

RIF Ensaio Fotográfico

10.5212/RIF.v.20.i44.0014

Folkmarketing nos Campos Gerais: da política à cultura em uma miscelânea

Fotos e texto: Alvaro Daniel Costa¹

As imagens que compõem o presente ensaio evidenciam ações de folkmarketing na região denominada Campos Gerais ², no estado do Paraná. Primeiramente, três fotos (de 01 a 03) são relacionadas a um folkmarketing aplicado à política, depois à linguística (04 e 05), e à etnia holandesa (de 06 a 10). Na acepção de Lucena Filho (2011, p.79) folkmarketing é a junção dos termos folk que significa povo e marketing como um conjunto de meios que uma empresa ou organização dispõe para vender seus serviços e produtos. Lucena Filho (2011, p.79) ainda pondera que o folkmarketing “significa o conjunto de apropriações das culturas populares com objetivos comunicacionais, para visibilizar produtos e serviços de uma organização para os seus públicos-alvo”.

Dito esses conceitos, deve-se dizer que o presente ensaio expressa um conjunto de ações de folkmarketing das cidades de Ponta Grossa e Carambeí a começar pela estratégia de um ex-prefeito da cidade de Ponta Grossa que acabou virando até uma expressão da linguagem coloquial do referido município. Luiz Carlos Stanislawczuk, mais conhecido como “Zuk”, virou um cumprimento falado até hoje. Os moradores mais antigos e até mesmo os

¹ Doutorando (bolsista CAPES/DS) em História pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Também estuda Licenciatura em Letras Português/Espanhol e respectivas literaturas na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Fez mestrado em História pela UEPG e possui graduação nos cursos de Bacharelado em História e também Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, cursados na mesma instituição. Correio eletrônico: alvarominogue@hotmail.com.

² Segundo o dicionário Histórico dos Campos Gerais, a região Campos Gerais foi definida por Maack (1948) como sendo uma “zona fitogeográfica natural, com campos limpos e matas galerias ou capões isolados de floresta ombrófila mista, onde aparece o pinheiro araucária” (CAMPOS GERAIS, 2022). Também deve-se considerar essa região por sua identidade histórica e natural que segundo o dicionário “remonta ao século XVIII, quando, graças aos ricos pastos naturais, abundância de invernadas com boa água e relevo suave, foi rota do tropeirismo do sul do Brasil, com o deslocamento de tropas de muares e gado de abate provenientes do Rio Grande do Sul com destino aos mercados de São Paulo e Minas Gerais” (CAMPOS GERAIS, 2022). Pode-se dizer que o tropeirismo influencia até hoje a cultura dos habitantes locais. Entre as principais cidades destacam-se Ponta Grossa, Castro, Carambeí, Palmeira, dentre outras.

mais jovens costumam dizer: “Firme co Zuk?”, cujo significado era de afirmação de voto ao candidato, mas que hoje virou uma espécie de “tudo bem?”.

O folkmarketing de “Zuk” permeia o imaginário ponta-grossense até os dias de hoje e mesmo tendo passado mais de 45 anos ainda são produzidos materiais com esse discurso. Recentemente, no ano de 2020, a casa noturna Cavan³ fez um copo colecionável com a frase “Firme co Zuk, piizada?”, para alegria dos falantes locais.

Já as outras imagens deste ensaio expressam ações de folkmarketing na área da linguística como, por exemplo, com o livro intitulado “Jacu Rabudo”. Esta obra foi escrita pelo professor aposentado de língua inglesa Hein Leonard Bowles e se tornou verdadeiro sucesso editorial com várias edições esgotadas. O livro contém 177 páginas com expressões usadas na cidade de Ponta Grossa, muitas delas, faladas nas propagandas locais como, por exemplo, o uso dos diminutivos em determinadas palavras⁴. A estratégia de folkmarketing é explorada também pelo viés propagandístico da obra, que é reconhecida pelos habitantes de Ponta Grossa como uma fiel representação da oralidade popular utilizada pelos falantes locais.

A finalização do ensaio se pauta pelo uso do folkmarketing da cidade de Carambeí, tanto no espaço museal chamado “Parque Histórico” quanto do espaço gastronômico Frederica's Koffiehuis. O município é conhecido pela forte presença da imigração holandesa e possui diversas atrações como a “Festa do Imigrante” além, é claro, das comidas típicas (Bitterballen e Stroopwafel). Percebe-se o folkmarketing desta cidade expresso tanto nas roupas (tipicamente holandesas), quanto na arquitetura (moinhos) ou através das comidas e bebidas (bem conhecidas da Holanda).

³ O copo colecionável fazia parte da ação de divulgação da hamburgueria “Burger do Velho”, cuja sede também é dentro das dependências da casa noturna Cavan.

⁴ O uso do diminutivo é extremamente usado na cidade de Ponta Grossa como, por exemplo, na palavra “ajeitandinho”.

Foto 1 - “O amigo do coração” (Museu Campos Gerais, Ponta Grossa/PR- maio de 2014)



Foto 2 - “Unindo novamente Ponta Grossa” (Museu Campos Gerais, Ponta Grossa/PR- maio de 2014)



Foto 03 - Firme co Zuk, pi lazada? (Ponta Grossa/PR- maio de 2022)



Foto 4 - Livro "Jacu Rabudo" - o sentir-se representado do ponta-grossense (Ponta Grossa/PR- maio de 2022)



Foto 5 - “No tipo” - folkmarketing através da oralidade de Ponta Grossa (Museu Campos Gerais, Ponta Grossa/PR- maio de 2014)

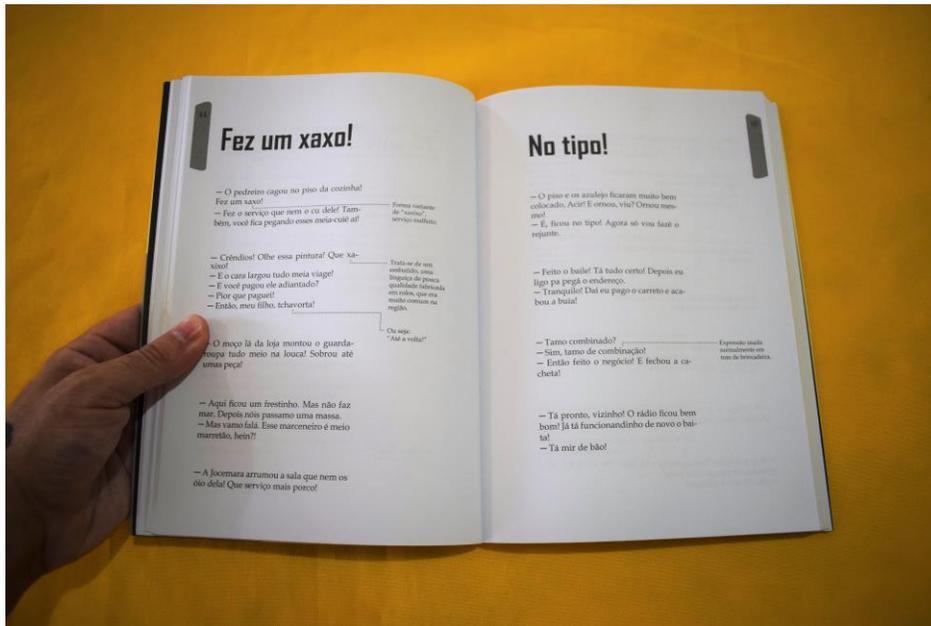


Foto 6 - Parque Histórico de Carambeí – o modelo arquitetônico holandês em um espaço museal (Carambeí /PR- março de 2014)



Foto 7 - “Moinho” (Parque Histórico de Carambeí/PR- janeiro de 2016)



Foto 8 - “Bitterballen” - a venda de comidas típicas (Parque Histórico de Carambeí/PR- agosto de 2015)



Foto 9 - “Festa do Imigrante” - o uso das roupas holandesas em ações festivas (Parque Histórico de Carambeí/PR- maio de 2015)



Foto 10 - ‘Stroopwafel’ - a expressão holandesa na alimentação (Frederica's Koffiehuis, Carambeí/PR- julho 2017)



Referências

BOWLES, Hein Leonard. **Jacu Rabudo**: A Linguagem Coloquial Em Ponta Grossa. 3 ed. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2012. 177 p.

CAMPOS GERAIS. **In**: UEPG, Dicionário Histórico dos Campos Gerais. Ponta Grossa, 2022. Disponível em: <https://www2.uepg.br/dicion/os-campos-gerais-do-parana/>.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. Folkcomunicação no contexto da comunicação. **Anuário Unesco/Methodista**, v. 15. 15 p, 2011. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/viewFile/4732/4018>.

MAACK, R. **Notas preliminares sobre clima, solos e vegetação do Estado do Paraná**. Curitiba, Arquivos de Biologia e Tecnologia, v.2, 1948, p. 102-200.