao colocar um pouco da sua origem nordestina na história, como observa Maurício de Souza no prefácio do quadrinho, ao ressaltar a seca como um elemento, além da Pedra do Ingá, monumento arqueológico presente na Paraíba (SHIKO, 2013, p. 5), com

diversas inscrições rupestres. E a história de Piteco – Ingá torna-se extremamente interessante para esta análise após uma das personagens, Thuga, ser sequestrada por outro povo. Cabe então a Piteco a missão de resgatá-la. E, dentre as adversidades que o personagem e seus ajudantes encontram, pode-se destacar M-Buantan, nome criado por Shiko para referir-se ao que conhecemos por Boitatá, além de ser auxiliado por Arapó-Paco, um protetor das matas, o qual é a versão de Shiko para Curupira ou Caipora. E, tendo em foco a utilização destas criaturas do folclore brasileiro, a análise do quadrinho sob a ótica do conceito de *folkcomunicação* torna-se bastante interessante, uma vez que a intenção é compreender como Shiko modificou as criaturas para um diferente público, transformando novamente o folclore para uma maneira que melhor aprovesse seu público.

Graphic Novel: formato e narrativas reimaginados para um novo público

Antes de prosseguir com a análise, faz-se necessário detalhar brevemente o que é uma *graphic novel*, para demonstrar a importância de uma referência a este nome na nomenclatura do selo em que o quadrinho analisado é publicado e como uma *graphic novel* pode remeter à mudança de elementos de uma narrativa, para melhor encantar um novo leitor, algo bastante caro para este vislumbre que se intente dar ao conceito de *folkcomunicação*.

O termo não é recente, e aparece diversas vezes ao longo do século XX, sendo atribuído a histórias em quadrinhos diferentes daquelas com as quais todos estão habituados. Ainda assim, muitas vezes, e de forma incorreta, afirma-se que o termo foi cunhado pelo quadrinista Will Eisner, pois este foi estampado na capa de sua obra *Contrato com Deus*, de 1978, a qual possui grande popularidade (GARCÍA, 2012, p. 33). A partir dos anos 80 o termo ganha grande notoriedade, tornando-se cada vez mais presente em publicações, muitas vezes a fim de enaltecer quadrinhos publicados em livrarias e concomitantemente distanciá-los daqueles gibis que todos estavam acostumados a ver em bancas de jornais. Grandes editoras como a *Marvel Comics* aproveitaram da popularidade do termo à época e lançaram compilados de histórias em um novo formato, pois a opinião que acompanhava as *graphic novels* era de que estas eram melhores que os quadrinhos convencionais. O que se deve afirmar em relação a isso é que elas eram diferentes, o que não implica necessariamente que fossem melhores (GARCÍA, 2012, p. 33).

E ao pensar sobre a popularização das *graphic novels*, que fez estas tornarem-se mais populares a partir dos anos 80, como se afirmou anteriormente, deve-se atentar que a razão desta popularização foram decisões comerciais de grandes editoras devido uma crise e perda de leitores enquanto buscavam novos, tanto que Santiago García afirma que, por trás dos desenvolvimentos artísticos realizados pelos quadrinhos, existem crises na indústria editorial que precisam ser evitadas (GARCÍA, 2012, p. 37). E embora García não se direcione ao mercado brasileiro quando faz esta afirmação, mas ao mercado editorial norte-americano dos anos 80 em diante, é possível utilizar sua análise para compreender o cenário editorial brasileiro no qual surgiram as Graphic MSP, ainda mais quando o autor afirma que, além das perdas habituais de leitores para outras editoras ou produtos já existentes, o mercado de histórias em quadrinhos via surgir um novo oponente para dragar o público, os *vídeo-games*, o que acabava por tornar necessária uma adaptação nos quadrinhos ao novo cenário, e que culminou no desenvolvimento das *graphic novels* (GARCÍA, 2012, p. 37).

Pensando no cenário brasileiro, os gibis da Turma da Mônica e outros personagens da autoria de Maurício de Souza transformaram-se ao longo do tempo, pois não se pode afirmar que a mesma estrutura narrativa se manteve presente nas décadas em que estes são publicados. Contudo, o formato e público eram quase sempre os mesmos, com narrativas voltadas para crianças, em formatos pequenos, sem nenhum luxo. Passou a se direcionar as narrativas para um público diferenciado quando, em 2008, os Estúdios Maurício de Souza introduziram no mercado uma publicação chamada Turma da Mônica Jovem, em um formato que remetia ao *mangá*⁴, e que apresentava os personagens que tanto foram desenhados como crianças agora um pouco mais velhos. Portanto, enquanto o público sempre foi de crianças, agora se buscava os adolescentes. E, se pensarmos o contexto dos anos 80 no mercado editorial norte-americano, quando os quadrinhos viam surgir os *vídeo games* como uma ameaça, pois tomava parte de seu público, os anos 2000 no Brasil tinham a popularização da *internet* e *smartphones*, dando ao público uma nova forma de entretenimento, que novamente minava possíveis e habituais leitores. E embora as publicações da Turma da Mônica Jovem não sejam *graphic novels*, elas foram importantes para sondar o mercado e,

⁴ Mangá é uma produção oriental, no estilo histórias em quadrinhos, com a mescla de imagens sequenciais e texto narrativo. A diferença principal é que os mangás são publicados em preto e branco e lidos de trás para frente.

atestando o sucesso destas, tanto que continuam sendo publicadas até os dias atuais, a Maurício de Souza Produções pôde então buscar trazer de volta um público que na infância leu seus gibis, mas na vida adulta encontrava apenas uma nostalgia nestes, o que não lhe possibilitaria tornar-se leitor assíduo. Para capturar estes leitores, deu-se início à também bem sucedida empreitada das Graphic MSP em 2012, com o lançamento da aqui já tratada Astronauta – Magnetar, quadrinho este que, fazendo jus ao nome *graphic* presente em sua capa, apresentava algo diferente, mas com elementos já conhecidos e caros ao leitor de outrora.

A Maurício de Souza Produções não disponibiliza dados a respeito da tiragem destas publicações. Ainda assim é possível encontrar outras informações acerca destas, como preço e a forma como são comercializadas, a fim de diferenciá-las das publicações tradicionais da Turma da Mônica. Primeiramente, quanto à maneira como são disponibilizadas no mercado. Os quadrinhos tradicionais são disponibilizados mensalmente em bancas de jornais, com o título contendo apenas o nome do personagem daquela publicação – Mônica, Cascão, Magali, ou outros -, e o número da revista. Ao fim do mês, são recolhidos pela distribuidora, para que as revistas do mês seguinte sejam ofertadas. As *graphic novels* tem distribuição diferente, primeiramente porque não são vendidas apenas nas bancas de jornais, mas também em livrarias ou sites voltados para a comercialização de livros, como Amazon ou Saraiva. Portanto, a intenção é aproximar estas publicações mais dos livros do que dos gibis, a fim de lhe conferir um tom diferente na busca por leitores diferentes.

Também há o fato de que os gibis comuns nem sempre se esgotam e, quando isso acontece, não há uma nova impressão, a menos que se trate de uma edição especial ou com grande procura. Com as Graphic MSP, porém, uma vez que estas são esgotadas, depois de algum tempo é realizado uma nova impressão⁵, o que torna possível identificar uma particularidade sua. Isso ocorre também pois há maior demora para surgirem novas Graphic MSP. O que se deve, em parte, por estas terem roteiro e editoração mais trabalhada, de forma que demanda mais tempo para chegarem ao mercado, e também porque a intenção é apresentar narrativas que primem pela qualidade, e não pela quantidade e massificação do produto, uma vez que o leitor que se busca é o mais velho, e também mais exigente, afinal, se

⁵ Fonte: <<https://designinnova.blogspot.com/2012/12/astronauta-magnetar-do-selo-graphic-msp.html>>. Acesso em: 28/06/2018.

sabe que o produto terá ampla concorrência, seja com publicações semelhantes ou outras formas de entretenimento.

Além da estratégia de comércio, destaca-se também o preço: as revistas regulares são vendidas por um preço entre R\$ 5,00 e R\$ 6,00, tendo um valor mais elevado nos “Almanaques”, que contam com mais páginas⁶. As Graphic MSP, por sua vez, apresentavam, em seu lançamento, o preço de R\$ 19,90 e R\$ 29,90, variando pelo formato da capa: dura ou cartonada⁷. Estes elementos são indicativos dos diferentes públicos para os quais estas revistas são direcionadas. Com o preço mais caro, dando-lhe um valor maior do que as revistas simples da Turma da Mônica, esta também torna-se mais interessante aos adultos devido ao seu formato: não é um gibi simples, de capa mole, que acaba sendo destruído após algumas leituras descuidadas de uma criança. Ele tem capa dura, ou, mesmo que se opte pela versão cartonada, é melhor do que os gibis comuns. A intenção é conferir como destino às Graphic MSP a mesa de centro do leitor, para deixá-las expostas, ou a prateleira, junto dos livros, um destino diferente dos tradicionais de Maurício de Souza.

Tendo posto estas considerações, antes de partir para as análises de *Piteco - Ingá* à luz da *folkcomunicação*, se fez necessário apresentar o conceito de *graphic novel*, no qual a publicação se insere, para atestar que, tal qual os elementos folclóricos da narrativa são modificados pelo autor a fim de atenderem a um novo público, o mesmo acontece com a história em quadrinhos que agora carrega o novo e pomposo nome de *graphic novel*, apresentando ao leitor algo que ele já conhece e é familiar, mas com uma nova roupagem, a fim de melhor lhe agradar no seu atual contexto.

Uma aplicação dos conceitos de folkmídia e folkcomunicação para se compreender as transformações de histórias em quadrinhos para diferentes públicos

Reunindo o aparato teórico-metodológico que seria útil para esta análise, realizou-se um recuo até a obra de Luiz Beltrão. Embora outros livros tenham sido utilizados para se teorizar a *folkcomunicação*, para esta análise a referência principal é a intitulada *Comunicação e Folclore* (BELTRÃO, 1971). Para Beltrão, a *folkcomunicação* pode ser considerada como a

⁶ Fonte: <<https://loja.panini.com.br/panini/vitrines/msp-revistas-turma-da-monica.aspx>>. Acesso em: 28/06/2018.

⁷ Fonte: <<https://designinnova.blogspot.com/2012/12/astronauta-magnetar-do-selo-graphic-msp.html>>. Acesso em: 28/06/2018.

troca de informações e as manifestações de opiniões, ideias ou atitudes de massa, sendo estas realizadas por meio de agentes ligados ao folclore, de forma direta ou indireta (BELTRÃO, 1971, p. 13). Também escreve o autor que, embora teóricos contemporâneos a ele afirmavam que o folclore não passa de estratificações do que foi vivido, este na verdade não tem em seu cerne a memória, mas sim a atualidade (BELTRÃO, 1971, p. 14). Aplicando o conceito de *folkcomunicação* de Beltrão, é possível reconhecer que o discurso folclórico, muitas vezes advindo de um passado distante, assume toda uma sorte de novos significados, mais atuais, e isso ocorreria graças à *folkcomunicação* (BELTRÃO, 2001, p. 72).

Também o conceito de *folkmidia* é deveras importante para este artigo, contudo, antes de trabalhá-lo, serão apontadas algumas formas de comunicação que constituem a *folkcomunicação*, sobre as quais Beltrão tratou. Após transcorrer sobre tradição oral e literatura de cordel, o autor chega aos almanaques, e afirma:

Outro gênero da folkcomunicação escrita, de muita tradição, uso e penetração no Brasil, é o dos almanaques, publicações editadas anualmente, contendo, em regra, o calendário, cálculos astronômicos, festas fixas e móveis da Igreja, correspondência das eras históricas, e, ainda, previsões meteorológicas, horóscopos, informações agrícolas, problemas charadísticos, adivinhas, palavras cruzadas, cartas enigmáticas, logogrifos, máximas anedotas, historietas e piada ilustradas, informações sobre geografia, história, avanços da ciência, obras artísticas e literárias, sonetos, poemas e trovas, e conselhos úteis relativos à higiene, alimentação, etiquêta (sic), puericultura, beleza, economia doméstica. (BELTRÃO, 1971, p. 87).

A importância deste excerto no momento em que se trabalha com uma história em quadrinhos está no trecho que cita como elementos dos almanaques as historietas e piadas ilustradas. Embora historietas possam se referir a narrativas curtas, com etimologia do francês *historiette*, esta também é uma nomenclatura que se dá a histórias em quadrinhos na Argentina (RAMOS, 2016, p. 83) e, por vezes, também foi aplicada a esta mídia no Brasil. Embora não se possa afirmar que Beltrão se referia ou não a uma narrativa gráfica quando utilizou a palavra historieta, ele a cita junto de piadas ilustradas, e não as separa com vírgula, mas com um “e”, as complementando. Seria um erro afirmar, contudo, que o autor se referia a histórias em quadrinhos neste momento. O que se pode fazer com certeza é afirmar que estas, em uma forma bastante rudimentar, estavam presentes em um gênero da *folkcomunicação* escrita.

Considerando que histórias em quadrinhos não são apenas texto, mas a junção de texto e imagem, deve-se levar em consideração a importância das imagens para a compreensão de uma mensagem, como escreve Maria Isabel Amphilo Rodrigues de Souza, afirmando que estas são um acessório importante para a *folkcomunicação* (SOUZA, 2003, p. 81). E embora a autora escreva isso discorrendo sobre a xilogravura, a importância que ela dá à imagem em si, a qual também está presente nas histórias em quadrinhos, não deve ser desconsiderada, de forma que a afirmação da autora pode ser aplicada a quadrinhos, bem como sua aplicação como um gênero da *folkcomunicação*.

Ainda sobre os almanaques, é interessante como é possível não apenas relacioná-los às histórias em quadrinhos em si, como também ao gênero de *graphic novel* dentro do qual *Piteco – Ingá* se insere, pois, de acordo com Beltrão, a popularidade destes só foi realmente alcançada quando o lugar de venda deixou de ser as prateleiras de livraria e passou para os balcões de farmácias (BELTRÃO, 1971, p. 81). Ou seja: é um fenômeno similar e oposto ao das *graphic novels*, onde parte do que as constitui é o lugar de venda, que passa das bancas de jornais e lojas especializadas para as livrarias. Desta forma, é possível afirmar que parte do que faz o sucesso destes formatos não é apenas o conteúdo, mas o público para o qual é escrito, e também o local onde é vendido.

Para tratar sobre gibis dentro do conceito de *folkcomunicação*, também nos é útil a noção de *folkmidia*. Marques de Melo discorre sobre as tradições comunicacionais de populações marginalizadas e sobre a força que estas têm, sobrevivendo a inovações tecnológicas e resistindo culturalmente (MARQUES DE MELO, 2008, p. 57). Contudo, ao mesmo tempo em que as tradições sobrevivem, como escreve, também são incorporadas pela *folkmidia*, pela cultura de massas. Este conceito é explicado por Joseph Maria Luyten, quando escreve que *folkmidia* é uma consequência da utilização dos elementos da *folkcomunicação* pela mídia, podendo ser exemplificado como a utilização dos elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa (LUYTEN, 2006, p. 47). Dentro dessa discussão propomos inserir a publicação *Piteco – Ingá*, em que estão presentes diversos mitos folclóricos brasileiros, mas modificados para um novo público e inseridos em uma lógica de mercado massificada.

As visagens e assombrações do folclore brasileiro em *Piteco - Ingá*

Por fim, chegamos às assombrações, as criaturas fantásticas do folclore brasileiro. Como se afirmou anteriormente neste artigo, dois seres aparecem na narrativa de Shiko, embora nenhum dos dois conserve os nomes originais, mas sejam referidos por nomenclaturas inventadas, com grafias que lembram o tupi-guarani. Posteriormente se discorrerá sobre a possível razão que levou o autor a esta escolha. Antes de fazê-lo é necessário contextualizar alguns conceitos que são utilizados neste trecho da análise. Primeiramente, quanto a folclore, um dos cerne deste artigo, a definição escolhida é de Câmara Cascudo, para o qual o folclore inclui “mitos, lendas, figuras indígenas de outrora e contemporâneas” (CÂMARA CASCUDO, 2012, p. 11). Para o autor, o folclore é a cultura popular, quando esta se torna normativa em decorrência da tradição. Os objetos presentes no folclore são sensíveis a seus ambientes, e por eles também são remodelados, refazendo ou abandonando estruturas que são dispensáveis em determinadas regiões (CÂMARA CASCUDO, 2012, p. 402). O folclore, então, abrange diversas estruturas e possui um leque gigantesco. E dentre estas estruturas, o que nos interessa são os mitos, uma vez que estes serão analisados neste artigo.

Para se pensar estas narrativas folclóricas enquanto mito, deve-se considerar que durante muito tempo estas foram qualificadas como fábulas, pura ficção. É a partir do século XIX que estudiosos passaram a compreender que os mitos, em sociedades arcaicas, carregam o valor de uma história verdadeira, o que torna-os mais significativos, uma vez que passam a ter um tom sagrado (ELIADE, 1963, p. 1). Ainda assim, para Mircea Eliade, a definição de mito é extremamente difícil, principalmente quando se busca uma que seja aceitável tanto para acadêmicos quanto para o público leigo, e isso se deve à grande complexidade deste conceito. A definição que melhor cabe ao autor, e a que será utilizada neste texto, é de que mitos narram histórias sagradas, muitas vezes se passando em tempos imemoriáveis. Assim, o sobrenatural é utilizado para explicar a existência tanto da realidade em si quanto de um fragmento desta (ELIADE, 1963, p. 5). Pensando o mito junto às criaturas que tomam parte neste artigo, Boitatá e Caipora ou Curupira, é possível estender a explicação de Eliade para tratá-los como explicações para fenômenos naturais simples, como uma ventania forte em meio à mata, ou um aviso punitivo a intrusos, para evitar que prejudiquem florestas e os animais destas.

Também para esta análise, principalmente quando se trabalha o folclore e alguns mitos deste em diferentes meios, literatura, tradição oral e histórias em quadrinhos, é necessário contextualizar a intertextualidade, outro conceito caro a este artigo. Para tanto, se recorreu a Graham Allen, para o qual textos, sejam literários ou não, não possuem nenhum tipo de significado independente, e são o que os teóricos convencionaram chamar de intertextual. Desta forma, quando se lê, são colocadas em ação redes de relações textuais. E, quando se interpreta significados, estas redes são percorridas, sendo necessário mover-se entre textos a fim de se encontrar um significado (ALLEN, 2000, p. 1). A intertextualidade é importante neste instante pois, para a compreensão de folclore que se busca, não se deve se ater a apenas um texto ou explicação deste, mas buscar como é aplicado em diversos meios, em diferentes mídias, e, por fim, como, nestas redes de significados, este modifica-se das suas tradições orais para uma representação em histórias em quadrinhos.

Tendo exposto alguns dos conceitos que guiarão este artigo, também é necessário se ater à literatura sobre estas assombrações do folclore brasileiro, recorrendo então a Luís da Câmara Cascudo, folclorista renomado que é de grande importância para esta análise.

Escreve o autor que as assombrações e visagens, como ele chama estas criaturas monstruosas, receberam grandes mudanças a partir do século XVI, com cronistas portugueses as documentando. E isso ocorre pois, para cumprir a sua função, que seria entregar uma mensagem aterrorizadora, deveria ajustar-se àqueles que seriam apavorados no futuro (CÂMARA CASCUDO, 1969, p. 121). E não apenas modificava a sua forma física, como também as suas ações. Exemplo citado pelo autor é das *Ipupiaras* e *Cobras negras*, mitos originais indígenas, que matavam, diferente da sua contraparte adaptada pelos colonizadores, lara, que era sedutora, podia lhes dar um beijo apaixonado. O mito original matava, o adaptado amava (CÂMARA CASCUDO, 1969, p. 122). Estas modificações podem ser observadas em *Piteco – Ingá*.

A primeira das duas criaturas a aparecer é Boitatá, na publicação chamado de M-Buantan. O protagonista e um amigo estão perdidos quando, em meio a um pântano, avistam uma luz ao longe. Pensando tratar-se das pessoas que perseguiam, Beleléu, que acompanha Piteco na aventura, corre pântano adentro em direção à luz, sem perceber que se tratava de uma armadilha, a qual o conduz para o perigo até que estivesse tão imerso nos charcos que não poderia mais retornar.

Quando a figura da assombração enfim se revela, é retratada como uma mulher esguia, de pele alva, com os braços tingidos de vermelho, provavelmente de sangue. Dois pedaços de pano, como vestes, penduram-se nas laterais do seu corpo, cobrindo parcialmente seus seios e deixando todo o seu torço do seu corpo desnudo. Estas vestes estão presas em seus ombros através de crânios de bodes. No seu pescoço M-Buantan usa um colar com ossos e, no centro dele, um crânio que parece humano. A criatura tem lábios vermelhos, usa em sua cabeça outro crânio de bode, com chifres mais alongados que os demais e, de seus olhos brancos, emoldurando sua sinistra coroa, emanam chamas, elemento característico do Boitatá (SHIKO, 2013, p. 23).

Embora o nome Boitatá se origine das palavras *mboi*, que pode ser traduzido com coisa, e *tatá*, fogo, ou seja, “coisa de fogo” (CÂMARA CASCUDO, 2012, p. 171), sua representação mais usual é de uma cobra flamejante, uma chama viajando pela escuridão. A representação realizada por Shiko é inédita, pois não é comum que Boitatá seja descrito como uma mulher esguia e, literalmente, atraente, uma vez que sua função é atrair os incautos. No folclore é descrito que a assombração intenta matar os índios, os incendiar, e proteger a floresta. Não existe menção a atraí-los (CÂMARA CASCUDO, 2012, p. 171), sendo esta uma visível liberdade criativa do autor dando uma função para suas chamas, ao mesmo tempo em que se utiliza de mitos europeus, como as sereias que atraem e seduzem marinheiros, para dar cabo de suas vidas. Outro elemento interessante é a utilização dos chifres de bode na composição do personagem, denotando seu caráter maligno, uma vez que o animal é ligado ao mal no imaginário cristão. Curiosamente, este animal tem origem europeia e asiática, ou seja, não existia na América, sendo totalmente incompatível com um mito brasileiro (BELANGER; BREDSSEN, 2010, p. 20). Assim, tal qual Câmara Cascudo afirma que as assombrações tem de se modificar para aterrorizar as pessoas, Boitatá se modifica, e deixa de ser uma cobra de fogo para tornar-se uma mulher sedutora, adornada com crânios de bode, elementos que, para um leitor atual, remetem ao mal e lhe causam medo. Pensando nos indígenas, que cunharam as formas mais antigas deste mito, a figura de uma mulher esguia com crânios de bode não necessariamente lhes incutiria medo, pois para eles o bode, além de não ser um animal conhecido, também não tem referência nenhuma ao maligno.

A forma como M-Buantan ataca os personagens também é diferente. Pois, uma vez que não conseguiu matá-los afogados no charco, ergue suas mãos e surgem do chão diversos

esqueletos, os quais começam a atacar os personagens (SHIKO, 2013, p. 24). Confere-se assim um novo poder à criatura, um bem mais aterrorizante para o leitor do que simplesmente atirar fogo nos personagens.

Assim, é possível atestar como a assombração é modificada por Shiko, a fim de causar mais medo, atualizando o aterrorizante para um novo contexto. Sem se esquecer dos conceitos que são tão caros para esta análise, *folkcomunicação* e *folkmidia*, é possível afirmar que a cultura de massa apropria-se dos mitos folclóricos e, para angariar um novo público, dissemina-os e os modifica, convergindo assim as reflexões de Câmara Cascudo e Beltrão.

A segunda criatura que aparece é Arapó-Paco. Esta pode ser Caipora ou Curupira. Câmara Cascudo afirma que as duas são praticamente a mesma, com um nome diferente dependendo da região. A diferença principal seria que Caipora manteria os pés normais, enquanto Curupira os tem invertidos (CÂMARA CASCUDO, 2012, p. 223). E, como Arapó-Paco é retratado sem os pés invertidos, será chamado nesta análise de Caipora.

O personagem é retratado montado em um tatu de proporções enormes, o qual emerge da terra junto à criatura, que tem os cabelos rubros, como é normalmente retratada nas lendas, olhos igualmente vermelhos, e carrega em sua mão um galho com três sinos, onde repousa um corvo. Arapó-Paco carrega dentes e garras de pássaros em seu pescoço, e um apito (SHIKO, 2013, p. 36). A presença dos animais conflui com a característica de Caipora de protetor da selva e animais, ao mesmo tempo em que o sino e apito junto a si são um indicativo dos barulhos na floresta que, nas lendas, denotam sua presença. É importante dizer que Arapó-Paco não é uma criatura que apresenta ameaça aos personagens, mas os auxilia. Assim, não possui junto a si elementos que remetem ao terror, como é o caso de M-Buantan. Contudo, está longe de ser representado como uma criatura diminuta, quase uma criança, com pele negra e cabelos vermelhos, aterrorizando quem está diante de si apenas pela presença, ou um homem gigantesco, como foi descrito por Charles Frederik Hartt em uma viagem à Amazônia (CÂMARA CASCUDO, 1969, p. 123). Carrega uma série de elementos, um galho de árvore na mão como um cetro, uma montaria imponente, para denotar sua importância, uma vez que não poderia fazê-lo apenas pelo tamanho, pois os protagonistas já eram homenzarrões musculosos. Ou seja: novamente, o elemento folclórico foi modificado para atender ao novo público ao qual se destinava.

Considerações finais

Para este artigo foi utilizada a representação de duas criaturas folclóricas, Caipora e Boitatá, em uma história em quadrinhos, utilizando como fio condutor teórico os conceitos de *folkcomunicação* e *folkmidia*. É interessante que, enquanto Beltrão escreve sobre como o folclore não se mantém estagnado, mas é modificado por diversos agentes, de onde advém a *folkcomunicação*, para atender à atualidade (BELTRÃO, 1971, p. 14), e o conceito de *folkmidia* trata sobre como este folclore torna-se mídia de massa (LUYTEN, 2006, p. 47), muito do que se tratou neste artigo gira ao redor de uma readaptação de formato e conteúdo para um novo público. E, da mesma forma como as lendas folclóricas brasileiras passam a ter um novo conteúdo e formato para atrair novos leitores, sendo remodelada por Shiko, isso também acontece com o suporte onde estão inseridas, pois o gibi da Turma da Mônica torna-se *graphic novel*, a história divertida e curta com personagens caricatos torna-se séria, com elementos assustadores e destinada a adultos que já deixaram de lado as leituras da obra de Maurício de Souza. Assim, tanto a narrativa quanto o suporte em que é publicado e os elementos que o constituem tem algo em comum: são modificados para agregar um novo público.

No caso de *Piteco – Ingá*, Shiko modifica mitos bem conhecidos pelos brasileiros e os adapta, a fim de deixá-los mais assustadores. A cobra de fogo torna-se a mulher sedutora que ergue os mortos para lutar por ela. A pequena criatura que protege a floresta dá lugar um homem esguio e imponente, montado em um grande tatu, que magicamente se locomove por baixo da terra. E tanto se modifica as criaturas que abdica-se de seus nomes mais conhecidos e lhes confere novos, de sonoridade parecida, mas que lembram mais o original na língua indígena do que aquele que foi aportuguesado, fazendo Boitatá tornar-se M-Buantan e de Caipora (ou Curupira) Arapó-Paco. Ironicamente, enquanto Shiko tenta aproximar os personagens do original, conferindo-lhes inclusive nomes que parecem fazê-lo, acaba dando a eles toques mais europeizantes, uma vez que tem de utilizar de referências comuns e populares aos leitores a fim de lhes incutir o medo, e as referências mais populares acabam sendo as hollywoodianas, que, por sua vez, bebem em muito dos mitos europeus. Portanto, enquanto tenta tornar as assombrações mais próximas do original com os nomes, as distancia disso com a forma como são representadas. E a isso cabe muito bem o que Câmara Cascudo

escreveu: “um mito pode possuir nome indígena e ser puramente europeu como a lara” (CÂMARA CASCUDO, 1969, p. 123). No caso, pode-se afirmar que um mito pode ser puramente hollywoodiano e possuir um nome que remeta muito às línguas indígenas, como M-Buantan.

Desta forma, é possível concluir, tendo em mente o aparato teórico da *folkcomunicação* que, em *Piteco – Ingá*, Shiko atualiza alguns personagens e elementos do folclore brasileiro para um público diferente, mantendo parte do que pode ser chamado de essência das criaturas, o que torna possível saber que aquelas representações são de Boitatá e Caipora, mesmo que não sejam chamados por estes nomes, mas faz com que elementos constitutivos destas criaturas continuem presentes, modificando suas aparências e atendendo à atualidade: uma cobra de fogo não é mais assustadora, e uma criança ruiva de pés virados não é imponente. As referências dos leitores são diferentes, e Shiko as utiliza para tornar Boitatá e Caipora o que deveriam ser: assombrações, temidas e respeitadas.

Referências bibliográficas

ALLEN, Graham. **Intertextuality**. London: Roudledge, 2000.

BELANGER, Jerry; BRENDESEN, Sara Thompson. **Storey’s guide do raisin dairy goats**. Massachusetts: Storey Publishing, 2010.

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

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

CÂMARA CASCUDO, Luís da. **Dicionário do folclore brasileiro**. São Paulo: Ediouro, 2012.

_____. **Folclore do Brasil**. Lisboa: Editora Fundo de Cultura, 1969.

ELIADE, Mircea. **Myth and Reality**. New York: Harper & Row, 1963.

GARCÍA, Santiago. **A novela gráfica**. São Paulo: Martins Editora Livraria Ltda., 2010.

LUYTEN, J. M. Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena Global**. São Paulo: Ductor, 2006. p.39-49.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. (org.). **Regionalização midiática**. Taubaté, UNITAU, 2006.

RAMOS, Paulo. **Bienvenido**. Um passeio pelos quadrinhos argentinos. Campinas: Zatabatana Books, 2016.

SHIKO. **Piteco**. Ingá. São Paulo: Panini, 2013.

SOUZA, Maria Isabel Amphilo Rodrigues de. A Indústria Cultural e a Folkmídia. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 1, n. 2, p. 81-93, 2003.

Submetido em: 20/04/2018

Aceito em: 17/06/2018

Beltrão, Lambadão, interatividade e decolonialidade: Diálogos possíveis

Aline Wendpap Nunes de Siqueira¹

RESUMO

O presente artigo surgiu de inquietações suscitadas no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da UFMT, que tem, dentre os seus eixos norteadores, as teorias decoloniais e folkcomunicacionais. O objeto de análise é o vídeo “Concurso de Lambadão” (2015), produzido pelo sujeito-autor K-Bça Pensante, a partir da releitura da sequência de dança de Pulp Fiction: tempo de violência (TARANTINO, 1994). A interatividade presente no filme é o ingrediente utilizado por K-Bça para a composição do novo texto audiovisual. Ao narrar todas as atividades que compõem a night da baixada cuiabana, o sujeito-autor interage com a cena original de Pulp Fiction, na qual também ocorre um concurso de dança, contribuindo para o fortalecimento da cultura cuiabana que, numa caracterização beltraniana, é reafirmada ao combater a implantação de uma identidade planetária, num movimento decolonial.

PALAVRAS-CHAVE

Interatividade; Lambadão; Folkcomunicação; Decolonialidade; Cultura.

Beltrão, lambadão, interactivity and decolonialidade: Possible dialogues

ABSTRACT

The present article arose from restlessnesses raised in the Graduate Program in Contemporary Culture Studies of the Federal University of Mato Grosso, which has the decolonial and folkcomunicational theories among some of its guiding axes. The object of analysis is the video "Concurso de Lambadão", produced by the subject-author K-Bça Pensante, from his rereading of the dance sequence of "Pulp Fiction" (TARANTINO, 1994). The interactivity presents in the movie is the ingredient used by K-Bça to composit the new audiovisual text. In narrating all the activities that compose the night of cuiabana's lowland, the subject-author interacts with the original Pulp Fiction scene, which there is also a dance

¹ Pós-Doutoranda em Estudos de Cultura Contemporânea PPGECO-UFMT. E-mail: alinewendpap@gmail.com.

competition, contributing to the strengthening of the cuiabana culture, that, in a Beltrian characterization, is reaffirmed in combating the implantation of a planetary identity, in a decolonial movement.

KEY-WORDS

Interactivity; Lambadão; Folkcommunication; Decoloniality; Culture.

Introdução

O presente artigo sobreveio a partir de inquietações desencadeadas de discussões no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGEL/UFMT), em especial quanto aos debates em que os principais temas envolveram os estudos das teorias decoloniais e folkcomunicacionais. Sendo uma disciplina criada no âmbito da universidade brasileira, a Folkcomunicação conversa com o Pensamento Decolonial, na medida em que ambos se desdobram no seio da universidade latino-americana e constituem instâncias de crítica da modernidade e da colonialidade, nos campos da comunicação e da cultura.

Para o brasileiro Luiz Beltrão de Andrade Lima, existe, na Teoria da Comunicação, uma área de pesquisa que concebe a Folkcomunicação como uma das teorias que visa estabelecer a relação entre as manifestações da cultura popular e a comunicação de massa. Segundo Beltrão (1980, p. 24), Folkcomunicação é “O conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore”.

O autor concebe ainda a Folkcomunicação como um processo artesanal e horizontal, que abrange 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 de 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” (BELTRÃO, 1980, p. 40)

Enquanto isso, a crítica decolonial parte de um diálogo intenso com os conceitos de colonialidade (Anibal Quijano), transmodernidade (Enrique Dussel) e pensamento de fronteira

(Gloria Anzaldúa), que inclui ainda o amplo lastro crítico de pensadores, como: Walter Mignolo, Ramón Grosfoguel, Arturo Escobar, Catherine Walsh, Santiago Castro-Gomes e outros. Surge da experiência de se viver na exterioridade, nas fronteiras criadas pela expansão histórica da colonialidade, desde a época do descobrimento do Brasil e das Américas, sobre a diversidade linguística, religiosa, social, subjetiva, econômica e política, que constitui a multiplicidade que habita o mundo, as questões que irão promover o debate acerca da decolonialidade.

Tendo esse panorama teórico em vista, definiu-se como objeto de análise deste artigo o vídeo “Concurso de Lambadão” (2015)². Produzido pelo sujeito-autor³ K-Bça Pensante, a partir de sua releitura da sequência da dança, de “Pulp Fiction: tempo de violência” (TARANTINO, 1994). A coleta de dados foi realizada por meio da netnografia⁴. As bases de análise são fundadas na Semiótica da Cultura, por meio de uma perspectiva folkcomunicação e decolonial.

Referencial teórico

Os estudos sobre a Folkcomunicação, de Luiz Beltrão (1980), podem ser considerados como um dos seus maiores legados, visto que foi a partir de seus esforços quanto à introdução da comunicação coletiva e seus desdobramentos, nos meios acadêmicos da área de jornalismo, que surgiram os estudos e pesquisas sobre a Folkcomunicação.

Segundo Beltrão (1980), devemos perceber o momento histórico da cultura popular brasileira, com ênfase no folclore, como suporte para que os grandes grupos marginalizados (setores populacionais de massa) expressem opiniões e ideias por meio de práticas culturais. Nesse contexto, a Folkcomunicação surge como disciplina advinda da interculturalidade, presente na própria sociedade brasileira, a partir das diferenças sociais decorrentes da formação histórica do estado-nação brasileiro.

Nesse sentido, agrega-se ao pensamento de Beltrão, aqueles trazidos por autores latino-americanos, que se debruçaram sobre o fenômeno da decolonialidade, partindo de

² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SRiAMpCWoc8>.

³ Conceito derivado dos teóricos da linguística, em que “a reprodução do texto pelo sujeito é um acontecimento novo, irreproduzível na vida do texto, é um novo elo na cadeia histórica da comunicação verbal.” (BAKHTIN, 1997, p. 332).

⁴ Ramo da Etnografia que analisa o comportamento de indivíduos e grupos sociais na Internet e as dinâmicas desses grupos no ambiente on-line e off-line.

conceitos anteriores, tais como: “colonialidade”, “transmodernidade” e “pensamento de fronteira”. Quanto à colonialidade, trazemos o conceito do sociólogo Anibal Quijano (2002, p. 4), que diz que tal conceito dá conta “de um dos elementos fundantes do actual padrão de poder, (...)”, segundo o autor, a colonialidade tem caráter central do padrão de poder existente na sociedade, que, para ele, centra-se nas relações sociais, no processo globalizante e fundamentam-se em três elementos permanentes: dominação, exploração e conflito, em territórios de convivência social (trabalho, sexo, autoridade pública, subjetividade).

Já a transmodernidade, a partir do conceito de Enrique Dussel (2005), é pertinente aos nossos estudos, pois indica todos os aspectos que se situam para além das estruturas valorizadas pela cultura euro-americana moderna, e que, atualmente, estão em vigor nas grandes culturas universais não-europeias e foram se movendo em direção a uma utopia pluriversal da correalização de solidariedade. Por fim, nos pautamos no conceito de fronteira de Gloria Anzaldúa (1987), que extrapola elementos geográficos e pressupõem para além destes, aspectos culturais e políticos.

Assim, a partir do entendimento dos conceitos supracitados, chega-se ao fenômeno da decolonialidade, em que podemos conceber práticas do folclore a partir da perspectiva decolonial de Walter D Mignolo (2007), na medida em que tal prática sugere a produção de um conhecimento coletivo de indivíduos que, em perspectiva étnica, resistem à apropriação de suas tradições e lutam contra a imposição de saberes hegemônicos que não reconhecem os demais saberes, os quais são diferentes dos modernos ocidentais.

Com isso, considera-se os estudos da folkcomunicação como ferramenta que propicia a manutenção da prática cultural e que se vincula com o que o semiótico Walter D Mignolo (2007, p. 17) reconhece como “paradigma do conhecimento decolonial”, ao estar relacionada às produções culturais que não se enquadram na história social, como um fenômeno privilegiado da modernidade européia.

A Folkcomunicação configura-se, dessa forma, como um campo de pesquisa na esfera das ciências da comunicação e dedica-se a estudar os agentes e o meio em que as representações de massa se produzem, situando-se na fronteira entre o Folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a Comunicação de Massa (difusão industrial de símbolos, mediante meios mecânicos ou eletrônicos destinados às audiências amplas, anônimas e heterogêneas).

Isso porque, enquanto o folclore compreende formas grupais de manifestação cultural encabeçadas pelas classes subalternas, a Folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de estratégias de difusão simbólica que expressem, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Nesse sentido, Luiz Beltrão (1980) entende a Folkcomunicação como um processo de intermediação entre a cultura da elite e a das classes trabalhadoras.

A partir desses referenciais teóricos, buscamos efetuar uma análise da releitura realizada pelo sujeito-autor K-Bça Pensante, com o vídeo “Concurso de Lambadão” (2015), a partir da obra hollywoodiana de Quentin Tarantino, “Pulp Fiction: tempo de violência” (1994), os quais passaremos a discorrer nos tópicos seguintes.

Pulp Fiction: Tempo de violência – Quentin Tarantino (1994)

Tendo completado recentemente vinte anos de lançamento, o filme “*Pulp Fiction: tempo de violência*” (TARANTINO, 1994) recebeu sete indicações ao Oscar e saiu vencedor da categoria de Melhor Roteiro Original de 1995. Também foi ganhador da *Palma de Ouro* no Festival de Cannes de 1994 e sucesso mundial, em termos comerciais, de crítica e de público, causando, ainda, *frisson* na crítica especializada, como comprovam as palavras de Marcelo Perrone (2014):

Ainda rodavam os créditos finais de *Pulp Fiction* em sua primeira sessão pública, no dia 12 de maio de 1994, e o burburinho no Festival de Cannes indicava que ali estava não apenas um favorito para ganhar a *Palma de Ouro*, mas um filme impactante e inventivo o bastante para cravar um marco na história do cinema. Dias depois, as previsões se confirmaram. O diretor e roteirista **Quentin Tarantino**, aos 31 anos, era o grande vencedor do mais prestigiado certame do cinema autoral no mundo, e *Pulp Fiction* iniciava a sua carreira como **o longa-metragem mais discutido, analisado, influente e imitado nos últimos 20 anos** (PERRONE, 2014, grifos do autor).

Mesmo aqueles que não gostam do estilo do diretor, concordam que *Pulp Fiction* (1994) é um divisor de águas do cinema. E uma das causas disso é a maneira com que Tarantino (1994) - escritor e diretor do filme - lida com toda a filmografia pregressa ao seu cinema. Ele faz de suas produções uma miscelânea dos filmes já vistos e cada cena dele é fruto da interatividade com outras obras. Sua maestria reside, justamente, em fazer isso de

maneira explícita, uma vez que todos nós estamos, sempre, nos baseando em algo ou alguém, para dizer o que queremos dizer, todavia, evitamos ao máximo citar as nossas fontes, pois corremos o risco de parecer menos sábios.

Nesse constante intertexto, o roteirista e diretor nomeou sua obra-prima fazendo referência às revistas *Pulp* – feitas com papel barato, fabricado a partir de polpa de celulose –, da qual se originou a expressão “*pulp fiction*”, empregada para descrever histórias de qualidade menor ou absurdas. Na perspectiva de alguns críticos, Tarantino (1994) queria mostrar à *Hollywood*⁵ que um filme barato poderia ter tanta ou maior qualidade que alguns *Blockbusters*⁶.

Considerado o primeiro filme de sucesso do diretor Quentin Tarantino, “*Pulp Fiction*: tempo de violência” (1994) já foi citado, estudado e esmiuçado pela academia e pelos amantes do cinema inúmeras vezes, como já dito pelo crítico de cinema Marcelo Perrone (2014). Todo esse alarde em torno do filme contribuiu para transformá-lo em uma das grandes referências da Cultura Contemporânea e alçou Tarantino (1994) ao posto de diretor conceituado de *Hollywood* e cultuado pelo público. Ele é tido, inclusive, como um dos cineastas responsáveis pela construção de um cinema pós-moderno (vide figura 01).

Figura 1 - Fotografia de *Pulp Fiction* ilustra a página que aborda o cinema pós-moderno



Fonte: <https://www.incinerrante.com/textos/sobre-o-cinema-pos-moderno?rq=pulp%20fiction>.

⁵ Aqui referenciada enquanto a capital do cinema que visava às superproduções americanas.

⁶ Filme produzido de forma exímia, sendo popular para muitas pessoas e que pode obter elevado sucesso financeiro.

Esse cinema pós-moderno a que se refere a figura 1, de acordo com Ribeiro (2011, p. 01), “é um cinema obcecado por suas heranças”, e que, ao encará-las como um parque temático, deixa a realidade de lado, porque “o que interessa é o que está além dela”. Ribeiro (2011, p. 01) finaliza dizendo que “o cinema pós-moderno é um cinema de citações, de referências cruzadas em uma lógica intensa e abundante de alusões”. Todavia, para que isso se tornasse possível, foi preciso adotar técnicas diferenciadas, como: a construção de roteiros não-lineares ou o que alguns chamam de ‘roteiro espiralado’ (antes de finalizar uma narrativa já inicia outra e assim por diante), a exaltação e o cuidado apurado de sonoplastia, aliado à edição colaborativa, que contribui para a criação de um sistema rizomático, ou seja, para um sistema conceitual aberto, em que os conceitos são relacionados às circunstâncias e não mais às essências. Por esses e outros motivos, o cinema realizado por Tarantino diverge, ou pelo menos se diferencia, do cinema tradicional.

Com o passar do tempo, “*Pulp Fiction*” foi deixando de ser apenas *cool* (descontraído), para se tornar ele próprio, um ícone da cultura pop e por que não dizer, um clássico, afinal, como postulou Ítalo Calvino (2007, p. 10), os “clássicos [...] exercem uma influência particular quando se impõem como inesquecíveis e também quando se ocultam nas dobras da memória, mimetizando-se como inconsciente coletivo ou individual.” .

Debruçando um olhar minimamente atento, é possível verificar que elementos de “*Pulp Fiction*” foram sendo introjetados na Cultura Contemporânea, hibridizando-a e mimetizando-se com ela, como sugerem as imagens abaixo. A figura 2 refere-se a um inusitado livro infantil, tradução dos roteiros de Tarantino para crianças, enquanto a figura 3 apresenta um par de chinelos ilustrado com os personagens Mia Wallace e Vincent Vega, na cena da dança de “*Pulp Fiction*”. Ambas as imagens representam a completa assimilação do filme pela cultura pop contemporânea.

Figura 2 - Livro infantil baseado nos roteiro de Tarantino



Fonte: <https://www.ebay.com/itm/Kill-Bill-quentin-tarantino-movie-golden-book-Art-Print-poster-bride/>

Figura 3 - Produto da Cultura Contemporânea



Fonte: <http://www.bossamania.com.br/produto/142614/chinelo-cultura-pop-pulp-fiction>

No filme, a sequência da dança é protagonizada pelos atores John Travolta e Uma Thurman, interpretando, respectivamente, Vincent Vega e Mia Wallace. A locação é no fictício clube *Jack Rabbit Slim's*, restaurante temático que tem como empregados, sócias de ícones pop (detalhe para Marilyn Monroe e, ao fundo, Michael Jackson, na figura 4), o que gerou os maiores custos de produção do filme, motivo pelo qual Tarantino (1994) teve que cortar o

orçamento em outras áreas. A imagem retrata a participação do casal Vincent e Mia em um concurso de dança.

Figura 4 - Cena do Concurso de Dança em Pulp Fiction



Fonte: Adaptado pela autora, a partir do filme.

É importante ressaltar que esta é considerada uma das cenas mais famosas do cinema mundial. E, assim como o vídeo “Concurso de Lambadão” (2015), ela própria é fruto da interatividade realizada pelo diretor, que mesmo tendo se baseado em Godard⁷ para criá-la, não deixa de carregar consigo toda a história de John Travolta, o intérprete, que representa, segundo Jerome Charyn (2006):

[...] o mito da estrela do cinema que caiu em desgraça, mas ainda reside em nossa memória como o rei da discoteca. Nós ficamos esperando ele encolher a barriga, vestir uma roupa branca de poliéster e entrar no clube 2001 Odyssey em Bay Ridge, Brooklyn, onde ele dançará por nós e nunca, nunca parará. [...] Tony Manero [é] um anjo sentado no ombro de Vincent [...] a dança [de Vincent e Mia] pode estar próxima da coreografia de Anna Karina com seus dois namorados gângsters em *Bande à part*, mas ainda assim essa referência está perdida para nós, e estamos com Tony novamente [...]. (CHARYN, 2006, p.68, tradução nossa).

Portanto, até os atores elencados para o filme saíram de carreiras decadentes, destaque para John Travolta, ou ainda inexpressivas, como Uma Thurman e Samuel L. Jackson, para, a partir disso, ascender ao estrelato. A partir da cena em questão, por exemplo, os clubes de dança famosos entre os anos 60/70, principalmente devido aos filmes como *Nos*

⁷ Jean-Luc Godard (Paris, 3/12/1930) é um cineasta franco-suíço reconhecido por um cinema vanguardista e polêmico, que tomou como temas e assumiu como forma, de maneira ágil, original e quase sempre provocadora, os dilemas e perplexidades do século XX.

embalos de sábado à noite, também estrelado por John Travolta, voltam a ganhar brilho e vigor pelas lentes de Tarantino (1994).

Ao protagonizar a passagem no clube *Jack Rabbit Slim's*, John Travolta tem a oportunidade de se transformar novamente em um ídolo e retomar sua carreira, que estava estagnada. Isso contribui para inserção de ingredientes enigmáticos na cena “tarantinesca”, que é celebrada como uma das mais importantes do cinema contemporâneo.

Concurso de lambadão – K-BÇA pensante (2015)

Dissertar sobre interatividade equivale falar sobre quais os pontos que foram alterados da obra original para a composição do novo texto audiovisual. No vídeo intitulado “Concurso de Lambadão” (2015), duas principais intervenções por parte do sujeito-autor K-Bça Pensante fazem-se significativas, sendo que a primeira diz respeito à linguagem, enquanto que a segunda, à edição/montagem do vídeo. Nas palavras de Possari (2009):

A riqueza dessas combinações toca e impele o leitor a produzir sentidos, não necessariamente verbais, lógicos. A imagem mostra, a palavra explica, a música sensibiliza e o ritmo retém. Essas funções se intercambiam, se sobrepõe. (POSSARI, 2009, p. 59).

É por meio da **dança** que se estabelece a produção de uma gama de sentidos, ainda no momento da criação ou, como disse Possari (2009), ao intercambiar as funções audiovisuais, em que o sujeito-autor K-Bça interage com a cena, produzindo sentidos, seguindo talvez os passos do mestre Tarantino (1994), que movido pelo sentimento de saturação com relação às imagens cinematográficas, cria um novo tipo de cinema, baseado em elementos pré-existentes.

No quesito linguagem, esse vídeo apresenta uma vastidão de termos a serem explorados, porque o sujeito-autor K-Bça, literalmente, esparrama o linguajar cuiabano por todo o cumprimento da produção, ao lançar mão de um número maior de palavras, expressões e particularidades dos usos e costumes da população local, com intuito de, entre outras coisas, provocar o riso, por meio da língua, provando, de certa maneira, que Lótman (1979) estava certo, ao pontuar que:

La cultura contemporánea es verbal y em ella abundan los objetos hechos de palabras: los libros, los periódicos, las revistas. La representación de estos objetos es um signo icónico y la palabra adquire una función figurativa. (LÓTMAN, 1979, p. 54).

Percebe-se, ao assistirmos ao vídeo, que as palavras realmente adquirem uma função figurativa, uma vez que provocam nos espectadores a lembrança das coisas reais. Por exemplo, ao nomear o vídeo como “Concurso de Lambadão” (2015), K-Bça Pensante não diz apenas sobre os concursos de lambadão existentes nas casas noturnas, que compõem o Circuito de Lambadão Cuiabano, mas interage com o título da cena original de *Pulp Fiction*, em que também ocorre um “concurso de dança”, ainda que lá o ritmo fosse o *Twist*. A respeito do Lambadão, Gushiken e Rosa (2013) explicam que, sob a perspectiva folkcomunicacional, proposta por Luiz Beltrão no início da década de 1980,

[...] a narrativa do lambadão refere-se a histórias das margens do que se compreende como produção cultural num país ainda de fortes contrastes econômicos e intensas diferenciações culturais, como o Brasil. Trata-se de histórias de garimpeiros, pedreiros e outros profissionais dos segmentos populares da Baixada Cuiabana, que, num primeiro momento em iniciativas isoladas, e em momentos posteriores, já em iniciativas coletivas, inventaram o que nos dias de hoje representa o maior e mais significativo movimento de cultura popular urbana em Mato Grosso. (GUSHIKEN; ROSA, 2013, p. 02).

A cena trabalhada pelo sujeito-autor K-Bça, diferentemente da obra original, inicia-se com a imagem do apresentador já anunciando o “Concurso de Lambadão Cuiabano”, dando ênfase para esta ação e não revelando que outras possíveis motivações levaram os personagens a estar ali. Dessa maneira, o sujeito-autor altera todas as inter-relações sonoras e imagéticas propostas pela obra original. Porque, lá, os personagens falavam de assuntos aleatórios, quando, sem qualquer menção ao concurso, a personagem Mia (aqui chamada de Ramona) ergue o braço e inscreve o casal no concurso, assim, sem mais nem menos, neste non sense característico dos filmes de Tarantino; enquanto que, na ordem do vídeo as cenas posteriores demonstram que o foco principal é justamente o “Concurso de Lambadão”.

Em certa medida, K-Bça Pensante fala sobre toda a dinâmica que envolve um concurso de lambadão, melhor dizendo, ele narra todas as atividades, que juntas, formam a noite dançante cuiabana ou night como preferem alguns da baixada cuiabana, palavra esta que pode ser traduzida a partir de muitas horas de dança, as quais causam uma estafa física, a ser

recomposta por diferentes recursos que integram a cultura local (cuiabana), como: o caldo de piranha, o banho de cachoeira em Chapada dos Guimarães⁸, o tradicional guaraná ralado, ou, em última instância, pelo cuiabaníssimo “baguncinha”, referenciado na tese de Aída Bezerra, como:

[...] uma adaptação da versão tradicional do X-Tudo (pão, maionese, hambúrguer, queijo, presunto, salsicha, ovo, alface, tomate, entre outros), geralmente com uma redução do tamanho dos ingredientes que compõem o sanduíche convencional, reduzindo custo e preço, tornando-o mais atrativo aos consumidores adolescentes, em especial da camada sócio-econômica carente. (BEZERRA, 2007, p. 57).

Já para Gushiken e Conceição (2012), o “baguncinha” é tido como um lazer de rua e desejo de consumo de uma população cambiante entre a ruralidade e a urbanidade crescente, bem como demonstra as falas do vídeo em questão.

Ao trocar a música *You Never Can Tell*, de autoria de Chuck Berry, usada por Tarantino (1994), pela canção “Toque Toque DJ”, a partir da gravação da Banda mato-grossense “Stillos”, os sons diegéticos e extradiegéticos são alterados proporcionando uma série de ressignificações.

Os diálogos possíveis e a interatividade

Se *Pulp Fiction* representa uma forma mais genuína da subcultura marginal, como propõe Ticknell (2006, p. 139), “baseada num estilo de vida exibicionista, que resulta em uma obra apolítica”; o vídeo do sujeito-autor K-Bça Pensante (2015), pelo contrário, revela uma preocupação político-cultural, bem como apreço pela linguagem e costumes da região de Mato Grosso.

Assim, enquanto em *Pulp Fiction* a trilha sonora se volta para o “espectador mais jovem e cinematograficamente bem-informado” (TICKNELL, 2006, p. 139. Tradução minha), o vídeo do “Concurso de Lambadão” (2015) interage com o público um pouco mais adulto, apreciador do ritmo, que, de acordo com Gushiken (2012, p. 65), é uma “invenção musical da baixada cuiabana”. Esse público também é bem informado, assim como os jovens para quem

⁸ Cidade localizada no estado de Mato Grosso, a 68 quilômetros de Cuiabá, que possui várias cachoeiras de água gelada para espantar o calor do Cerrado e recompor as energias de quem as visita.

Tarantino (1994) se dirige, entretanto, seu domínio diz respeito ao conhecimento e compreensão do significado simbólico da música cuiabana “Toque, toque DJ”.

Essas informações, a princípio, serão assimiladas melhor pelo público local, entretanto, isso não significa que o humor produzido pelo sujeito-autor K-Bça Pensante seja restrito ao público local. Isso porque, além de aguçar a busca pela compreensão dos termos, desperta a curiosidade do espectador, o que abre uma brecha que possibilita vislumbrar a riqueza da cultura regional da baixada cuiabana.

Para finalizar, faz-se mister notar como a interatividade está por toda parte, uma vez que Tarantino (1994) bebeu em Godard, Travolta, em sua própria filmografia e o público, assim como o sujeito-autor K-Bça Pensante, nessa miscelânea toda. Basta ter uma bagagem cultural e intelectual mínima para praticar a interatividade.

Assim, em um paralelo entre a cena original e a releitura ora analisada, uma abordagem possível de ser estabelecida é a seguinte: como algumas das especulações da obra original dizem que a cena foi feita para vermos John Travolta dançar, na releitura, o sujeito-autor K-Bça Pensante brinca com a mesma questão, por meio da seguinte fala de “Ramona”: “você é o rei do lambadão! Já abriu roda no Ponto Alto, Galpão, Cabana da Dudu...” (K-Bça Pensante, 2015, 30”- 36”). Com essa fala, é como se o autor estivesse reiterando a importância de Travolta/Juca para o contexto dos concursos de dança.

Nesse sentido, trazemos os ensinamentos de Bergson (1980, p. 57) a respeito da comicidade contida na repetição, que, segundo ele, “É cômico (...), tomar séries de acontecimentos e repeti-las em novo tom ou em novo ambiente, ou invertê-las conservando-lhes ainda um sentido, ou misturá-las de modo que suas significações respectivas interfiram entre si.”.

Desse modo, percebemos que o sujeito-autor K-Bça Pensante (2015), por meio da fala de Ramona, trata sobre o protagonismo do ator, que influenciou várias gerações, desde os anos 70 (com a *disco music*) aos 90 (com sua dança em *Pulp Fiction*) e suscita o riso no espectador.

Pensando a partir da proposição de como o folclore comunica-se, transmuta-se, ou melhor, hibridiza-se com a cultura popular urbana, percebemos que, pelo viés humorístico e concomitantemente, uma conexão possível acontece entre Tarantino (1994) e K-Bça Pensante (2015), ainda que de forma diferente.

Ao lançar mão de um humor regionalizado, que apresenta como característica os seguintes elementos da cultura cuiabana: o sotaque dos personagens; os termos locais (*xômano, regaçá, negatofi, moage, bagaça, cretino, mangada, baguncinha* etc.); as referências aos códigos culturais próprios, como o prêmio de 1.500 pontos para serem trocados no extinto supermercado Modelo; o local de compra do troféu no Shopping Popular; o pedido de preparação de caldo de piranha feito pelo Juca ao seu amigo Dito, servido num dos mais tradicionais restaurantes cuiabanos, chamado Choppão; as indicações deste de levar Ramona à Salgadeira, em Chapada dos Guimarães ou de dar a ela o guaraná ralado, para curar o cansaço, devido às cinco horas em que os dois passaram dançando lambadão; o próprio ritmo lambadão, tocado pela banda “Stillus”, que embala a dança do casal; os nomes dos personagens Ramona, Juca e Dito, em referência direta às personagens criadas por Liu Arruda, o mais ilustre comediante cuiabano, K-Bça Pensante, enquanto sujeito-autor, contribui para o fortalecimento da cultura regional, caracterizada por Beltrão (1980) como marginalizada, pois que, ao trazer à tona o riso, de certa maneira, fortalece-a e combate à implantação de uma identidade planetária ou, nas palavras de Deleuze e Guattari (1995), da subjetividade capitalística.

O casamento entre as imagens e a dublagem também funcionou como um fator impulsionador do riso. Por exemplo, desde os primeiros instantes, o público é estimulado pela pronúncia do apresentador do concurso, extremamente carregada, mas quando ele coloca a mão na cintura e diz: “Quem vai querê começá?!” o gestual une-se a fala de uma maneira tão particular que o riso vem com facilidade. Na sequência, quando eles sobem ao palco para a apresentação, também percebe-se a preocupação do sujeito-autor em conectar as falas elaboradas por ele à gestualidade criada para a obra original.

Posteriormente, ocorre o ponto alto do vídeo, em que os dois atores já referenciados executam a famosa dança, ao som do lambadão “Toque Toque DJ”. Mas o sujeito-autor K-Bça Pensante vai além, ao efetuar cortes em alguns trechos do filme original e criar um diálogo hilário entre Juca e Dito, no qual o primeiro pede ajuda ao segundo para reanimar Ramona, que está exausta após dançar cinco horas seguidas de lambadão. Nesse trecho, o que mais chama a atenção são as referências aos códigos culturais já mencionados acima.

O silêncio é outro elemento motor para a detonação do riso, pois gera suspense e, em seguida, surpresa, como se verifica nos últimos segundos do vídeo (2’57” - 3’04”) em que

Juca, após a explosão de raiva de Dito, fica alguns segundos em silêncio, para depois perguntar para Ramona: “Baguncinha?” O que, instantaneamente, provoca o riso.

Considerações finais

O auge das casas de show às quais Ramona refere-se ocorreu durante as décadas de 1980 e 1990. Elas integraram o “Circuito de Lambadão”, descrito pela pesquisadora Sandra Rosa (2016, p. 41), especialista em Lambadão, como sendo “formado por diversas casas noturnas, entre casas de show que se dedicam especificamente ao gênero, e bares de pequeno porte, que tocam lambadão como atração principal das noites musicais”.

Tendo como mote a vida social e cultural própria do universo do lambadão, o sujeito-autor K-Bça Pensante constrói sua peculiar releitura da cena de dança de *Pulp Fiction*. Assim, a partir da escolha do tema, o que, de acordo com Noel Burch (2011, p. 177) “[...] é antes de tudo a ‘mola’ do discurso cinematográfico, um elemento motor, o germe que faz brotar uma forma”, leva-nos a pensar que todas as construções fílmicas se baseiam em um tema, ainda que partam de estruturas pré-concebidas.

A escolha da música que embala o casal, também, não deve ser subestimada, pois ela representa “um dos *hits* mais tradicionais do lambadão mato-grossense, gravada originalmente pela Banda ‘Os Maninhos’, como carro-chefe do 3º CD lançado em 1999” (ROSA, 2016, p. 29). “Toque Toque Dj” foi uma das primeiras do gênero a avançar as fronteiras do estado, alcançando sucesso nacional, porém sob a tutela da banda “Stillus Pop Som”, a mesma responsável pela versão utilizada no vídeo aqui analisado. Além disso, seu ritmo combina muito bem com a coreografia dos personagens da cena original, o que se caracteriza como mais um fator cômico. Assim, é possível estabelecer um paralelo dessa questão, com o que Bergson (1980) vai dizer que sobre as cerimônias, porque, segundo ele, estas:

[...] são para o corpo social o que a roupa é para o corpo individual: devem a sua seriedade a se identificarem para nós com o objeto sério a que as liga o uso, e perdem essa austeridade no momento em que nossa imaginação as isola dele. (BERGSON, 1980, p. 25).

No âmbito da Cultura Contemporânea, em que os conglomerados midiáticos priorizam alguns sotaques em detrimento de outros, o trabalho, a partir desse tema, vai abrir uma

brecha, ou, na perspectiva deleuziana, um território para o linguajar cuiabano, no qual ele é a figura central e demonstra ter tanto valor quanto o sotaque das demais regiões brasileiras, tendo sido forjado na confluência com outras culturas. Assim,

A lida com a diferença, incorporando-a em seu cotidiano e também sendo por ela incorporada, tem sido uma experiência que marca os quase trezentos anos de história da cidade, em especial a virada do século XIX ao XX, com a imigração estrangeira, e deste ao XXI, com a imigração interna. (GUSHIKEN; GAYOSO; BRITO, 2014, p.16).

A audácia do sujeito-autor K-Bça Pensante em interagir com uma das sequências mais famosas do cinema hollywoodiano remete ao que diz Lipovetsky (2009, p. 12) sobre a instituição da cultura pós-moderna que, segundo o autor, perdeu suas grandes estrelas e seus grandes sonhos, ao mesmo tempo em que, as culturas locais foram reabilitadas, bem como a “busca da qualidade de vida, paixão da personalidade, sensibilidade extrema, desafecção dos grandes sistemas de sentido, culto da participação e da expressão, moda retrô [...] certas crenças e práticas tradicionais”. Sendo assim, a cultura popular da baixada cuiabana vai se impondo, dentre outras maneiras, pela via do humor, mostrando ao público a importância do respeito pela cultura popular local que, de acordo com Bourriaud (2009, p. 44, destaque do autor), ao contrário da cultura tida como “erudita”, “desenvolve-se na exaltação do mau gosto, da transgressão, do descomedimento – o que não significa que ela não produza seu próprio sistema de enquadramentos”.

Referências bibliográficas

ANZALDÚA, Gloria. **Borderlands/La Frontera: the new mestiza**. San Francisco: Aunt Lute Books, 1987.

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

BERGSON, Henri. **O riso: ensaio sobre o significado do cômico**. Tradução: DE CASTILHO, Guilherme. Lisboa: Ed. Guimaraes, 1980.

BEZERRA, Aida Couto Dinucci. **O sanduíche baguncinha nas ruas de Cuiabá - MT: avaliação de intervenção educativa**. 2007. Tese (Doutorado em Nutrição) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção**: como a arte reprograma o mundo contemporâneo. Tradução: BOTTMANN, Denise. São Paulo: Martins, 2009.

BURCH, Noel. **Práxis do cinema**. Tradução: PITHON, Marcelle Pithon; MACHADO, Regina. São Paulo: Perspectiva. 2011. (Debates; 149 / dirigida por J. Guinsburg). 3ª reimpressão da 1.ed. de 1992.

CALVINO, Ítalo. **Por que ler os clássicos**. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2007.

CHARYN, Jerome. **Raised by Wolves: The Turbulent Art and Times of Quentin Tarantino**. Nova Iorque: Thunder's Mouth Press, 2006.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs - capitalismo e esquizofrenia**. Tradução: GUERRA NETO, Aurélio e COSTA, Célia Pinto. 1 ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995. (Coleção TRANS).

DUSSEL, Enrique. **Transmodernidad e interculturalidad**. (*Interpretación desde la Filosofía de la liberación*). Disponível em: <http://ceapedi.com.ar/imagenes/biblioteca/libros/105.pdf>. Acesso em 18 jun. 2018.

FICTION, P. U. L. P.; DE VIOLÊNCIA, TEMPO. Direção: Quentin Tarantino. Produção: Lawrence Bender. Intérpretes: John Travolta, Samuel L. Jackson, Ving Rhames, Uma Thurman, Bruce Wills, Harvey Kaitel e outros. Los Angeles: Miramax Films, v. 1, 1994. DVD.

GUSHIKEN, Yuji; ROSA, Sandra Maria de Souza. **Lambadão**: A invenção de um circuito cultural e comunicacional na Baixada Cuiabana. Artigo apresentado no GP de Folkcomunicação (DT 8 Estudos Interdisciplinares) do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 04 a 09 de setembro de 2013 na Universidade Federal do Amazonas, em Manaus, Amazonas, Brasil. In: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0734-1.pdf> > Acesso em: 19 jun. 2018.

_____; Yuji; DA CONCEIÇÃO, Joilson Francisco. **Viver na Cidade**: Experiências Da Vida Urbana na Comédia as Fias De Mamãe. ANINTER 2012. Disponível em: <<http://www.aninter.com.br/ANAIS%20%20CONITER/GT08%20Comunica%E7%E> >. Acesso em: 02 abr. 2018.

_____; Yuji; GAYOSO, Celso Francisco; BRITO, Quise Gonçalves. **Cultura tradicional e natureza**: apelos à diferença e demandas do cosmopolitismo na copa do mundo de futebol1. XII Congresso Latinoamericano de Investigadores da Comunicação Social (Alaic). Lima. 2014. Universidade Católica do Peru (PUCP). Disponível em:<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/Yuji_Celso_Quise.pdf > Acesso em: 19 jun. 2018

K-BÇA PENANTE. **Concurso Lambadão**. Youtube. 3 jun. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SRiAMpCWoc8>>. Acesso em: 19. Jun.2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri-SP: Manole, 2009.

LÓTMAN, Yuri. **Estética y Semiótica del Cine**. Colección Punto y Línea. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.

MIGNOLO, Walter. *El pensamiento decolonial: desprendimiento y apertura. Un manifiesto*. em CASTRO-GÓMEZ, Santiago; GROSFUGUEL, Ramon (coords.). **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistêmica más allá del capitalismo global**. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos, Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007.

PERRONE, Marcelo. **Vinte anos depois, "Pulp Fiction" se mantém como fenômeno pop do cinema**. Disponível em:

<<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2014/05/Vinte-anos-depois-Pulp-Fiction-se-mantem-como-fenomeno-pop-do-cinema-4497836.html>>. Acesso em: 19 jun. 2018.

POSSARI, Lúcia Helena V. Produção de material didático para a EaD. In.: NEDER, Maria Lucia Cavalli; POSSARI, Lucia Helena Vandrúsculo. **Educação a Distância**: Material didático para a Ead: processo de produção. Cuiabá: EdUFMT, p. 47-62, 2009.

QUÍJANO, Aníbal. **Colonialidade, poder, globalização e democracia**. Novos Rumos, nº37. São Paulo: Instituto Astrojildo Pereira, 2002.

RIBEIRO, Marcelo. **Sobre o cinema pós-moderno**. (2011). Disponível em:<<https://www.incinerrante.com/textos/sobre-o-cinema-pos-moderno>>. Acesso em: 19 jun. 2018.

TICKNELL, Estella. *10 THE SOUNDTRACK MOVIE, NOSTALGIA AND CONSUMPTION*. Em CONRICH, Ian. TICKNELL, Estella. (eds) *Film's Musical Moments. Music and the Moving Image*. Edinburgh University Press, 2006.

Submetido em: 16/10/2018

Aceito em: 25/10/2018

Políticas e estratégias de comunicação na comunidade Padre Hildon Bandeira, João Pessoa-PB, Brasil: sobre micro-revoluções cotidianas

*Severino Alves de Lucena Filho¹
Juliana Freire Bezerra²*

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo analisar o papel desempenhado por ativistas-folk na comunidade rurba Padre Hildon Bandeira, situada em João Pessoa-PB, sob a perspectiva do Desenvolvimento Local e da Teoria da Folkcomunicação. Do estudo, evidenciamos em que medida os atores sociais contribuem para a nutrição de redes cívicas e de comunicação, criando oportunidades, democratizando socialmente a comunidade e estabelecendo relações de solidariedade e confiança, bem como angariando benefícios sociais junto aos poderes públicos.

PALAVRAS-CHAVE

Folk-ativismo; Comunicação; Cidadania; Desenvolvimento Local.

Communication policies and strategies in the community Padre Hildon Bandeira, João Pessoa-PB, Brazil: on everyday micro-revolutions

ABSTRACT

This study objected to analyze the role developed by folk-activists in Padre Hildon Bandeira “rural urban” community, located in João Pessoa-PB, under the Local Development perspective and the Folkcommunication Theory. From the research was verified on witch circumstances the social actors contribute to the development of civic networks and communication, creating opportunities, socially democratizing the community and

¹ Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). E-mail: recifrevo@uol.com.br

² Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal da Paraíba (2013), especialista em Educação do Campo e Desenvolvimento Sustentável pela Renaform/UFRPE (2016) e mestra em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), na linha de pesquisa Estratégias e Políticas de Comunicação, pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (2016).

establishing relations of solidarity and trust, as well as raising social benefits with public authorities.

KEY-WORDS

Folk-activism; Communication; Citizenship; Local Development.

Introdução

A Folkcomunicação é uma linha teórica da Comunicação Latino-Americana que busca investigar os canais e procedimentos comunicativos forjados pelas minorias da sociedade. De acordo com Sodré *et al* (2009), estas são entendidas como fluxos de resistência cultural, econômica, política e comunicativa, fomentadores de lutas contra-hegemônicas, por vezes anti-capitalistas, que freiam os imperativos elitistas locais, nacionais e globais. É intuito das minorias, portanto, aumentar o poder de abrangência e legitimidade de suas vozes, que foram historicamente silenciadas, para influenciar com mais força os campos de decisões políticas (PERUZZO, 1998).

Cabe, portanto, à Folkcomunicação analisar e compreender estas estratégias políticas e comunicativas, muitas vezes divulgadas por meio de canais informais de comunicação, bem como geradas a partir de diálogos e processos de difusão de informação espontâneos (WOITOWICZ, 2014). Para tanto, o criador da Teoria, Luiz Beltrão, categorizou, ainda na década de 1960, didaticamente, estas minorias em marginalizados urbanos ou rurais e culturalmente marginalizados, dependendo das especificidades causais que caracterizam o afastamento destes grupos dos centros de fala e poder da sociedade. Os agentes destas resistências, por sua vez, foram classificados, segundo Beltrão (1980), em messiânicos, político-ativistas e erótico-pornográficos, de acordo com as pautas reivindicatórias, bem como das estratégias de política e comunicação que defendiam e utilizavam para expressarem-se, enquanto agentes de transformações sociais.

Nesta perspectiva, as localidades não desenvolvidas, sejam rurais ou urbanas, configuram brechas valiosas de atuação destes agentes transformadores, que buscam fomentar projetos sociais e políticos promotores de oportunidades e combatentes de privações coletivas enfrentadas pela população de que fazem parte. Na conjuntura contemporânea, somados às formas de comunicação popular tradicionais, outros formatos

comunicativos e horizontais de difusão social de informações e conhecimentos, possibilitados com o advento da internet e de tecnologias comunicativas multimídias, fortalecem este processo de busca por vez e voz das minorias.

A inquietação acerca de como são desenvolvidas as formas de expressão e articulação de comunidades populares na atualidade, fomentadoras da luta contra privações coletivas e a favor da conquista de direitos sociais, desembocaram nos seguintes questionamentos, a serem respondidos neste estudo: como agem as pessoas que se destacam em seu grupo de referência para endossarem a cidadania e a democratização social local, através da alimentação de redes de comunicação cotidianas, face a face, sociais e virtuais? Quais estratégias políticas e comunicativas os ativistas-folk elaboram para a promoção da luta em busca de vida mais digna na localidade e de geração de oportunidades socioeconômicas?

Intentando compreender, portanto, estes processos de fortalecimento da contra-hegemonia, através do olhar da comunicação popular em suas novas abrangências, é que, neste estudo, analisamos, sob a perspectiva do Desenvolvimento Local, o papel desempenhado por ativistas-folk na comunidade popular rurbana Padre Hildon Bandeira. Esta situa-se no bairro da Torre, em João Pessoa-PB, Brasil, às margens de uma das principais avenidas da cidade, a Beira Rio.

Para tanto, selecionamos duas categorias de análise: o Capital Social e o Capital Humano. Ambos configuraram lúpas analíticas necessárias para que captássemos o espírito cívico atual da comunidade Padre Hildon Bandeira e desvendássemos as falhas e acertos de estratégias de busca por Desenvolvimento Local. No que toca o percurso metodológico deste trabalho, fizemos uso das técnicas da observação participante, realizada durante três meses, da entrevista semiestruturada realizada com os três ativistas-folk selecionados para este estudo, bem como das entrevistas exploratórias realizadas com demais atores sociais da comunidade e da história oral de vida. Por meio desta última técnica, procuramos apreender os processos de interação e de configuração de repertórios que se enunciam através de ações, gestos e palavras, entre as pessoas envolvidas. Para coletar dados objetivos referentes à configuração familiar, local de nascimento, escolaridade, participação oficial em organizações comunitárias, infraestrutura domiciliar e renda dos três ativistas-folk selecionados na comunidade para este estudo, bem como de mais seis ativistas que identificamos ao longo da pesquisa e que contribuíram como narradores da história da comunidade, aplicamos

questionários. Estes compreendiam duas tabelas, que foram preenchidas por nós- uma no começo, outra no fim, de cada entrevista semiestruturada ou exploratória. Desta forma, este instrumento de pesquisa facilitou a sistematização de informações necessárias para a compreensão de questões relacionadas ao modo como os ativistas vivem e se colocam na comunidade, especificamente, e na sociedade, de forma mais abrangente. Subsidiariamente coletamos documentos, livros, fotografias e matérias jornalísticas, que serviram para fortalecer nossa compreensão acerca da realidade local e dos atores que nela atuam e habitam.

Ativismo-folk para o Desenvolvimento Local

O conceito ativismo-folk é uma atualização do Líder de Opinião pensado na década de 1960 por Luiz Beltrão. Este entendia por Líder de Opinião as pessoas que transitavam mais habilidosamente entre a localidade e o exterior a ela, como caminhoneiros, viajantes, rezadeiras, parteiras, trazendo as novidades de fora à comunidade e vice-versa (BELTRÃO, 1980). Mas com o acesso social mais facilitado à mídia na contemporaneidade, estes agentes sociais perderam um pouco da função de intermediários das notícias e passaram a exercer mais intensamente a função de mediadores culturais e políticos.

Neste sentido, Trigueiro (2008) afirma que são ativistas-folk as pessoas que se destacam em seu grupo de referência por I-realizar hibridizações entre as culturas populares e hegemônicas, estas muitas vezes advindas pela mídia, o que gera produtos chamados por ele de folkmediáticos e/ou II- por configurar canais de comunicação e articulação política entre comunidade e poder público, fomentando a luta contra-hegemônica e a busca por Desenvolvimento Local (TRIGUEIRO, 2008; MACIEL, 2012).

No presente trabalho, o conceito de Desenvolvimento Local é embasado pelas lutas teóricas de Franco (2000) e Oliveira (2001). Segundo eles, mais do que uma busca por dinamização financeira em comunidades pobres, o Desenvolvimento Local persegue a democratização social, através do compartilhamento de acesso a oportunidades de desenvolvimento humano, e o exercício da cidadania. Pois, segundo Oliveira (2001), é através da política que melhorias sociais são alcançadas.

Oliveira (2001) ainda afirma que reduzir o Desenvolvimento Local à mensuração de índices de acumulações financeiras que permitem acesso a serviços e bens, sem considerar a

dimensão cidadã- a qual não pode ser quantificada, pois se trata de um “estado de espírito social e humano”, seria fechar os olhos às causas complexas e macro das privações sociais enfrentadas no mundo, bem como ao motivo da dependência de grupos oprimidos às camadas hegemônicas para sobreviver. “O desafio do desenvolvimento local é o de dar conta desta complexidade, e não voltar as costas para ela” (OLIVEIRA, 2001, p.13).

Por este viés é que intentamos analisar, neste estudo, em que medida os ativistas-folk identificados contribuem para a promoção do espírito cívico local, em nome dos desenvolvimentos humanos e sociais da comunidade Padre Hildon Bandeira. Para tanto, foram selecionadas duas subcategorias analíticas: o Capital Humano e o Capital Social.

Capitais Humano e Social como recursos da cidadania

Enquanto o Capital Humano faz referência às habilidades, sonhos, conhecimentos e motivações desenvolvidas individualmente pelo ser humano, o Capital Social faz menção às capacidades que este possui de compartilhar seus capitais humanos com outras pessoas e formar redes sociais de convivência, bem como de civismo.

Neste sentido, Franco (2000) pontua que redes sociais de séria envergadura, como organizações locais políticas, bem como as lúdicas e espontâneas, como os jogos de futebol ou as reuniões em praças, por exemplo, são tão importantes quanto para a fomentação do espírito cívico e do *ethos* de pertencimento comunitário, ambos necessários, segundo Bauman (2003), para o fortalecimento da luta contra-hegemônica.

É que é através dos encontros, do estar reunido, que o Capital Social se solidifica num grupo. E, quanto mais as pessoas da comunidade se conectam em redes diversas de encontros, mais os Capitais Humanos são compartilhados e os desenvolvimentos humanos e social dos grupos alimentados. Jara (1999) indica em seus estudos que o que temos dentro de nós, permeia o que falamos e nutrimos uns em relações aos outros. De maneira similar, como num ciclo, o espírito que rege o grupo, seu valores e normas também influenciam quem somos. Desta forma, se as pessoas da comunidade nutrem amor e zelo de uns para com os outros, o *ethos* coletivo será colaborativo e solidário para o enfrentamento de privações tanto de ordem social, como individual.

Putnam (2000), assim como Coleman (2001), entende ainda que as normas, as redes de comunicação e a confiança são pilares para a fomentação de sistemas cooperativos e

coordenados, tão melhores para o Desenvolvimento Local de comunidades não-desenvolvidas, quanto mais fortes os valores cívicos e éticos. Por este viés, as normas sociais estabelecidas podem garantir sentimento de segurança local, por exemplo, enquanto redes de comunicação fechadas estabelecem os dignos de confiança e desconfiança na localidade, bem como estimulam pautas de lutas coletivas do grupo, haja vista que, como pontua Sodré (2009), o que caracteriza as minorias é a força de transformação comum que as impulsiona a mudar realidades. Da mesma maneira, atos e sentimentos de solidariedade, de cooperação e de confiança, bem como habilidades e conhecimentos necessários para a fomentação de ações altruístas e cidadãos de enfrentamento a privações sociais, são fomentados nas redes de comunicação comunitárias, sejam elas virtuais e/ou físicas, através do debate de ideias e das normas e ações de reciprocidade.

Neste sentido é que intentamos analisar em que medida os ativistas-folk da comunidade Padre Hildon Bandeira contribuem para fomentar estes espaços de convivência social e de compartilhamento de conhecimentos, solidariedade, oportunidades e falas para o desenvolvimento humano e social da população comunitária.

Quem são nossos agentes locais?

Para a feitura da presente pesquisa, inicialmente, nos debruçamos a detectar as pessoas que se destacavam na comunidade Padre Hildon Bandeira pelos Capitais Humano e Social que possuíam. Esta primeira etapa foi realizada através das técnicas da observação participante e de entrevistas exploratórias realizadas aleatoriamente com atores locais. Três ativistas-folk foram selecionados para este estudo: Júlio César, Giselda Lima e Luís Paulo Araújo. Apresentamos cada um deles e analisamos suas atuações sociais na localidade a seguir.

Ativismo-folk político em busca de conquistas sociais

O primeiro ativista analisado neste estudo é Luís Paulo Araújo, de 58 anos. A ligação dele com a comunidade Padre Hildon Bandeira é antiga. Ele chegou nesta há 30 anos, advindo do município de Serra Redonda, situado no interior paraibano, para fundar sua padaria em João Pessoa. Conhecido como Luís da Padaria, o comerciante de origem rural e ambições

políticas tratou logo de fazer amizades no local com seus vizinhos, estabelecendo vínculos de solidariedade e ajuda mútua.

Desta forma, foi ganhando a simpatia local e se candidatou em 2002 à presidência de Associação de Moradores da localidade, único órgão oficial do local voltado a tratar de questões políticas. Venceu e desde então não saiu da gestão da Organização. Em 2006, se reelegeu, e, em 2010, como não podia mais se candidatar, lançou sua esposa, Claudenice Felipe da Silva, de 49 anos, como candidata. Ela venceu esta eleição e há dois mandatos assume a presidência local. Nesta conjuntura, Araújo exerce oficialmente a função de diretor financeiro da Associação, mas todos da comunidade o reconhecem como presidente desta, pois é ele quem toma a frente da Gestão, tendo utilizado sua esposa como estratégia para permanecer no Governo.

Revelando a função do presidente da Associação, Araújo (2016) afirma:

Você sabe que hoje numa associação o presidente é um agente político. Então, ele escuta as demandas da comunidade e busca consegui-las, se articulando aos governos. Traz conhecimento sobre seus direitos à comunidade. Eu trago advogados pra instruir as pessoas sobre seus direitos, sobre pensão, programas sociais que podem ter acesso.

Em outras palavras, Luís da Padaria revela que desempenha o papel de mediador entre a localidade e o poder público, ao servir como porta voz das reivindicações da população local, através do posto que assume na Associação de Moradores. É sua função estabelecer esta articulação mais facilitada da comunidade com os poderes para que esta tenha suas privações sociais dirimidas. É papel dos gestores da Associação também, segundo sua fala, proporcionar o contato da população local com informações e conhecimentos jurídicos, políticos, midiáticos que lhes interesse e beneficie; o que é gerador de Capital Humano (conhecimento) político para o exercício cidadão.

Neste processo de mediação que exerce, Araújo (2016) afirma que a dificuldade principal enfrentada em seu primeiro mandato, há 14 anos, enquanto presidente da Organização local, foi a de estabelecer diálogo com os criminosos da comunidade. Ele reuniu os “chefões do tráfico”, como se referiu, para lhes solicitar que sanassem a violência e os assaltos comuns na comunidade à época.

Aqui sempre teve bandidinho safado, que a mulher saía de dentro de casa, alguma lavadeira dessa aí, quando voltava, o caba tinha roubado a televisão. Aquilo começou a me encher o saco. Quando eu ganhei a primeira vez na Associação, eu chamei os chefão tudinho pra conversar. Fiz uma reunião dentro da Associação e disse ‘rapaz, olhe, querem bagunçar? Vão bagunçar lá fora. Agora aqui vocês vão ter que respeitar!’” (ARAÚJO, 2016).

Entrevistas realizadas atualmente com pessoas da comunidade com quem adquirimos confiança pelas visitas frequentes foram consensuais quanto à leitura sobre o grau de violência local. Todos os entrevistados realçaram que o tráfico de drogas é ainda um mal presente na comunidade, mas que, com pouca frequência um assassinato ou roubo ocorre. Isto revela que a Comunidade Padre Hildon Bandeira, apesar de ser acometida pelos males de uma desestruturação social comum às localidades populares urbanas, possui algo que a difere das outras: o *ethos* comunitário, o sentimento de pertencimento à população vicinal, que nutre o zelo, o carinho e a confiança que uns destinam aos outros.

Afora o combate à violência, Araújo também fica atento aos projetos sociais ofertados pela Secretaria de Desenvolvimento Social (Sedes). Por executar um cargo administrativo na Prefeitura Municipal de João Pessoa, ele está sempre em contato com os secretários municipais para trazer benefícios para a comunidade. Também transita habilidosamente pelos espaços de trabalho de atuação do Governo do Estado, pois já foi ligado ao atual Governador da Paraíba, Ricardo Coutinho, quando este ainda era prefeito de João Pessoa.

Isto revela que a facilidade que possui em se articular aos poderes advém do grau de parceria que estabelece com eles, incluindo o fato de Luís Paulo e sua esposa, gestores da Organização Local, exercerem também cargos comissionados na Prefeitura. Este fato de forte pertencimento a grupos políticos compromete, porém, o grau de autonomia da Associação de Moradores e, de certa forma, lhe causa dependência a estes.

Moradores revelam que os políticos só vão à comunidade em época de eleição, visando votos. Isto talvez pudesse ser mudado, se a Associação possuísse independência para demandar maior apoio político ao local, na fomentação e manutenção de projetos sociais que gerassem oportunidades para a população. Percebemos ainda, apesar de constatar boa vontade na fala de Araújo, que a Associação de Moradores não inspira uma ágora local de participação coletiva e debate de ideia. Isso porque, os gestores promovem poucas reuniões para ouvir as demandas locais e exercem função representativa, ainda que não saibam o que os seus vizinhos demandam nas conversas cotidianas nos bares, na praça, nos mercadinhos.

É papel dos ativistas políticos comunitários, contudo, incitar a democracia, bem como a participação local; e não as cessar. Por isso, contamos que, apesar dos vários benefícios trazidos durante os 14 anos de gestão de Luís Paulo Araújo e de sua esposa, Claudenice Felipe da Silva, como escadarias, lombada eletrônica na Beira Rio, reforma na lavanderia, praça, projetos sociais, etc.; falta algo mais importante: o estímulo ao espírito cívico e ao desenvolvimento humano local. E isto se faz com gestões menos representativas, quanto mais participativas e inclusivas.

Ativismo-folk messiânico e político ativista a favor da saúde e da paz local

Não há ladeira na comunidade Padre Hildon Bandeira que ela tenha deixado de percorrer a pé e nem casa nos entornos que ela desconheça de quem é. Isso porque, Giselda Lima da Silva, de 52 anos, além de residir no local há 34 anos, desempenha a função de agente de saúde comunitária há 22, quando foi selecionada, como primeira colocada, através de um concurso realizado pela Prefeitura Municipal de João Pessoa, em 1996.

Revelando quais são suas incumbências no trabalho, ela afirma:

(...) a agente de saúde toma conta da comunidade, visitando as casa das mãe de família, orientando, dá vacina nas crianças, olha os pesos da criança menor de dois anos, faz o acompanhamento de vacina até cinco anos de idade, olha passagem de vacinas, incentiva as mães a vacinar (...). Orienta também as pessoas que têm problema, que é hipertenso, a tomar a medicação, fazer a dieta que é importante pra ela, os exercícios, que é bom pra saúde também (SILVA, 2015).

Para dar conta das 146 famílias que atende, Silva organiza suas visitas a partir de critérios de agendamento específico, que prioriza os grupos com riscos de saúde, como gestantes, crianças, hipertensos, diabéticos; etc. Ela revela que adentrar nas casas das pessoas da comunidade e ganhar suas confianças foram tarefas difíceis. Inicialmente, as famílias parecem não estar abertas a recebê-la e evidenciam uma primeira rejeição; um ar de desconfiança, segundo Silva (2015). Mas, com o tempo, a partir de um trabalho contínuo, as pessoas vão entendendo que ela está ali para ajudá-las a agir da melhor maneira possível, frente aos problemas que lhe afligem.

Para ganhar credibilidade na localidade, Silva começou, então, a falar em público, ministrando palestras sobre saúde e sobre os problemas sociais ligados à comunidade no

espaço físico da Associação de Moradores; juntamente com enfermeiras e médicas. Sua intenção era tornar mais popular a linguagem técnica utilizada pelos demais profissionais de saúde, visando tornar as informações relevantes para a saúde comunitária mais acessíveis e propensas à aceitação.

Além deste olhar mais atento à saúde de grupos considerados prioritários na comunidade; Silva também exerce a função de mediadora de conflitos nos domicílios, orientando as famílias visitadas a agirem de maneira mais prudente e amável uns com os outros. Ela acredita ser sua função também, então, observar nuances que ocorrem dentro do seio familiar para ofertar orientações que primem pela paz e harmonia local. Silva (2015) afirma que atua desta forma para:

amenizar mais a violência, até dentro da comunidade, trazer os pais, mostrar pra família, que a gente vive melhor com a gente mesmo com a paz, pra nós todos melhora, pra saúde melhora também porque a violência mais tarde pode trazer complicação pra gente e pra todo mundo da comunidade, pra as pessoas também, né? (...). A gente orienta a mãe que desde pequenininho, quando nasce a criança, não fazer briga, não brigar muito pra não prejudicar futuramente a comunidade, pra não ficar muito violenta (...).

Silva (2015) acredita, assim como Jara (1999) afirmou, que o clima cívico local é uma extensão dos valores positivos que nutrimos individualmente e expressamos ao outro, através da nossa fala, dos nossos olhares, das nossas atitudes de solidariedade, amor e cooperação. Segundo o olhar teórico dele e as falas cotidianas dela, não há como criar espaços sadios e de forte pertencimento comunitário, se não forem construídos e compartilhados capitais humanos (pensamentos, desejos, sonhos) positivos. E, como num ciclo, as redes de relações sociais, que são nutridas pelo que há dentro destas pessoas conectadas umas a outras, quanto mais acumulam e compartilham ações sadias, mais colaboram para a geração de maior desenvolvimento humano na comunidade.

Desta forma, constatamos que mais do que um trabalho técnico de educação preventiva de saúde, Silva desempenha um trabalho social que inspira o espírito cívico local. Analisando a biografia da agente de saúde e suas leituras da vida, observamos que Silva (2015) não suporta violência e sofrimento, pois foi vítima destes. Incentiva a busca pelo conhecimento, através do estudo, e a paz local, porque ambos os sonhos lhe foram negados na infância. Ao contrário de reproduzir o que sofreu, ela busca mudar a realidade das crianças

da comunidade, através das quais se enxerga, relembrando o passado. Em outras palavras, ela mediatiza laços sociais, e fomenta o espírito cívico local para que as crianças e a comunidade possam se desenvolver em meio a um clima saudável, como indicaram os estudos de Putnam (2000) e Coleman (2001).

Ativismo-folk desportivo em nome da inclusão social

Era 1998, quando a casa de uma família residente de área de risco no bairro do Distrito Industrial, em João Pessoa, foi atingida pelo desmoronamento de uma barreira. Na hora do acontecimento, estavam no domicílio uma criança de quatro anos, outra de nove e os pais delas. Ninguém sofreu ferimentos. Só susto. O risco de morte sofrido fez, contudo, com que a família migrasse, às pressas, para a comunidade do Cafofo. Esta fica localizada no bairro da Torre, ladeada à Comunidade Padre Hildon Bandeira, na capital paraibana. E, foi assim, com seus pais, à época, desempregados, em busca de construir uma casa com teto de lona e chão; nada mais do que isso; que Júlio César da Silva, com seus nove anos de idade, foi parar na localidade, onde até hoje habita.

Relembrando sua história de vida, o ativista folk, com agora 29 anos, afirma que, não fosse os fatos terem se desenvolvido desta forma, ele talvez não fosse quem se tornou. Isso porque, foi andando pelas vizinhanças do Cafofo, que conheceu aos 14 anos um projeto voluntário de capoeira que ocorria na comunidade Padre Hildon Bandeira. Neste projeto, professores ligados ao Grupo Axé Capoeira, que tem sua sede no Recife e filiais por todo o país, desde 1982, ofertavam ensino gratuito do esporte em comunidades populares e a localidade analisada no presente estudo era uma das contempladas.

Impulsionado, então, pelo desejo de aprender a se defender nas brigas que ocorriam entre os adolescentes das comunidades Padre Hildon Bandeira e Cafofo, o adolescente, à época, que ganhou de seu primeiro professor o codinome de Júlio Ratinho, referência à ligeireza dos seus passos de capoeira, que se assemelha à rapidez de um roedor, logo percebeu que, com o esporte, tinha oportunidade de viver experiências, que, devido ao seu baixo poder aquisitivo, eram consideradas impossíveis. Fez viagens interestaduais com o Grupo Axé Capoeira, aprendeu um pouco de outros idiomas (inglês e espanhol), conheceu em campeonatos e encontros proporcionados pelo seu Grupo brasileiros de diferentes estados e estrangeiros ligados a outros grupos de capoeira no exterior, com quem mantém contato e

amizade, através de redes sociais e aplicativos, como o falecido Orkut, e atualmente o *Facebook* e o *Whatsapp*.

Tentando retribuir, então, a oportunidade de desenvolvimento humano de que desfrutou, a partir do compartilhamento de Capital Humano de ativistas-folk anteriores, Júlio Ratinho deu continuidade ao projeto desportivo na comunidade Padre Hildon Bandeira e faz uma década que é professor do esporte e organizador do projeto no local, uma vez que seus antigos mestres tiveram de deixar de ofertar as aulas gratuitas. Sobre sua permanência há tanto tempo no projeto social, ele revela: “eu acho que fiquei por eu ser de comunidade, por eu acreditar que fiz parte desse trabalho, que eu resolvi levar isso comigo, né? Ajudar as crianças.”

Desta forma, o ativista-folk revela que o forte sentimento de pertencimento à comunidade, o carinho e o zelo que sente pelas crianças e adolescentes do seu espaço, que forma o espírito de “nosso lugar”, bem como de gratidão, o impulsiona a querer compartilhar o seu Capital Humano (conhecimento), transformando-o em Capital Social. Este, como mencionamos anteriormente, faz referência ao *ethos* comunitário de estar junto, se ajudando, se comprometendo um com outro, se articulando para que todos se desenvolvam coletivamente num trabalho cívico, mesmo que lúdico, de busca por democratização social, através da criação de oportunidades outrora inexistentes.

Assim, Júlio Ratinho, depois que sai do trabalho que desempenha como consultor de vendas em empresa privada, ministra todas as quartas-feiras, das 19h30 às 21h, e sábados de 16h30 às 18h, aulas de capoeira para 15 crianças e adolescentes das comunidades Padre Hildon Bandeira e circunvizinhas. As aulas são realizadas no espaço físico da Associação de Moradores da Comunidade Padre Hildon Bandeira, que é disponibilizado também de forma gratuita. Esporadicamente, os treinos também ocorrem nos domingos.

Através do papel de agente político e social que exerce em sala de aula, colabora para o desenvolvimento pessoal, bem como para a fomentação do espírito comunitário e solidário entre os jovens. Neste sentido, ele afirma, que por não ter apoio político para dar prosseguimento ao projeto, conta com a ajuda mútua entre os próprios alunos para que as vestimentas e os instrumentos musicais sejam ofertados a todos os participantes.

Eu tenho alunos que treinam comigo que trabalham e no momento que eu preciso de uma coisa assim que quero ajudar um aluno, eu digo: ei, gente, eu

quero ajudar um aluno aí, vamo ver aí quanto é o valor aí pra comprar um uniforme pra ele, vamo rachar aí. Então eu vou e pego o meu, pego o de um aluno, pego de outro, chego no dia e digo “oh, toma aí teu uniforme”. Então isso aí é a união (RATINHO, 2016).

No projeto social desenvolvido por Ratinho, os alunos solidificam o grupo social de convivência cotidiana e virtual- através das redes online- bem como desenvolvem, na autopedagogia do estar junto, aptidões para a proatividade, para a comunicação dialógica e horizontal, para a reflexão sobre o esporte e outras questões da comunidade, para a colaboração, para a reciprocidade, para exercício do amor para com o próximo.

Considerações finais

Através das análises dos dados e discussão dos três folk-ativistas, Luís Paulo Araújo, Júlio César da Silva e Giselda Lima da Silva, podemos constatar que suas estratégias comunicativas e políticas colaboram para o estabelecimento de normas sociais positivas, como de segurança, de confiança e de fortalecimento do *ethos* comunitário; bem como com relações de reciprocidade e solidariedade, seja através da promoção de projetos desportivo ou de saúde, seja através de mediações políticas organizadas pelo diretor financeiro da Associação de Moradores Local. Constatamos também que a nutrição de redes de relações cotidianas e do grau de civismo da sociedade local ocorrem em graus distintos. Enquanto Júlio César e Giselda Lima da Silva são ativistas que promovem redes de comunicação fechadas, envoltas por princípios de participação, autonomia e solidariedade; Luís Paulo Araújo parece não estimular a voz dos atores comunitários, desempenhando, assim, papel de gestor representativo, numa democracia local tão menos direta, quanto menos compartilhamento de falas e visões de mundo na comunidade for realizado. Identificamos também que favores individuais concedidos a este gestor por parte de Governos Municipal e Estadual comprometem a autonomia da Associação de Moradores, enquanto único órgão oficial de luta política local.

Neste sentido, destacamos que as estratégias políticas realizadas por Luís Paulo Araújo compreendem o uso da comunicação vertical em redes abertas, o que não colabora muito para o compartilhamento do Capital Humano e Social que o ativista possui para a comunidade; ainda que traga benefícios para o local, a partir do alto grau de articulação com os poderes públicos que construiu. Já Júlio César e Giselda Lima da Silva se utilizam de

comunicação dialógica e em grande medida horizontal, em redes fechadas, para desenvolverem falas pedagógicas fortalecedoras do Capital Social comunitário e dos Capitais Humanos.

Convém ressaltar ainda que Júlio César, talvez pela razão de ser jovem, é o único ativista a fomentar redes de relações online. Por meio de grupos no *Whatsapp* e no *Facebook*, ele alimenta o diálogo e a amizade entre a turma de capoeira local, bem como estabelece pontes de contato entre esta e outras pessoas vinculadas ao esporte no Brasil e também em outros países do mundo. Luís Paulo Araújo possui igualmente conta no *Facebook*, onde divulga os benefícios trazidos para a comunidade e as parcerias que estabelece. Mas, diferentemente de Júlio Ratinho, o uso destas ferramentas virtuais por esse tem finalidade essencialmente individual. Constatamos ainda, com o estudo, que apesar de conhecerem os trabalhos uns dos outros e desfrutarem de boas relações, bem como fomentarem princípios positivos, de solidariedade e confiança, na comunidade, configurando-a como local abençoado a que Putnam (2000) e Coleman (2001) se referiram; os ativistas-folk analisados não estabelecem articulações que liguem os projetos sociais, de forma a multiplicar oportunidades e fortalecer as redes de relações *in loco*. Isto é uma falha de estratégias política e comunicativa, evidenciada nas falas daqueles, para o Desenvolvimento Local, em sua perspectiva de entendimento inclusivo e cidadão. Na tabela abaixo, podemos visualizar de forma resumida a conclusão deste trabalho. Por conter os três tipos de Capital Social categorizados por Putnam (2000) e Coleman (2001), a tabela conclusiva mostra visualmente como e em que medida cada ativista-folk agiu utilizando as redes de comunicação local para a promoção de normas sociais positivas e relações de reciprocidade na comunidade Padre Hildon Bandeira. Também exhibe qual tipo de Capital Humano cada ativista-folk possui e como este colabora ou não para a configuração do Desenvolvimento Local.

Figura 1: Tabela de Conclusão da pesquisa

ATIVISTAS-FOLK	TIPOS DE CAPITAL SOCIAL			CAPITAL HUMANO E SOCIAL GERADOS
	Comunicação	Normas Sociais	Relações de Reciprocidade	Conhecimentos/Sonhos/Redes Sociais
Nomes				

Luís Paulo Araújo	Comunicação comunitária: autoritária e vertical em redes abertas;	Estabelece normas de segurança e solidariedade.	Exerce cargo político pela confiança local depositada nele.	Traz benefícios físicos para a comunidade, promovendo bem-estar social necessário para a qualidade de vida do grupo. Não estimula a participação cidadã.
Júlio César Silva	Promove comunicação dialógica, horizontal e permanente, através de canais presenciais e virtuais em redes fechadas e fortes.	Estabelece normas de solidariedade, reciprocidade, colaboração, disciplina e foco desportivo.	A reciprocidade foi o que motivou este ativista folk a dar continuidade ao Projeto que fez dele a pessoa que é.	Fomenta conhecimentos desportivos e planos de vida, bem como estabelece redes sociais com seus alunos. Estimula a cidadania.
Giselda Lima da Silva	Promove comunicação grupal, dialógica e horizontal em redes fechadas de articulação forte.	Estabelece normas de segurança e convivência harmoniosa; bem como faz acordos com a população local no cuidado com a saúde.	Endossa para a população local a oportunidade de viver o que lhe foi negado. Prima pela oportunidade de estudo e pela paz familiar das crianças da comunidade.	Promove conhecimentos acerca do cuidado com a saúde e fomenta a paz local, através do fortalecimento de princípios positivos nas redes comunitárias. Estimula a cidadania.

Fonte: da autora, 2016.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Luís Paulo. **Ativista-folk entrevistado durante a pesquisa**, 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual..** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

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

COLEMAN, James Samuel. Capital social y creación de capital humano. In: HERREROS, F. FRANCISCO, A. de (Org.). **Capital Social**, 2001.

FRANCO, Augusto de. **Porque precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável**. Brasília: Instituto de Política Millennium, 2000.

FREYRE, Gilberto. **Rurbanização**: que é? Fundação Joaquim Nabuco. Editora Massangana. Recife: 1982.

JARA, Carlos Júlio. **Capital social**: construindo redes de confiança e solidariedade. Instituto Iberoamericano de Cooperação para a Agricultura, 1999.

LUCENA, Severino Alves de, FREIRE BEZERRA, Juliana, AMORIM, Maria do Carmo. Comunicação e desenvolvimento local: folk-ativismo nos movimentos sociais. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Ponta Grossa-PR. Volume 12, nº 26, p. 154-169, setembro de 2014.

MACIEL, Betânia. Folkcomunicação e desenvolvimento local. In.: LOPES FILHO, Boanerges Balbino (org.) **Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012.

OLIVEIRA, Francisco de. **Aproximações ao enigma**: o que quer dizer desenvolvimento local? São Paulo: Pólis, Programa de Gestão Pública e Cidadania/ EAESP/FGV, 2001.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos Movimentos Populares**: A participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

PUTNAM, Robert David. La comunidade próspera. El capital social e la vida pública. In: LEDESMA, M.P. (Org.) **Ciudadanía y democracia**. Madrid: Editora Pablo Iglesias, 2000.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre; SILVEIRINHA, Maria João et. al. **Comunicação e cultura das minorias**. 2ª Ed. Paulus, São Paulo 2009.

RATINHO, Júlio César (Júlio César Silva). **Ativista-folk entrevistado durante a pesquisa**, 2016.

SILVA, Giselda Lima. **Ativista-folk entrevistada durante a pesquisa**, 2015.

SOUSA SANTOS, Boaventura. **Produzir para viver**: os caminhos da produção não capitalista. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

_____. **A globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortez Editora, 2005.

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

RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 16, Número 37, p.256-272, Julho/Dezembro
2018

WOITOWICZ, Karina Janz: Ativismo (folk) midiático e estratégias de luta na Marcha das Vadias: recortes da ação política nas ruas e nas redes. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Ponta Grossa-PR. Volume 12, nº 26, p. 94-108, setembro de 2014.

Submetido em: 12/04/2018

Aceito em: 07/05/2018

Cultura popular no webjornalismo do Amapá: as representações da Festa de São Tiago¹

Cintia Xavier²

Larissa Cantuária Lucena³

RESUMO

A partir da discussão teórica relacionada aos conceitos de Folkcomunicação, o presente artigo pretende descrever como os atores envolvidos com a Festa de São Tiago, no Amapá, são representados no webjornalismo local. A tradição de celebrar o festejo foi trazida da África para a vila de Mazagão Velho, no século XVIII, mantendo-se no espaço temporal pelas narrativas orais. Para fazer a observação, o trabalho utilizou o percurso metodológico baseado na categorização das fontes de notícias – especialista, referência, testemunhal, institucional, notável, empresarial, oficial e popular – nos sites G1 Amapá e SelesNafes.com, durante julho de 2017. Contudo, embora os rituais e a história da festa sejam marcados pela intensa presença da cultura popular, houve a predominância de fontes oficiais no levantamento de 20 publicações verificadas.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Festa de São Tiago; Webjornalismo.

Popular culture in Amapá webjournalism: the representations of the Festa de São Tiago

ABSTRACT

From the theoretical discussion related to the concepts of Folkcommunication, the present article intends to describe how the actors involved with the Festa de São Tiago, in Amapá, are represented in the local webjournalism. The tradition of celebrating the feast was brought from Africa to the village of Mazagão Velho in the eighteenth century, keeping in the temporal

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Doutora em Ciências da Comunicação (Unisinos). Pesquisa assuntos relacionados a teorias do jornalismo, agendamento temático, documentário e ética. É professora vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UEPG). E-mail: cintia_xavierpg@yahoo.com.br

³ Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Amapá. Mestranda em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, com bolsa Capes. E-mail: larissacantuaria8@gmail.com.

space by oral narratives. In order to make the observation, the work used the methodological route based on the categorization of news sources – specialist, reference, testimonial, institutional, notable, corporate, official and popular – in the G1 Amapá and SelesNafes.com sites, during July 2017. However, although the rituals and the history of the festival are marked by the intense presence of popular culture, there were predominant official sources in the survey of 20 verified publications.

KEY-WORDS

Folkcommunication; Festa de São Tiago; Webjournalism.

Introdução

As manifestações culturais se expressam a partir de signos, símbolos, ícones e estão presentes nas crenças, danças, musicalidade, religiosidade, culinária, oralidade, produções artísticas e festas. Neste contexto, com o objetivo de estudar os procedimentos comunicacionais das manifestações da cultura popular ou folclore, surge a Folkcomunicação, primeira teoria da comunicação genuinamente brasileira.

As investigações iniciais em Folkcomunicação foram realizadas por Luiz Beltrão (2004), na década de 1960. Em suas pesquisas empíricas no interior do Nordeste, o autor identificou a preocupação de estudarmos os grupos marginalizados e seus processos de comunicação e, diferentemente da atenção dada aos meios massivos, devemos focar e aprofundar os processos que estão direcionados a um mundo que faz a vinculação estreita entre folclore e comunicação popular.

Assim sendo, os seguidores de Beltrão procuraram ampliar a definição de Folkcomunicação. Passou-se, então, a considerar que as manifestações da cultura popular “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” (HOHLFELDT, 2002, p. 52).

Portanto, destacamos a Festa de São Tiago, considerada a maior manifestação cultural e religiosa da vila de Mazagão Velho⁴, no Amapá. A devoção ao guerreiro Tiago foi trazida, no século XVIII, pelas famílias portuguesas transferidas do continente africano para região amazônica, após os confrontos político-religiosos contra os muçulmanos.

⁴ A vila de Mazagão Velho está localizada a 30 quilômetros de Mazagão Novo, sede do município de Mazagão, e distante a 70 quilômetros de Macapá, capital do Amapá.

O festejo acontece de 16 a 28 de julho, com ponto alto no Dia de São Tiago, 25 de julho. Mesmo possuindo uma forte expressão de fé e comoção, o evento não está associado somente à religião. Além da novena, ladainha, missa e procissão, também tem atividades profanas, com bailes dançantes, shows e arraiais.

Segundo Marlon Pastana (2017, p. 60), em Mazagão Velho, a Festa de São Tiago tem um papel social essencial: “faz parte do cotidiano dos moradores. Sendo que os rituais e a história da festividade passam de geração a geração através de um processo de oralidade, presente mesmo nos dias atuais”. Atualmente, o evento é organizado pela Associação Cultural da Festa de São Tiago, em parceria com a Diocese de Macapá, tendo apoio da Prefeitura Municipal de Mazagão e do Governo do Estado do Amapá.

Com base nisso, o presente artigo pretende descrever como os atores envolvidos com a Festa de São Tiago são representados no webjornalismo amapaense. Para fazer a referida identificação, nos baseamos na sistematização das fontes de notícias categorizadas por Schmitz (2011) – especialista, referência, testemunhal, institucional, notável, empresarial, oficial e popular – para observar os sites G1 Amapá⁵ e SelesNafes.com⁶, escolhidos por serem os veículos online mais antigos em atividade no estado.

O portal G1, que engloba as plataformas do Globo.com, instalou-se no Amapá em julho de 2013. O site reúne o catálogo de vídeos veiculados ao G1 em 1 Minuto, G1 na Rede, além do Bom Dia Amazônia e das primeiras e segundas edições do Jornal do Amapá. Também disponibiliza na home page os links de acesso para os programas de entretenimentos da Rede Amazônica (conglomerado de mídia que retransmite o sinal da TV Globo no estado), páginas institucionais do grupo e GloboEsporte.com local. Não há divisão por editoriais.

Já o SelesNafes.com, criado pelo jornalista Seles Nafes, foi lançado em dezembro de 2013. O webjornal é dividido em oito editoriais (Amapá, Política, Política e Economia, SNTV, Turismo, Beleza, Cultura e Interessante). O veículo tem apoio para produções audiovisuais da produtora Bureau Amazônia, que presta serviços para propagandas comerciais, institucionais e políticas.

No artigo, o recorte abrange de 1º a 31 julho de 2017, em razão da festa acontecer na segunda quinzena desse mês, levantando um total de 20 publicações (10 conteúdos em cada

⁵ Endereço eletrônico: <<http://g1.globo.com/ap/amapa/>>. Acesso em 27 de setembro de 2018.

⁶ Endereço eletrônico: <<https://selesnafes.com/>>. Acesso em 27 de setembro de 2018.

site). Com o objetivo de atingir as finalidades da pesquisa, também foi realizado o levantamento bibliográfico sobre a Teoria da Folkcomunicação (LUCENA FILHO, 2007; SCHMIDT, 2011, 2012, MARQUES DE MELO, 2008; BELTRÃO, 2004; TRIGUEIRO, 2001, 2005, 2006; HOHLFELDT, 2002).

Portanto, para melhor compreensão, a estrutura do trabalho foi dividida em três momentos. Primeiramente, irá apresentar sobre cultura popular e Folkcomunicação. O tópico seguinte mostrará acerca da Festa de São Tiago, bem como a origem e a programação do evento. E, para finalizar, será abordada a representação da festividade no webjornalismo amapaense, constando a análise e interpretação dos 24 definidores de fonte encontrados durante o período de 31 dias.

Cultura popular e Folkcomunicação

A cultura popular é caracterizada pelas crenças, tradições, musicalidade, literatura, folclore, religiosidade e demais costumes relacionados aos grupos marginalizados. Lucena Filho (2007) explana que as manifestações contra-hegemônicas buscam amparar o lado emocional através das criações e representações que trazem nostalgia de um tempo idealizado.

A partir desta perspectiva, compreende-se que Folkcomunicação⁷ é o processo de intermediação entre a cultura de massa e a cultura popular, “protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 25).

São considerados os diversos formatos de expressão popular que fazem a transmissão de valores e sentimentos como mídias próprias ao público, assim como os inúmeros formatos e mensagens que apresentam essas significações. “A cultura é a grande tela onde estão configuradas essas maneiras de exibir os conteúdos produzidos no cotidiano de cada grupo, de acordo com as suas necessidades materiais e imateriais” (SCHMIDT, 2012, p. 121).

Luiz Beltrão (2004), ao pesquisar os fenômenos comunicacionais na década de 1960, batizado por ele de Folkcomunicação, verificou que as camadas marginalizadas possuem

⁷ É válido pontuar que, atualmente, os estudos em Folkcomunicação aproximam-se com a teoria das mediações culturais (Jesús Martín-Barbero) e o conceito de hibridização cultural (Néstor García Canclini).

formas próprias de se expressarem e de conceberem o mundo e, por isso, seu cotidiano compõe uma grande arena que dialoga com a comunicação contra-hegemônica. Com base nisso, o autor se preocupou em relação aos processos que esses homens criam e estabelecem para se comunicar e manifestar valores, ideias e atitudes.

O discurso folclórico, em toda a sua complexidade, não abrange apenas a palavra, mas, também, meios comportamentais e expressões não-verbais e até mitos e ritos, que vindos de um passado longínquo, assumem significados novos e atuais, graças a dinâmica da Folkcomunicação. (BELTRÃO, 2004, p. 72)

Em suas pesquisas, Beltrão (2004) identificou a figura do líder de opinião, denominando-o de comunicador de folk. Ainda que o líder de opinião tenha maior acesso a outras fontes de informação e contato com diferentes grupos, este continua vinculado às suas referências culturais locais, sendo capaz de expressar e traduzir as mensagens a partir de uma linguagem adequada e acessível para os seus receptores. Ele nem sempre é uma autoridade reconhecida, mas possui carisma e alcança uma posição de conselheiro ou orientador da audiência.

Com os novos formatos da sociedade contemporânea, Osvaldo Trigueiro (2006) apresenta a definição de ativista midiático como substituto do comunicador de folk. Ele emerge nas redes de comunicação cotidiana, as chamadas folkmidiáticas, como sujeito que, além de ganhar uma condição de visibilidade, age motivado pelos seus interesses e do grupo social ao qual pertence.

No mundo globalizado, discorre Trigueiro (2006, p. 5), “não há espaços para antagonismo entre as culturas locais e as globais. O que existe são diferenças entre as duas esferas, movimentos de reconfigurações de uma nova realidade como consequência dos avanços das novas tecnologias das telecomunicações”. Atualmente, prevalece a atuação dos ativistas midiáticos como encadeadores de modificações e inovações para o consumo dos bens simbólicos e materiais nas redes de comunicação cotidianas dos grupos populares.

Neste sentido, Lucena Filho (2007) também apresenta uma nova abrangência aos estudos em Folkcomunicação: o Folkmarketing, tendo referências conceituais e ferramentas da comunicação mercadológica e do marketing. Segundo ele, as festas populares se

convertem em conteúdo midiático de natureza mercadológica e institucional, via apropriação do universo simbólico da festividade, como estratégia comercial das organizações que são parceiras/gestoras e patrocinadoras.

Antonio Hohlfeldt (2002) complementa que o contexto social mudou, mas manifestações continuam existindo, só que agora elas se apresentam mais complexas. Ao contrário das previsões de que iria ocorrer o esgotamento gradativo das pesquisas em Folkcomunicação, trata-se de um campo de estudos que vem sendo reforçado e atualizado continuamente. Por isso, cabe aos pesquisadores da comunicação em objetivar a definição de campo e, ao mesmo tempo, lutar para que a denominação de Folkcomunicação se afirme de maneira menos ambígua no meio acadêmico.

Festa de São Tiago: do sagrado ao profano

Origem

Antes, porém, de discorrermos sobre a origem da Festa de São Tiago, é necessário abordarmos brevemente acerca da fundação da vila de Mazagão Velho, no Amapá. Segundo Ione Cabral, Tatiane Cardoso e Roberto Pena (2012), no século XVIII, a cidade denominada Mazagão estava localizada no território marroquino e, assim como o Brasil, era colônia de Portugal. Mas, em decorrência dos conflitos político-religiosos entre portugueses (cristãos) e muçulmanos (mourous), o rei de Portugal, Dom José I, decidiu transferir a cidade do continente africano para a região amazônica.

Portanto, em 23 de janeiro de 1770, as 160 famílias – aproximadamente 1.022 pessoas entre colonos portugueses e escravos – chegaram às margens do rio Mutuacá, no sul do Amapá, após uma longa viagem de barco com breve passagem por Belém (PA).

A transferência dessas famílias para a Amazônia foi uma verdadeira odisséia devido ao abandono por parte do rei. Medo e sofrimentos como dores físicas e psicológicas em todos os sentidos, a cidade está vazia e as péssimas condições que enfrentaram os mazaganenses desde a saída para Lisboa, até a chegada ao Novo Mundo. (PASTANA 2017, p. 57)

À vista disso, sete anos depois a imigração forçada para a vila de Nova Mazagão (hoje, Mazagão Velho), dava-se início às celebrações dos santos Tiago e Jorge, como uma maneira de manter viva a tradição dos ancestrais que ficaram do outro lado do Oceano Atlântico e que também cultivavam a devoção ao guerreiro Tiago. Em Portugal, Marrocos e Mauritânia, também se reproduziam, através de um palco a céu aberto, a representação das batalhas religiosas ocorridas na África entre mouros e cristãos. De acordo com os relatos dos moradores locais descritos por Ione Cabral, Tatiane Cardoso e Roberto Pena (2012),

A festa de São Tiago tem sua origem na lenda que conta o aparecimento do missionário Tiago como soldado anônimo que lutou historicamente contra os mouros. Desde a conquista das terras africanas, os lusitanos, católicos fervorosos, tentaram converter os muçulmanos ao cristianismo e a aceitar a fé em Cristo e o batismo de sua religião. Isso provocou descontentamento nos seguidores de Maomé que, mais tarde, declarariam guerra contra os cristãos que eram liderados, na época, por Tiago e Jorge. (CABRAL; CARDOSO; PENA, 2012, p. 13)

Neste contexto, trazemos o conceito de tradução cultural de Stuart Hall (2011), que descreve aquelas formações de identidade compostas por pessoas que foram afastadas de suas fronteiras naturais e que, embora permaneçam os fortes vínculos com os lugares de origem e suas tradições, elas não têm a ilusão de um retorno ao passado. Ocorre, então, uma negociação com as novas culturas, mas sem perder totalmente suas identidades.

Dessa forma, “mesmo invadida por turistas e da presença de forças inovadoras, a festa não perdeu, ou perde pouco, de sua antiga qualidade e de seus aspectos mais tradicionais” (PASTANA, 2017, p. 61), sendo mantida através do tempo e do espaço por um processo de narrativas orais, mas com novos significados e relações sociais. Atualmente, o evento é organizado pela Associação Cultural da Festa de São Tiago, em parceria com a Diocese de Macapá, tendo apoio da Prefeitura Municipal de Mazagão e do Governo do Estado do Amapá.

Programação

A Festa de São Tiago mistura cavalhada⁸, sincretismo religioso e teatro, no período de 16 a 28 de julho. O ponto alto na programação do evento acontece no Dia de São Tiago, em 25 de julho, com missa campal, círio e encenação teatral da guerra entre mouros e cristãos. “Os preparativos para a Festa de São Tiago consomem algumas semanas e essa preparação envolve todos os moradores, os quais são os protagonistas da festa” (PASTANA, 2017, p. 62).

Figura 1 – Encenação teatral da batalha entre mouros e cristãos



Fonte: G1 Amapá

Anualmente, um cavaleiro diferente tem a responsabilidade de representar São Tiago durante a festividade. A escolha acontece através de sorteio realizado no ano anterior, em 15 de agosto, Dia de Nossa Senhora da Assunção, padroeira de Mazagão. No sorteio, também são escolhidas as figuras de São Jorge, Atalaia e Menino Caldeirinha⁹.

Marlon Pastana (2017) afirma que a Festa de São Tiago, como a maioria das manifestações populares no Brasil, é composta pelo lado sagrado, que engloba novenas,

⁸ A cavalhada representa a luta entre os cavaleiros armados de lanças e espadas.

⁹ Segundo a epopeia, Atalaia foi o espião enviado pelos cristãos para as trincheiras Mouras; enquanto que o Menino Caldeirinha, apesar de ainda ser criança, assumiu a liderança dos Mouros após o falecimento do seu pai, o rei Caldeira.

ladainhas, missas e procissões; e pelo lado profano, que se dá nos bailes dançantes, shows e arraiais. Cabe lembrar que as festas religiosas e profanas remetem às influências históricas do período colonial, tornando-se os principais elementos para o desenvolvimento do comércio regional e local, com saberes presentes também no artesanato e na culinária (LUCENA FILHO, 2007).

Figura 2 – Procissão de São Tiago



Fonte: SelesNafes.com

Na visão de Cristina Schmidt (2011, p. 37), o período de toda a preparação e execução de um festejo religioso ultrapassa as relações cotidianas, principalmente, dos grupos religiosos e devotos, no qual “os rituais são muito importantes na composição de suas vidas, tem sentido valorativo pessoal e coletivo, mas também um significado sobre-humano, pois nessas ocasiões o povo penetra no reino utópico da universalidade, liberdade, igualdade e abundância”.

Representação da Festa de São Tiago no webjornalismo

O artigo pretende descrever de que forma os atores envolvidos com a Festa de São Tiago são representados no webjornalismo do Amapá. Para fazer a referida identificação, nos baseamos na sistematização das fontes de notícias categorizadas por Schmitz (2011): especialista, referência, testemunhal, institucional, notável, empresarial, oficial e popular. O quadro a seguir demonstra o conceito de cada classificação:

Quadro 1 – Classificação das fontes

Oficial	Alguém em função ou cargo público que se pronuncia por órgãos mantidos pelo Estado e preservam os poderes constituídos (executivo, legislativo e judiciário).
Empresarial	Representa uma corporação empresarial da indústria, comércio, serviços ou do agronegócio.
Institucional	É quem representa uma organização sem fins lucrativos ou grupo social.
Popular	Manifesta-se por si mesmo, geralmente, que não fala por uma organização ou grupo social.
Notável	São pessoas notáveis pelo seu talento ou fama, geralmente artistas, escritores, esportistas, profissionais liberais, personalidades políticas, que falam de si e de seu ofício.
Testemunhal	Funciona como álibi para a imprensa, pois representa aquilo que viu ou ouviu, como partícipe ou observadora.
Especializada	Trata-se de pessoa de notório saber específico (especialista, perito, intelectual) ou organização detentora de um conhecimento reconhecido.
Referência	Aplica-se à bibliografia, documento ou mídia que o jornalista consulta.

Fonte: Schmitz (2011).

Portanto, no período de 1º a 31 de julho de 2017, levantamos 20 conteúdos que se referem direta ou indiretamente à Festa de São Tiago, sendo 10 do portal G1 Amapá e 10 do SelesNafes.com. Destes, segundo as tipologias de Schmitz (2011), 17 apresentam um ou mais definidor como fonte, totalizando 24 definidores. Assim, nos sites analisados durante a cobertura do evento, constatamos a presença das classificações “institucional”, “oficial” e “popular”.

Tabela 1 – Classificação dos definidores na cobertura da Festa de São Tiago de acordo com os sites analisados

TIPOS	G1 AMAPA	SELESNAFES.COM	TOTAL
-------	----------	----------------	-------

Especialista	-	-	-
Referência	-	-	-
Testemunhal	-	-	-
Institucional	1	1	2
Notável	-	-	-
Empresarial	-	-	-
Oficial	8	7	15
Popular	4	3	7
TOTAL	13	11	24

Fonte: elaborado pelas autoras.

Os conteúdos estudados sobre a cobertura do evento permitiram ponderar alguns aspectos pertinentes à utilização de fontes jornalísticas. Conforme observado na tabela acima, o definidor “oficial” aparece com mais frequência. Essa categoria é a preferida da mídia, mas, embora possa falsear a realidade para preservar seus interesses ou do grupo político aliado (SCHMITZ, 2011), avaliamos que as matérias não trouxeram investigação ou alguma informação complementar que confronte a declaração da fonte oficial.

Destacamos dois exemplos de matérias que se limitaram ao discurso político: “Peregrinação da imagem de São Tiago chega a Macapá; festa completa 240 anos”¹⁰ (G1 Amapá, 13 de julho de 2017) e “São Tiago: crescimento do público preocupa órgãos de segurança”¹¹ (SelesNafes.com, 14 de julho de 2017). O primeiro conteúdo aborda sobre o traslado das imagens dos santos Tiago e Jorge para o Palácio do Setentrião, sede do Governo do Amapá. O texto trouxe como entrevistados o chefe do Executivo, Waldez Góes, e o prefeito de Mazagão, Dudão Costa.

A matéria do SelesNafes.com trata sobre a quantidade de policiais militares e bombeiros que atuaram no esquema de segurança montado para a Festa de São Tiago. Para isso, entrevistou-se o secretário estadual de segurança pública, Ericláudio Alencar, e o diretor de Operações da Polícia Militar, tenente-coronel Wellington Nunes.

¹⁰ Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/peregrinacao-da-imagem-de-sao-tiago-chega-a-macapá-festa-completa-240-anos.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

¹¹ Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/sao-tiago-crescimento-do-publico-preocupa-orgaos-de-seguranca/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

O governador do Amapá também aparece na publicação “Encenação de batalha entre mouros e cristãos marca a Festa de São Tiago, no AP”¹² (G1 Amapá, 25 de julho de 2017), com a seguinte citação:

Devemos criar espaços novos para estacionamento, camping, e novos espaços para o turismo receptivo. Vamos fazer um projeto padrão [de financiamento] para cá, para cada morador aderir, e construir um kit-net ou apartamento na sua casa onde, no entanto, no período da festividade ele poderá alugar, gerando renda e fazendo com que os visitantes tenham mais contato com a cultura local. (G1 AMAPÁ, 2017)

O texto ainda diz que, para o ano seguinte, Waldez Góes assegurou a restauração e recuperação do material histórico de Mazagão Velho. Contudo, apesar de constar fontes “populares” na matéria, nenhuma estava como contraponto às promessas políticas para a comunidade local.

No período coletado, ainda encontramos duas matérias bem elucidativas para compreender como são incorporadas características contemporâneas aos valores tradicionais da celebração (PASTANA, 2017). O texto “Família expõe artes Maracá e Cunani na Festa de São Tiago”¹³ (SelesNafes.com, 25 de julho de 2017) mostra que, pela primeira vez, o evento recebia uma estrutura organizada para a comercialização de artesanato local, montada pelo Governo do Estado.

A matéria “Sem filas, turistas aproveitam ponte sobre o rio Matapi para conhecer Festa de São Tiago, no AP”¹⁴ (G1 Amapá, 25 de julho de 2017) expõe que o acesso ao município era realizado por balsas. Assim, a inauguração da ponte da Integração Washington Elias dos Santos, sobre o rio Matapi, trouxe o aumento turístico para a celebração.

Neste contexto, observamos que a festa está incluída no processo de mercantilização do bem cultural. O poder público e as empresas montam uma estrutura com shows, atrações, decoração, comercialização de artesanato e serviços de comidas e bebidas, buscando atrair mais visitantes à vila de Mazagão Velho. Flaviny Ribeiro (2013) elucida que essa transformação

¹² Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/encenacao-de-batalha-entre-mouros-e-cristaos-marca-a-festa-de-sao-tiago-no-ap.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

¹³ Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/familia-expoe-artes-maraca-e-cunani-na-festa-de-sao-tiago/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

¹⁴ Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/sem-filas-turistas-aproveitam-ponte-sobre-o-rio-matapi-para-conhecer-festa-de-sao-tiago-no-ap.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

das festas tradicionais em “megaeventos” é uma tendência que atende à demanda de novos hábitos de consumo, geração de renda, políticas culturais e estímulo ao turismo.

Para Trigueiro (2005), na atualidade de coexistência entre as culturas tradicionais e modernas, a modernização não vai acabar com a cultura popular, por ser até mesmo uma de suas estratégias. Então, para inserir-se no contexto da sociedade do consumo e midiática, são modificados os processos de apropriação e incorporação de novos pilares estéticos populares.

É como se existissem duas festas, uma dentro da outra, ou seja, a festa central institucionalizada, de interesse econômico dos megagrupos empresariais, políticos e até religiosos, e a outra periférica, que continua sendo organizada através da mobilização da comunidade, pelas fortes redes sociais de comunicação, com a finalidade alegórica de rompimento com o cotidiano e com o mundo normativo estabelecido. Ou seja, a celebração para “quebrar a rotina”, em tempo de festa nos diferentes instantes da comunidade e outra no tempo do espetáculo organizado para consumo global. (TRIGUEIRO, 2005, p. 4)

Dessa maneira, ao se associar com os produtos culturais criados pelos grupos econômicos e o poder público, a cultura popular e o folclore deixam de ser elementos locais e passam a integrar um processo cultural cíclico. Sendo assim, a manifestação popular já não pertence apenas aos seus protagonistas, uma vez que outros grupos utilizam desta para se promoverem na folkmidias.

Retomando aos sites amapaenses, observamos três matérias sem fontes: “Linhas metropolitanas levarão público até festa de São Tiago”¹⁵ (SelesNafes.com, 16 de julho de 2017), “FOTOS: Festa de São Tiago bate recorde de público”¹⁶ (SelesNafes.com, 26 de julho de 2017) e “Festa de São Tiago completa 240 anos em Mazagão; FOTOS” (G1 Amapá, 25 de julho)¹⁷. A última publicação dedica-se somente a fotos. Mas cabe lembrar que, devido à importância histórico-cultural, faz-se necessário o tipo de fonte “especialista” e “referência” para esclarecer sobre a origem e o significado da festividade.

Questiona-se, ainda, a falta de visibilidade dos atores envolvidos com o evento. Com exceção das duas entrevistas concedidas pelo presidente da Associação Cultural da Festa de

¹⁵ Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/linhas-metropolitanas-levarao-publico-ate-festa-de-sao-tiago/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

¹⁶ Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/fotos-festa-de-sao-tiago-bate-recorde-de-publico/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

¹⁷ Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/festa-de-sao-tiago-completa-240-anos-em-mazagao-fotos.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

São Tiago, Elton Jacarandá, a cobertura não deu voz aos outros personagens que participaram da organização, como os moradores que encenaram a batalha entre mouros e cristãos e as famílias que coordenam as ladainhas nas suas residências. As fontes “populares” apareceram apenas como espectadores da celebração.

Ao notar a maciça presença do poder público no conteúdo da web – tendo, inclusive, mais destaque do que os mazaganenses –, retomamos ao conceito de Folkmarketing (LUCENA FILHO, 2007). Logo, percebemos uma apropriação de caráter político na Festa de São Tiago, com objetivos comunicacionais que buscam visibilizar produtos e serviços para seus públicos-alvo.

Entretanto, “é importante que os profissionais da mídia saibam lidar com as expressões populares para que não modifiquem o real significado das culturas. Para muitos, a mídia precisa ouvir e aprender com os mestres detentores da cultura popular” (MACIEL; DA SILVA, 2013, p. 48). Mais importante do que o apoio político e o aumento do turismo na segunda quinzena de julho, está a representação da Festa de São Tiago enquanto preservação da cultura e da identidade na comunidade de Mazagão Velho.

Mas, para além do “apagamento” dos sujeitos e da politização no qual a celebração é demonstrada no webjornalismo, temos um processo de resistência cultural. As análises de Trigueiro (2001) sobre a televisão também são válidas para os meios de comunicação no meio online:

Assim como no passado, em que instituições poderosas não conseguiram eliminar as culturas tradicionais, na atualidade, por mais intenso que seja o poder da televisão, esta não consegue suprimir os repertórios das culturas tradicionais que continuarão sendo transmitidos e praticados por atores sociais, já que é impossível impedir manifestações individuais e coletivas. (TRIGUEIRO, 2001, p. 141)

O autor ainda ressalta que a massificação cultural é um processo antigo, lembrando que das manifestações culturais arcaicas ao sol presentes na cultura popular/folclórica e agora representadas nos sistemas simbólicos atualizados multimidiaticamente. Como resultado desta apropriação, ele ressalta o Natal, o Carnaval e a Festa de São João, que são celebradas até hoje por vários povos.

Embora a Festa de São Tiago esteja entrelaçada a cultura de massas e na interferência do poder público, a incorporação de bens simbólicos modernos na manifestação tradicional não

elimina a cultura folk. No entanto, a transforma na forma e conteúdo e a insere no novo mercado de consumo midiático e do turismo.

Considerações finais

Após as pesquisas apresentadas por Luiz Beltrão (2004), na década de 1960, surgiram estudos dando novas abordagens para a definição de Folkcomunicação. Com as mudanças tecnológicas, verificou-se que a mídia passou a se apropriar da manifestação popular. Assim, observamos que, embora a dinâmica cultural tenha sido impactada com a popularização dos meios de comunicação, não houve um desaparecimento da cultura tradicional.

Em relação à Festa de São Tiago, que acontece na Vila de Mazagão Velho (AP), percebemos a inserção da manifestação cultural no webjornalismo amapaense. Com base nas tipologias definidas Schmitz (2011) – especialista, referência, testemunhal, institucional, notável, empresarial, oficial e popular –, levantamos um total de 24 definidores de fontes, nos portais G1 Amapá e SelesNafes.com, em julho de 2017.

No entanto, constatamos que os veículos online deram maior enfoque às fontes oficiais, não trazendo a voz da comunidade para abordar sobre a preparação e execução da festividade. Percebemos, então, que o aparecimento do poder público na cobertura da festividade está inserido no contexto do Folkmarketing (LUCENA FILHO, 2007, p. 88), no qual “grandes recursos são investidos pelas instituições públicas e privadas, que buscam alcançar maior evidência nos mercados locais, em especial, promovendo a dinamização no relacionamento com seus públicos e tentando conquistar sua credibilidade e simpatia”.

Por outro lado, apesar do surgimento de novos significados e relações sociais, o evento mantém seus aspectos tradicionais por meio das narrativas orais. Destarte, o valor histórico-cultural da Festa de São Tiago independe dos meios de comunicação e, assim sendo, a comunidade mazaganense busca continuar preservando sua identidade.

Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2004.

CABRAL, Ione; CARDOSO, Tatiane; PENA, Roberto. **Manifestação Religiosa da Igreja Católica: A Festa de São Tiago no Município de Mazagão Velho - AP**. 1. ed. Espanha: Málaga, 2012.

G1 AMAPÁ. **Peregrinação da imagem de São Tiago chega a Macapá; festa completa 240 anos.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/peregrinacao-da-imagem-de-sao-tiago-chega-a-macapa-festa-completa-240-anos.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

_____. **Encenação de batalha entre mouros e cristãos marca a Festa de São Tiago, no AP.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/encenacao-de-batalha-entre-mouros-e-cristaos-marca-a-festa-de-sao-tiago-no-ap.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

_____. **Sem filas, turistas aproveitam ponte sobre o rio Matapi para conhecer Festa de São Tiago, no AP.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/sem-filas-turistas-aproveitam-ponte-sobre-o-rio-matapi-para-conhecer-festa-de-sao-tiago-no-ap.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

_____. **Festa de São Tiago completa 240 anos em Mazagão; FOTOS.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/festa-de-sao-tiago-completa-240-anos-em-mazagao-fotos.ghtml>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HOHLFELDT, Antonio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Salvador - BA. **Anais.**

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **A festa junina em Campina Grande – PB: uma estratégia de folkmarketing.** João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007.

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

MACIEL, Betania; DA SILVA, Shirley. Folkcomunicação e modernidade: caminhos e perspectivas para o desenvolvimento local. In: **Cadernos de Graduação - Ciências Humanas e Sociais**, v. 1, n. 2, nov. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.set.edu.br/index.php/facipehumanas/article/view/1199/579>>. Acesso em: 29 jul. 2018.

_____. **Mídia e Cultura Popular: história, taxonomia e metodologia da folkcomunicação.** São Paulo: Paulus, 2008.

PASTANA, Marlon Assis. **Cultura, saberes e Educação: a festividade de São Tiago em Mazagão Velho na voz das crianças no Estado do Amapá, 136f.** Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade do Estado do Pará, Belém, 2017.

RIBEIRO, Flaviny. São João passou por aqui? O programa São João da Bahia e ressignificação das festas juninas, um olhar sobre os festejos em Itapitanga. In: **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 11, n. 23, mai./ago. 2013. Disponível em:

<<http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/1632/1157>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

SCHMIDT, Cristina. As Redes culturais na festa de Na. Sa. Achiropita: conexões folkcomunicações, mutabilidade cultural e ação local. In: **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 14, n. 32, mai/ago. 2016. Disponível em: <<http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/viewFile/2105/1468>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

_____. Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados. In: MELO, J.M. (org). **Fortuna Crítica de Luiz Beltrão**: dicionário biobibliográfico. São Paulo: Intercom, 2012.

SCHMITZ, Aldo. **Fontes de notícias**: ações e estratégias das fontes no jornalismo. Combook: Florianópolis, 2011.

SELESNAFES.COM. **São Tiago**: crescimento do público preocupa órgãos de segurança. Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/sao-tiago-crescimento-do-publico-preocupa-orgaos-de-seguranca/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

_____. **Família expõe artes Maracá e Cunani na Festa de São Tiago**. Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/familia-expoe-artes-maraca-e-cunani-na-festa-de-sao-tiago/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

_____. **Linhas metropolitanas levarão público até festa de São Tiago**. Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/linhas-metropolitanas-levarao-publico-ate-festa-de-sao-tiago/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

_____. **FOTOS**: Festa de São Tiago bate recorde de público. Disponível em: <<https://selesnafes.com/2017/07/fotos-festa-de-sao-tiago-bate-recorde-de-publico/>>. Acesso em 29 de jul. de 2018.

TRIGUEIRO, Osvaldo. O São João em Campina Grande: um mega espetáculo de folk-religioso. In: **Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional**, v. 1, n. 5, 2001.

_____. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos. In: **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**. Covilhã (Portugal): Universidade da Beira Interior, 2005. Disponível em: < <http://bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.html>>. Acesso em: 29 jul. 2018.

_____. O ativista midiático da rede folkcomunicação. In: **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: 29 jul. 2018.

Submetido em: 03/10/2018

Aceito em: 05/11/2018

RIF

entre

entrevista

entrevi

evista

Depoimento de Silvia Teresa Beltrão

Sonia Regina S. da Cunha¹



Luiz Beltrão: um intelectual à frente de seu tempo²

Há vida nas entrelinhas dos escritos

Os escritos desta edição especial da RIF sobre o centenário de Luiz Beltrão começaram em Recife pelo professor José Marques de Melo, durante a Conferência FOLKCOM, em maio de 2017. Entre as palavras verbalizadas e as memórias escritas veio a Jornada Beltraniana em agosto daquele ano no Centro Cultural Marques de Melo da Intercom em São Paulo, quando a jornalista e educadora Cremilda Medina reviveu a “Arte de Tecer o Presente”³ para destacar a

¹ Jornalista, Diretora Rede FOLKCOM, Docente Jornalismo Rádio e TV PAE ECA-USP, Doutoranda PPGCOM ECA-USP sob orientação da profa. Dra. Cremilda Medina. E-mail: reginacunha@usp.br

² Foto do arquivo pessoal da profa. Dra. Cremilda Medina. O escritor Sinval Medina está no centro de camisa branca, ladeado por Luiz Beltrão e José Marques de Melo. Memória das reuniões de 1968 na Rua Maria Antônia, em São Paulo.

³ Cremilda Medina é a primeira mestra em Comunicação pela Universidade de São Paulo e seu estudo teórico reflexivo “A Arte de Tecer o Presente” escrito com Paulo Roberto Leandro e publicado em uma edição dos próprios autores em 1973, é referenciado por Beltrão como o único subsídio brasileiro para o

história do “jornalismo interpretativo”⁴ de Luiz Beltrão. Depois do (re) encontro histórico afetivo entre Beltrão, Cremilda e Marques, o reforço preciso do professor: “temos que fazer mais”. A Jornada Beltraniana de 2018 celebra o centenário de nascimento de Luiz Beltrão. Podemos lançar um livro, premiar pesquisadores, revelar chaves conceituais das pesquisas folkcomunicaçãois, editar uma edição especial da RIF.

Contudo, a sabedoria da vida está na certeza da incerteza do amanhã. Ao recuperar os escritos de Beltrão, o professor Marques de Melo nos revela a própria força intelectual. Sereno, paciente e humilde aponta com o olhar, sempre iluminado, as vertentes do conhecimento a ser compartilhado com o humano ser que busca o saber para o enriquecimento coletivo da ciência do mundo da vida. Na ação afetiva reforça o papel criativo da natureza familiar Nordestina, sua e de Beltrão, orgulho inabalável preservado mesmo depois das descobertas feitas nas andanças pelo mundo. Família que nasce com o laço matrimonial, espalha pelos filhos, netos, bisnetos e se expande nos laços fraternos com os estudantes, professores, pesquisadores, entre outros queridos chegados.

Como o professor Marques de Melo sempre teve em Silvinha sua energia criativa, afetiva e revitalizadora, Luiz Beltrão tinha na esposa Zita a energia incentivadora e estabilizadora.

Zita, nasceu Maria José Antunes Gonçalves, em Moreno, perto de Recife/PE, em abril de 1924 e faleceu em 2004. O casamento com Luiz Beltrão de Andrade Lima durou mais de quarenta anos (18/03/1944-24/10/1986). Zita e Beltrão tiveram cinco filhos, Celma, Luiz Antonio, Silvia Teresa, Paulo Henrique e Fernando, e mais de uma dezena de netos e bisnetos.

A jornalista Zita de Andrade Lima (primeira turma da Universidade Católica de Pernambuco) inova ao refletir sobre o radiojornalismo brasileiro, no início dos anos 1960. Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília, em 1970, Zita publica o primeiro livro que apresenta metodologia específica para análise da produção jornalística do rádio brasileiro, bem como destaca a importância da mulher no espaço profissional comunicacional, ainda restrito naquela época. Se Beltrão é o guerreiro desbravador da cultura popular, a

estudo do jornalismo interpretativo nos anos 1970. Beltrão (1976, p.48) recomenda a leitura, em especial, o capítulo “**Uma Teoria da Interpretação**”, onde Medina e Leandro “oferecem sucinta mas precisa resenha da evolução do conceito de interpretação, desde Aristóteles aos pensadores contemporâneos, destacando e conjugando as ideias de Nietzsche, Marx e Freud”.

⁴ BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1976.

esposa Zita é a incansável guerreira conciliadora. A inspiração mútua transparece nos escritos. Há uma conversa afinada nas entrelinhas de um e de outro, como “No Vale Dourado” dos “Pássaros Embriagados” em que Zita⁵ (1996, p. 23) cristaliza a energia do amor que emana da vida familiar ao transpor a barreira da criatividade de narradora para destacar a netinha Paula, filha Celma como autora.

Ao cair da tarde, quando o sol começa a deitar seus últimos raios sobre o vale e suas fulgurações tremem dentro da água do rio que desce em cachoeiras uns quinze metros, fazendo de véu de noiva, quando o poente é mais belo, quando os pássaros emudecem e o silêncio é presente, quando a brisa é mais suave, quando as sombras vêm caminhando devagar, começar a rolar os cânticos dos mantras, com toda a sua riqueza, profundidade, simplicidade e beleza, criando uma energia especial, com o propósito de conduzir à paz interior, à harmonia na consciência, à alegria pura, a dar graças pela vida.

Conversei com Silvia, viúva do professor Marques para uma escrita mais familiar sobre Beltrão. Aproveito para homenagear Silvinha Marques pela participação atenta e dedicação incansável na elaboração desta edição especial da RIF. Presença querida em todos os encontros acadêmicos, culturais e sociais, Silvinha carinhosamente integrou a xará, filha de Beltrão, nesta ciranda Beltraniana de memórias afetivas.

Assim, entre uma pergunta e outra, Silvia Teresa Beltrão preferiu nos presentear com seu próprio escrito “Luiz Beltrão, meu pai”. Para que todos ouçam nas entrelinhas do texto as vozes do pai Beltrão, da mãe Zita e do professor Marques. Porque escritos são mais que um ajuntamento de palavras, são como peles que sentem o tocar de outros, transpiram e respiram, sorriem nas entrelinhas e expiram dores e amores vividos e a viver.

⁵ LIMA, Zita de Andrade. No Vale Dourado. In: **Pássaros Embriagados**. Brasília: Thesaurus, 1997.



Luiz Beltrão, meu pai

Silvia Teresa Beltrão

Meu pai tinha paixão pelas diversas formas de comunicação. Gostava de observar como as pessoas se comunicavam, transmitiam seus conhecimentos umas para as outras, principalmente as pessoas mais humildes. Era fascinado pela cultura popular, pelo nosso folclore. Dedicou sua vida a estudar como a população mais pobre passava de geração para geração suas histórias, seus hábitos, suas crenças e mitos.

Gostava de papear com os amigos, e tinha muitos. Nossa casa era frequentada por jornalistas, escritores, professores. Quando falava as pessoas o escutavam com atenção, era culto sem ser pedante. Pela vida afora, não conversamos tanto como gostaria, mas seu

exemplo de homem honesto, cumpridor de seus deveres, cordial, afetuoso, me acompanham até hoje.

José Marques foi um dos melhores alunos de papai, senão o melhor. Se tornou um amigo pessoal, foi como um filho para ele. Conquistou a amizade de toda família. Frequentava nossa casa. Mesmo depois que foi morar em São Paulo, sempre que vinha a Brasília fazia questão de ir visitar papai, o mesmo acontecendo quando papai ia a São Paulo.

Sempre que me lembro de papai, ele está em sua escrivaninha debruçado sobre a máquina de escrever. Muitas vezes chego a escutar o taque, taque das teclas. Ainda tenho essa máquina como recordação.

Meu pai era um homem apaixonado por minha mãe, Zita, e totalmente dependente dela para todas as coisas práticas. Não conseguia trocar uma lâmpada, arrumar um objeto quebrado, seu universo eram os estudos. Sempre que pedia para meu pai fazer alguma coisa, ele dava um sorriso e dizia “vá falar com Zita”, era minha mãe quem fazia o dia a dia funcionar.

Minha mãe era apaixonada por papai, fazia de tudo para agradá-lo, era sua maior fã. Gostava de acompanhar papai quando ia dar palestras, nas viagens em todos os cantos.

Os almoços de domingo eram uma farrá. A casa de meus pais enchia: filhos, éramos cinco, noras, genros e netos, muitos... Conversas animadas, música, amigos e no cardápio macarronada, prato preferido de papai.

Se tivesse de descrever meu pai em uma única qualidade, diria que foi um homem generoso.

RIF

ensaio

ensaio fotográfico

ensaio fotog

ráfico

Folkcomunicação e cultura popular: Entre as serras de Minas, o Vale, o Serro e os caminhos de pedras

Fotos e texto: Pedro Serico Vaz Filho¹

A cidade do Serro, localizada no Vale do Jequitinhonha, no estado de Minas Gerais, possui uma população com 21.400 habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) do ano de 2013. A área está compreendida em um 1.217.645 km², numa altitude máxima de 2.002 metros e mínima de 835 metros. O município foi fundado em 29 de janeiro de 1714 na categoria de vila e, no dia 06 de março de 1838, torna-se cidade. Ali, no ano de 1701 foram descobertas jazidas de ouro por portugueses, que posteriormente também encontram na região minas de diamantes, entre as atuais cidades vizinhas de Diamantina, Milho Verde e São Gonçalo do Rio das Pedras.

O Serro, cidade histórica, relembra e conserva construções do século XVIII. Na época denominada como Vila do Príncipe. Atualmente, além de capelas e igrejas da religião católica, ostenta antigos casarões e preserva o patrimônio histórico. Uma das principais festividades da cidade acontece anualmente no mês de julho em homenagem à santa padroeira do município: Nossa Senhora do Rosário dos Homens Pretos. Em pelo menos sete dias acontecem manifestações folclóricas, distribuição e venda de comidas típicas, cortejos pelas ruas, missas e feiras de artesanatos e produtos diversos.

No passeio pela cidade, as calçadas são estreitas, as ruas planas e as muitas ladeiras são revestidas de pedras. Uma das ilustres personalidades da cidade, a professora aposentada serrana Maria Lúcia Clementino Nunes, nascida em 21 de novembro de 1932, conhecida como Dona Lucinha, costuma dizer: “Essas pedras são documentos. Levaram daqui o ouro e o diamante, mas deixaram os cascalhos da história”. Mãe de onze filhos, ela e a família atuam

¹ Pedro Serico Vaz Filho, doutor, mestre e especialista em Comunicação Social. É jornalista e radialista, desde 1990 e docente desde 1998, com atuação na Universidade São Marcos, Faculdade Cásper Líbero; Universidade Santana e professor conferencista na ECA/USP. É professor na Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: pedrovaz@uol.com.br.

na gastronomia mineira, em Belo Horizonte e em São Paulo, com importante conhecimento sobre a história daquela região.

Nestes caminhos de pedras, ou cascalhos, numa ladeira denominada Avenida da Saudade, que leva a um dos pontos mais altos da cidade, bem ao lado do histórico Cemitério do Serro, este fundado em 1882, localiza-se a casa do escultor José Dias. Ele não revela a idade, pouco fala, mas expõe na varanda da casa térrea onde vive, e também diante da residência, esculturas que chamam a atenção de quem passa. Todas produzidas com “Pedra Sabão”. O artista conta que a inspiração para realizá-las vem das silenciosas observações que faz do cotidiano social e político da cidade. Na maior parte das vezes com teor crítico.



Foto 01: Caminho de pedra: o cascalho da história serrana do Vale do Jequitinhonha



Foto 02: Avenida da Saudade: o caminho de pedras serranas ao cemitério do Serro



Foto 03: Rumo à Santa Rita: a fé nos degraus de pedras serranas



Foto 04: O poder e as pedras: entre a serra, a prefeitura do Serro

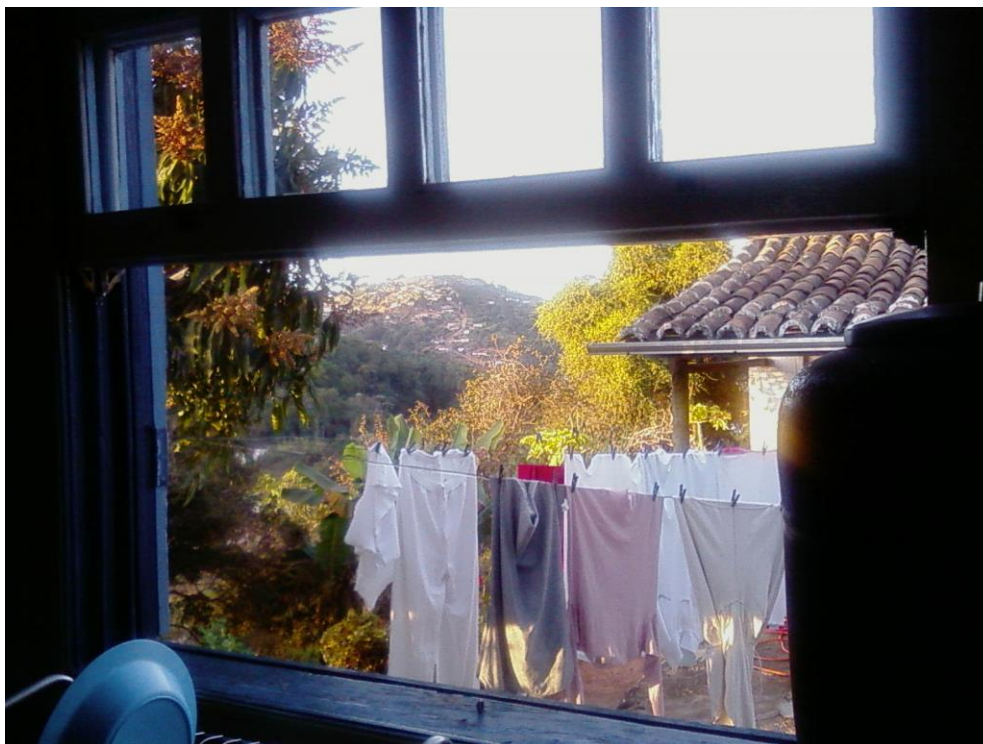


Foto 05: No Serro do Vale, a roupa no varal, no feriado nacional



Foto 06: No pasto de pedras serranas, as quatro patas, as quatro rodas



Foto 07: A representatividade pelas mãos de José Dias, dos dias do Fusca



Foto 08: Em dias difíceis, as mãos que carregam a real burocracia. Escultura pelas mãos de José Dias



Foto 09: Um sorriso perdido em pedra, na ideia extraída e esculpida por José Dias



Foto 10: Na pedra, a morta de bebê, também de tanto beber



Foto 11: Pelas mãos de José Dias, um Jesus pela Santíssima Trindade; pelos Três Poderes; pela direita, pela esquerda e pelo centro



Foto 12: Pelas mãos de José Dias, um outro Jesus. Este por todos os lados

Referências

BENJAMIM, Roberto. Folkcomunicação: Da proposta de Luiz Beltrão à Contemporaneidade. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, ano 5, nº 8 e 9, p. 281-287, jan. e dez. 2008.

CORNIANI, Fabio. **Afinal, o que é Folkcomunicação?** 2005. 8f. Artigo.

MAIA, Tom, LINS, Miguel, MAIA, Thereza Regina de Camargo. **Serro do Frio Vila do Príncipe. São Paulo:** Companhia Editora Nacional, 1979.

QUEIROZ, Maria da Graça Soto. **Serro, Minas Gerais (imagens)**. Belo Horizonte: Editora Iphan, 2010.

RIF

rese

resenhas

resenk

enhass

A festa junina no Recôncavo Baiano: uma estratégia de *city marketing*¹

Rafael Lopes²



CASTRO, Janio Roque B. **Da casa à praça pública**: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano. Salvador: Edufba, 2012. 340p. Disponível para download gratuito em: <http://books.scielo.org/id/tqvcj/pdf/castro-9788523211721.pdf>.

¹ Este título faz uma paráfrase com o título do livro “A festa junina em Campina Grande-PB: uma estratégia de folkmarketing”, do professor Severino Lucena (2007), como forma de homenagem.

² Mestrando em Comunicação pelo programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), especialista em Comunicação Organizacional e graduado em Comunicação Social/Jornalismo. E-mail: raufis@gmail.com.

A obra “Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano” (2012) é resultado da adaptação de tese de doutorado do professor Janio Roque Barros de Castro e traz à tona conceitos de espetacularização e hegemonia aplicados às festas juninas dos municípios de Amargosa, Cachoeira e Cruz das Almas, localizados no Recôncavo da Bahia. O livro expressa a forma como essas cidades “bebem” desses princípios para adentrar ao processo de mercantilização dos festejos, perpassando por conceitos como o city marketing. Castro é professor adjunto na Universidade do Estado da Bahia (Uneb), campus V, em Santo Antônio de Jesus. É doutor em Arquitetura e Urbanismo e mestre em Geografia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Suas pesquisas giram em torno de temas como as festas populares, a relação entre cultura e espaço urbano e as abordagens da geografia cultural contemporânea.

De um modo geral, o autor, neste livro, trabalha os festejos juninos nas três cidades objeto de estudo situando a dinâmica das festividades nos anos 2000 e mostra um formato de celebração abraçado pela massa que o consome – seja da própria cidade ou de outras que se deslocam para contemplar a festa. Traz peculiaridades dos três municípios para expor os motivos pelos quais as gestões de cultura de cada local resolveram aderir à espetacularização e mercantilização do São João. Situando-os num contexto histórico remoto, evidencia a relevância dos três economicamente no auge da indústria fumageira em que o Recôncavo baiano se destacava pelos bons rendimentos. No decorrer do livro, explana sobre as práticas culturais nas respectivas cidades, mostrando como algumas são preservadas de forma integral e como outras vão se modificando com o reordenamento urbano e com as alterações que implicam na desconstrução ou reconstrução de determinadas práticas.

No bojo da conceituação de espetacularização, Castro (2012) dialoga com autores como Guy Debord e o conceito de “sociedade do espetáculo” para caracterizar a sociedade de massa e de consumo contemporânea. Com base em Antônio Rubim, classifica espetáculo enquanto tudo que atrai e prende o olhar e a atenção. Nesse sentido, Castro traz à tona a necessidade que os municípios identificaram em apostar no city marketing, que seria a venda de uma imagem positiva da cidade para um público externo e mais amplo. Com a falta de uma atividade econômica pujante nos três municípios, as gestões de cultura apostam na espetacularização dos festejos juninos a fim de atrair um público maior impulsionado pela propaganda e pelo “espetáculo”. Situa as festas em arenas privadas nas cidades de Amargosa

e Cruz das Almas enquanto agentes potencializadores dos festejos promovidos pela iniciativa pública, corroborando então para a expansão da função prática do city marketing.

Acreditamos que ambos os conceitos – espetacularização e city marketing – podem trazer ganhos teóricos-metodológicos para a teoria da Folkcomunicação. Em relação à espetacularização das festas populares, é possível realizar um diálogo com a conceituação de Roberto Benjamin (2004), quando argumenta sobre a apropriação dos órgãos de Governo para refuncionalizar tradições populares em espetáculo. Já o city marketing pode ser entendido como estratégia do folkturismo (LUCENA FILHO; FERNANDES, 2012) e, igualmente, complementar o debate do folkmarketing apresentado por Severino Lucena Filho (2007), não apenas pelo fato de Lucena Filho e Castro terem o mesmo objeto de estudo, mas é que ao nosso ver esses fenômenos estão interligados, afinal, como pretendemos demonstrar na obra de Castro, a publicidade da cidade está relacionada ao turismo e o marketing, utilizando elementos da cultura popular.

No capítulo intitulado “Concepções de festa, os sentidos do festejar e as dimensões socioeconômicas, culturais, lúdicas e das festas juninas”, Castro dialoga com Havery Cox que trata o festejar como a fuga do cotidiano e Henri Lefebvre ao situar os festejos de um modo mais amplo enquanto uma necessidade diante da rotina que ele vai chamar de “fadigas da vida moderna”. Castro mostra a importância das festas populares e já adianta o que ele vai falar mais à frente, que a cultura é passível de mudança, adaptações, recriações e atualizações, sobretudo, com as mudanças da sociedade – algo próximo ao conceito de folclore defendido por Edison Carneiro (1965), principal base teórica que Luiz Beltrão (2001) utilizou para formular o conceito de folkcomunicação.

Colocando em voga a dinâmica e especificidades culturais das festas juninas espetacularizadas no espaço público, Castro exemplifica características próprias de cada município, usadas em detrimento da venda de uma imagem sustentada pela gestão municipal de cada local para movimentar um turismo de eventos sazonais. Nesse contexto, pontua, por exemplo, a feira do porto em Cachoeira enquanto um evento cultural e tradicional, do mesmo modo que trata a batalha de espadas em Cruz das Almas – esta última, fruto de discussões polêmicas tanto a nível local, quanto a nível regional. Além disso, traz outras potencialidades, como o paisagismo e a arquitetura contemplados por Cachoeira nos festejos juninos.

Em suma, o autor faz um mapeamento das festas juninas no Recôncavo Baiano, região que no passado já exerceu forte influência no Estado – principalmente o município de Cachoeira que foi primeira capital do Brasil e possuiu importante relevância no cenário econômico, e os demais que também contribuíram de alguma forma. Castro mostra como se dão as comemorações dos festejos juninos na dinâmica do urbano e da necessidade de espetacularização desses eventos para atrair maior público e, conseqüentemente, economicamente beneficiar a comunidade local. Ele trata a espetacularização e as novas formas de comemorar não de maneira pejorativa ou acusando os governos e/ou os gestores e sociedade de um modo geral de provocar perdas e rupturas na cultura, mas busca pensar enquanto processos de reinvenção constante.

Essa obra é importante para estudiosos da cultura popular de forma geral e, em especial, para os pesquisadores da folkcomunicação. Embora o autor não utilize a teoria beltraniana, há uma série de possíveis diálogos e ganhos conceituais para podermos pensar os processos de apropriação do popular pelos órgãos públicos;

Ficha Técnica:

Título: Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano.

Autora: Janio Roque Barros de Castro

Editora: Edufba

Ano: 2012

Número de páginas: 340 p.

Tamanho: 17 x 24 cm.

ISBN 978-85-232-0956-8

Referências

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

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Com. Gaúcha de Folclore, 2004.

CARNEIRO, Edison. **Dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1965.

LUCENA FILHO, Severino A. **A festa junina de Campina Grande-PB**: uma estratégia de folkmarketing. João Pessoa: UFPB, 2007.

RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 16, Número 37, p.309-313, Julho/Dezembro
2018

_____; FERNANDES, Guilherme M. Espaço gastronômico folkturístico: Cajá-PB. In: LOPES FILHO, Boanerges et al (orgs). **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: UFJF, 2012. p. 125-139.