

RIE

Vol. 22 N.49
Jul./Dez. 2024

Revista Internacional
de Folkcomunicação



dossiê:

**Comunicação, cultura e
arte na América Latina**

Organização:

Dra. Aida Carvajal (Universidade Anáhuac México), Dr. Denis Renó (Universidade Estadual Paulista, Brasil), Dr. Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina)

EXPEDIENTE

Revista Internacional de Folkcomunicação, Volume 22, Número 49, jul./dez. 2024.

- 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, com apoio da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom).

EDITORIA EXECUTIVA

Editora: Dra. Karina Janz Woitowicz

Coeditor: Dr. Adelson da Costa Fernando

Assistência Editorial: Amanda Crissi, Antonio João Damião, Elaine Barcellos de Araújo, Maria Helena Denck Almeida, Paulo Pessoa e Yago Massuqueto

DOSSIÊ COMUNICAÇÃO, CULTURA E ARTE NA AMÉRICA LATINA

Editores convidados: Dra. Aida Carvajal (Universidade Anáhuac México), Dr. Denis Renó (Universidade Estadual Paulista) e Dr. Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina)

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 Bucaramanga, 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. 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 (Faculdade de Ciências Humanas - ESUDA; Centro Latino Americano de Estudos em Cultura - CLAEC), Dra. Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Dra. Maria Isabel Amphilo (Universidad Complutense



de Madrid), 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 (Universidade Estadual de Maringá), 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. 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. Magali do Nascimento Cunha (Pontifícia Universidade Católica de Goiás), 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 Federal da Paraíba), Dra. Juliana Colussi (Universidad del Rosario, Colômbia), Dr. Iury Parente Aragão (Universidade Estadual da Bahia), Dra. Cicilia Peruzzo (Universidade Anhembi Morumbi), Dr. Luciano Victor Barros Maluly (Universidade de São Paulo), Dr. Wolfgang Teske (Universidade Estadual do Tocantins), Dra. Clarissa Marques (Universidade de Pernambuco), Dr. Andriolli Brites da Costa (Universidade do Estado do Rio de Janeiro), Dr. Marco Bonito (Universidade Federal do Pampa), Dr. Guilherme Moreira Fernandes (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia), Dra. Beatriz Dornelles (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul).

PARECERISTAS DESTA EDIÇÃO

Dra. Aida Carvajal (Universidade Anáhuac México), Dr. Denis Renó (Universidade Estadual Paulista), Dr. Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina), Dr. Adelson Fernando (Universidade Federal do Amazonas), Dr. Kevin William Kossar Furtado (Universidade Federal do Paraná), Dr. Sérgio Luiz Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Ítalo Rômany de Carvalho Andrade (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), Dr. Felipe Adam (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), Dr. Yuji Gushiken (Universidade Federal de Mato Grosso), Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti (Universidade Estadual do Piauí), Dr. George Ulysses Rodrigues Sousa (Universidade Federal do Ceará), Dra. Renata Marcelle Lara (Universidade Estadual de Maringá), Dra. Karina Janz Woitowicz (Universidade Estadual de Ponta Grossa).

DESIGN GRÁFICO

Projeto Gráfico: Kevin Willian Kossar Furtado

Capa: Yago Massuqueto

Foto da capa: Fotografias Creative Commons do banco de imagens Pixabay



EDITORAÇÃO

A Revista Internacional de Folkcomunicação utiliza como sistema de editoração o Open Journal Systems (OJS).

INDEXAÇÃO

A RIF está indexada nas seguintes bases de dados: Redalyc, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Latindex, Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico – REDIB, Citas Latinoamericanas em Ciências Sociais y Humanidades - CLASE, Google Scholar, Sherpa/Romeo, Red Latinoamericana de Revistas - LatinRev, Diadorim/IBICT, Sumarios, Portal de la Comunicación, Portal LivRe!, Portal Periódicos da CAPES, Reviscom, Oasisbr, Bibliografía Latinoamericana em Revistas de Investigación Científica y Social - BIBLAT, European Reference Index for the Humanities and Social Sciences – ERIH PLUS, Mir@bel, Journals for Free, AURA, EBSCO, Directory of Open Access Scholarly Resources – ROAD, Elektronische Zeitschriftenbibliothek Crossref – EZB, WorldCat, Crossref, Matriz de Información para el Análisis de Revistas – MIAR, Scientific Journal Index.

Fale com a RIF

revistafolkcom@uepg.br

Ficha Catalográfica Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

Revista Internacional de Folkcomunicação. Universidade Estadual de Ponta Grossa.
Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom); Cátedra
UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.
Brasília, DF., v. 1, n. 1, jan./jun. 2003; Ponta Grossa, PR, v. 22, n. 49, jul./dez. 2024.

Semestral 2003-2011; Quadrimestral 2012-2016

Semestral, 2017-

ISSN - 1807-4960 - (On-line)

v.1-4, editada por Brasília: IESB, 2003-2004.

v.5- editada pelo Departamento de Jornalismo da UEPG, 2005-

1. Comunicação - periódicos. 2. Jornalismo – periódicos. I Departamento de
Jornalismo – Universidade Estadual de Ponta Grossa.

CDD 070

302



SUMÁRIO

EDITORIAL

9



DOSSIÊ “COMUNICAÇÃO, CULTURA E ARTE NA AMÉRICA LATINA”

Historia de la liberación: Estética espiritual popular viva *abyayalence*-americana-afro-haitiana

14

Carlos Francisco Bauer

Arqueologia conceitual de um tempo passado mediatização, tradição e folkmídia

35

Maria Érica de Oliveira Lima

Fernando Fischman

Breves esclarecimentos sobre o cordel brasileiro: forma, conteúdo e origem

52

Eduardo Bezerra de Menezes Macedo e Silva

Belchior: representações do “rapaz latino-americano” na literatura de cordel

73

Alberto Magno Perdigão

A cultura popular nas plataformas de *streaming*: a experiência folkcomunicacional na série *Sou cultura popular* da Globoplay

112

Oma Roxana Cordeiro de Oliveira

Ermaela Cícera Silva Freire Batista

Itamar de Morais Nobre

Só de toada vive a música amazonense? O *Xibé Rock* da BodóHell: um grito *underground* na terra do Boi-Bumbá

132

Alexandre de Souza Costa
Gabriel Ferreira Fragata
Gleison Medins

Cobertura Web Jornalística do Maior São João do Mundo: O Conflito Simbólico entre os cantores Flávio José e Gusttavo Lima

156

Vanessa Nascimento
Zulmira Nóbrega

Fandango Caiçara: uma leitura a partir da folkcomunicação e do mapa das mediações

176

Rodrigo Borges Pereira da Fonseca
Thífani Postali

Comunidade Fanuel, mediação midiática e ativismo folkreligioso em Parintins/Am

195

Adelson da Costa Fernando
Renan Jorge Souza da Mota

Folkcomunicação no Cariri cearense: religião, turismo e comércio através da fotoetnografia

219

André Riani Costa Perinotto
Antônio Jorlan Soares de Abreu
Vinícius da Silva Coutinho

Uma cultura ao alcance da mão – o *bot* Estimada

239

Catia Melissa Silveira Rodrigues



ARTIGOS GERAIS

O arrastão do Pavulagem e a Moderna Tradição Amazônica

259

Bruno Mateus Pereira Lima
Marina Ramos Neves de Castro

Cultura e desenvolvimento: um estudo de caso sobre o requeijão de prato no município de Lagoinha/SP

282

Monica Franchi Caniello
Moacir José dos Santos
Daniel Marco Bretz Sales

A malhação do Judas à luz da Folkcomunicação: contextualização, simbologia, classificação e análise de notícias

309

Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho



ENTREVISTA

Reconocimiento: entrevista con Fernando Fischman, argentino nombrado miembro honorario (Fellow) de la American Folklore Society

336

Bruna Franco Castelo
Branco Carvalho

O folclore entra na nossa vida antes do nascimento: uma entrevista com o “coleccionador de Sacis”, Andriolli de Brites da Costa

342

David Candido dos Santos



ENSAIO FOTOGRÁFICO

A Simbologia do artefato do festejo popular da Santíssima Trindade em Manaus-AM

350

Gabriel Ferreira
Gleison Medins



RESENHA

Memória, oralidade e ancestralidade: resenha do livro O Jeito de Falar dos “Pé Vermeio”, de Emilio Carlos Boschilia

361

Amanda Cristine Lima Crissi

RIF

editorial

edi

editori

ria

Editorial

A presente edição da *Revista Internacional de Folkcomunicação* (RIF) encerra o ano de 2024 com uma relevante contribuição à pesquisa na área ao publicar o dossiê “Comunicação, Cultura e Arte na América Latina”, organizado pela professora Dra. Aida Carvajal (Universidade Anáhuac México) e pelos professores Dr. Denis Renó (Universidade Estadual Paulista – Unesp) e Dr. Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina). A partir da riqueza da cultura latino-americana - presente nas tradições populares, nos povos originários, nas celebrações religiosas, nas danças, nas artes e em diversas outras manifestações - são descortinadas perspectivas voltadas ao conhecimento acerca de produções e ambientes comunicacionais, fundamentadas pela folkcomunicação.

O dossiê é composto por onze artigos que tratam de uma “latinidade” e de uma “regionalidade” observadas com base em olhares teóricos e práticos sobre manifestações culturais e artísticas. O primeiro artigo, intitulado “Una Historia de la liberación: Estética espiritual popular viva abyayalence-americana-afro-haitiana”, de Carlos Francisco Bauer, propõe uma entrada na história da libertação em suas dimensões estética e espiritual, com base em um percurso teórico crítico e reflexivo que valoriza os saberes populares. O artigo “Arqueologia conceitual de um tempo passado mediatização, tradição e folkmídia”, de Maria Érica de Oliveira Lima e Fernando Fischman, enfatiza o percurso conceitual em torno da mediatização, da tradição e da folkmídia, resultando em uma reflexão sobre valores que articulam permanência e adaptações no âmbito da cultura.

O artigo de Eduardo Bezerra de Menezes Macedo e Silva, “Breves esclarecimentos sobre o cordel brasileiro: forma, conteúdo e origem”, baseia-se no método da pesquisa histórica de perspectiva marxista para recuperar a trajetória e as características do cordel brasileiro como cânone da literatura nacional. Também com foco na literatura de cordel, o artigo “Belchior: representações do ‘rapaz latino-americano’ na literatura de cordel”, de Alberto Perdigão, analisa o conteúdo de folhetos da literatura de cordel que abordam a vida, a carreira e a latinidade do cantor e compositor brasileiro Antônio Carlos Belchior.

O artigo “A cultura popular nas plataformas de streaming: a experiência folkcomunicacional na série Sou cultura popular da Globoplay”, de autoria de Oma Roxana Cordeiro de Oliveira, Ermaela Cícera Silva Freire Batista e Itamar de Moraes Nobre, discute a televisualidade da série documental “Sou cultura popular” (2023), em que se destaca a presença de brincantes e artesãos na produção audiovisual disseminada em streamings. Em

“Só de toada vive a música amazonense? O Xibé Rock da BodóHell: um grito underground na terra do Boi-Bumbá”, de Alexandre de Souza Costa, Gabriel Ferreira Fragata e Gleilson Medins, a produção da banda de rock BodóHell, de Parintins-AM, expoente da cena underground, é analisada por meio da análise das músicas e de entrevistas.

A música também é tema de outros dois artigos que compõem o dossiê da Revista. Vanessa Nascimento e Zulmira Nóbrega, em “Cobertura Web Jornalística do Maior São João do Mundo: O Conflito Simbólico entre os cantores Flávio José e Gusttavo Lima”, examinam os limites da cobertura jornalística sobre a disputa entre o cantor paraibano de forró e o cantor sertanejo durante a festa de São João em Campina Grande (PB) em 2023, problematizando os contrastes entre a cultura popular e a indústria midiática. E o artigo “Fandango Caiçara: uma leitura a partir da folkcomunicação e do mapa das mediações”, de Rodrigo Borges Pereira da Fonseca e Thífani Postali, investiga os aspectos socioculturais em torno do fandango - expressão artística que reúne música e dança, presente no litoral sul do estado de São Paulo e no Paraná - com base no mapa de mediações proposto por Jesús Martín-Barbero.

A relação entre mídia e religiosidade se faz presente em outros trabalhos publicados na edição. O artigo “Comunidade Fanuel, mediação midiática e ativismo folkreligioso em Parintins/AM”, de Adelson da Costa Fernando e Renan Jorge Souza da Mota, analisa a construção do líder folkreligioso da Comunidade Católica Fanuel e o uso da rede social Facebook como espaço de (folk)ativismo. Em “Folkcomunicação no Cariri cearense: religião, turismo e comércio através da fotoetnografia”, a folkcomunicação se revela nas práticas culturais existentes em torno da imagem de Padre Cícero, ícone da religiosidade popular no Cariri, por meio da análise de fotografias que registram o turismo religioso em municípios cearenses. Para completar o dossiê, uma discussão sobre o uso de tecnologias da informação na constituição da identidade cultural local embasa a análise de um chatbot de Florianópolis (SC), desenvolvida por Catia Melissa Silveira Rodrigues no artigo “Uma cultura ao alcance da mão – o bot Estimada”.

A edição traz também três artigos gerais que abordam fenômenos da cultura e da comunicação popular em distintos territórios sob a perspectiva da folkcomunicação. No artigo “O Arrastão do Pavulagem e a moderna tradição amazônica”, Bruno Mateus Pereira Lima e Marina Ramos Neves de Castro apresentam, por meio de entrevistas e de observação, a resistência da cultura urbana paraense diante do desmonte de políticas do Estado no período pandêmico.

A culinária, por sua vez, é tema do artigo “Cultura e desenvolvimento: um estudo de caso sobre o requeijão de prato no município de Lagoinha/SP”, de autoria de Monica Franchi Carniello, que identifica na manifestação cultural centrada no prato típico um conjunto de elementos de identidade coletiva e patrimônio local. Já o artigo “A malhação do Judas à luz da Folkcomunicação: contextualização, simbologia, classificação e análise de notícias”, de Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho, recupera aspectos da cultura popular presentes na celebração tradicional realizada na Semana Santa a partir da análise do tratamento jornalístico realizado por portais do Norte e do Nordeste do Brasil.

A RIF conta ainda com duas entrevistas com pesquisadores com reconhecida trajetória de estudos em folclore. Fernando Fischman, professor da Universidad de Buenos Aires e pesquisador argentino nomeado membro honorário da American Folklore Society, aborda sua trajetória de estudos etnográficos e seu interesse em grupos étnicos e migrantes em entrevista realizada por Bruna Franco Castelo Branco Carvalho. O pesquisador e ativista cultural Andriolli de Brites da Costa (ou “coleccionador de sacis”), professor da Universidade Estadual do Rio de Janeiro e atual presidente da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), discute a presença do folclore em sua trajetória de vida e de pesquisa e relata perspectivas para o campo de produção jornalística e artística em entrevista concedida a David Candido dos Santos e Elaine Barcellos de Araújo.

O ensaio fotográfico “A simbologia do artefato do festejo popular da Santíssima Trindade em Manaus-AM”, de autoria de Gabriel Ferreira e Gleilson Medins, desvenda em imagens a importância e o sincretismo de um símbolo da religiosidade popular de um grupo de devotos com mais de 200 anos de tradição, denominado Santíssima Trindade, de Manaus (AM). E, para encerrar a edição, Amanda Cristine Lima Crissi apresenta a resenha do livro “O Jeito de Falar dos ‘Pé Vermeio’”, de Emilio Carlos Boschilia, que faz um resgate da memória coletiva e dos modos de fala do Norte do Paraná nos anos 1950 como legado cultural de uma região.

O conjunto de textos apresentados na presente edição da *RIF* contribui para o fortalecimento dos diálogos interculturais e para o reconhecimento das potencialidades da pesquisa em folkcomunicação. Que a leitura inspire o sentido de latinidade, a valorização da diversidade e a centralidade do lugar da cultura na análise dos fenômenos comunicacionais.

Boa leitura!

Aida Carvajal

Denis Renó

Fernando Irigaray

Karina Janz Weitowicz

RIF

dos

dossiê

dossi

ssiê

Historia de la liberación: Estética espiritual popular viva *abyayalence-americana-afro-haitiana*

Carlos Francisco Bauer¹

Submetido em: 02/09/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMEN

El trabajo presentado, es parte de una obra extensa, dentro de la cual, adquiere otro significado al que aquí posee. Para esta ocasión, tiene un sentido de abertura, y de presentación de la dimensión estética espiritual, de lo que doy de llamar como historia de la liberación (véase en bibliografía Bauer, Carlos: 2015, 2016, 2021, 2022, 2024). Entonces, este escrito propone una vía de ingreso espiritual a la historia de la liberación (para reconstruir una de sus dimensiones claves y excluidas), a la vez, que indica el camino estético, como acceso a la dimensión espiritual. No es el único sendero, hay otros, pero es el que en este caso se explicita aquí. El objetivo, es lograr una visión integrada y orgánica de la historia, con su misión social-espiritual fundamental, constituida como historia para la liberación.

PALABRAS-CLAVE

Estética; Espiritualidad; Filosofía; Danza; Matriz Afro-americana.

¹ Es nacido en la ciudad de Córdoba-Argentina. Doctor en Filosofía con la dirección de Enrique Dussel y la codirección de Alberto París. Profesor de dedicación exclusiva en la Universidad Federal de Integración Latinoamericana (UNILA-Brasil). Diversos proyectos de pesquisa como la “Filosofía y economía de la liberación de Rodolfo Kusch”, Huellas americanas en la historia universal: caso haitiano”; Proyecto de Extensión: “Filosofía intercultural de la liberación latinoamericana”. Correio eletrônico: carlosfrancisco120@yahoo.com.ar / carlos.bauer@unila.edu.br

História da libertação: Estética espiritual popular viva abyayalense-americana-afro-haitiana

RESUMO

A obra apresentada faz parte de uma obra extensa, dentro da qual adquire um significado diferente daquele que aqui tem. Para esta ocasião, tem um sentido de abertura, e apresentação da dimensão estética espiritual, daquilo que chamo de história da libertação (ver em bibliografia Bauer, Carlos: 2015, 2016, 2021, 2022, 2024). Portanto, este escrito propõe um caminho espiritual de entrada na história da libertação (para reconstruir uma de suas dimensões chave e excluídas), ao mesmo tempo que indica o caminho estético, como acesso à dimensão espiritual. Não é o único caminho, existem outros, mas é o que neste caso é explicado aqui. O objetivo é alcançar uma visão integrada e orgânica da história, com a sua missão social-espiritual fundamental, constituída como história de libertação.

PALAVRAS-CHAVE

Estética; Espiritualidade; Filosofia; Dança; Matriz afro-americana.

Liberation history: Abyayalence-American-Afro-Haitian Living Folk Spiritual Aesthetic

ABSTRACT

The work presented is part of an extensive work, within which it acquires another meaning than the one it has here. For this occasion, it has a sense of openness, and presentation of the spiritual aesthetic dimension, of what I call the history of liberation (see bibliography Bauer, Carlos: 2015, 2016, 2021, 2022, 2024). Therefore, this writing proposes a spiritual path of entry into the history of liberation (to reconstruct one of its keys and excluded dimensions), at the same time, indicating the aesthetic path, as access to the spiritual dimension. It is not the only path, there are others, but it is the one that in this case is explained here. The objective is to achieve an integrated and organic vision of history, with its fundamental social-spiritual mission, constituted as history for liberation.

KEY-WORDS

Aesthetics; Spirituality; Philosophy; Dance; African-American matrix.

La danza filosofa y la filosofía danza

Tenemos que partir del hecho de comprender que, en la matriz afro, así como también podemos ver, por ejemplo, en la filosofía hindú, la realidad se manifiesta como danza. Similar sucede en nuestras culturas indígenas de *Abya Yala*, en la cultura china como equilibrio, en la cultura griega “antigua” como armonía y proporción, etc. Es decir, podemos reconocer, como subyacente en todo ello, una estética de la vida, amalgamando los diferentes componentes y campos de la vida, haciéndola saludable, bella, buena, verdadera, justa, etc., o posibilitando que así sea, que ello acontezca o pueda suceder.

Esta estética de la vida o estética profunda-honda, está intrínsecamente articulada con la posibilidad de formación de unidades reales, sociales, comunitarias, populares, incluso, comprendiendo la permanente dinámica cotidiana que circunscribe la convergencia y divergencia, el consenso y disenso, considerando las diferentes expresiones de las contradicciones propias de los campos históricos, sociales, culturales, etc.

Entonces, en un terreno senso-real de esta clase, la filosofía danza y la danza filosofa desde el núcleo energético constitutivo de la realidad, y como posteriormente a esta percepción inicial será concebida. La danza en la matriz afro, está ligada al modo de producción colectivo-agrario, estando a la base de la producción, reproducción, desarrollo y proyección de la vida en comunidad ecológica-cósmica. El trabajo vivo como universal de la cultura, está ligado en la matriz afro, a los flujos del ritmo, la danza, la música y la plástica (corporal, ornamentos, vestidos, dibujos rituales). Todo ello está aconteciendo desde la cosmo-vivencia de la filosofía y teología *vudú*, como marco envolvente, que he dejado constancia de ello a lo largo de este trabajo como en otros escritos ya referenciados. En sentido histórico, teológico, filosófico, cultural, etc., estamos en condiciones para especificar este campo estético fundamental.

Se trata de una estética energética, que está en la base constitutiva de la realidad como energía vibrante (armónica, danzante, plástica) que alimenta y vivifica la vida cotidiana a la que la comunidad, los pueblos están íntimamente ligados desde su fundamental vinculación con lo cotidiano. Tanto el *vudú* haitiano, como la santería cubana,

se corresponden con dos líneas diferentes de la misma cosmo-vivencia. En la santería, los equivalentes a los *loas* haitianos, son los *orichas* llamados *güemilere*, relacionada con la palabra *ilé-ere* que significa casa de las imágenes. Esta casa que se llama *ileocha* se vincula, posiblemente, con la contracción *ilé oricha* o casa de los *orichas*, que se corresponde con el *hounfort* haitiano. Tanto el *hounfort* como el *ileocha*, son espacios anapolíticos espirituales-culturales, necesarios para la construcción de una anapolítica entre-cultural y entre-espiritual.

La sala de reunión, se llama *eyá aranle*². Luego tenemos el *igbodu*, que es el sagrario³ y posteriormente tenemos el *iba-való*, que es el patio donde se encuentran los adeptos. Dentro de este contexto, el sacerdote es conceptualizado como *babalao*, que es un nombre que surge del *babalavo*, siendo este el sacerdote-oráculo del culto *ifa* de la nación *yoruba*. De este concepto deriva, el nombre del sumo sacerdote haitiano, llamado *papalao*. En este ámbito, para comenzar a adentrarnos en la estética profunda de la vida, los ritmos se entretajan con toda la realidad de la vida y es desde donde se invocan a los *orichas*, para que monten a sus hijos e hijas o se suban a ellos. Estos *orichas* a los que se convoca se denominan *oru*.

Desde aquí, se puede realizar el trabajo, de comparar a los *orichas* con los modelos africanos, teniendo en cuenta las danzas. El *oricha Bon Dieu* de la nación *yoruba*, recibe en Cuba, el nombre de *Olorun*. Pero aquí, hay que tener en cuenta, que lo absoluto excede toda capacidad y límite humano de comprensión, por lo tanto, a *Olorun* no se le construyeron templos, ni se le realizaban ofrendas, tanto en el país *yoruba* como en Cuba. Esto tiene una expresión máxima en la filosofía honda guaraní, que por motivos similares, aun más decidida y profundamente, no constituyó ningún tipo de Estado estructurado, ya que se alejaría de una forma real de representar la realidad.

La potencia vital del creador, presente también en el *vudú*, se encuentran latente en todas las cosas, en todos los seres, en su modo de estar, y especialmente en los *orichas*, en la nación *yoruba*. Es un modo de estar previo a toda manifestación, haciendo de la

² Deriva del *yoruba eyá* que significa parte, *alá* como grupo de personas, e *ilé* traducido como casa.

³ Esta palabra deriva del *yoruba igbo* que significa bosque, y *odu* que significa oráculo.

expresión de la acción una operación inescindible de su condición y modo de estar como potencia de vida. Esta concepción de los *orichas*, es de origen humano y de antepasados de importancia, de los que desciende el pueblo y la nación *yoruba*, en su visión espiritual y corporal.

Queda claro para el contexto y esta matriz filosófica, que toda esta red espiritual y física, demuestra que son poderes vitales entre-tejidos, que participan en la potencia vital primaria, tanto del tú como del yo, en la veneración y el servicio a los *orichas*, posibilitando que los mismos, se materialicen y manifiesten, siendo dotados de los poderes de la vida, y reforzando, a la vez, a dichos *orichas*. En esta noción de entre-tejido de matriz afro-americana, no hay posibilidad de concebir un dualismo sustancial.

Estas nociones de corporalidad y espiritualidad, no son meros campos autónomos sino, productos-emergentes de estos entre-tejidos. Así que como campos aislados no existen y, a su vez, responden a la potencia de vida que esta entre-tejida con todo ello. No hay noción de yo ni de tu que, como tal, puedan dislocarse y sobre-ponerse uno a otro, hegemonizando, o enfrentando la realidad, etc. Rescatamos, a su vez, estas nociones de corporalidad y espiritualidad entrettejidas estéticamente (ritmo, danza, sonido, color, plástica, sabor, etc.) tan importante para estos pueblos. Esta estética de vida, es un emergente dinámico de la potencia honda de vida.

En la nación *yoruba*, para indicar la adoración, se corresponde con *che oricha*⁴, así como en Haití, primero se llama o invoca a *Legba*⁵, de manera similar en Cuba⁶, se llama a *Eléggua* o *Echú*. Entre los *yorubas*, posee una doble personalidad, algunos misioneros lo comparan con el diablo, Frobenius lo indica como el Dios del orden y de la imagen cósmica, para Parrinder, en *Ibadan*, es asimilado a Jesucristo y, Beier indica que *echu* puede producir muchos desastres, que es explícitamente maléfico y que entonces, antes

⁴ Dicha expresión significa crear al Dios. Es la posibilidad de hacerlo como una constelación accesible dentro de los naturales límites humanos, no porque Dios no exista y, con ello, sea una pura invención humana. No tiene nada que ver con este argumento propiamente moderno contemporáneo capitalista, y de cierta ortodoxia "atea" izquierdista.

⁵ Como ya he señalado, en varias ocasiones en este trabajo, es el señor de los caminos y de las encrucijadas, etc.

⁶ En revolución del ecogénero, ampliaré el análisis hacia el Brasil, para tener un panorama-perspectiva de carácter continental.

de brindarle sacrificio a cualquier *oricha*, es necesario darle su parte a *echu* rezando, para que reciba su ofrenda y no acontezcan tragedias. Siendo el origen de todo conflicto, es por ello, también, la posibilidad de la conciliación.

Un enfrentamiento que acontece sin causas visibles, solo puede venir de *echu*, entonces para resolverlo, las dos partes pleiteantes, deben proporcionarle ofrendas para llegar a un acuerdo. No es adecuado, establecer una ecuación entre *echu* y el mal, de hacerlo, es un claro indicativo que no se comprenden los principios energéticos, fundamentales y elementales de la filosofía *yoruba*, como del *vudú*. En oposición al eurocentrismo, no se representa el mundo como un conflicto binario-dualista, maniqueo-dualista entre el bien y el mal, entre la luz y las tinieblas, entre Dios y el diablo.

En cambio, su visión matizada y de flujos de la realidad, comprende que todos los poderes, incluido los divinos, se expresan tanto destructiva como constructivamente (aún esto se expresa esquemáticamente, para hacerlo más próximo al entendimiento, por los límites que el lenguaje posee). Uno de los secretos ocultos de la vida, y que establecen la directriz y el sentido estético de la adoración a los *orichas*, es establecer puentes para una relación constructiva-bondadosa-bella entre todos los poderes de la vida. En cambio, en Cuba ha *Echú*, se lo asimila con el nombre de *Eléegua* o *Elebará* qué significa el poderoso, es decir, se lo iguala con el diablo, siendo sus símbolos, pedazos de hierros, clavos, cadenas, llaves, etc., ya que él es quien abre los pórtales que, como *Legba* en el *vudú* haitiano, conducen tanto al bien como al mal⁷.

En la dimensión de la expresión fenoménica de la danza, el danzante, que es el que está poseído o montado por *echu*, está vestido con una chaqueta roja y negra, un gorro del mismo color que es alto como el de los cocineros, con un pantalón de tres cuartos que tiene los mismos colores, estando adornados con conchas, perlas y cascabeles en la cintura, como en las rodillas. La danza que lleva a cabo, es de tipo grotesca, realizando piruetas, jugando con un trompo o con canicas, arrebatando los sombreros de los

⁷ Una pequeña aclaración para referirnos a las deidades de matriz africana (cosmo-vivencia) se lo hará en minúscula y sin acento, y para indicar las deidades de matriz afro-americana (cosmo-convivencia) se lo realizará con mayúscula y con acento porque hay una re-semantización, re-acentuada y resignificación, por ejemplo, *echu* (África) y *Echú* (América-Cuba)

asistentes, quitándoles el cigarro de la boca, moviendo las caderas y las sentadillas de manera muy acentuada, con un gancho de fierro de medio metro de largo, como si fuese una gigantesca llave inglesa usándola como un machete, simulando abrir caminos en la selva, al tiempo y en el mismo momento da asaltos, gira sobre su pierna e improvisa de manera dinámica, y sorprende, divirtiendo al público con acrobacias y virtuosismos.

Desde esta plataforma, el coro y la orquesta invocan a otros *orichas*, siendo que se dirigen a cada uno de ellos, con la fórmula o la estructura rítmica, que le corresponde. El antropólogo cubano Fernando Ortiz, los ha representado, en gran medida, con notación musical, subiéndose o montando, de esa manera, en la cabeza de sus hijos. Son tipos de danzas pantomímicas que pueden asemejarse a *ballets* programáticos, pero en este caso **creados por un pueblo artista** como el *yoruba*.

En realidad, son algo más que un tipo de *ballets*. Desde el punto de vista estético, siempre interviene el canto y, en muchos casos, la poesía que, unida al canto, es como una parábola, que rememora el mito que los feligreses comprenden, y para lo cual tienen que representarlo en dicho baile. Este pueblo artista, presupone y contiene un **pueblo filósofo**, senso-pensante de dichas danzas religiosas, en la red de la vida. Postulados, fundamentos, principios y criterios vividos con-forman esta dimensión. Los mismos han sido expuestos y desarrollados en las partes filosóficas y teológicas de este trabajo. Una cosmovivencia común a todos los pueblos, que relacionan dimensiones de la vida, implica una *intra* e *inter* relación de estos elementos, así como una *entre*-relación con otras culturas, que buscan construir una humanidad vivible, y no invivible como la actual.

En el caso de la cosmo-con-vivencia *vudú*, *Ogun*, quién es el *oricha* del hierro, por ende, señor de los herreros y de la guerra, se divide en los *loas* del *vudú*, en *Ogou Badagri* y *Ogou Ferraille*, siendo el *oricha* de los minerales, de las montañas, de las cosas de hierro, teniendo como símbolo el machete, el pico, el martillo y las herramientas, incorporando posteriormente el ferrocarril, el automóvil, el tanque de guerra y el avión, etc. Y por ser cerrajero se lo coloca en paralelo con San Pedro (cosmo-con-vivencia de liberación y nueva humanidad).

Este hecho, no puede ser tomado simplemente, como una relación, un mestizaje, una miscegenación, sino, sobre todo como vengo abordando el tema desde hace tiempo,

como una **articulación única** (no mera mezcla) en la historia de la filosofía, de matrices indígena, afro y cristiana, que han sido motor de la Revolución, en este caso haitiana, siendo reubicado, este fenómeno filosófico único y trascendental, de manera única en la historia de la humanidad.

La estética de este *oricha*, en relación a su vestimenta, es similar a la de *Echú*, pero en este caso es de color púrpura y, también baila agachado dando pequeños saltos sobre una pierna, revoleando el machete como si cortara malas hierbas. Durante esta escenificación, epifenómeno energético, levanta la otra pierna para no herírsela con el machete. A todas las herramientas las mueve como, particularmente las emplean, cada uno en su oficio.

Para el caso de *Yemaya*, tenemos que hacer unas precisiones, ya que en general muchos autores le han atribuido ser la diosa de los ríos, manantiales y del mar, pero en realidad es el mar mismo. En el caso de Cuba, se la identifica con la Virgen de Regla, que es la santa patrona de los marineros cubanos. Su santuario corona la Bahía de La Habana. En el caso del Brasil hay matices diferentes, lo trataré en nuestro párrafo sobre la eco-revolución de género.

En este territorio de las Antillas Mayores, es la Diosa de la fertilidad, no del amor. Así, es una *oricha* de la maternidad, pero en África es la madre de todos los *orichas*, es decir, sería una madre primordial, también es esposa y amiga de las buenas compañías. Su color es el azul marino y está vestida con suntuosidad, en su vestido blanco, se la presenta como una mujer virtuosa, que es sabia y madura, pero también puede ser picaresca y sensual, porque en la cosmo-vivencia filosófico-teológico africana, no se considera incompatible la virtud, la sabiduría y la sandunga-donaire-gracia.

La danza es un emergente de una estética profunda de vida, equiparable, como dice Fernando Ortiz, a la danza de las olas marinas, y desde mi visión, puede ser similar al movimiento de capas tectónicas, según las circunstancias lo requieran. Como cierre, rememorara el movimiento de origen de la vida, en la que se puede remar de un lado a otro, abarcando el espacio infinito, llegando hasta el horizonte, cruzándose a la otra orilla, en donde *Ochún*, que es un río, está esperándola. Sus movimientos pueden ser, tanto

suaves, como violentos, llegando al paroxismo de ser una brisa, o un ciclón, o un maremoto-terremoto destructor.

Sobre *Chango* hay muchas versiones, de cómo murió, se mató, o aún está vivo. De todos modos, debemos decir que, posee una doble personalidad y estuvo casado con tres diosas acuáticas, *oya*, *ochun* y *oba*, lo que simboliza la virilidad en todas sus virtudes y en todos sus defectos. En Cuba, ya no es el señor del rayo de la guerra, de la virilidad, porque con él, está unido Santa Bárbara, que es santa de las tempestades, auxiliadora de los artilleros y de los mineros, entonces, para los cubanos (cosmo-convivencia americana), sería una Santa Bárbara masculina y, por lo tanto, su danza es de armas, con cierto acento en la dimensión erótica, y potencia reproductiva, conjugando una personalidad más compleja.

En Cuba, *Ochún* es la mujer de *Chango*, se la iguala con la Virgen Misericordiosa, que se distingue de la Virgen de las Mercedes, que está identificada con la deidad creadora *yoruba obatala-batalá*. *Ochún*, también se diferencia de *Yemaya* como la maternal. *Ochún* en la señora de los ríos y del agua dulce, a ella se le brindan ofrendas florales y se bebe miel líquida, su color es como el oro, que se encuentra en los ríos, siendo el abanico su símbolo. Su baile posee una coreografía tripartita, donde la primera parte, es una danza de los manantiales; en la segunda parte, muestra el baño de *Ochún*, en donde amorosamente se deja acariciar por el agua; y en la tercera parte, de manera seductora, extiende sus brazos, con las pulseras de oro, seguida de movimientos sensuales de las caderas, indicando la lluvia, el agua celeste que representa la fuente principal de toda agua dulce.

Miel, es lo que reclama, siendo, la misma, símbolo de la esencia erótica de la vida, contorsionando su cuerpo que, con el más sensual de los deseos, se queda a la espera de la misteriosa gota de la procreación (erótica espiritual de la vida). Esto es muy importante tenerlo en cuenta, dentro de la matriz afroamericana (cosmo-convivencia), porque en África (cosmo-vivencia), **no se encuentran** *ochun* y *chango* juntos. La **danza** de *Changó* y *Ochún*, sería imposible en dicho continente.

Obatalla-Obatalá es el *oricha* creador, quien moldeó al hombre en barro, y que una vez borracho, creo también, por descuido, a los paralíticos, albinos, ciegos, etc., lo que esto muestra⁸, es que no todo lo que es creador produce obras buenas, sino que pueden ser también fallidas. Este es un *oricha* hermafrodita, danzado por un hombre o una mujer de características maternas y bonachonas, pero también es imaginado como un jinete con sable sobre un caballo blanco, o como un anciano decrepito, o como un inválido que se cae al suelo, y como un sabio que predice el futuro.

En definitiva, hay incontables danzas, tantas como *orichas*, con cantos particulares y ritmos específicos. Las danzas siguen los infinitos flujos energéticos y los van materializando. En la danza, el sacerdote no controla el movimiento de los pies, sino que dirige la materialización de lo espiritual, a través de dicho movimiento, para que se lleve a cabo de una manera correcta y cierta.

Por otro lado, en este contexto, las sociedades secretas juegan un papel determinante. Las sociedades secretas son una forma de origen, conservación y organización del poder político, para la búsqueda de acciones dirigidas y específicas. En la santería cubana, contrastando con el *vudú*, no se dan ni se colocan vestimenta a los poseídos, tampoco símbolos durante el baile, sino antes de él. Pero la santería, al igual que en el *vudú*, el creyente no es un actor que representa a un *oricha*, sino que es el *oricha* mismo.

En la santería como en el *vudú*, debemos analizar lo que se entiende por *ñañiguismo* o sociedad secreta. Este término, se usa como un concepto que incluye todas las manifestaciones religiosas afro-cubanas, entonces, similar al *vudú*, es un sinónimo de paganismo, idolatría, obra diabólica, hechicería. Lo que caracteriza a la santería como el auténtico *ñañiguismo*, según nos indica Fernando Ortiz, no es una religión, sino un orden

⁸ Tras el aparente absurdo de dicha lógica divina, el que posee la idea de perfección, no podrá nunca aceptar que una divinidad se comporte de esa manera. Pero ante una idea de perfección divina, el error puede resultar, para muchos, más difícil de entender, o puede producir una importante distancia entre el creador, lo creado y lo humano. Claro, que esto, está señalado solo de manera reflexiva, sugiriendo que nadie se encierre, en principio, en-su-sí-mismo como lo impositivo. Los temas, por separado, han sido largamente tratados durante milenios. La experiencia nueva, es poderlos reflexionar entre-cultural, entre espiritualmente. Coloque aquí este cruce reflexivo para habituarnos al plurí-logo y a la complementación, articulación, conversación, etc.

de caracteres militares, tipo mazonería, a la que pueden pertenecer solamente los iniciados, los que están juramentados, llamados *okobio* o *monina*, que son los varones. Las mujeres no pueden formar parte de esta organización.

Aquí se vuelve tocar el núcleo duro (compuesto de elementos y subelementos), que vengo señalando debemos avanzar en descolonizar, y que, en el párrafo de este libro, “Revolución del eco-género. Terapéutica de la liberación”, desarrollo con más detenimiento. El *Barón Samedi* y su conjunto de *guédé*, que se materializan en los creyentes de el rito *vudú*, poseen en la santería de Cuba un culto propio. No existe aquí la figura de la muerte, ella con su tenebrosa comitiva, posee en el *ñañiguismo*, un ritual propio, pero que no se materializa, ni corporiza. Esto parece ser una profanación, pero que tiene sus raíces, en realidad, en las tradiciones nigerianas.

Beier señala sobre las sociedades secretas de los *yorubas*, en el caso de los *Egungun* que poseen la función social de establecer un vínculo entre los vivos y los muertos, con la tarea de llevar duelo y consolar a los allegados, o familiares luego del entierro. A esto le llamo la vida larga, fundamental para el desarrollo de una sensibilidad cuidadora de la vida colectiva. Un adepto que danza a un *oricha*, se convierte en el mismo, durante la posesión, pero, por otro lado, el danzante de máscara, no puede convertirse en el difunto, solo sigue siendo un bailarín, prestándole a aquel, su voz, el gesto, la mímica, etc. Esto quiere decir de fondo, que no es el **otro**, sino que lo que se produce en el proceso, es un acto de **representación**, por ello es un **actor**, mientras que el **adepto** que baila mientras dura la posesión, sí es fundamentalmente ese otro, produciéndose una especie de mimesis.

En Cuba, el *ñañiguismo* no se origina desde la sociedad secreta *yoruba*, sino que tiene sus raíces en un ritual que viene del sur de Nigeria, de una sociedad secreta llamada *Ekué*, perteneciente a los *efik* o *ekoi*, muy próximos a Calabar. El ritual de los *ñáñigos* es secreto, y se origina durante la medianoche. Con los preparativos en el templo (*fambá*), los iniciados instauran una potencia o *logia* para ofrendarle al Gran misterio, la sangre de un gallo que representaría el plasma vital que se entrega a *Ekué*. *Eku* significa muerte en idioma *yoruba*. Él es la muerte en su modo de estar invisible, dejando oír su voz-*ética* de leopardo.

En lo que se refiere al templo y a todas sus partes, paredes, piso, puertas, altar, hombres, con todos sus objetos sagrados, tambores, calabazas, bastones, recipientes de agua bendita, inciensos, etc., se ornamentan con líneas y signos mágicos de yeso amarillo. El yeso blanco, solo se utiliza en los enterratorios, y dentro del templo es empleado por los sacerdotes y el *okobio*, quienes utilizan ropas estructuradas con símbolos mágicos. Una vez que estos preparativos están prontos, tres personas salen al frente del templo, y puede entonces iniciarse el juego ya a la luz del día.

Durante el rito de purificación, suenan los tambores continuamente, cada acción es seguida de cantos y conjuraciones. Al momento se genera un silencio y, de la profundidad del templo, se escucha la terrible la voz-*éthica* de *Ekué* que, como ya señalé, es la invisible muerte que resuena como un trueno. La orquesta se deja oír nuevamente, con sus instrumentos hechos de vegetales y animales. El gran misterio de la voz de la muerte, guarda uno de sus significados principales, que es una voz-orbital-*éthica* plena de sentido, llena de vida.

Ahora, a este respecto, tiene en su núcleo-mítico-sacrificial, una diferencia con el núcleo-mítico-sacrificial del capital-capitalismo. En este último, es científico-matemático, con el cual cae progresivamente la naturaleza y la masa de la población mundial, bajo el pragmatismo del cálculo, a los que se despoja y extrae directamente de todo lo que poseen. El núcleo-sacrificial-mítico en la historia, puede ser tomado como un antecedente del sacrificio moderno, pero solo luego de la total perversión de dicho sacrificio, extendida posteriormente a escala global. Pero analizado desde el presente, debemos continuar deconstruyendo y modificando, conjuntamente la estructura del ritual-mítico, desde estos elementos que están dentro de la esfera de la revolución del eco-género.

Aberisún, quien lleva la ropa del verdugo, debe convertirse, a su vez, en verdugo, pero se resiste a hacerlo, ya que dicha figura es la que tiene la función de matar a la víctima. El tamborilero hace crecer los ritmos, va envolviendo con ello y con su movimiento al verdugo, que se opone, pero que es inducido a dirigirse al macho cabrío, ante el cual va aproximándose, pero ante la presencia del mismo, en realidad, lo que desea, es huir. Los hermanos, entre los que debe fungir como verdugo, se compadecen e

invocan *Abasí*, quién es el invisible del mundo de arriba, para que absuelva al animal, por ser este un hermano.

En ese contexto, el invisible mantiene silencio, porque desea el sacrificio, y el verdugo entonces recibe la orden del tamborilero, y que el colaborador en acción, coordinada con el tamborilero, le entrega el *itón*, que es el bastón mágico, haciendo que la orden sea irrecusable. El verdugo, frente a la víctima pintada de signos amarillos, siendo ellos los colores de la muerte, se acerca al él, pero si el macho cabrío lanza un alarido, la ceremonia se interrumpe y el animal es liberado, porque se percibe a ese grito como una voz-*éthica*, es decir, como una señal de que la víctima se ha convertido en hermano y que ella implora, clama por su vida.

Pero el hechicero mantiene cerradas las mandíbulas del animal, por lo que no se escucha sonido (voz-*éthica*: querer vivir-sentido de vida), entonces el verdugo le coloca un fuerte golpe en el cráneo, dándole muerte instantánea, o quedando noqueado. Luego de ello, el verdugo huye con estupor, y es allí que el ayudante le clava al animal, un puñal en el cuello, cortando la yugular y dejando correr la sangre en la vasija, hasta que esta quede llena. Luego se le corta la cabeza, se separa su piel, se desmembran sus partes.

Los cantos anuncian la muerte de la víctima, luego los hermanos ingresan en la profundidad del templo, y se ofrendan la sangre de la víctima, como libación a *Ekué*, quien vuelve a dejar oír su misteriosa-voz-de-leopardo, consagrando la libación de sangre, llamada *macuba*, y esta pasando de boca en boca, por medio de una vasija especial. El candidato bebe en comunidad con los *abanékues*, que son los hermanos en la muerte, a los cuales ahora él pertenece. De esta manera, la potencia vital se renueva, a través, de esta comunión sacrificial. La cabeza del animal sacrificado, se entrega a *Ekuéñón*, el colaborador de la muerte, siendo ubicada sobre el *eribó*, que es el tambor sagrado. Todo este procedimiento es muy similar a lo que se describe en los misterios de *Eleusis*.

Cuando al candidato se le ofrecen los testículos de la víctima, recién se le quitan las vendas de los ojos. Ahora pasa a ser un **resucitado**, al que se le muestran los instrumentos sagrados. Fernando Ortiz señala que esto se debe a la cristianización del proceso (*Ekué* es equiparado con Jesucristo), pero si aun nos mantenemos en la matriz propiamente afro, debemos decir, con más precisión, **renacimiento**.

Eribó, es el tambor sagrado, y representa un poder sobrenatural, es decir, a la deidad misma, se trata de un tambor mágico. La víctima, es ofrecida a poderes supra-terrestres, y a través de los versos, se rememora y relata como, por primera vez, los antepasados celebraban, en África, esta ofrenda a orillas del río mítico *Usagaré*. En el mito-sacrificial-científico-capitalista, la naturaleza y la masa de las poblaciones del mundo, son arrojadas-abismadas desde su propia naturaleza y cultura a la mismísima nada, reproduciendo y creando un contexto de destrucción y muerte. El sacrificio científico capitalista, **inventa** un mito sacrificial inexistente en la historia de la vida, inventa el mito-empírico-sacrificial-del-todo.

Hasta aquí, nos queda claro que, la realidad se manifiesta estéticamente como potencia danzante y escenografiada, exteriorizando la gracia y el drama profundo de la vida. En la santería, las danzas son religiosas, en el drama *ñañigo* (potencia o juego) son culturales, pero no es este tipo de hechos el que los ha tornado reconocidos, sino su expresión en la vida pública. En pequeños contingentes articulados, en el día de Reyes, durante el carnaval y en días cotidianos, cuando recorren las calles, se llaman a sí mismo *ekobio*, que significa amigo o hermano, como ya he anunciado, mientras que en la voz-*ética* popular, se los denomina como diablitos o duendes, amenazas para las mujeres y niños.

Estos bailan con su bastón llamado *itón*, y la danza que realizan, en este caso, no tiene expresión acrobática ni graciosa, sino que posee características sobrehumana-extraordinarias, ya que los diablillos imitan a los muertos que han vuelto, es decir, se comunican con seres del otro lado del mundo, esto es del mundo invisible, del mundo espiritual. Cuando uno de los diablillos ofrenda su exhibición, los demás lo miran y se divierten. Este tipo de baile, se ha integrado desde hace mucho tiempo en los carnavales, aunque a fines del Siglo XIX, fueron prohibidos, al abolirse la esclavitud. Pero este tipo de danzas profanas, continuaron manifestándose de manera clandestina.

Ya he señalado, que el *ñañiguismo* tiene un costado jovial (dentro de esta matriz), porque conjuntamente con el drama profundo, está la "broma". No puede entenderse aquí, a la muerte en sentido eurocéntrico, ni la broma en sentido capitalista, como otra forma vulgar de matar sentidos. Los diablillos existen y continúan manteniendo relaciones

con los vivos, y su forma jovial, a la vez, tiene un costado tenebroso, por estar en comunicación con los muertos. Aquí, debemos recuperar algunos aspectos perdidos, los que, en África en la sociedad de los *egungun*, por un lado, establecen un vínculo entre los vivos y los muertos y, por otro lado, representan también a los vivos.

Se utilizan máscaras profanas, con el solo objetivo de divertir a la gente. La sociedad secreta, organiza de esta manera los juegos públicos en la cultura popular, imitando a los *hausas*, *nupes* y *europesos*, poseen máscaras que bromean con la policía, las prostitutas e imitan a los animales. En Cuba (de matriz cosmo-convivencial afro-americana) ha desaparecido la distinción entre máscaras que si se diferenciaban en el África (matriz africana), por ejemplo, entre las máscaras *bazimu* y las *bazima*.

Punto en común entre las dos matrices, es que los bailes de carácter religiosos, así como las danzas de máscaras, permanecen en el África como las Antillas, siendo manifestaciones profanas de sociedad, ya que el baile religioso también posee un carácter social, siendo y convirtiéndose en **danza del trabajo** de **campesinos**, que siembran la tierra, así como de **obreros** de la construcción, que aceptan la relación religiosa con la siembra del trigo o con la fuerza del acero.

Fernando Ortiz nos sugiere, que la rumba deriva de la palabra *yuka*, y que esta a su vez, de la palabra *calinda*, ubicada en el contexto de la esclavitud y despreciada como tal por los moralistas de la colonia. La palabra *calinda*, también se relaciona con el término *calenda* o *caringa*. La rumba en el lenguaje castellano, también significa fiesta, grupo, reunión festiva y, en España, se la relacionaba con la prostituta, como mujeres de rumbo.

El padre Labat, quién se instaló en el Caribe, por el Siglo XVII, habla de la *calinda*, siendo uno de los bailes que mayor bienestar y dichas producía a los esclavos. Este provenía de la costa de Guinea, tal vez de Ardra, por ello los españoles lo aprendieron de los esclavos. Luego, se baila en toda América, la característica de esta danza, era de un erotismo y una sexualidad, expresiva y excesiva, por la que eran prohibidas por los amos para que los esclavos no la dancen.

Aún, con la prohibición moralista del amo (que solo justificaba, lo que en realidad, era impedir que dicho mundo se reproduzca en todo sentido), se continuaban bailando, difundiendo y se iba pasando de generación en generación, a través, del aprendizaje y

proximidad de los niños con relación a esta danza. Luego, hay otras descripciones, que abundan en matices, o hasta en contraposición de conceptos, que no viene al caso aquí detallar. Otra danza, que manifiesta estéticamente la realidad de la que hablamos, es la *chica*, que proveniente de las Islas de Barlovento en el Congo y de Cayena, denominándose como *Calenda*, que los españoles le llamaron *fandango*.

Se caracteriza en la *chica*, por la precisión con la que la bailarina mueve sus caderas, y a la que un bailarín se le acerca saltando repentinamente en el aire, y aterrizando bien cerca de ella, en una distancia en que casi es tocada. Estos son trazos generales sobre esta danza, ya que la descripción precisa, es casi imposible de realizar, en relación a los fenómenos filosóficos, conectados con la realidad que todo ello conlleva. De todos modos, se debe afirmar que, sea un africano, un criollo de cualquier “color-matiz” de piel, que ejecutara la danza sin excitación, sería considerado un hombre que ha perdido la última chispa de vitalidad.

De las danzas no sagradas practicadas, la que tiene más relación con la *rumba* es la *yuca* (*yuca*). El tamborilero de la *yuca* se llama *yuquero*, tiene las muñecas atadas, pequeñas maracas para defenderse a sí mismo y al tambor, de poderes mágicos agresivos. La *yuca* se danza musicalmente en compases simples de 2/4, o compuestos de 6/8, y su ritmo riguroso es más rápido. De esta manera, sabemos que puede ser representada en compases musicales, tanto simples como compuestos. Por lo tanto, se trata de una dimensión que rítmica y musicalmente expresa una estética de la realidad.

La danza de los pares, es sexual, en la *yuca* se llama *vacunao*, en Brasil recibe el nombre de *ombligada*, para los cubanos del Congo el nombre *nkumba*, qué significa ombligo, que es también desde donde se desprenden las palabras criolla *cumba*, *cumbé* *cumbancha* y, que en el *vacunado* de los danzarines y en el cuerpo del bailarín, golpea contra el de su pareja, concluyendo en la unión simbólica de ambos, dentro de esta coreografía. Hay múltiples opciones, la bailarina puede negarse y, ese giro, se llama *botao*, que deriva del término **botar, que significa mover el timón para seguir un nuevo rumbo**, para saltar o despilfarrar, oponiéndose al *vacunado*.

Entonces, el bailarín vuelve a hacer un intento nuevo para obligarla, extendiendo un pañuelo, con lo que la superficie del baile disminuye. Pero si ella logra eludir la

reducción de espacio, y apoderarse del botín que yace en el suelo, es ella la vencedora y la prenda le pertenece. Entonces él, tiene que rescatar el botín con un obsequio en dinero. Una vez más, vemos estructurarse y conservarse el **núcleo-patriarcal-matizado** que hemos deconstruido en el parágrafo “revolución del eco-género”.

La *yuca* es una contraparte profana de la danza de *Ochún*, estando relacionada a *Chango*. Aunque el simbolismo de ambas danzas es el mismo, el de *Ochún* es aún más complejo. El gran misterio, para nosotros, es como en el Caribe, por ejemplo, en Cuba puede existir en cosmo-con-vivencia el encuentro entre *Chango* y *Ochún*, ya que su distanciamiento es inviable en la nación *yoruba* de África. Algunos podrían suponer una influencia eurocéntrica, pero en realidad, el acto del *vacunao*, intrínseco de la *yuka* no es reproducible desde Europa.

En cambio, puede encontrarse en África, entre los *zaras*, que moran en proximidades del Lago *Chad*, aquí los varones y mujeres jóvenes se reúnen bajo el árbol del baile, unos formando una fila, otras sentadas, o a veces, también formando hilera se aproximan entrando en contacto con los cuerpos y las miradas, se compenetran unas a otras por un breve lapso de tiempo, para que las parejas luego se separen en direcciones opuestas, muchas de las mujeres vuelven a convertirse en espectadores, y otras son las que las relevan, obedeciendo, a su vez, al llamado del *tam-tam*.

La duda, a este respecto, es si una danza de los *Saras* del Lago *Chad* puede haber llegado hasta Cuba. No es esto completamente imposible. Tenemos otro dato, que es fundamental, en *Kano*, hacia el norte de Nigeria, era un centro de trata de esclavos, desde dónde las expediciones de negreros se iniciaban. Desde allí, los *Saras* no están a gran distancia de *Kano*, además de ser personas de Gran porte, fuertes y muy bellas, que podrían haber ofrecido, a los negros vendedores, el máximo valor por un esclavo.

También, desde *Kano* se inicia una vieja ruta comercial para el sur, hasta el Níger, y desde este hasta Benín, donde se los embarcaba para las Antillas. De esta manera, los esclavos *yorubas* influyeron con su cultura, por ejemplo, en el Caribe, y Cuba, en muchos aspectos como hemos visto. Hay un gran campo de probabilidades, ya que en estos viajes no resulta muy posible el traslado de grandes contingentes de *Saras*, ni que estos sobrevivan a los viajes atlánticos en condiciones deplorables.

Pero para nuestros datos, la danza de los *Saras*, puede haber posibilitado esta cosmo-convivencia entre *Ochún* y *Chango*, siendo, tal vez, también, el antepasado directo de la *Calenda*, habiendo proporcionado, de esta forma, a la *yuka* y a la *rumba*, el troquel del simbolismo que expresa el *vacunao*. Luego, hay otra inquietud, que suele trasladarse desde el eurocentrismo, o el euro-cristianismo con respecto a la *yuka*. Si es ella una danza sagrada qué ha llegado a ser profana, o si siempre esta presente con sus rostros sagrado y profano.

Para dejar claro esta situación, tenemos que hacer alusión al desarrollo de todo este párrafo, y a lo que consideramos una estética honda de la vida, ya que en la filosofía de matriz africana como de matriz afro-americana, no es distinguible de manera tajante, ni es separable lo sagrado de lo profano. Uno de los misterios descubiertos, es que todo es potencia vibrante danzante, tanto en el *oricha*, como en el hombre, en el tambor sagrado, como en el tambor profano. Dicha potencia es materialización de una potencia mayor, vital, vibrante, universal, a la que no se le puede trazar el límite entre tales campos, o dimensiones de lo sagrado y de lo profano, según los cánones eurocéntricos-dualistas, euro-cristianos, presos de estos arneses.

Todo lo sagrado tiene un elemento profano y viceversa, se comunican desde la interioridad, desde la profundidad palpitante. Se establece, de esta manera, un nexo, una articulación profunda, vibrante, danzante que se materializa, y que dicha materialización representa un *quiasmo* de esta potencia universal. Esta estética profunda de manera entrelazada nos muestra este proceso.

Los matices son infinitos, muy difícil de determinar con exactitud, si una danza simboliza más o menos, mejor o peor la potencia vibrante universal, según si contiene más o menos *nommo* (poder mágico de la palabra). Pero en ese contexto el baile de *Ochún*, puede decirse, es más sagrado que el de la *yuka*, pero esta tampoco se puede establecer sin esa potencia profunda vibrante danzante vital universal. No se aplica aquí, en ningún caso, el concepto de lo profano a lo eurocéntrico, dualista euro-cristiano.

Entonces, una danza de matriz cosmo-vivencial africana o cosmo-convivencial afroamericana, en realidad es profanada cuando es euro-centrizada, y esto ha sucedido por ejemplo con la *rumba*. Según nos señala Fernando Ortiz, esta danza de matriz cosmo-

vivencial africana se va acriollando y amulatando, es decir, se van blanqueando sus movimientos, se des-erotizan perdiendo conexión con ese fondo vibrante profundo. Dichos movimientos se vuelven más estilizados y simbólicos, la *ombligada* y el *botado* van diluyéndose, y el *vacunao* se trueca por un simple señalamiento del sexo femenino.

La *yuka*, de esa manera, se blanquea ya no siendo un baile africano ni siendo *yuka*, de esta manera se convierte en *rumba* brava, luego, básicamente en *rumba* picaresca y, por último, en *rumba* de salón para bailarse en una sociedad moralista. Ha sufrido un proceso de transustanciación y transfiguración. Podemos decir, que una estrategia cuasi comercial, mantiene un mínimo de *sandunga* para conservar aquello de exótico de su carácter y raíz original.

El diálogo de los sexos, va estilizándose y perdiendo conexión con la estética honda del ritual de la fertilidad. Para Fernando Ortiz, infelizmente será la *rumba* la que consigue aceptación, cuando en 1932, llega a la feria Universal de Chicago. Esta funciona como un estante de la estética hegemónica que la inserta en el mundo. Ortiz piensa con rabia que podrían haberse difundido otras danzas, que se tocan con el fondo profundo de la cultura y no la desvirtúan.

De todos modos, no es casualidad dicha inclusión, porque la rumba ya sufrió un extenso proceso de re-semantización, hasta que llega a uno de los corazones del Imperio y puede ser aceptada. Es la danza de *Ochún* y *Chango* en la santería, la que se conecta con el fondo profundo, vibrante de los ritos de fertilidad y todo el carácter erótico, mientras que las danzas de los *ñáñigos*, se relacionan con estereotipos, así también, las **danzas de trabajo llamadas *corvé* en Haití o *coumbite-combite***, con su primer cantor el *simidor* o *samba*.

Para entender este último aspecto, es bueno relacionar nuestro concepto, del ritualizante y **vuduizante trabajo vivo danzante**, ya que en la cultura de matriz cosmovivencial africana, la **danza manifiesta y aumenta** siempre la potencia vibrante vital. La danza de trabajo, tiene, por resultado, el crecimiento colectivo-ecológico-sagrado de la vida, ya que cada danza posee una función dentro del continuo proceso energético, no siendo meramente obsceno, ni careciendo de erotismo.

Avanzando sobre la diferencia que existe, entre el baile o la danza occidental, y las de matriz africana-afroamericana, determinando desde cuándo dicha danza pertenece a la dimensión cultural africana, y cuándo a la occidental, tenemos que considerar que, en la matriz africana-afroamericana, un gesto en la danza no es nunca independiente, siempre es un símbolo conectado con todo lo demás, manteniendo el movimiento del orden universal. En la matriz cosmo-convivencial afroamericana y, por ejemplo, en la afro-cubana, una danza de fertilidad simboliza, con el juego del máximo realismo sexual, el sentido del mundo, posee un lugar destacado, dentro del orden universal, siendo obsceno solo desde el punto de vista eurocéntrico.

El baile por parejas, en África, es concebible como finalización de la danza de fertilidad, pero en América, tuvo que ser transformada por el eurocentrismo, lo que llevó a que pierda poder simbólico, adaptándose a las normas de la ética-moralista-europea. El resultado ha sido, que la danza se transforma en expresión de movimientos abstractos y de destreza física, entonces la *calinda* y la *chica*, como danzas sagradas, que en Haití se llama *loaloachi-loiloichi*, bajo ese influjo europeo eurocéntrico, la danza de *Ochún* y *Chango* perdió su obscenidad, y en el sentido eurocéntrico se hizo decente. De esa forma, se expandió en el mundo, pero desde el punto de vista de la matriz africana, todas estas danzas decentes son profundamente obscenas, porque el abrazo de los cuerpos, simboliza el acto de la cópula.

F. Ortiz, nos advierte, para nuestra visión de matriz cosmo-convivencial afroamericana que, por ejemplo, en Cuba no existe influencia indígena, respecto a la danza que se llamaría *Areíto de Anacaona*, porque no tiene relación con el *areíto* de los indígenas, apuntado, con anterioridad, por Fray Bartolomé de Las Casas, ni tampoco con la reina indígena *Anacaona*, sino que dicha danza nace en el *vudú*.

Referencias

BAUER, Carlos. **La huella de Haití entre el latino-américo-centrismo y la historia universal.** Otro camino para descolonizar nuestra historia, cultura y estado. Notas para un proceso de liberación permanente. Un pequeño libro que todo “americano” debería leer. UNC, Córdoba, 1ª Ed. 2011; 2ª Ed. 2016.

BAUER, Carlos. “Historia para la liberación. Crítica a la voluntad (razón-práctica) global”. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Volume 13, Número 29, pp., 09-30, set. 2015. Disponible en: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18962>

BAUER, Carlos. **Anápolis. Comunidad inclusiva, ecológica, económica, pluricultural.** Un proyecto ético-político para la construcción de una institucionalidad analéctica o un modelo factible de integración social y preservación de la vida. Córdoba: UNC., 2016.

BAUER, Carlos. **El vuelo del Colibrí.** América honda, América entrecultural. Superación interior del capital. Vademecum de una filosofía orbital. Goiânia: Editorial Phillos, 2019.

BAUER, Carlos. **Analéctica latinoamericana.** Un pensamiento emergente para el Siglo XXI. Buenos Aires: Editorial Prometeo, 2021.

BAUER, Carlos. “Historia para la liberación. Crítica a la voluntad (razón-práctica) global”, **Amauta**, 19 (38) 16-33, 2021. Disponible en: <https://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/Amauta/article/view/3098>

BAUER, Carlos. **Ensayos Anapolíticos.** Contribuciones para una historia de la liberación. República de Moldavia: Editorial Generis Publishing, 2022.

BAUER, Carlos. **Historia para la liberación.** Modelo y paradigma ético-épico de liberación. Huellas Americanas en la Historia Universal. La Revolución Haitiana y la historia de la humanidad: aportes desde el proceso de hominización latinoamericano. Crítica a la razón-esclavista moderna. (inédito), 2024.

JAHN, Janheinz. **Muntu:** Las culturas neoafricanas. México; Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1963.

MARTÍNEZ MONTIEL, Luz María. **Africanos en América.** La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Sociales, 2008.

Arqueologia conceitual de um tempo passado mediatização, tradição e folkmídia¹

*Maria Érica de Oliveira Lima²
Fernando Fischman³*

Submetido em: 24/07/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

Produzido durante o pós-doutorado na Argentina, de caráter ensaístico, em alguns momentos estabelecemos como uma “conversa informal” ou memória acadêmica junto ao supervisor da pesquisa, valorizando a parceria e as contribuições durante o estágio. Enfatizamos os percursos num exercício retórico conceitual da mediatização, da tradição e do folkmídia, utilizando autores das Ciências Sociais e da Comunicação. Revisão de literatura como técnica de pesquisa. Os objetivos são a construção teórica da mediatização e a inserção acerca da tradição, alterando seu curso no tempo, a impactar-se pelos meios de comunicação e pela tecnologia; e a apropriação de uma indústria da comunicação e da mídia perante as manifestações populares, como intitulamos no conceito de folkmídia. Finalizamos com o contexto mediatizado entre tecnologia, rede e linguagens múltiplas nos aspectos de tradição a

¹ Parte integrante do Relatório Pós-doutorado realizado na Argentina. Pesquisa na FLACSO e UBA. Assinatura do ensaio em conjunto com o pesquisador Dr^o. Fernando Fischman (UBA), supervisor, a quem agradeço por sua contribuição no ato da investigação, reflexão e recepção na Universidade. Em alguns momentos o ensaio se encontra em primeira pessoa devido ao caráter memorialista, todavia, o pensamento reflexivo e a escrita foram em dupla.

² Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Doutora em Comunicação (Universidade Metodista de São Paulo e Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal). Mestre em Comunicação (Universidade Metodista de São Paulo). Investigadora colaboradora do CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar “Cultura, Espaço e Memória” da UP, Portugal; Emerge - Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência da UFF e GREC – Grupo de Estudos sobre Cibermuseus, UFBA. Correio eletrônico: mercial@uol.com.br

³ Doutor em Antropologia (Universidad de Buenos Aires), Mestrado em Artes (Folklore Institute, Indiana University, EUA), licenciado em Ciências Antropológicas (Universidad de Buenos Aires). Pesquisador do Instituto de Investigaciones Sociales de America Latina – FLACSO/CONICET). É Diretor do Diploma Superior em Migrações, Mobilidades e Interculturalidade na América Latina. Seus interesses de pesquisa são relações interculturais, diáspora judaica, relação judaico-coreana argentina e mobilidade acadêmicas no contexto da cultura e tradição. Autor do livro “Folklore y Comunicación: enfoques para el análisis cultura”, juntamente com Cristian Yáñez Aguillar. Universidad de La Frontera, 2022, Chile. Correio eletrônico: ffischman@sinectis.com.ar

sofrerem rupturas, mesclando, gradativamente, uma batalha entre valores de permanência e adaptações.

PALAVRAS-CHAVE

Mediatização; Tradição; Folkmídia; Revisão de literatura.

Conceptual archeology of a past time: mediatization, tradition and folkmedia

ABSTRACT

Produced during the post-doctorate in Argentina, it is an in an essayistic form, and at times it is established as an “informal conversation” or academic memoir with the research supervisor, valuing the partnership and contributions during the internship. We emphasize the paths in a conceptual rhetorical exercise of mediatization, tradition and folkmedia, using authors from the Social Sciences and Communication. A literature review as a research technique, the objectives are the theoretical construction of mediatization and the insertion of tradition, altering its course over time, being impacted by the media and technology; and the appropriation of a communication and media industry in the face of popular demonstrations, as we call it in the concept of folkmidia. In a mediated context between technology, the network and multiple languages, aspects of tradition undergo ruptures, gradually merging a battle between values of permanence and adaptation.

KEY-WORDS

Mediatization; Tradition; Folkmedia; Literature review.

Arqueología conceptual de un tiempo pasado: mediatización, tradición y folkmídia

RESUMEN

Producida durante el posdoctorado en Argentina, de carácter ensayístico, en ocasiones la establecimos como una “conversación informal” o memoria académica con el director de investigación, valorando el compañerismo y los aportes durante la pasantía. Destacamos los caminos en un ejercicio retórico conceptual de mediatización, tradición y folkmedia, utilizando autores de las Ciencias Sociales y de la Comunicación. La revisión de la literatura como técnica de investigación, tiene como objetivos la construcción teórica de la cobertura mediática y la inserción de la tradición, cambiando su rumbo en el tiempo, siendo impactada por los medios y la tecnología; y la apropiación de una industria comunicacional y mediática frente a las manifestaciones populares, como llamamos al concepto de folkmídia. En un contexto mediado entre tecnología, red y múltiples lenguajes, aspectos de la tradición sufren rupturas, mezclando gradualmente una batalla entre valores de permanencia y adaptaciones.

PALABRAS-CLAVE

Mediatización; Tradición; Folkmídia; Revisión de la literatura.

Introdução

Outro dia, nas trocas de mensagens sobre Comunicação, Cultura, Folclore, comentando sobre fenômenos diversos com o professor Dr. Fernando Fischman, supervisor do meu pós-doutorado na Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) e Universidad de Buenos Aires (UBA), estabelecemos refletir sobre tradição e mediação.

Depois de algumas semanas, ao fazer o estado da arte e na busca de inspiração para um recomeço de um novo artigo, (...) me enviou o texto de Charles L. Briggs (2020) a abordar perspectivas do folclore e meios de comunicação; mediação e algumas definições; tradição e *tradicionalización*; o *folklorismo*, a *folklorización* e o *folkoresco*; o entrelaçamento da mediação e *tradicionalización*. As intersecções críticas entre a “tradicionalização” – numa tradução livre – e a mediação que perpassam, no artigo, com alguns exemplos práticos cujo autor Briggs (2020) cita o papel da mediação, as dimensões ideológicas, e comenta películas da Disney, obras dos irmãos Grimm; a questão da COVID-19.

Ao finalizar o artigo de Briggs (2020), fiquei com a sensação de ler autores (as) que já foram feitas há tempos, mas que não foram pontuadas antes por mim, como por exemplo, pensar a tradição e a mediação⁴. Ponderar também no folclore e seu processo de visibilidade pelo viés mediático. No tom nostálgico, porém muito atual, iniciei pela minha biblioteca a separar obras que traçavam um mapa conceitual levando-me a propósito de exercício de meses, de um trabalho solitário, como muito acometem os (as) pesquisadores (as).

Numa dessas viagens a São Paulo, não me recordo o ano, passeando pelas livrarias e sebos, encontrei o clássico livro “Cultura Popular – românticos e folcloristas” de Renato Ortiz (1992). Com suas 101 páginas tão ricas em notas e referências, eu li, na época, numa velocidade que hoje já não me pertence mais. A concentração também mudou de estágio, a dispersão aumentou pelo excesso de tecnologia e plataformas... por isso, fazer um artigo não exige somente vontade, tempo, reflexão, entrega, ou cobrança de prazos burocráticos. Sentar-se, ler, refletir, escrever, anotar está sendo uma prática a nos exigir ainda mais. Por isso, compreendo quando meus alunos (as) da Pós-graduação expressam os bloqueios, dificuldades, falta de ânimo na atividade de pensar o fenômeno e escrever. Porém, temos que

⁴ Em alguns momentos no texto a palavra mediação também poderá estar escrita como mediação utilizada em Portugal.

nos desligar totalmente desse mundo tão materialista e fazer do hábito de ler e escrever mais do que técnica, e sim, um processo criativo e de entrega.

Foi neste âmbito, de leitura criativa e dos fenômenos que me lembrei do nosso grupo de pesquisadores (as) da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação – Rede Folkcom e nos tantos alunos e alunas que se dedicam a estudar Cultura, Mídia, Processos Comunicacionais. Na apresentação do livro de Ortiz (1992) ele constitui um cenário de discussão sobre cultura popular que mesmo sendo este do século passado, torna-se muito vigente com a introdução de novos aparatos na sociedade, como as tecnologias de informação e novas formas de interação.

Comenta-se, Ortiz (1992) de uma literatura que foi construída em cima de uma perspectiva popular atribuída as manifestações concretas, também ao termo mais abrangente “popular enquanto sinônimo de povo” e claro, sem considerar também na ligação entre cultura popular e a questão nacional.

Ortiz (1992) vai falar do caráter político que toma essa discussão e nos inquirir, até hoje, avaliar se essa cultura atinge o caráter transformador. Ortiz (1992, p.6), diz: “o folclore necessita ser trabalhado politicamente para se transformar em ‘bom senso’, a realidade das classes populares deve ser entendida e orientada por princípios éticos e políticos”.

No “Romântico e Folcloristas”, Ortiz (1992) faz uma “arqueologia do conceito” cultura popular, mas antes, porém, volta-se às raízes históricas para compreender o termo “popular”. Não será esse ponto aqui explorado por mim, contudo, não poderei deixar de pensar o quanto para chegarmos num fenômeno folclórico midiaticizado, por exemplo, não pensarmos na realidade das classes subalternas que tiveram muito de seu cotidiano sistematizado pelos folcloristas e reflexão sobre a tradição popular. Por isso, Ortiz (1992, p. 7) faz o esforço de buscar entender como os “inventores do folclore procuraram organizar e difundir seu material. E como a ideia de cultura popular se configura como categoria de análise”.

Ortiz diz ainda, na sua apresentação, que o fenômeno revela muito do pensamento daqueles que sistematizaram o conceito de cultura popular “muito sobre a ideologia dos que coletaram” (1992, p. 7), não pelo fenômeno em si, mas por aqueles que o perceberam.

À medida que avançava na releitura de “Românticos e Folcloristas” lembrei-me dos estudos ingleses da cultura popular e da “absorção da Antropologia, como disciplina fundadora do folclore” (Ortiz, 1992. p. 8). Não obstante, relacionando com a América Latina,

Ortiz (1992) pontua que tanto no Brasil quanto no continente latino-americano a vertente desse campo sobrevaloriza a potencialidade das manifestações populares como força transformadora e renovadora. Sim, por suposto, creio que essa potencialidade continua até hoje o que nos faz também pensar na tradição.

A despeito de contemplar a condição da tradição e da me (mi)diatização⁵ exige repensar o quanto esses dois conceitos estão ligados no âmbito da Cultura Popular e no Folclore. Para isso, buscou-se levantamento bibliográfico num estado da arte de revisitação às obras selecionadas e um esforço qualitativo de pesquisa. Portanto, seguimos na proposta de pensar a midiatização, só que com outras nuances a acrescentar na análise.

Caminar juntos: me (mi)diatización y tradición

Examinar o conceito de me (mi)diatização, a primeira lembrança da ideia estava lá no Mestrado em Comunicação, em 1998, na Universidade Metodista de São Paulo quando fazia leituras nas disciplinas de Historiografia da Comunicação, Comunicação Internacional, Teorias e Ensino da Comunicação. Afirmando que foi na obra de John B. Thompson (1998) “Midia e modernidade: uma teoria social da mídia” que eu tive a primeira noção sistematizada das ações, comunicação, midiatização e mediação. Os conceitos são diferentes e como não deixar de memorar do Colóquio Internacional, na Umesp, cujo pesquisador maior Jesús Martín Barbero, esteve conosco a compartilhar trajetória, pensamentos, conhecimento e cotidianidade, dentro do CELACOM⁶ 98. Foi uma semana muito rica, inesquecível. O objetivo, como bem registrou a pesquisadora brasileira Maria Cistina Gobbi (1999, p. 128) foi “tais eventos destinam-se a fazer história, com a participação dos seus protagonistas”. Na época, Gobbi (1999) ouviu o idealizador do projeto, o então coordenador do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Diretor Científico da Cátedra Unesco/Umesp, o pesquisador e professor José Marques de Melo, que maravilhosamente nos proporcionava, enquanto alunos e alunas, grandes imersões à literatura: “Nesse sentido é que vamos dedicar cada edição a

⁵ A partir de agora vou utilizar essa grafia me (mi)diatização para tentar contemplar no estilo do Brasil e noutros países.

⁶ O CELACOM era o Ciclo de Estudos da Escola Latino-americana de Comunicação que teve sua segunda edição em 1998 destacando vida e obra de Jesús Martín Barbero.

uma personalidade ou instituição criadora de conhecimento comunicacional relevante”, afirmou José Marques de Melo (GOBBI, 1999, p.128).

No decorrer dos estudos de Mestrado e Doutorado na Universidade Metodista de São Paulo (final dos anos 90 e começo dos anos 2000) sempre tivemos acesso aos mais diversos encontros, argumentos, estudos, metodologias, investigações, até porque tínhamos ebulição nos contatos que eram bem frutíferos desde São Paulo e demais países da América Latina, Portugal e Espanha, por exemplo, tendo a presença da Cátedra Unesco Umesp com recursos para pesquisa, eventos, congressos, lançamentos. Era um grande estímulo da inserção do corpo discente nas melhores discussões da época. Foi neste prisma que também recorro da obra do professor Ciro Marcondes Filho, da ECA USP, quando lançou o Dicionário de Comunicação. Revisitando o trabalho de Ciro Marcondes a trazer a questão da midiatização ou mediatização pude, então, reorganizar o seguimento do estudo.

Midiatização ou Mediatização, segundo Marcondes Filho (2000), no seu clássico “Dicionário da Comunicação” está relacionada tanto no senso comum quanto no dicionário lexical como presença dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Todavia, Marcondes Filho (2000) explica que a sociedade em “vias de mediatização” sucede de uma intrincada multiplicação comunicacional a partir de intensivo processo de modificação, alteração de tecnologias em meios, avultando novo elemento comunicativo, expansivo.

Por conseguinte, “a mediatização, fenômeno em processo, transcende assim o ‘campo midiático’ propriamente dito, embora dele retire os elementos que vão instituir forma e dinâmica de uma sociedade em transformação” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 326).

O conceito de me (mi)diatização não necessita de uma teoria específica, própria ou de uma metodologia, mas se compõe partir de aportes da realidade, do contexto social contemporâneo. Não obstante, a expressão não é apenas uma averiguação histórica observada. A manifestação tem complexificação, problematização – “ângulo especial de questionamento sobre aquela realidade, podendo acionar teorias e metodologias diversas” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 327).

Por isso, no pensamento de Ciro Marcondes dilatando essa observação e diagnóstico do fenômeno “A mediatização não se restringe às ações dos meios de comunicação, mas envolve, abrangentemente, o ambiente cultural em que o mundo contemporâneo se elabora. Podemos considerar que a mediatização é a principal mediação acionada pela sociedade

contemporânea” (2000, p. 327) e assim sendo, expomos alguns conceitos nucleares segundo nosso autor supracitado:

Tabela 1 - Conceitos nucleares da mediatização

Interações
Usos e práticas sociais
Circulação
Circuitos
Dispositivos (em diversos aspectos)
Processos de transformação
Inferência e código
Estratégias discursivas e enunciativas
Ambiência Comunicacional

Fonte: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dicionário de Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2000.

(*) Elaborado pela autora do artigo.

Em cima da reflexão dos conceitos nucleares de Marcondes Filho, pensei na obra “Mediatização da política na era das redes sociais” da pesquisadora portuguesa Rita Figueiras (2017) quando nos traz o conceito de mediatização “como um termo usado para explicar a crescente influência social dos *media* na sociedade e a disponibilidade de várias instituições sociais”... (p. 17). “A mediatização diz assim respeito a um processo de mudança social no qual os *media* tornaram-se crescentemente influentes”⁷ (p.12).

De acordo com Figueiras, “os *media* são, simultaneamente, parte do tecido da sociedade e uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições sociais, ao mesmo tempo que coordena muitas dessas interações” (2017, p. 12).

Por suposto que a me (mi)diatização não só se direciona no procedimento de transformação social a partir de alteração impelida e levada pelos *media*, como também explora a potência crescente que os *media* têm de agir, infundir as diferentes instituições. Diante disso, a me (mi)diatização tem por sustento o pressuposto de que os *media* formam

⁷ Segundo Figueiras (2017) autores importantes para o conceito: Asp e Esaiasson, 1996; Hjarvard, 2004, 2008; Lundby, 2009; Mazzoleni, 2008; Strömbäck, 2008).

um sistema, um complexo, independente das outras organizações sociais, ainda que na mutualidade (FIGUEIRAS, 2017).

No livro da pesquisadora portuguesa, Rita Figueiras (2017) ela faz uma citação que nos chamou muita atenção: “hoje todas as instituições sociais são instituições de *media*” (ALTHEIDE; Robert SNOW, 1991, ix). O que basicamente essa afirmação nos quer dizer? De modo geral, os meios de comunicação, intitulamos também de *mass media*, tornaram-se tão significativos que a sua racionalidade, congruência, – configuração, formatos, linguagem, conteúdos, prática e ritmos – colaboram para mudar a perceptibilidade pública e esta tornou-se sentido de visibilidade *me (mi)diática* conduzida por seus princípios de aplicação (THOMPSON, 2005).

Na sociedade globalizada, integrada e executada em rede e matizada por *media* tradicionais e sociais, como diz Thompson (2005, p. 47) os intensos fluxos comunicacionais e produções, alterando o cotidiano, diluindo percepções, enfim:

quotidianamente produzida uma miríade de conteúdos que circulam de forma trans-mediática. No ambiente digital contemporâneo de intenso fluxo comunicativo, de múltiplas plataformas e canais, e onde noções de centro ou de *media* dominantes se diluíram, os indivíduos ganharam um papel preponderante da definição da relevância dos conteúdos produzidos por si, mas também pela própria indústria mediática. (THOMPSON, 2005, p. 47)

Não obstante, é sabido que a Internet propulsou a recomposição do mercado da informação. Thompson (2005) cita, claramente, que se por um lado, a era digital proporcionou a ampliação do espaço e do movimento noticioso, por outro lado, trouxe contração ao mercado da informação, com a derrocada do modelo de negócio das empresas noticiosas. “A percepção da Internet como um meio de comunicação gratuito e a crescente relevância dos *media* sociais – potenciada por *smartphones* e *tablets* –, como exemplos alternativos de produção, disseminação e consumo da informação, conduziram à diminuição do valor comercial e simbólico do trabalho jornalístico” (THOMPSON, 2005, p. 47).

Embora o novo contexto “digital tenha levado à racionalização (cortes de recursos humanos), à mercantilização (notícias como mercadoria) e à homogeneização de conteúdo” (FENTON, 2010, p.45), não evitou a crise e insolvência do modelo de negócio do jornalismo,

por exemplo, desde a sua industrialização, na segunda metade do século XX, e que por enquanto ainda se encontra indefinido.

A fim e ao cabo, a me (mi)diatização metodiza-se, pois, “como um processo que não se desenvolve num sentido único” (DEACON e STANYER, 2014; LIVINGSTONE, 2014) autores citados por Figueiras (2017), que não mostra para onde se encaminha o seguimento de mudança, mesmo sendo seus resultados parecidos em diferentes atribuições. “Deste modo, a mediatização desenvolve-se a tempos e ritmos diversos em diferentes instituições no mesmo país (exemplo: a política, a religião, a ciência), dentro de uma mesma instituição (exemplo: partidos no governo e os partidos da oposição) e em diferentes contextos (exemplo: em momentos eleitorais e durante o ciclo legislativo)” (FIGUEIRAS, 20017, p. 98).

Tencionei no contexto me (mi)diatizado a pensar a tradição. Qual lugar está esse pensamento de tradição? É uma pergunta muito ampla, ao mesmo tempo vaga e desafiadora e cuja resposta não sei precisar categoricamente. Todavia, exercitando nas consultas das obras em caráter de releitura e no empenho de uma extensão atual, arrisco-me ponderar no legado de outras temporadas a apresentar demais argumentos que veremos a seguir.

Arcabouço da tradição no cenário me (mi)diático

Uma das mais poderosas heranças do pensamento social clássico é a ideia do que, com o desenvolvimento das sociedades modernas, a tradição vá gradualmente perdendo importância e finalmente cesse de desempenhar algum papel significativo na vida cotidiana da maioria dos indivíduos. Tradição, se presume, é uma coisa do passado (em mais de um sentido) e “sociedades modernas” contrastam de um modo geral com ‘sociedades tradicionais’ que as precederam.

Antes do desenvolvimento da mídia, a compreensão que muitas pessoas tinham do passado e do mundo além de seus imediatos ambientes era modelada principalmente pelo conteúdo simbólico intercambiado em interações face a face. Para a maioria das pessoas, a noção de passado, do mundo além dos seus locais imediatos e de suas comunidades socialmente limitadas, das quais foram parte, era constituída principalmente através das tradições orais que foram produzidas e reproduzidas nos contextos sociais da vida cotidiana. Com o desenvolvimento da mídia, contudo, os indivíduos puderam experimentar eventos,

observar outros, e, em geral, conhecer mundos – tanto reais quanto imaginários. Foram incessantemente atraídos por redes de comunicação que não tinham mais um caráter de interagir face a face. Além disso, à medida que os indivíduos tiveram acesso aos produtos da mídia, eles puderam também manter um certo distanciamento do conteúdo simbólico das interações face a face e das formas de autoridade que prevaleciam em seus contextos sociais. Para chegarem a um sentido de si mesmos e das possibilidades que lhes eram abertas, os indivíduos chegaram a confiar cada vez menos no conteúdo simbólico transmitido pelas interações face a face e pelas formas localizadas de autoridade. O processo de autoformação tornou-se mais reflexivo e aberto, no sentido de que os indivíduos recorriam cada vez mais aos próprios recursos e ao conteúdo simbólico transmitido pela mídia para chegarem à identidade coerente para si mesmos.

Esses desenvolvimentos enfraqueceram a tradição? Segundo Thompson (1999) não necessariamente. Pois as tradições transmitidas oralmente continuaram a desempenhar um papel importante na vida cotidiana de muitos indivíduos. As tradições mesmas foram transformadas à medida que seu conteúdo simbólico foi sendo assumido pelos novos meios de comunicação. A mediatização da tradição dotou-lhe de uma nova vida: a tradição se libertou das limitações da interação face a face e se revestiu de novas características. A tradição se desritualizou: perdeu sua ancoragem nos contextos práticos da vida cotidiana. Mas, o desenraizamento das tradições não as privou dos meios de subsistência. Preparou-lhes o caminho para que se expandissem, se renovassem, se enxertassem em novos contextos e se ancorassem em unidades especiais muito além dos limites das interações face a face.

O que é tradição? Como devemos entender suas características? No sentido mais geral, “tradição” significa um *traditum* – isto é, qualquer coisa que é transmitida ou trazida do passado. A tradição pode envolver elementos de tipo normativo (práticas do passado que deveriam servir como guia para futuras ações). Este não é necessariamente um aspecto de todas as tradições. Segundo Thompson (1999, p. 163) há quatro diferentes tipos aspectos da tradição: “‘aspecto hermenêutico’, ‘aspecto normativo’, ‘aspecto legitimador’, ‘aspecto identificador’. Na prática esses quatro aspectos se imbricam e se fundem uns com os outros. Mas ao distingui-los tem-se um sentido mais claro do que é implicado na existência da tradição”.

Tabela 2 – Aspectos da tradição

Aspecto hermenêutico	Conjunto de pressupostos de fundo. Aceito pelos indivíduos. Transmitidos de geração em geração.
Aspecto normativo	Conjunto de pressuposições, crenças e padrões de comportamentos trazidos do passado. Podem servir como princípio orientador para ações do presente.
Aspecto legitimador	Em certas circunstâncias, servir como fonte de apoio para o exercício do poder e da autoridade. Neste ponto as tradições podem se tornar ‘ideológicas’.
Aspecto identificador	Natureza da tradição em relação à formação da identidade. Thompson (1999) estabelece dois pontos: “auto identidade” ⁸ e “identidade coletiva” ⁹

Fonte: THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.

(*) Elaborado pela autora do artigo.

Neste ponto acima lembrei-me do que E. P. Thompson (1998) comenta sobre costumes e estudo do folclore: as pressões e a reforma do século XVIII em Europa “viu abrir-se um hiato profundo, uma profunda alienação entre a cultura patricia e a da plebe” (p. 13). Citando a obra de Peter Burke (1978) “Cultura popular na idade moderna” eis que uma das consequenciais foi o princípio do folclore quando observado pela classe superior da sociedade, promovia a verificação da “pequena tradição” mencionando ritos e práticas.

⁸ Auto-identidade: “é o sentido que cada um tem de si mesmo como dotado de certas características e potencialidades pessoais, como um indivíduo numa certa trajetória de vida”. (THOMPSON, 1999, p. 164).

⁹ Identidade coletiva: “é o sentido que cada um tem de si mesmo como membro de um grupo social ou coletividade; é um sentido de pertença, de ser parte de um grupo social ou coletividade que tem uma história própria e um destino coletivo”. THOMPSON, 1999, p. 165).

Por isso, desde a origem o estudo do folclore teve representação de “distância implicando superioridade, de subordinação” (THOMPSON, 1998, p. 14). Num salto mastodôntico conceitual, razoar sobre o folclore me levou a requerer folkmídia para nossa realidade. Seguramente cumprindo uma lógica a partir da tradição, estudos folclóricos, fenômenos que são apropriados pela ordem me (mi)diática inseridos numa circunstância industrial.

Folkmídia e Folkcomunicação

No artigo da pesquisadora Maria Izabel Amphilo Souza (2003) “Indústria cultural e a folkmídia” publicado na Revista Internacional de Folkcomunicação, o recorte destinado ao conceito supracitado, folkmídia, recai sobre alguns autores clássicos, como Câmara Cascudo (1998) quando se refere ao conceito de Folclore a partir da cultura do popular, pela tradição tornando-se normativa e explica que:

ao que entendemos de folclore, é a tradição dos nossos pais, que percebemos na expressão da sua religiosidade, na sua culinária, nas suas festas comemorativas, que na sua maioria são festas religiosas, e tudo aquilo que se refere à preservação do modo de ser de um povo (Souza, 2003, p. 4).

Ainda na definição que Souza (2003) nos apresenta, lembrando os estudos de Câmara Cascudo (1998) no Dicionário do Folclore Brasileiro, deve sim o folclore estudar todas as representações, manifestações tradicionais na vida coletiva, na vida social. E complementa Souza (2003) a folkmídia nada mais é do que a apropriação dos *massmedia* pela “dinâmica da transmissão folclórica, seja ela oral – contos, gestual – autos, escritos, cordéis e folhetos, através de signos que possam transmitir a mensagem desejada utilizando-se de códigos icônicos, linguísticos ou sonoros, citando Umberto Eco,

Assim, como entendemos a Folkmídia no contexto da Folkcomunicação, entendemos o intercâmbio de informações entre a cultura folk e os *mass media*, onde estes alimentam-se de informações da cultura folk, e a cultura folk alimenta-se de informações dos *mass media*, principalmente no que diz respeito a informações que estejam fora do âmbito regional (SOUZA, 2003, p. 4)

Por curiosidade busquei na web em resultados de pesquisa o conceito de Folkmídia e apareceu a seguinte definição: “Os meios de comunicação massivos apropriam-se da cultura popular e projetam o folclore nos mass media, devolvendo à grande massa da população um produto da Indústria Cultural. A partir de McLuhan, veremos que a Indústria Cultural é, para ele, o que hoje chamamos de Folkmídia” (O que é folkmídia, Google). Conceito de 2 de dezembro de 2008 e com aproximadamente 2.300 resultados.

Há muitas referências e bibliografias desde livros, teses, dissertações e artigos científicos em revistas no Brasil e fora, acerca da teoria Folkcomunicação. Mediante a consolidação teórica tanto da Folkcomunicação quanto da Folkmídia e, portanto, é importante recordar a definição que o pesquisador Joseph Luyten nos aponta em Mídia e Folclore (p. 29): “Folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular aqui, deve-se entender tudo o que se refere, especificamente ao homem do povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação”.

Na clássica obra “Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões” de Gadini e Woitowicz (2007), Marques de Melo (p. 21) nos aponta que o objeto de pesquisa da Folkcomunicação encontra-se 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”). Roberto Benjamin, na mesma obra, também expõe, em primeira vista, o conceito de Folkcomunicação como pensou Luiz Beltrão “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (p. 25). Também nos alerta para uma afirmação que não podemos esquecer: “é preciso não perder de vista que os estudos de Folkcomunicação constituem um campo da Comunicação Social e, portanto, a utilização dos conceitos elaborados pelos folcloristas deve se sujeitar aos objetivos de natureza comunicacional” (BENJAMIN, 2007, p.26).

A pesquisadora Cristina Schmidt (2007) destaca a Folkcomunicação a partir de uma elaboração teórica já nos mostrando que a apresentação dos seus resultados segue, certamente, o modelo das ciências humanas, e trazem dados qualitativos e quantitativos seguidos de interpretação que se estruturam a partir de correntes e pensamentos das “nossas

escolas” no âmbito da Comunicação e das Ciências Sociais. Muito interessante lembrarmos que “a construção teórica que o homem aparece como sujeito concreto – classe social, relações de poder – e faz a relação teoria/prática para a compreensão da práxis humana” (p.35).

Para os tempos de hoje, 2023, dezesseis anos depois dessa obra, passando por uma pandemia da Covid-19 (2019 a 2022), período de guerras¹⁰ e do crescimento da Inteligência Artificial, os estudos da Folkcomunicação ainda são evidenciados “pelas características resultantes do hibridismo e da midiaticização da cultura. As manifestações em suas novas configurações, os códigos novos, os elementos atualizados e sua ressignificação são os que interessam ao campo da folkcomunicação” (Schmidt, 2007, p. 36), renovando, para já, observando e investigando os suportes tecnológicos, conteúdos de mídia e entretenimento diversos, plataformas digitais, streamings, mídia social e redes social, universo das startups, enfim, como dissemos em “Noções básicas” que “a Folkcomunicação estuda as cadeias comunicacionais e informativas que estão à margem dos circuitos tradicionais, formais” (LIMA, 2007, p. 75) impulsionamos para neste instante, a Folkcomunicação também presente como teoria a refletir os novos dispositivos, mecanismos, agentes, interações e relações sociais, culturais e me (mi)diáticas.

Notas finais

Quando estive em Buenos Aires, Argentina, na pesquisa de pós-doutorado na segunda fase de levantamento bibliográfico e na realização da dinâmica de aula aberta na UBA, curso de Antropologia, na cadeira de “Folklore general” do professor Fernando Fischman, abordei a me (mi)diatização à luz dos estudos da Comunicação numa arqueologia de pressupostos, avançando sobre a tradição e buscando reconstruir o pensamento folkmediático quando este verifica os fenômenos populares adaptados ou convenientes pela mídia.

No livro “Una mecánica metodológica: para el análisis de las mediatizaciones”, de José Luis Fernández, professor da UBA e da Universidad de Tres de Febrero, além do Centro de Investigación en Mediatizaciones – UN de Rosario, aponta que “las mediatizaciones son

¹⁰ Guerra Rússia e Ucrania na Europa. Conflito Israel e Hamas no Oriente Médio.

sistemas muy diversos de intercambio, soportados en instrumentos tecnológicos muy diferentes, pero que siempre incluyen lo discursivo”¹¹ (2023, p. 25). Ademais, também cita Eliseo Verón que indica a pensar a mediatização como algo próprio da espécie e não somente de um momento histórico (FERNANDÉS, 2023). “En nuestro campo común, los objetos de estudio son los discursos mediáticos, autonomizados y persistentes”¹² (p. 25).

As plataformas me (mi)diáticas estão constituídas por variadas séries da nossa vida social, por exemplo podemos citar: a tecnologia, a economia empresarial, o político-planificador, o artístico, a política, enfim, não podemos negar que em todas as naturezas, as mediatizações, a vida social e cultural depende dos intercâmbios discursivos, das ações, dos bens de consumo e serviço que produzem dentro delas mesmas (FERNANDÉS, 2023).

Essa produção me (mi)diatizada num contexto ultra tecnológico, em rede, refinado de linguagens visuais e verbais, também se apreende das múltiplas culturas e principalmente da cultura popular demonstrando ecossistemas convertendo as tradições em possibilidades de valores de permanência e adaptações. Não se esgota, neste ensaio, o campo de estudo que nos traz diversos enfoques e leva-se muito tempo para compreender as plataformas e redes, o processo digital, e a condição de acesso a essa vida em movimento.

Referências

¹¹ Tradução nossa: As mediatizações são sistemas muito diversos de trocas, suportados em instrumentos tecnológicos muito diferentes, mas que sempre incluem o discursivo.

¹² Tradução nossa: Em nosso campo comum os objetos de estudo são os discursos mediáticos, automatizados e persistentes.

ALTHEIDE, David; SNOW, Robert. **Media worlds in the postjournalism era**. New York: Aldine/deGruyter, 1991.

BENJAMIN, Roberto. Folclore. In: GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 25-33.

BONIN, Adriana Jiani. Dos meios às mediações: chaves epistêmicas, teóricas e metodológicas legadas à pesquisa de recepção. **Intexto**. Programa de Pós-graduação em Comunicação. Porto Alegre, n.43, p. 59-73, set/dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201843.59-73> Acesso 13 de novembro de 2023.

BRIGGS, Charles L. Moving beyond "the Media": Critical Intersections between Traditionalization and Mediatization. **Journal of Folklore Research**, Volume 57, Number 2, May-August 2020, pp. 81-117 (Article).

BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna**. São Paulo, Companhia das Letras, 385 p. 1989, [original: 1978].

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. São Paulo: Global Editora, 1998.

DEACON, Deivid; STANYER, James. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon. **Media, Culture & Society**. London: Sage, 2014.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. Debates. São Paulo: Ed. Perspectiva. 2ª.

ESCOSTEGUY, A. C. D. "Um Tributo a Martín-Barbero: Fazendo memória De Trajetos". **Intexto**. Programa de Pós-graduação em Comunicação. Porto Alegre, nº 43, agosto de 2018, p. 24-34, doi:10.19132/1807-8583201843.24-34 Acesso 13 de novembro de 2023.

FENTON, Natalie. New media, journalism and democracy: figments of a neo-liberal imagination? **Media & Journalis**, 17 99/2), 2010.

FERNÁNDEZ, José Luís. **Una mecánica metodológica**: para el análisis de las mediatizaciones. Buenos Aires: La Crujía, 2023.

FIGUEIRAS, Rita. **A mediatização da política na era das redes sociais**. Lisboa: Aletheia Editoras, 2017.

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

GOBBI, Maria Cristina. Acervo do pensamento comunicacional latino-americano: Origem, desenvolvimento e perspectivas. **Revista de Educação do Cogeime** nº 14 julho/99. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15599/0104-4834/cogeime.v8n14p125-130> Acesso em 17 de julho de 2023.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. Comunicação local regional. GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 74-78.

Livingstone S. Mediatization: An emerging paradigm for media and communication research. in Lundby, K., (ed.) **Mediatization of Communication**. Handbooks of Communication Science (21). Berlin, De Gruyter Mouton, 2014, pp. 703-724.

LUYTEN, Joseph M. Conceitos de Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José. (org.) **Mídia e Folclore**: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá/são Paulo/São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO: UMESP, 2001.

LUYTEN, JOSEPH M.. **Folkmídia**. V FOLKCOM. Santos/SP, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2000.

MARQUES DE MELO, José. **De volta ao futuro**: da folkcomunicação à folkmídia. [Introdução]. São Paulo: Ductor, 2006.

MARQUES DE MELO, José. Folkcomunicação. In: GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 21-24.

MARTÍN BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

ORTIZ, Renato. **Românticos e folcloristas**: cultura popular. São Paulo: Editora Olho D'Água, 1992.

SCHMIDT, Cristina. Teoria da Folkcomunicação. GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 34-38.

SOUZA, Maria Izabel. A indústria cultural e a folkmídia. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Universidade Estadual de Ponta Grossa. V. 1, nº 2, jul./dez. de 2003. Disponível em <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18567> Acesso no dia 13 de novembro de 2023.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum**: estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.

YÃNEZ, Cristian; FISCHMAN, Fernando (Orgs.). **Folklore y comunicación**: enfoques para el análisis cultural. Universidad de La Frontera, Temuco/Chile, 2022.

Breves esclarecimentos sobre o cordel brasileiro: forma, conteúdo e origem

Eduardo Bezerra de Menezes Macedo e Silva¹

Submetido em: 06/08/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

O cordel brasileiro é um gênero literário amplamente aceito e difundido no Brasil, além de contar com projeção internacional. Trata-se de uma manifestação artística das mais autênticas que possuímos e apesar de ter se consolidado inicialmente entre o público restrito da região hoje denominada de Nordeste, possui lugar privilegiado nas prateleiras escolares e livrarias. Seu suporte material superou a apresentação em folhetos de baixo custo e, atualmente, para além do formato de livros de capa dura, alcançou o ciberespaço e os aplicativos de mensagens. Entretanto, apesar do sucesso ora mencionado, o público amplo ainda desconhece as características que o constituem, bem como os aspectos relacionados à sua origem. Nesse sentido, este breve estudo, baseado no método da pesquisa onto-histórica e da estética marxistas, pretende orientar os leitores em direção ao entendimento do que é de fato o cordel brasileiro, ao passo que corrobora os esforços empreendidos por aqueles que concluem que essa poesia – dita popular – não deve ser vista como fenômeno folclórico, mas sim, como parte do cânone da literatura nacional.

PALAVRAS-CHAVE

Cordel; Literatura; Marx; Lukács; Ontologia.

Brief statements about brazilian cordel: form, content and origin

ABSTRACT

¹ Graduado em Tecnologia em Mecatrônica pelo IFCE, mestre pelo Programa de Pós Graduação em Educação da Universidade Estadual do Ceará - PPGE/UECE, linha de pesquisa Marxismo e Formação do Educador. Correio eletrônico: eduardomacedobms@gmail.com

Brazilian cordel is a literary genre widely accepted and spread in Brazil, as well as internationally. It is one of the most authentic artistic manifestations we have and despite the fact it was initially consolidated among the inhabitants of the region known nowadays as Northeast, it occupies a special place in schools and libraries. Its material support has overcome its presentation in low cost brochures and now not only it is printed in hardcover books, it also has reached the cyberspace and message apps. Moreover, in spite of the mentioned success, its fundamental characteristics are still unknown for the public in general, as well as the aspects related to its origins. So, this brief study, based on the ontological and historical marxism and its aesthetic, aims at guiding readers to understand what the Brazilian cordel really is, at the same time it corroborates the efforts of those who conclude that this so-called popular poetry mustn't be seen as a folkloric phenomenon, but as part of the national literary canon.

KEY-WORDS

Cordel; Literature; Marx; Lukács; Ontology.

Breves aclaraciones acerca del cordel brasileño: forma, contenido y origen

RESUMEN

El cordel brasileño es un género literario ampliamente aceptado y difundido en Brasil, además de tener proyección internacional. Es una de las manifestaciones artísticas más auténticas que tenemos y aunque de haberse consolidado inicialmente entre el público restringido de la región hoy conocida como Nordeste, ocupa un lugar privilegiado en los anaqueles de escuelas y librerías. Su soporte material ha superado la presentación en folletos de bajo coste y, actualmente, mas allá del formato de libro de tapa dura, ha llegado al ciberespacio y a las aplicaciones de mensajería. Sin embargo, a pesar del éxito mencionado anteriormente, el gran público aún desconoce las características que lo constituyen, así como los aspectos relacionados con su origen. En este sentido, este breve estudio, basado en el método de la investigación ontológica y la estética marxista, pretende guiar a los lectores hacia la comprensión de lo que es realmente el cordel brasileño, al tiempo que corrobora los esfuerzos de aquellos que concluyen que esta poesía - dicha popular - no se le debe ver como un fenómeno folclórico, pero sí, como parte del canon de la literatura nacional.

PALABRAS-CLAVE

Cordel; Literatura; Marx; Lukács; Ontología.

Introdução

Romance, verso, folheto, literatura de cordel, literatura popular em verso... muitos são os nomes atribuídos à profusa poesia do povo que gestou-se na região nordeste do Brasil em fins do séc. XIX e cuja produção foi originalmente — e durante muitos anos — publicada exclusivamente na forma de folhetos de baixo custo, franqueando-lhe acesso às camadas menos abastadas da sociedade. Escritos fora dos círculos da intelectualidade, tais poemas partiam do povo e a ele se destinavam. Para que se tenha ideia da sua popularidade, entre os anos de 1904 e 1930 havia um total de 20 tipografias que imprimiam folhetos e se achavam espalhadas pelos estados de Pernambuco, Paraíba, Ceará, Alagoas, Rio grande do Norte, Pará e Rio de Janeiro, conforme registra Terra em sua obra “Memória de lutas: literatura de folhetos do nordeste, 1893 – 1930” (TERRA, 1983, P. 24). Entretanto, imediatamente associados à arte dita “popular” pela cultura oficial — com todo o peso do preconceito que a segregação entre popular e erudito carrega — logo passaram a ser estudados a partir de abordagens folclóricas, cuja tendência é cristalizá-los no tempo e no espaço como se fossem peças de museu, relegando-os do conjunto que constitui a literatura brasileira.

É exatamente com o intuito de alçar o cordel brasileiro ao seu devido lugar, o de genuína literatura do povo, que desenvolveremos este artigo, com a pretensão de torná-lo ponto de partida para uma pesquisa mais robusta a ser realizada em um futuro breve. Ressaltamos, ainda, que nosso estudo se dará a partir das bases ontológico-históricas do materialismo histórico-dialético e da estética marxista, cujo grande resgate e desenvolvimento creditamos ao filósofo húngaro György Lukács.

O que é o cordel brasileiro?

Destacamos como premissa o fato de que o cordel brasileiro é literatura propriamente dita, independente do suporte material pelo qual venha a lume. Todo texto literário é em sua essência constituído pelas palavras que o compõem, não estando vinculado à mídia por meio da qual é publicado. Por exemplo, a “Epopéia de Gilgamese” não perde ou ganha literariedade estando ela gravada em uma tabuleta de argila ou impressa nas páginas de um livro de bolso, bem como, o “Guarani” de José de Alencar não sofreu descaracterização alguma desde que

passou a ser publicado em folhetim no ano de 1857 até os dias de hoje, quando disponível em forma de *e-book* para ser lido diretamente em computadores, *tablets* ou aparelhos de celular. Mas, é mesmo necessário ressaltar este aspecto? Não seria óbvio o que aí se afirma? Infelizmente, as respectivas respostas são sim e não. Partamos aos esclarecimentos. Pergunte-se aos mais desavisados o que é cordel (ou literatura de cordel, como é comumente chamado) e as respostas tenderão a uma associação automática ao folheto impresso, com pouca ou nenhuma relação com o conteúdo literário, ao que, no mais das vezes, imagina-se como sendo poesia matuta ou qualquer rima carregada de clichês regionalistas ou gracejos mais ou menos vulgares. Tal equívoco, inclusive, é reforçado pelo posicionamento de alguns autores e pesquisadores de visão dita purista, folclorizante, que cometem o absurdo declarar o vínculo entre poesia e mídia impressa como requisito ao gênero, a exemplo de Umberto Peregrino que, ao defini-lo, destaca entre outras características a “apresentação em folhetos típicos (PEREGRINO, 1984, P. 13)”. Neste sentido, corroboramos o que aponta o poeta e pesquisador paraibano, Aderaldo Luciano: “no que diz respeito ao cordel não é a impressão do folheto que o transformará em poesia. Não será a máquina nem o papel impresso que o farão” (LUCIANO, 2012, P. 54).

É fato que no momento em que surgiu, o cordel brasileiro foi massivamente publicado em folhetos impressos produzidos em tipografias, as gráficas de então, que utilizavam prensas de tipos móveis em seus processos produtivos. Entretanto, conforme se desenvolveu a tecnologia e outras formas de impressão se popularizaram (como o offset e as máquinas digitais), novas possibilidades se abriram. Se hoje ainda se publica cordel em folhetos, isto se deve a dois motivos: o seu baixo custo e o apelo que tem o formato tradicional — o qual, diga-se de passagem, tem sua beleza peculiar.

O equívoco de tal associação deriva de uma hipótese eurocêntrica que trata o cordel brasileiro como continuação da tradição da literatura de cordel portuguesa, como se esta o tivesse concebido a exemplo dos equinodermos que se replicam através do processo de fissão: é como se uma estrela-do-mar da costa ibérica tivesse perdido um de seus braços e este, de alguma forma, atravessado o atlântico para enfim se desenvolver em praias tupiniquins. Conforme aponta Abreu (1993) em sua tese de doutorado intitulada de “Cordel Português / Folhetos Nordestinos: confrontos”, realiza um estudo histórico-literário

comparativo entre as produções de folhetos portuguesa e brasileira, na qual desarraiga do chão do *locus communis* esta falsa ideia.

A ideia da filiação entre as duas literaturas parte mais de pressupostos do que de uma investigação sobre o assunto. O pressuposto que normalmente embasa esta hipótese é o da colonização cultural do país. É certo que, em alguns momentos, a influência portuguesa — e europeia — foi decisiva para a produção brasileira, como em muitos movimentos literários eruditos, por exemplo. Entretanto, nem toda manifestação cultural ocorrida no Brasil pode ser explicada a partir deste princípio. Uma visão eurocêntrica, menos ou mais presente, faz com que só se consiga conceber a criação de novas formas — sejam elas literárias, políticas, de comportamento, ou outras quaisquer — partindo dos grandes centros europeus. Entretanto, a produção de folhetos nordestinos parece ser uma criação local que independe de um similar composto na “metrópole”, sendo fruto de um trabalho de constituição, depuração e aperfeiçoamento de formas e temas realizado pelos poetas nordestinos. (ABREU, 1993, P. 7)

A autora percorre toda a cronologia da literatura de cordel lusitana, iniciando no século XVI e alcançando o século XX, dando ênfase às obras que foram remetidas ao Brasil entre 1769 e 1886 a partir de requisições feitas diretamente à Real Mesa Censória, instituição portuguesa que avaliava e concedia ou negava tais pedidos, os quais totalizaram no período em questão em 233, sendo “71 pedidos de envio de folhetos para o Rio de Janeiro, 55 para a Bahia, 40 para o Maranhão, 22 para o Pará e 45 para Pernambuco” (ABREU, 1993, P. 64). As obras registradas servem como referência do que chegou ao país da literatura de cordel portuguesa, dentre as quais foram selecionadas pela autora para análise minuciosa os títulos que aparecem em tais pedidos cinco vezes ou mais. São elas “Carlos Magno”, “Bertoldo, Bertoldinho e Cacasseno”, “Entremezes e Comédias”, “Capitão Belizário”, “Princesa Magalona”, “Infante D. Pedro”, “Imperatriz Porcina”, “Donzela Teodora”, “Roberto do Diabo”, “Paixão de Cristo”, “D. Ignez de Castro”, “Divertimento para um quarto de hora”, “João de Calais”, “Santa Bárbara” e “Reinaldos de Montalvão” (ABREU, 1993, P. 64).

Interessante ressaltar já o aspecto formal dos textos dos folhetos selecionados: do total de 16 títulos, excetuando-se as obras teatrais, apenas quatro são apresentadas em verso, as quais, sem formas fixas bem definidas. E qual a relevância deste dado? Para responder, voltaremos ao trabalho de definir os elementos que caracterizam o cordel brasileiro.

O cordel brasileiro não é qualquer poesia

A cultura nordestina é fortemente marcada pela tradição, o que a transforma até mesmo em referência a outras regiões e à cultura brasileira em geral. O desenvolvimento e a permanência de traços característicos próprios ao Nordeste tem relação com a estagnação econômica vivida pela região por força do deslocamento do centro das atividades administrativo-econômicas nacionais para outros territórios, já a partir do período colonial. Se grandes cidades litorâneas como Recife e Salvador passaram a segundo plano com a decadência da produção açucareira e com a mudança da capital para o Rio de Janeiro, as povoações do interior, que sempre formaram um “mundo” à parte, mais apartadas ainda ficaram das influências e determinações que da Europa chegavam à costa. Enquanto nas capitais estaduais se cultivava costumes e se produzia arte com influência das tendências europeias por indivíduos pertencentes a uma elite intelectual, nas pequenas cidades e povoados, onde predominavam atividades agropecuárias, o povo forjava à sua maneira um conjunto de manifestações artísticas com alto grau de espontaneidade e imunidade ao que “vinha de fora”. Essa gente vivia à margem das novidades metropolitanas, o progresso não a alcançava, os costumes urbanos “civilizados” passavam-lhe ao largo. Da mesma forma, também ausentes eram as precárias instituições que representavam o Estado, a exemplo da escola. Neste contexto, é essencial que se ressalte a importância que continha a tradição oral, predominante em sociedades onde os processos de ensino institucionalizados são absolutamente escassos e quando existentes se destinam, em sua maioria, apenas às primeiras letras e a um diminuto grupo de privilegiados.

Daí a profusão de poetas e o sucesso longo da poesia entre o povo nordestino. Rodrigues de Carvalho registra em seu “Cancioneiro do Norte” o poema “O Rabicho da Geralda”, uma gesta de gado² que se passa na cidade de Quixeramobim e traz a narrativa em primeira pessoa de um boi fugitivo — o famigerado “barbatão” dos sertões — que passa onze anos vivendo livre, escapando a todas as tentativas empreendidas para capturá-lo até ser

² Composição poética característica do sertão do nordeste em que são narradas histórias de bois bravos, fugidios, que se desgarram de seus rebanhos ou fogem de suas fazendas e dão muito trabalho aos seus acozadores vaqueiros. As primeiras gestas de gado foram coletadas diretamente da tradição oral ou resgatadas de cadernos manuscritos e se converteram, posteriormente, em um dos temas clássicos do cordel brasileiro, revisitado por diversos autores, ininterruptamente, até os dias de hoje, conforme relata Haurélio no.

forçado pela seca ocorrida no ano de 1792 a retornar à fazenda de origem em busca de água, quando termina abatido: “Chega enfim — noventa e dois — / Aquela seca comprida; / Logo vi que era causa / De eu perder a minha vida.” (CARVALHO, 1967, P. 227). Segundo informa o autor, a obra foi encontrada “entre os papéis” do historiador cearense Antônio Bezerra de Menezes, nascido em 1841 e falecido em 1921.

Caso o ano que consta nos versos acima diga respeito à época da feitura do poema, podemos concluir que composições deste tipo circulavam entre o povo do Ceará já em fins do séc. XVIII. Eram elas criadas por bardos populares, declamadas ou cantadas em ajuntamentos sertanejos sob o acompanhamento de algum instrumento, nas ditas cantorias. Enquanto algumas se perderam na dinâmica da tradição oral, outras foram recolhidas por pesquisadores e resgatadas de cadernos manuscritos em meio ao povo. Hoje comumente chamados de repentistas, estes poetas sempre apresentaram ao público um vasto repertório, constituído de poemas diversos, romances e canções, além de possuírem a genialidade do improviso necessário às apreciadíssimas pelejas, caracterizadas pela performance conjunta de uma dupla que empreende um embate poético, em que um improvisador responde ao colega no âmbito de um verdadeiro universo de formas estróficas e temas que não cabem neste breve estudo.

A despeito de tantos outros que findaram no anonimato, Átila de Almeida identifica o poeta Agostinho Nunes da Costa (1797-1858) como fundador da tradição da poética oral nordestina, garantindo que “no princípio não foi o caos, foi Agostinho Nunes da Costa”. (ALMEIDA apud ABREU, 1993, P. 136) O interesse por estes poetas e sua arte foi tamanho entre o povo da região que a maioria daqueles que se consagraram passaram a viver exclusivamente da poesia. A pesquisadora ainda relata em sua tese que “já nas três primeiras décadas do século XX, são cento e cinquenta e dois cantadores e autores de folhetos em atividade”. (ABREU, 1993, P. 135)

Este sucesso incontestado dos poetas entre a gente do nordeste brasileiro tem por motivação, conforme já mencionamos, a oralidade. Raras eram as pessoas que sabiam ler e escrever. Para que façamos ideia em termos numéricos, obtivemos junto à obra de Tomás Pompeu, “Ensaio estatístico da Província do Ceará”, os seguintes dados: no ano de 1860 a então província cearense possuía uma população de 504.600 pessoas (BRASIL, 1864, P. 806), ao passo que apenas 114 escolas atendiam a um conjunto de 5.374 alunos, nos dando as

razões de uma escola para cada grupo de 4.109 pessoas e um aluno a cada 94 habitantes, ou seja, aproximadamente 1% da população tinha acesso à escola! Nisto, fica fácil concluir que a alfabetização era um privilégio absoluto e a tradição oral prevalecia sobre a escrita quase mesmo a sufocando. Em sociedades assim, onde os costumes, os relatos tradicionais, os valores populares são transmitidos geração a geração sem o auxílio da escrita — ou, como se diz, “de boca em boca” — a memória é fator determinante à preservação cultural. Eis o porquê de a poesia possuir lugar de destaque em todas as classes que compunham tal tecido social, já que fornecia a padronização formal necessária à memorização. Conforme assinala Abreu:

A base mnemônica do pensamento é um dado constitutivo de qualquer cultura oral, já que uma produção de natureza intelectual tem a memória como único recurso capaz de conservá-la. Assim, padrões fixos de pensamento, repetições constantes são essenciais tanto para a manutenção quanto para a produção de novas composições. Mesmo em culturas de oralidade residual, ou seja, aquelas em que há conhecimento de formas escritas mas cujo acesso não é franqueado a grande parte da comunidade - como a nordestina de fins do século passado e início deste - o pensamento de bases orais persiste. (ABREU, 1993, P. 149)

Neste cenário desenvolveu-se o cordel brasileiro. Influenciados pela poética oral e lançando mão dos recursos materiais que permitiam produzir edições a baixo custo, à semelhança do que apresentava a literatura de cordel portuguesa, em fins do século XIX alguns poetas (cantadores ou não) resolveram editar folhetos com poemas de própria lavra. Foi quando nasceram entre o povo os ditos “poetas de bancada”, cuja especificidade de compor longe das cantorias, reclusos em seus gabinetes e diretamente para o papel, os diferenciava dos já populares bardos cantadores.

É unânime entre os estudiosos considerar o poeta paraibano Leandro Gomes de Barros como fundador do cordel brasileiro, conforme comprovamos abaixo:

Nos idos de 1893, quando o poeta Leandro Gomes de Barros passa a publicar seus poemas em folhetos inicia-se a literatura popular impressa do Nordeste. (TERRA, 1983, P. 17)

Entretanto, a maior glória do nosso romanceiro cabe a Leandro Gomes de Barros (1865-1918), que foi, indiscutivelmente, o maior poeta popular do Brasil. (BATISTA, 1977, P. XXIV)

Leandro Gomes de Barros foi o epítome do poeta popular do Nordeste. Foi não só um dos primeiros a escrever e imprimir folhetos que incluíam o melhor da

tradição oral, mas também o mais prolífico dos poetas populares. (KURRAN in DIÉGUES JÚNIOR et al, 1986, P. 316)

E é isso que nos importa para creditar a Leandro a formatação do cordel e a sistematização de sua publicação. Foi ele o criador do cordel (...) (LUCIANO, 2012, P. 71)

Não se sabe quem foi o primeiro autor a dar forma impressa a seus poemas mas, seguramente, Leandro Gomes de Barros foi o responsável pelo início da publicação sistemática de folhetos. (ABREU, 1993, P. 165)

Criou um tipo de poesia cem por cento brasileira, versejou em diversas modalidades (sextilha, setilha e martelo), utilizando a redondilha menor (versos de cinco sílabas), a redondilha maior (versos de sete sílabas) e o decassílabo. (VIANNA, 2014, P. 20)

Leandro Gomes de Barros nasceu em Pombal, Paraíba, no ano de 1865. Tendo passado parte da sua vida na região da Serra do Teixeira, na Paraíba, berço tradicional de poetas da tradição oral, mudou-se para Recife entre fins de 1890 e o início do séc. XX. Leandro foi o fundador da categoria do poeta editor, autor que ao mesmo tempo compunha e editava suas próprias obras, ficando, muitas vezes, encarregado também das vendas.

Se voltarmos às considerações acima colocadas por Luciano e Vianna perceberemos que a questão formal é tratada por ambos, enquanto Abreu, Kurran e Terra mencionam os folhetos. Estes, conforme já apontamos, constituem o suporte material viável à época do surgimento do cordel brasileiro. Já a forma poética fixa é o grande distintivo desta literatura, conforme exporemos a seguir.

Entre os cantadores do séc. XIX diversas eram as formas estróficas utilizadas. Muitas delas, inclusive, caíram em desuso, a exemplo da quadra mostrada mais acima retirada do poema anônimo “Rabicho da Geralda”. Neste aspecto, talvez a maior contribuição seja atribuída ao poeta Silvino Pirauá, que, segundo Átila Almeida, tendo aprendido a cantar utilizando-se das quatro linhas e “sentindo falta de espaço nas quadras para a expansão das idéias, introduziu a sextilha”. (ALMEIDA apud ABREU, 1993, P. 140)

Um pouco mais tarde, ou mesmo simultaneamente, quando da sistematização do cordel brasileiro Leandro Gomes de Barros selecionou algumas formas levando em conta a versatilidade que apresentavam no ato da composição³ e a aceitação e a preferência que

³ “O processo de definição formal dos folhetos privilegiará as sextilhas, mantendo, entretanto, a ideia de que cada estrofe corresponde a uma unidade de sentido.” (ABREU, 1993, P. 159)

tinham entre o povo. São elas: 1) a mencionada há pouco sextilha, estrofe composta por seis versos com ocorrência de rima entre os versos pares; 2) a setilha, estrofe de sete versos, com rimas coincidindo entre os versos segundo, quarto e sétimo por um lado, e entre o quinto e o sexto por outro; 3) e a décima, estrofes mais compridas, de dez versos, com rimas específicas entre os grupos de versos i) primeiro, quarto e quinto, ii) segundo e terceiro, iii) sexto, sétimo e décimo e iv) oitavo e nono⁴. Com relação à métrica⁵ são os versos de sete sílabas poéticas — chamados de “redondilhas maiores” — os utilizados preponderantemente nas composições cordelísticas.

Abaixo seguem exemplos do exposto acima, retirados respectivamente de “A história de Antônio Silvino”, de Francisco das Chagas Batista, das “Proezas de João Grilo”, de João Martins de Ataíde, e da “Batalha de Oliveiros com Ferrabrás”, de Leandro Gomes de Barros:

Até os vinte e um anos / Vivi calmo e sossegado, / Desfrutando a mocidade /
Como um sertanejo honrado, / Porém nessa idade o crime / Quis me fazer
desgraçado. (BATISTA apud PROENÇA, 1986, P. 334)

João Grilo olhou de um lado / disse para o diretor: / — este mestre é um
quadrado / fique sabendo o senhor / sem dúvida exame não fez / o aluno dessa
vez / ensina o professor. (ATAÍDE apud PROENÇA, 1986, P. 473)

Eram doze cavaleiros, / homens muito valorosos, / destemidos e animosos /
entre todos os guerreiros, / como bem fosse Oliveiros, / um dos Pares de fiança,
/ que sua perseverança / venceu todos infiéis / eram uns leões cruéis / os Doze
Pares de França! (LEANDRO apud SILVA, 2008, P. 70)

Tais formas poéticas, acrescentadas das exceções presentes em poemas que narram as famosas contendas conhecidas por “pelejas” que levam ao leitor em forma escrita supostos acontecimentos da tradição oral, constituem a forma fixa dada ao cordel brasileiro desde seu surgimento.

⁴ As formas estróficas mencionadas são representadas pelos esquemas que seguem, sendo cada verso representado por uma letra cuja repetição significa a ocorrência de rima: ABCBDB (sextilha), ABCBDDDB (setilha) e ABBAACDDDC (décima).

⁵ A métrica (ou metro) de um verso é a medida da quantidade de sílabas poéticas que contém.

Desvendando a origem — autores e suas obras

Diante do exposto, constata-se que o cordel brasileiro possui um cânone bem definido que vem sendo utilizado com rigor há mais de um século, o que o distingue de outras formas poéticas como a poesia matuta e demais estruturas utilizadas por versejadores de ocasião que se pretendem cordelistas. A forma canônica é ponto pacífico entre os poetas do gênero e faltas cometidas nesse sentido são imperdoáveis e repreendidas com veemência.

Se neste ponto acabamos por definir a questão formal como caracterizadora do gênero, voltamos à defesa que faremos de que o cordel brasileiro é uma manifestação artística autêntica do povo do Nordeste, nascida no Brasil, de modo a refutar conclusivamente a tese de que ele teria origem na tradição ibérica.

A literatura de cordel portuguesa é constituída de uma verdadeira miscelânea de obras que transitam entre a poesia, a prosa e o teatro. Conforme aponta Maria Alice Amorim na obra “Teia de cordéis”, no catálogo que serviu de referência à pesquisa se encontram “várias modalidades de folhetos populares portugueses”, os quais apresentam poesia, narrativa [em prosa], teatro, orações, crônicas, biografias (...)” (AMORIM, 2013, P. 18)

Ora, se é justamente a apresentação formal poética aquilo por que sempre prezaram os poetas cordelistas e os estudiosos do gênero — que refutam categoricamente poemas escritos fora das formas estróficas citadas há pouco — como seria possível sustentar que obras que se apresentam num espectro tão amplo e diverso daquele que constitui o cordel brasileiro, conforme é a literatura de cordel portuguesa, tenham gestado um filho tão diferente de si?

Há ainda outra grande peculiaridade que, conforme destacamos acima, qualifica o cordel brasileiro como resultado de um trabalho genuinamente do povo, o que o diferenciará mais uma vez da literatura de cordel portuguesa: a origem de seus autores. E este ponto é para nós fundamental, pois além de contribuir com a distinção do nosso objeto de estudo revela também o seu local de nascimento e as consequências que disso resultam.

Outra vez, tomando como referência a tese de Abreu (1993), trazemos o trecho em que a pesquisadora se refere a um conjunto de autores da literatura de cordel portuguesa do séc. XVIII — mais especificamente ao teatro de cordel, gênero abundante nas publicações lusas — onde os mesmos são apontados ao lado de suas respectivas formações:

(...) advogados como Fernando Antônio Vermuel e José Antonio Cardoso de Castro; professores como José Joaquim Bordalo, Leonardo José Pimenta, e Manuel Rodrigues Maia; padres como Rodrigo Antonio de Almeida e José Manuel Penalvo; militares como D. Gastão Fausto da Câmara Coutinho, que era capitão de fragata, ou como José Máximo Pinto da Fonseca Rangel, que era major; médicos como Nuno José Columbina; funcionários públicos como José Caetano de Figueiredo ou Francisco de Paula Ferreira da Costa (...) (SAMPAIO apud ABREU, 1993, P. 54)

Diferentemente do acima disposto, sabemos que os poetas fundadores do cordel brasileiro são todos oriundos da classe trabalhadora do campo. Abreu atesta que:

Os autores abandonaram o campo e estabeleceram-se nas capitais ou nas grandes cidades, onde compunham, editavam e vendiam suas obras, vivendo exclusivamente de seu trabalho poético. Alguns iniciaram sua vida profissional como operários, agricultores ou almocreves, mas assim que conseguiam editar e vender folhetos, abandonavam o antigo ofício, passando a se dedicar apenas ao trabalho com folhetos. (ABREU, 1993, P. 172)

A respeito de tal migração, lançaremos mão da contextualização histórico-econômica que Terra (1983) elabora na introdução de “Memória de lutas: literatura de folhetos do nordeste, 1893 – 1930”. Não é nosso interesse levar em conta somente aspectos culturais, considerando a tradição como um resultado abstrato do espírito de um povo. À guisa de conclusão do que expusemos na abertura da seção anterior, ressaltamos que as mudanças nas relações de exploração decorrentes da abolição da escravatura legou à última década do séc. XIX uma série de transformações na base econômica da região nordeste. Engenhos dão lugar a usinas e monoculturas de café e algodão são introduzidas em áreas onde antes se cultivava agricultura de subsistência, fazendo cair a qualidade de vida das populações do campo, dificultando o abastecimento das cidades e, conseqüentemente, elevando o preço dos gêneros alimentícios. Outra conseqüência é o surgimento do trabalho assalariado, até então estranho às populações em questão.

Num período onde se dá o aviltamento das condições de vida das camadas populares, e onde, com a introdução do trabalho assalariado ocorre a quebra de costumes e valores que tinham por base relações tradicionais de dominação fundadas numa rede de contraprestações de serviços e favores, tem lugar a literatura de folhetos do Nordeste, escrita por homens pobres, atentos àquela realidade, que repercutirá na temática dos folhetos então produzidos. (TERRA, 1983, P. 17)

Assim, realidades sociais distintas resultam em condições objetivas igualmente distintas. A respeito da diferenciação existente entre as literaturas provenientes de Portugal e do Brasil, Abreu arremata:

Os cordéis lusitanos que chegaram ao Brasil retratam um universo "suprassocial", em que as distinções de classe não são relevantes, os problemas não dizem respeito à sobrevivência e sim à manutenção de comportamentos moralmente adequados. Neste universo não cabe qualquer crítica social, já que há valores claramente delimitados que unem pobres e ricos na busca da justiça e da bondade — que, com certeza, serão atingidas no final. [Ao passo que] já nas primeiras composições, a realidade nordestina se impõe como tema preferencial — o mundo do trabalho, das festas, as relações sociais são matéria poética privilegiada. (ABREU, 1993, P. 257)

Conclusão

Os fenômenos sociais constituem uma unidade dialética que deve ser considerada em sua totalidade caso aqueles que os pesquisam queiram, de fato, aproximar-se minimamente de suas essências. Incurrer no erro das investigações fragmentárias é um sintoma que provém de paradigmas tanto positivistas quanto pós-modernistas. É fato que quando se trata da aplicação do conhecimento objetivando o desenvolvimento de soluções isoladas para problemas práticos que afetam o cotidiano dos seres humanos, a especialização científica alcança seus objetivos imediatos com sucesso. Entretanto, quando questões que remetem a toda uma cadeia de complexos eventos dados na história o estudo ontológico desvinculado de dogmas religiosos e fundamentado sobre bases científicas que levem em conta a totalidade social é condição sine qua non ao conhecimento da realidade em sua totalidade. Converte-se, assim, em necessidade basilar para que todo e qualquer fenômeno social seja minimamente compreendido para além de sua superfície, e o mais aprofundado possível, a abordagem ontológica marxista. De acordo com Lukács, “separar a investigação histórico-genética da análise filosófica do fenômeno que surge em cada caso daria lugar, caso se fizesse com pretensão metodológica, a uma deformação dos fatos⁶” (LUKÁCS, 1966, P. 24). Por isso é para nós tão caro que se desvele e ressalte a origem ontológica do cordel brasileiro, já que o solo

⁶ “(...) separar la investigación histórico-genética del análisis filosófico del fenómeno surgido en cada caso daría lugar, si se hiciera con pretensión metodológica, a una deformación de los hechos verdaderos.”

sobre o qual pisaram seus pioneiros é o eito em que os poetas e leitores de hoje voltam para colher e semear.

Para o filósofo húngaro, é no solo do cotidiano que os seres humanos lançam mão do materialismo espontâneo a fim de atender, de forma imediata, às demandas do dia-a-dia. É nele que teoria e prática se fundem e que homens e mulheres realizam trabalho movidos por processos teleológicos socialmente dispostos e impostos. Entretanto, é também no cotidiano que são engendradas as objetivações humanas ditas superiores, oriundas de necessidades e problemas reais inerentes ao desenvolvimento do ser social. Tais objetivações, como as que resultam da ciência e da arte, cumprem funções sociais distintas ante o cotidiano, visto que é ele “começo e fim de toda atividade humana (LUKÁCS, 1966, P. 11)”.

Assim, as objetivações científicas e estéticas e do pensamento cotidiano se fundamentam em reflexos que reproduzem sempre a mesma realidade objetiva⁷ (LUKÁCS, 1966, P. 21). Lukács indica que tais categorias constituem uma tripartição a partir da qual o homem se relaciona com seu entorno, cujos reflexos mais sutis se desenvolveram ao longo da história humana e que nesta

pureza – surgida relativamente tarde – em que reside sua generalidade científica ou estética, constituem os dois polos do reflexo geral da realidade objetiva; o fecundo ponto médio entre esses dois polos é o reflexo da realidade próprio da vida cotidiana⁸. (LUKÁCS, 1966, P. 34)

Na sociabilidade capitalista, os processos teleológicos socialmente dispostos se apresentam, no mais das vezes, impostos, já que a classe trabalhadora é responsável pela produção de riquezas que, ao fim e ao cabo, são-lhes expropriadas por aqueles que detêm os meios de produção. Na abertura do Caderno I dos “Manuscritos econômico-filosóficos”, Karl Marx afirma que o salário é resultado do confronto hostil entre capitalista e trabalhador. (MARX, 2010). A instituição do trabalho assalariado é um advento do modo de produção capitalista; é a chave para sua manutenção, pois a partir da transformação da força de trabalho em mercadoria e da divisão social do trabalho é que se viabiliza a extração

⁷ “Una de las ideas básicas decisivas de esta obra es la tesis de que todas las formas de reflejo – de las que analizamos ante todo la de la vida cotidiana, la de la ciencia y la del arte – reproducen siempre la misma realidad objetiva”.

⁸ “Por eso en la pureza – surgida relativamente tarde – en que descansa su generalidad científica o estética, constituyen los dos polos del reflejo general de la realidad objetiva; el fecundo punto medio entre esos dos polos es el reflejo de la realidad propio de la vida cotidiana”.

descomedida de mais-valia. Na esteira deste processo, o estranhamento dele decorrente desumaniza trabalhadores e trabalhadoras da cidade e do campo. As sociedades ao redor do mundo, cada uma em seu tempo e de modo nada linear, mas mediante movimentos dialéticos de transição mais ou menos severos, passaram pelo processo de substituição da velha ordem pela nova, ou seja, de sociedades pré-capitalistas a sociedades capitalistas. E, se nessa dinâmica a burguesia desfez todas as antigas relações de inspiração idílica, rasgou “o véu do sentimentalismo que envolvia as relações de família e reduziu-as a meras relações monetárias” (MARX e ENGELS, 2017, P. 24), tão grandes transformações não trariam menores consequências. Tais mudanças ocorridas na estrutura produtiva e reprodutiva da sociabilidade humana manifestaram-se na cotidianidade e, dessa forma, tornaram-se alvo de objetivações humanas superiores, a exemplo da arte.

Na condição de agricultor ou operário, o que o trabalhador vivencia na sua cotidianidade é aquilo que ele reflete e objetiva. Desse modo, as objetivações artísticas – ou seja, as obras de arte – têm sua gênese no reflexo estético da realidade objetiva da qual o sujeito criador faz parte. Suas linhas, tons, cortes, cores e palavras são assimilações, depurações e acréscimos que o artista elabora subjetivamente a partir daquelas situações concretas postas em seu entorno.

Ainda de acordo com o esteta húngaro “todas as formas de reflexo — das que analisamos, antes de tudo, do cotidiano, da ciência e da arte — reproduzem sempre a mesma realidade objetiva⁹” (LUKÁCS, 1966, P. 21), porém, se levarmos em conta o reflexo científico encontraremos um movimento de afastamento da subjetividade que caracteriza o reflexo estético. Nesse sentido, enquanto a ciência se apresenta como uma categoria desantropomórfica, a arte, ao contrário, detém aqueles reflexos que se prestam a analisar e representar a realidade de modo subjetivo, conforme a sensibilidade do artista, ou seja, antropomorficamente. Utilizando as palavras de Diógenes, retiradas de sua tese de doutorado “György Lukács e Honoré de Balzac: um diálogo entre estética, literatura e formação humana”, enquanto

a ciência, ao refletir o em-si da realidade, busca o máximo de objetividade, investigando de forma racional e eliminando todo e qualquer subjetivismo, estabelecendo seus pressupostos no domínio da universalidade (...) para dar

⁹ “(...) todas las formas de reflejo — de las que analizamos ante todo la de la vida cotidiana, la de la ciencia y la del arte— reproducen siempre la misma realidad objetiva”.

conta de uma totalidade intensiva, a arte tem como pressuposto a particularidade, refletindo uma totalidade fechada num determinado contexto historicamente determinado. (DIÓGENES, 2019, P. 87)

É fundamental ressaltar o que ora expomos, pois as objetivações estéticas, dada a imanência comum que a elas possuem aquelas provenientes do reflexo científico, são um esforço empreendido pelos homens e mulheres para “criar um mundo para chamar de seu”, conforme afirma Deribaldo Santos em sua obra homônima que aborda a estética lukacsiana (SANTOS, 2018). Ainda, segundo o autor

A arte (...) é uma das melhores formas de superação da fetichização das coisas, típica da sociedade capitalista, portanto, é uma das melhores formas de superação do estranhamento, porque a arte abre o sujeito à multilateralidade da inteira humanidade. Na obra de arte o usufruidor vai além do próprio estranhamento, porque descobre o humano do artista e, ao mesmo tempo, o humano que estava nele e que apenas com a fruição da obra de arte aflora ao nível da consciência. A descoberta do humano é o passo definitivo em direção ao sentido de pertencimento ao gênero humano, porque se instala aquela relação dialética entre artista, obra de arte e usufruidor que é o fundamento da própria arte. (SANTOS, 2018, P. 398)

A necessidade de se humanizarem impele os indivíduos à criação e à fruição estética. E o artista irremediavelmente preso à sua cotidianidade capta o *hic et nunc* da realidade objetiva e o registra em sua obra. Eis o fundamento da relevância que para nós possui o cordel brasileiro para o seu povo. É um gênero literário criado por homens e mulheres oriundos da classe trabalhadora que, a partir de um esforço estético consciente — dado que a eles se negava o acesso à arte produzida pela cultura letrada urbana — sistematizaram magnificamente uma forma canônica a partir da qual passaram a registrar uma temática que vai desde obras oriundas da tradição europeia (adaptadas à sua própria linguagem) até os clássicos de sua propriedade baseados no imaginário e no cotidiano populares, passando pelo relato de acontecimentos e críticas políticas e de costumes, criando, por conseguinte, um mercado editorial à parte voltado exclusivamente à publicação cordelística e, respectivamente, ao seu público leitor.

Destarte, vale ressaltar que, conforme aponta Abreu, “Até 1920, os poetas populares eram proprietários de toda sua obra, sendo responsáveis pela criação, publicação e venda de seus poemas, advertindo, em praticamente todos os folhetos, que o auctor reserva o direito de propriedade” (ABREU, 1993, P. 166). Se na primeira década do séc. XX Leandro Gomes de

Barros encomendava diretamente seus folhetos a tipografias do Recife para vendê-los, ele próprio, Francisco das Chagas Batista fundava em João Pessoa a Livraria Popular Editora, tipografia totalmente voltada à produção folheteira (ABREU, 1993, P. 166) e muitos outros poetas os seguiram, inclusive, conforme se constata até os dias atuais. Assim, junto com o cordel brasileiro surge a figura do poeta editor – autor não desapropriado da sua obra, que a produzia intelectualmente, materialmente¹⁰ e era responsável pela respectiva distribuição ante o público amplo. Esta característica qualifica tais poetas como trabalhadores não produtivos na medida em que os coloca em posição autônoma criativa e comercial com relação àquilo que produzem. Conforme aponta Marx (1978)

Milton produziu o *Paradise Lost* tal como um bicho-da-seda produz a seda, como manifestação de sua natureza. A seguir, vendeu o produto por cinco libras, e desse modo converteu-se em negociante. O literato proletário de Leipzig que produz livros – por exemplo, compêndios de economia política – por encargo do livreiro, está próximo a ser trabalhador produtivo, porquanto sua produção está subsumida ao capital, e não se leva a termo senão para valorizá-lo. Uma cantora que entoa como um pássaro é um trabalhador improdutivo. Na medida em que vende seu canto é assalariada ou comerciante. Mas, a mesma cantora, contratada por um empresário (*entrepreneur*), que a faz cantar para ganhar dinheiro, é um trabalhador produtivo, já que produz diretamente capital. Um mestre-escola que é contratado com outros para valorizar, mediante seu trabalho, o dinheiro do empresário (*entrepreneur*) da instituição que trafica com o conhecimento (*knowledge mongering institution*), é trabalhador produtivo. (MARX, 1978, P. 76)

O cordel brasileiro se apresenta como uma tentativa bem sucedida empreendida pelo povo de produzir sua própria literatura, o que a projeta para além do folclore, sem deixar a desejar a qualquer outro gênero considerado pelo cânone oficial da literatura nacional. Além disso, trata-se, para nós, do resultado de uma batalha histórica travada no campo da arte e vencida pela classe trabalhadora. Parafraseando Terra (1983), o acervo que esta poesia representa é um verdadeiro memorial de lutas, erigido pela classe trabalhadora de uma região recém-mergulhada nas relações de exploração características da instituição do trabalho assalariado e sujeita a todos os desdobramentos sociais que dele advém.

¹⁰ Desde que se desconsidere que os folhetos encomendados ou impressos em gráfica própria eram feitos por outros trabalhadores.

Referências

- ABREU, Márcia. **Cordel português / folhetos nordestinos**: confrontos - um estudo historicocomparativo. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas: 1993.
- ALENCAR, José de. **O Guarani**. São Paulo: Ática, 1977.
- AMORIM, M. Alice. **Teia de cordéis**: catálogo/Maria Alice Amorim, Arnaldo Saraiva; organização e prefácio Maria Alice Amorim. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2013.
- ANÔNIMO. **A epopeia de Gilgamesh**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BATISTA, Sebastião. **Antologia da literatura de cordel**. Natal: Fundação José Augusto, 1977.
- BRASIL, Thomaz Pompeo de Sousa. **Ensaio estatístico da província do Ceará – tomo II**. Maranhão: Typographia B. de Mattos, 1864.
- CARVALHO, Rodrigues. **Cancioneiro do Norte**. 3 ed. Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1967.
- DIÉGUES JÚNIOR, Manuel. **Literatura popular em verso**: estudos. Belo Horizonte: Itatiaia, 1986.
- DIÓGENES, Lenha Aparecida da Silva. **György Lukács e Honoré de Balzac**: um diálogo entre estética, literatura e formação humana. 2019.221 F. Teses Doutorado em educação) Universidade Federal do Ceará, 2019.
- LUCIANO, Aderaldo. **Apontamentos para uma história crítica do cordel brasileiro**. Rio de Janeiro: Edições Adaga - São Paulo: Editora Luzeiro, 2012.
- LUKÁCS, György. **Estética I**: La peculiaridad de lo estético: Questiones preliminares y de principio. Traducción castellana de Manuel Sacristán. Primera Edición. Barcelona: Ediciones Grijalbo, S. A. Barcelona - Buenos Aires – México, D.F, 1966.
- MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo, Boitempo, 2010.
- MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2017.
- MARX, Karl. **O Capital**: livro I: capítulo VI (inédito). São Paulo: Ciências Humanas, 1978.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich; LÊNIN, Vladimir. **Manifesto comunista**; Teses de abril. São Paulo: Boitempo, 2017.
- PEREGRINO, Umberto. **Literatura de cordel em discussão**. Rio de Janeiro: Presença Edições, 1984.

PROENÇA, Manuel Cavalcante. **Literatura popular em verso**: antologia. São Paulo: Itatiaia/EDUSP, 1986.

SANTOS, Deribaldo. **Estética em Lukács**: a criação de um mundo para chamar de seu. São Paulo: Instituto Lukács, 2018.

TERRA, Ruth Brito Lêmos. **Memória de lutas**: literatura de folhetos do Nordeste (1893-1930). São Paulo: Global Editora, 1983

REVISTA DO INSTITUTO DO CEARÁ – ANNO XXXV – 1921. Disponível em: <<https://www.institutodoceara.org.br/revista/Rev-apresentacao/RevPorAnoHTML/1921indice.html>>. Acesso em 18/05/2022.

SILVA, Gonçalo Ferreira da, org. **100 cordéis históricos segundo a Academia Brasileira de Literatura de Cordel**. Mossoró: Queima-Bucha, 2008.

VIANNA, Arievaldo. **Leandro Gomes de Barros**: vida e obra. Fortaleza: Edições Fundação SINTAF - Mossoró: Queima-Bucha, 2014.

Belchior: representações do “rapaz latino-americano” na literatura de cordel

Alberto Magno Perdigão¹

Submetido em: 16/09/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

O artigo analisa o conteúdo de folhetos da literatura de cordel que abordam a vida, a obra e a morte do cantor e compositor brasileiro Antônio Carlos Belchior, o qual se fez conhecer por meio do título de sua canção de grande sucesso Apenas um rapaz latino-americano. A análise é feita por meio de oito critérios: infância, juventude e começo da carreira; latinidade e músicas; e sumiço, absolvição e legado. Acolhe a hipótese de que os referidos folhetos apresentam o artista com características semelhantes em relação aos personagens das narrativas tradicionais da literatura de cordel, em detrimento da imagem socialmente construída do rapaz latino-americano. Preliminarmente, discute aspectos relacionados à obra, à imagem e à latinidade pretendida de Belchior.

PALAVRAS-CHAVE

Literatura de cordel; Belchior; América Latina; Nordeste do Brasil.

Belchior: representations of the “Latin American boy” in cordel literature

ABSTRACT

The article analyzes the content of pamphlets from cordel literature that address the life, work and death of the Brazilian singer and composer Antônio Carlos Belchior, who made himself

¹ Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (1986) e mestrado em Sociologia pela Universidade Estadual do Ceará (2009). Atualmente é diretor da assessoria de comunicação – Superintendência Estadual do Meio Ambiente. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Ensino-Aprendizagem, atuando principalmente nos seguintes temas: telejornalismo, TV pública, comunicação pública, jornalismo e apresentação. Correio eletrônico: aperdigao13@gmail.com

known through the title of his highly successful song *Apenas um rapaz latino-americano*. The analysis is carried out using eight criteria: childhood, youth and beginning of a career; latinity and music; and disappearance, absolution and legacy. It accepts the hypothesis that the aforementioned leaflets present the artist with characteristics similar to those of characters in traditional narratives of cordel literature, to the detriment of the socially constructed image of the Latin American boy. Preliminarily, it discusses aspects related to Belchior's work, image and intended Latinity.

KEY-WORDS

Cordel literature; Belchior; Latin America; Northeast of Brazil.

Belchior: representaciones del “muchacho latinoamericano” en la literatura de cordel

RESUMEN

El artículo analiza el contenido de folletos de la literatura cordel que abordan la vida, obra y muerte del cantante y compositor brasileño Antônio Carlos Belchior, quien se dio a conocer a través del título de su exitosa canción *Apenas um rapaz latino-americano*. El análisis se realiza utilizando ocho criterios: infancia, juventud e inicio de carrera; latinidad y música; y desaparición, absolución y legado. Se acepta la hipótesis de que los panfletos mencionados presentan al artista características similares a las de personajes de las narrativas tradicionales de la literatura de cordel, en detrimento de la imagen socialmente construida del muchacho latinoamericano. Preliminarmente, se analizan aspectos relacionados con la obra, la imagen y la latinidad pretendida de Belchior.

PALABRAS-CLAVE

Literatura de cordel; Belchior; América Latina; Noreste de Brasil.

Introdução

Tentar o canto exato e novo
E que a vida que nos deram nos ensina
Pra ser cantado pelo povo
Na América Latina.
(Belchior, em *Voz da América*, 1979).

Antônio Carlos Belchior - este é o seu nome exato e completo - nasceu em Sobral, no estado do Ceará, no dia 26 de outubro de 1946, e morreu em Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul, em 30 de abril de 2017, portanto aos 70 anos. Um aneurisma da aorta o alcançou

repentina e silenciosamente de madrugada, enquanto dormia. Desde então, foi perdoado pelos admiradores (pelo sumiço), depois lembrado e aplaudido (por sua vida e obra), como apontariam os folhetos da literatura de cordel. Foi ressuscitado como mito de um tempo e de um lugar, num movimento de construção social simbólica poucas vezes verificado na música brasileira.

Belchior viveu em Fortaleza entre 1960 e 1971, entre os 14 e os “25 anos de sonho e de sangue/ E de América do Sul”. No período, provocou um surpreendente sumiço, ao se isolar por Três anos em conventos capuchinhos, em Guaramiranga, a 105 quilômetros da capital - na sequência, em Fortaleza e em Sobral. De volta, conviveu intensamente com a movimentação cultural universitária do final dos anos 1960, com poetas e atores, compositores e cantores, que, depois, seriam identificados pela mídia sudestina como Pessoal do Ceará. Foi lá, mais precisamente no Bar do Anísio, na praia do Mucuripe, que rogou: “Vida, vento, vela/ Leva-me daqui”. Foi para o Rio de Janeiro, com “Coisas novas pra dizer”, ganhou festivais, conquistou gravadoras e fama.

Este artigo foi escrito em Fortaleza, em agosto de 2024, quando a música *Na Hora do Almoço* completava 50 anos de gravada. Esta é uma das faixas do disco *Belchior a palo seco* (Chantecler, 1974), o primeiro LP do cearense, o que o revelou definitivamente para o Brasil, iniciando, neste momento, seu processo de consagração na MPB. O estudo traz alguns aspectos definidores da obra e da imagem de Belchior, com ênfase para a latinidade traduzida em suas canções e em depoimentos à imprensa. Finalmente, analisa o conteúdo de oito folhetos da literatura de cordel que retratam o rapaz latino-americano.

Pergunta-se como os folhetos de cordel representam a vida, a obra e a morte de Belchior. Tem-se, como hipótese geral, que os referidos folhetos apresentam o artista como um personagem-arquétipo semelhante ao das narrativas tradicionais da literatura de cordel (HAURÉLIO, 2019), em detrimento da imagem construída do rapaz latino-americano. Oito critérios são utilizados na análise das poesias, a saber: no que se refere à vida, *infância*, *juventude* e *começo da carreira*; no tocante à obra, *latinidade* e *músicas*; e relativamente à morte, *sumiço*, *absolvição* e *legado*.

Obra

Robô goliardo deste tempo
Narro a minha vida começando pelo fim
É bem melhor assim
Vou contar pra vocês a vida que eu inventei pra mim.
(Belchior, em *Rock Romance de Um Robô Goliardo*, 1984)

A vida pessoal e a carreira de Belchior lembram duas parábolas de boca para baixo. Representam trajetórias que se iniciaram em condições relativamente adversas, com valores, talvez, abaixo de zero; subiram, atingiram vértices de valores positivos elevados, até que começaram a cair irremediavelmente rumo ao eixo das abscissas, rumo ao zero. Na parábola da vida, a linha começa abaixo do eixo das abscissas. Belchior nasceu na 11ª posição da régua de 20 filhos que seu pai gerou (BELCHIOR; ZIZZI, 2023), numa família de classe média, numa cidade do interior do Ceará, sendo obrigado a mudar para Fortaleza, depois para o Rio de Janeiro, depois para São Paulo, onde alcançou o vértice de suas realizações subjetivas.

A parábola da carreira também começa no negativo. Belchior, a despeito de conhecer, desde a infância, os *Cânticos espirituais* de São João da Cruz e de praticar, na juventude, o canto gregoriano (MEDEIROS, 2017), não era um cantor, ao contrário, mostrava uma voz anasalada e rouquenha. Também não era músico, só veio a tomar aulas de violão com um vizinho, aos 20 anos, e apenas demonstrava alguns movimentos no violão, quando participava dos saraus etílico-musicais do Bar do Anísio e da Universidade Federal do Ceará (UFC) onde estudou. Era um poeta sim, os amigos reconheciam. Foi o letrista de *Mucuripe*, musicado por Raimundo Fagner. Mas a linha subiu, representando o Belchior cantor e compositor, com discos gravados pelas maiores companhias fonográficas, um ou dois shows quase todos os dias, em todo o país.

As quedas na vida e na carreira de Belchior ocorreram de forma vertiginosa, desenhando uma concavidade estreita no eixo das ordenadas, o eixo y, o do tempo. Entre 1974 e 1994, apenas 20 anos, as situações se inverteram de forma incontrolável para Belchior e irremediável para os fãs que o seguiam a cada novo disco e o admiravam como ídolo. Não se questiona, aqui, a qualidade das canções. Mas, de fato, as parcerias com os grandes intérpretes diminuíram sensivelmente e os bons contratos com grandes gravadoras ficaram rarefeitos. A venda de discos despencou, os shows caíram em frequência e porte, Belchior passou a ser um produto relativamente rechaçado pelos novos tempos do mercado da música.

Foi neste contexto de pouca receita e de muitas dívidas a pagar (MEDEIROS, 2017), que Belchior desapareceu dos palcos, só sendo visto, muito raramente, em Porto Alegre e entre pequenas cidades do Rio Grande do Sul e do vizinho Uruguai. Durante dez anos de ausência, as únicas aparições na imprensa foram proporcionadas, quase que exclusivamente, por meio de fotos e vídeos de arquivo. Foi “uma trajetória artística singular, cujas peculiaridades se estendem do abandono do curso de Medicina [em 1970] (...), a fim de se dedicar às crescentes participações em festivais universitários de música, ao repentino sumiço dos palcos e dos holofotes na fase final de sua carreira” (SANTOS, 2020, p. 95).

A reputação de Belchior como compositor e intérprete foi sedimentada não só pela qualidade de suas canções - sob todos os aspectos analisáveis -, mas também pela quantidade de canções e de discos que produziu, ou de que participou, durante cerca de 46 anos - do disco compacto *Na Hora do Almoço* (Belchior)/*Quem Me Dera* (Osny), lançado pela gravadora Copacabana, em 1971, ao *compact disc* (CD) *Belchior 70 Anos - Pequeno Mapa do Tempo*, da Warner Music, de 2017, lançado concomitantemente a um box composto por seis álbuns e intitulado *Tudo outra vez*, também da Warner.

Atualmente [2007] o artista cearense tem mais de 300 composições gravadas por ele e por cantores como Roberto Carlos, Elis Regina, Erasmo Carlos, Vanusa, Jair Rodrigues, Ney Matogrosso, Emílio Santiago, Jessé, Fagner, Ednardo, Antônio Marcos, Elba Ramalho, Engenheiros do Hawaii, Toquinho, Zé Ramalho, Fagner [como no original] e Amelinha. Sua obra ultrapassa as fronteiras do Brasil, pois está gravada também em italiano, inglês e espanhol. (CARLOS, 2007, p. 84).

Conte-se também a quantidade de execuções que as músicas de Belchior passaram a ter nas emissoras de rádio de todo o país, especialmente a partir de seu segundo disco, o LP *Alucinação*, lançado pela gravadora Chantecler, em 1976. Uma resenha de um jornal da época apontou que este “foi o disco brasileiro mais badalado de 1976” (CARLOS, 2017, p. 226) - o primeiro LP, *Belchior a palo seco* (Chantecler, 1974) não fora o sucesso de vendas esperado. Mais execuções, mais vendas nas lojas; mais vendas nas lojas, mais apresentações. O sucesso astronômico estava apenas começando.

Com o lançamento do LP *Belchior a palo seco*, pela gravadora Chantecler, as suas composições passam a ser gravadas por outros intérpretes e a consagração vem com o imenso sucesso de *Apenas um rapaz latino-americano*, *Como nossos pais* e *Velha roupa colorida*, todas gravadas em 1976, no álbum *Alucinação*. O segundo elepê de Belchior supera todas as expectativas de venda em São Paulo, de acordo

com uma pesquisa realizada pelo Nopen que informou, na época, passar de cento e trinta mil o número de cópias vendidas. A Pop Difusora, por meio de outra pesquisa, também revelou que em seis semanas consecutivas a música Apenas um rapaz latino-americano ocupou o primeiro lugar em São Paulo e no Grande Rio, e a composição Como os nossos pais o quarto lugar nas paradas de sucesso. (CARLOS, 2007, p. 79).

A qualidade da obra de Belchior pode ser traduzida, especialmente, pelo que imprimia nas suas canções. No que toca à estética, “Belchior constrói sua obra dentro de um estilo original, tanto do ponto de vista temático, quanto da linguagem. São letras impregnadas de poesia, textos que, se retirados do ambiente musical em que foram produzidos, permanecem como versos de evidente qualidade literária” (SILVA, 2006, p. 104 apud SANTOS, 2020, p. 96). O compositor foi poeta e intelectual, foi popular e erudito com a mesma fluidez, como poucos na Música Popular Brasileira, só comparável, talvez, a Chico Buarque de Holanda, Caetano Veloso e Gilberto Gil.

As letras de Belchior traduzem um artista que se complementa nas suas aparentes contradições. Foi simples e complexo, realista e utópico, conservador e vanguardista, local e global (“Universal pelo regional”, como costumava dizer, numa referência ao lema da UFC), e nordestino e latino-americano - como se verá a seguir. Abordou temas sociais e políticos, sem ser panfletário ou partidário. “Temos na obra de Belchior um conjunto de composições que dialoga de distintas maneiras com tópicos do pensamento social brasileiro, mostrando-se também de grande importância para a compreensão de temas sociais e políticos do país” (SANTOS, 2020, p. 105).

Outras três características da obra de Belchior que também o definem são a diversidade de ritmos, a variedade de temas e a intertextualidade de suas canções. Aquele que ficou conhecido como o cantor das baladas, porque foi este o ritmo mais presente nos discos que o apresentaram ao público, na década de 1970, também se utilizou fartamente do rock e do blues, do baião e de ritmos latinos entre outros. Um dos parceiros mais frequentes nas músicas de Belchior, Jorge Mello, afirma que “*Rock-romance de um robô goliardo* [do disco *Cenas do Próximo Capítulo*, Paraíso/Camerati, 1984], que o Belchior gravou como rock e, depois, eu gravei como blues, foi o primeiro rap da música brasileira” (MELLO, 2024).

No que concerne aos temas, Belchior trafegou por um tempo-espaço que parece ser só dele, dadas as perspectivas muito particulares que apresentava em suas letras. Andou pelo

cotidiano comum das pessoas simples e pela filosofia, pelas cidades e pelos sertões, por dores, amores e medos, e foi antropofágico (no sentido dado por Oswald de Andrade ao termo). “As letras abordavam reflexões de opiniões sobre temas tão distintos quanto preconceito geográfico - especialmente contra nordestinos, relações amorosas, política, poesia, fluxos migratórios, artes em geral e (a falta de) liberdade de expressão durante a ditadura” [militar, vigente de 1964 a 1985] (SANTOS, 2020, p. 105).

Belchior, um trovador de canto quase falado, áspero, irônico e melancólico se comprometeu a cantar os dilemas de sua geração, para fazer isso o compositor utilizou-se de um vasto referencial teórico para elaborar canções de distinta qualidade poética, onde falou de amor, das angústias e frustrações da juventude, dos dilemas do cidadão comum, de saudade, das dificuldades das grandes cidades, refletiu sobre política, sociedade e o seu tempo. O cantor definiu sua obra como uma matriz aberta, híbrida e antropofágica, podemos através de uma escuta atenta de suas canções encontrar referências de suas raízes nordestinas, de clássicos da literatura, das ciências humanas, do cinema, de elementos da cultura hispano-americana, estadunidense e europeia e o diálogo com a cultura pop e com seus contemporâneos [pontuação conforme o original]. (FERREIRA, 2022, p. 8).

No que se refere à característica da intertextualidade apresentada nas canções, tem-se mais claramente que Belchior recorre com frequência aos clássicos da literatura, às vezes citando autores da poesia ou da prosa, o título da obra, em parte ou no todo, ou mesmo trechos do texto de que se apropria. Diluem-se na letras os autores mais diversos com quem Belchior teve contato, desde as leituras realizadas na adolescência, como aluno do Colégio Sobralense, em Sobral, e do Liceu do Ceará, em Fortaleza; e na juventude, nos três anos que passou interno no convento dos capuchinhos, em Guaramiranga.

Uma pesquisa exploratória sobre textos acadêmicos que tratam da intertextualidade em Belchior, realizada no curso desta investigação, aponta a ocorrência de 46 citações, numa prática sem comparativos na Música Popular Brasileira. Entre os nomes, alguns com mais de uma ocorrência, estão brasileiros de diferentes períodos históricos, do Império à contemporaneidade, como Gonçalves Dias, José de Alencar, Castro Alves, Olavo Bilac, Álvares de Azevedo, Camilo Castelo Branco, Oswald de Andrade, Carlos Drummond de Andrade, Euclides da Cunha, Sérgio Buarque de Holanda, Manuel Bandeira e o recém-ingresso na Academia Brasileira de Letras, Gilberto Gil.

Na lista dos escritores estrangeiros, também citados fartamente na obra de Belchior, aparecem nomes da literatura, como Federico Garcia Lorca, John Donne, Marcel Duchamp,

François-René de Chateaubriand, Arthur Rimbaud, Charles Baudelaire, Dante Alighieri, Honoré de Balzac, George Orwell, Edgar Allan Poe, François Villon, Lord Byron e William Blake; da filosofia, como Jean-Jacques Rousseau e Erasmo de Roterdã; do teatro, como Sófocles e Calderón de la Barca; das artes plásticas, como Pablo Picasso; da antropologia, como Claude Lévi-Strauss; da política, como Eduardo Galeano; além da música, como Jacques Brel, Henri Salvador e Bob Dylan, este também Prêmio Nobel de Literatura.

As canções de Belchior revelam uma formação intelectual sólida, talvez explicada devido à sua intensa e precoce relação com a poesia. Podem ser encontrados em todo seu trabalho fragmentos de textos de Gonçalves Dias, Olavo Bilac, Machado de Assis, Carlos Drummond de Andrade, João Cabral de Melo Neto, Fernando Pessoa, Garcia Lorca, Edgar Allan Poe e outros grandes escritores (poetas e prosadores) brasileiros e estrangeiros. (CARLOS, 2007, p. 86).

Belchior também cita, direta ou indiretamente, autores, obras e trechos de letras de outras músicas de brasileiros e estrangeiros. Na lista aparecem Caetano Veloso, Gilberto Gil, Raul Seixas, Luiz Gonzaga quem, declaradamente, admirava, não obstante a imprensa, a cada nova citação, ter interpretado as referências como provocativas. Os próprios citados preferiram acolher as inserções como uma deferência. As bandas Beatles e Rolling Stones, Jim Morrison, Jimi Hendrix, John Lennon e Janis Joplin, ídolos da juventude rebelde dos anos 1960, também compõem o eclético balaio de citações. E de onde viria tão diversificada influência musical?

A resposta pode estar na relação que Belchior tinha com a música, desde muito antes de se perceber um compositor, um cantor. “O artista, ainda menino, ouvia o serviço de alto-falante da praça - experiência comum a muitos compositores de sua geração, dentre eles Gilberto Gil e Caetano Veloso -, que incluía uma radiadora e um rádio-baile domingueiro, bem como os violeiros que percorriam o sertão” (CARLOS, 2017, p. 222).

Da Sobral da infância, carregava consigo uma miríade de influências que iam de Cego Aderaldo, Romano da Mãe d'Água e Inácio da Catingueira até Ray Charles, que tinha ouvido no alto-falante da cidade. (...) Mas foi a partir da literatura que Belchior considerava que tinha criado e requintado a experiência profissional da música: João Cabral, Drummond, Verlaine, Rimbaud. A vocação aflorou na universidade, no contato com a música de Caetano, Chico Buarque, Gilberto Gil, “o que me pareceu ser a MPB mais requintada, que tinha ligação com a produção literária”. (MEDEIROS, 2017, p. 44).

Imagem

Eu sou apenas um rapaz latino-americano
Sem dinheiro no banco sem parentes
importantes
E vindo do interior.
(Belchior, em *Apenas um rapaz latino-americano*, 1976).

O que se sabe da vida pessoal de Belchior, da imagem pessoal dele, é muito pouco, em relação à grandeza do artista, e pode ter muitos desvios frente à realidade vivida. Por um lado, Belchior teve uma vida relativamente discreta, ou blindada do interesse da grande mídia, especialmente dos veículos que noticiam o que se chama no linguajar jornalístico de “fofoca de artista”, sem, portanto, os devidos procedimentos de checagem. E certamente tentaram, dado que a celebridade em questão teve alguns casamentos, vários casos extra-conjugais, brigas de murro e processos judiciais a responder em variadas varas de diversas comarcas do país (MEDEIROS, 2017).

A imagem de Belchior que se tem hoje foi construída ao longo de décadas e por muitas mãos, com meias verdades e com meias mentiras, e entrou para a posteridade como se correspondesse fielmente à realidade de sua experiência de vida. Profissionais de marketing das gravadoras e da imprensa, parentes, amigos e conterrâneos, fãs e pesquisadores sem maiores rigores com o trato de fontes e de informações ajudaram nessa construção coletiva, social, de um Belchior mito, simbólico. O grave dessa “biografia movediça, difícil de equacionar” (MEDEIROS, 2017, p. 56), é que, muitas vezes, o próprio Belchior era o autor “dessa figuração, da construção da imagem dele próprio” (CARLOS, 2024).

Parte do atoleiro biográfico gerado, em parte, pelo próprio Belchior, ainda hoje resiste em trabalhos acadêmicos, conteúdos de imprensa, de redes sociais e, daí, também pelas ferramentas de geração de conteúdos (texto, áudio e imagem) por inteligência artificial - mesmo tendo sido negado e esclarecido por biógrafos e estudiosos, especialmente após a morte do biografado. O desaparecimento quase completo de Belchior durante quase dez anos, entre 2008 e sua morte, em 2017, ou seja, a ausência da fonte primária de informação certamente facilitou o surgimento de novas inverdades, mas pode também ter preservado velhas versões.

Uma das informações propagadas por Belchior, mas nunca comprovada, é a de que ele, na infância ou adolescência, em Sobral, teria sido repentista ou um cantor de feira. Parece pouco provável que, tendo até 14 anos - idade com que ele passou a morar em Fortaleza -, sendo filho de uma família de classe média e um estudante regularmente matriculado, tenha exercido uma profissão típica de adultos, numa época em que os cantadores viajavam de feira em feira pelo sertão. Não há fotos, não há transcrições de cantorias, não há gravações dos repentistas ou mesmo depoimentos acreditáveis de quem possa tê-lo ouvido cantar numa oportunidade sequer.

Belchior gostava de mitos e sempre soube como se misturar a eles ou recriá-los. Hoje, é muito comum encontrar relatos sobre seu passado, incluindo narrativas heróicas que o reportam como um ex-cantador de feira, repentista vocacionado, filho ou sobrinho de músicos ultradotados. Tudo cascata. (JOTABÊ, 2017, p. 24).

O Belchior tem [tinha] uma capacidade de improviso muito forte e devia assistir muito a repentistas, mas, pela experiência dele, não é possível dizer que ele é um repentista. Ele gostava, até inventava um versinho ou outro, mas não tinha a carga das formas milenares do repente. E não foi cantador de feira. (MELLO, 2024).

Eu pude conversar com o Bel em muitas oportunidades de maneira informal e, nessas oportunidades, o Belchior comentava sobre a sua trajetória pessoal sempre citando esses fatos. Eu fui testemunha do Belchior contando a sua história, sempre narrando esse conjunto de informações, essa experiência dele com essa cultura nordestina. (CARLOS, 2024).

Há desmentidos também em relação a aspectos da família a que Belchior dizia pertencer. São informações não-verificadas em relação ao número de irmãos - que dizia serem 23 -, sobre o que, invariavelmente, ele tratava com humor, inclusive quando dava entrevistas.

O Belchior sempre se apresentou como sendo o 13º filho de uma família de 23 irmãos. Na biografia que o Jotabê Medeiros fez sobre o Belchior, ele tentou identificar esses irmãos todos, e fala dessa dificuldade. Não se sabe ao certo onde estão tantos irmãos, porque na contagem que o Jotabê fez ele não identifica essa quantidade exata. (CARLOS, 2024).

Especificamente sobre sua mãe, o desvio mais comum é o de que teria sido cantora de coral numa igreja de Sobral e de que isso teria influenciado o filho a se interessar por música, que teria sido o embrião de uma carreira. “Mãe que cantava em coral de igreja? Essa era uma história típica da mitologia dos artistas negros evangélicos norte-americanos, mas que não batia

com a rotina eclesiástica das igrejas do Nordeste brasileiro” (MEDEIROS, 2017, p. 24). O autor complementa o desenho de um Belchior escorregadio em relação à construção de sua imagem.

Ele chegou a inventar seu próprio nome durante uma entrevista ao *Pasquim*, em 1982. Quase todos os verbetes de enciclopédia, reportagens e artigos posteriores sobre o artista trazem estampado o nome “Antônio Carlos Gomes Belchior Fontenelle Fernandes”. Há inclusive processos judiciais contra ele publicados na Imprensa Oficial, nos quais esse cidadão é acionado. Mas ele é simplesmente Antônio Carlos Belchior, o resto é um sarro na posteridade - Carlos Gomes é homenagem ao compositor; Fontenelle Fernandes é homenagem aos sobrenomes dos pais que ele não carrega na certidão de nascimento. (...) “Tem uma tradição de grandes nomes na música popular brasileira: Caetano Emanuel Vianna Teles Veloso, Maria da Graça Costa Pena Burgos, Antônio Carlos Brasileiro de Almeida Jobim” [gozação do Belchior]. (MEDEIROS, 2017, p. 45).

Latino

O nordeste, sentado na esquina do mapa,
Olvidado de los Reyes del mundo en un siglo de luces,
Se mira no Atlântico: Américas, Áfricas,
Índios, pobres e jovens, tudo um negro blues.
A dor do Nordeste, a cor do Nordeste,
Deste e daquele outro que o homem não vê,
Las venas abiertas de Latinoamérica:
Mil poetas, primatas que abraçam o E.T.
(Belchior, em *Ploft*, 1984).

O rapaz nordestino-americano Belchior, nascido em Sobral, na região Norte do Ceará, carregou consigo, por toda a vida, os vínculos simbólicos e afetivos de seus primeiros anos, mas não imprimiu esses valores em sua obra, mais marcada pelo descolamento do território do estado do Ceará ou do Nordeste para o Sudeste ou a América Latina. Não cantou Sobral, diferentemente do que fizera Roberto Carlos com a sua pequena Cachoeiro de Itapemirim (Espírito Santo); não versou sobre o rio Acaraú, de sua Sobral, ou sobre a lagoa de Messejana, de Fortaleza, como semelhantemente o fizera Caetano Veloso, em relação ao rio Subaé, de Santo Amaro da Purificação (Bahia), sua cidade natal, e à lagoa do Abaeté, de Salvador.

Não há marcas claras ou frequentes na música de Antônio Carlos Belchior diretamente relacionadas com uma ética ou com uma estética nordestina, tão presentes na obra de outros cantores e compositores contemporâneos que emergiram ao mercado fonográfico nacional nos anos 1970 e 1980, originários de estados como Bahia e Pernambuco, Maranhão e Piauí, Rio Grande do Norte e Paraíba - mais o norte de Minas Gerais - espécies de fieis depositários de

uma ancestralidade de que não poderiam se desvincular. Belchior não só se descolou, mas também estabeleceu uma ruptura incomum até então e, para ele, definitiva.

Há registros relativamente confirmados de que Belchior ouvia no alto-falante da cidade da sua infância e nas emissoras de rádio da sua adolescência “o primeiro grande astro nacional do sertão, Luiz Gonzaga”, entre outros. “Gostava principalmente das parcerias de Gonzaga com Humberto Teixeira, como o baião *Respeita Januário*, a valsa toada *Léguas Tirana* e o baião *Paraíba*, hino cultural de uma terra” (MEDEIROS, 2017, p. 22). Xotes, xaxados, cocos se ouviam naquela Sobral dos anos 1950 e 1960. Cantadores repentistas certamente também estavam no raio de audição de Belchior, nas feiras e nas festas daquela sua cidade-mundo.

Na temporada do seminário, Belchior teria sido identificado pelos colegas como “exímio versejador” que “conseguia improvisar por duas ou três horas seguidas, em tardes de passeio” (MEDEIROS, 2017, p. 15). Mas não há registros escritos ou gravados de tantos versos criados ao repente e declamados pelo então Frei Sobral. “Tinha vários traços que o distinguiam, segundo seu amigo [de seminário] Hermínio [Bezerra]: inteligência, comunicação, alegria e bom humor, e contribuía para alegrar o grupo, com repentes rimados e tiradas cômicas.” (MEDEIROS, s/d, s/d).

Durante a carreira, Belchior teve de explicar exaustivamente para a imprensa sudestina, por que não trazia o Nordeste no seu matulão de compositor.

No caso específico de Belchior, desde o início da carreira até mais recentemente, o compositor recusa o estereótipo de nordestino. Em 1973, por exemplo, em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo, o artista assevera: “Eu não sou representante do Nordeste, do Ceará, de coisa nenhuma. Se o Nordeste aparece na minha obra, é como raiz, matéria-prima, em termos afetivos (me afetou)”. E segundo afirmou nos anos 2000, em texto publicado em seu site, Belchior assegura que não é “cantador do Nordeste”, nem carrega “nenhuma figura muito determinada”. A respeito de ter declarado sobre o disco *Alucinação* que esse era o trabalho “de um nordestino na cidade grande”, Belchior esclarece que se refere a “um nordeste verdadeiro, não um nordeste mítico, dos livros, que o eixo cultural Rio-São Paulo inventou para consumo próprio, para explorar cada vez mais as pessoas” (BELCHIOR em entrevista a SOUZA, 1976). Essa negação do Nordeste estereotipado chega às últimas conseqüências na canção “Conheço o meu lugar”, na qual o enunciador defende argumenta: Nordeste é uma ficção! Nordeste nunca houve!/ Não! Eu não sou do lugar dos esquecidos!/ Não sou da nação dos condenados!/ Não sou do sertão dos ofendidos! (CARLOS, 2024, p. 227-228).

Belchior foi claro em sua atitude musical. O novo sempre vem, o passado é uma roupa que não serve mais, pensava o cearense, que demonstrava, a cada nova letra, que não estava

interessado em nenhuma teoria, que amar e mudar as coisas lhe interessava mais. No misto de radiografia e mapa que foi o disco *Alucinação* (Polygram, 1976), Belchior já se via em outra cartografia, não mais a do Ceará ou do Nordeste que olha para o Brasil, mas a de São Paulo ou do Brasil que olha para a América Latina. Reivindicou para si, com mais ou menos intensidade, ao longo de toda a carreira, esse lugar de alguém que fala na América Latina, para a América Latina, da América Latina e com a América Latina. E conseguiu, pelo menos em parte.

Desde que cantou pela primeira vez a música *Apenas um rapaz latino-americano*, Belchior deixou de ser apenas um rapaz nordestino, do Ceará ou de Sobral. A frase certa cantada naquele início de carreira fundou a autoimagem de latino-americano que o acompanhou por toda a vida. A autointitulação proposta veio desprovida de qualquer intenção de soberba ou de empáfia, emoldurada que foi por ideias opostas carregadas pelas expressões “apenas”, “sem dinheiro” e “sem parentes”. O público aprovou a autodenominação inusitada na Música Popular Brasileira e assegurou a Belchior não só a manutenção do título, mas o lugar de fala pretendido.

Menos empáfia do cantor, mais empatia de uma juventude ávida por novas falas, novas práticas, novos ídolos, num país em que tudo era “divino”, “maravilhoso”, mas “proibido” também. “Em épocas de disciplinas obrigatórias como OSPB [Organização Social e Política Brasileira] e Moral e Cívica nas escolas, ‘Apenas um rapaz latino-americano’ era um hino lúmpen que parecia ter o dom, ou o sentimento, de dispensar a juventude da época da posição de sentido ou reverência” (MEDEIROS, 2017, p. 81). A frase, ou a inspiração para o primeiro verso da letra, surgiu ainda no início da Ditadura Militar, entre o final dos anos 1960 e começo dos anos 1970, numa mesa de bar.

O Bar do Anísio, já extinto, era frequentado por figuras como Fagner, Belchior, Amelinha, Cirino, Jorge Mello, Augusto Pontes e outros que vieram a compor depois o que se chamou nacionalmente de Pessoal do Ceará. Fosse só local, o movimento talvez tivesse sido chamado de pessoal do Anísio, tanta foi a importância do lugar para aqueles poetas e letristas de guardanapo de papel. Um dos contemporâneos conta:

Essa frase a gente ouvia várias vezes, no Bar do Anísio [localizado na Beira-Mar de Fortaleza], dita pelo [publicitário, compositor] Augusto Pontes. Um dia, ele fez uma palestra, em Brasília, e o nome da palestra era Eu sou apenas um rapaz latino-americano sem dinheiro no banco, sem parentes importantes. (MELLO, 2024).

Há outras versões muito próximas e não excludentes.

‘Eu sou apenas um rapaz latino-americano sem parentes militares’, disse Augusto Pontes em sua posse como professor de Comunicação da Universidade de Brasília, no começo dos anos 1970. Na plateia estava Belchior, que se inspirou no discurso do amigo para criar *Apenas Um Rapaz Latino-Americano*, um de seus maiores sucessos. (HOFFMANN, s/d, s/d).

A primeira canção de *Alucinação* era ‘Apenas um rapaz latino-americano’, nascida curiosamente durante uma aula na Universidade de Brasília, em 1974 ou 1975. Foi durante uma *masterclass* do filósofo cearense Augusto Pontes que a canção surgiu. Nessa aula, em que Belchior estava presente, Augusto introduziu a si mesmo da seguinte maneira: ‘Eu sou apenas um rapaz latino-americano sem parentes militares’. Em plena ditadura, a audácia de Augusto, comunista de carteirinha, provocou risadas desabridas. Fagner, também no recinto, gargalhou tão alto que a sala toda se virou para ele. Belchior, o mais calado de todos, também adorou a boutade de Augusto, mas foi além: esperou algum tempo e construiu uma canção inteira em torno do mote. (MEDEIROS, 2017, p. 82).

Para Augusto Pontes, a frase siamesa de Belchior seria “uma homenagem que adorava” (MEDEIROS, 2017, p. 83). De fato, os dois nunca se desentenderam em relação ao fato, tampouco o possível reclamante tirou algum proveito da originalidade, quer dizer, da genialidade da frase.

Além de *Apenas um rapaz latino-americano*, no mesmo disco *Alucinação*, Belchior voltou a gravar *A palo seco*, que traz alguns versos de reforço à construção da autoimagem do rapaz latino-americano. “Tenho vinte e cinco anos/ De sonho e de sangue/ E de América do Sul/ Por força deste destino/ Ah você sabe e eu também sei/ Um tango argentino/ Me vai bem melhor que um blues”, gritou desesperadamente em português. A reivindicação do lugar de fala de uma América Latina portuguesa para toda uma América Latina se repetiu, com mais ênfase e clareza, talvez, na canção *Voz da América*, do disco *Era uma Vez um Homem e Seu Tempo* (Warner, 1979).

O Rapaz latino-americano é a música que mais identifica o Belchior como rapaz latino-americano. Mas não é uma visão real. Tem *Voz da América*. E tem o Ploft, que eu fiz com ele e fala muito mais desse rapaz latino-americano, porque fala das *venas abiertas de América Latina*, do [Eduardo] Galeano. (MELLO, 2024).

O título *Voz da América* é uma reivindicação, traduz a mesma intenção autonominativa de *Apenas um rapaz latino-americano*. “El condor passa sobre os Andes/ E abre as asas sobre nós/ Na fúria das cidades grandes/ Eu quero abrir a minha voz”, brada Belchior na primeira

estrofe. E continua, como palavras de ordem: “Tentar o canto exato e novo/ E que a vida que nos deram nos ensina/ Pra ser cantado pelo povo/ Na América Latina”. Em *Ploft*, do disco *Cenas do Próximo Capítulo* (Paraíso/Camerati, 1984), Belchior rompe a cordilheira idiomática com expressões em espanhol e inclui o Brasil, mais especificamente o Nordeste, em sua utópica cartografia.

O nordeste, sentado na esquina do mapa/ *Olivado de los Reyes del mundo en un siglo de luce/ Se mira* no Atlântico: Américas, Áfricas/ Índios, pobres e jovens, tudo um negro blues./ A dor do Nordeste, a cor do Nordeste/ Deste e daqueloutro que homem não vê/ *Las venas abiertas de Latino-América:/* Mil poetas, primatas que abraçam o E.T.

Em *Bucaneira*, do disco *Melodrama* (PolyGram, 1987), Belchior abraça o ritmo caribenho salsa, talvez embalado pelo modismo da lambada. Um cantor latino-americano cantando uma música *caliente* parecia muito normal. Acontece que a letra da música é uma miscelânea extrema dos idiomas português e espanhol, como se América Central, América do Sul e o Brasil fossem um só território e tivessem um só algo a dizer para o mundo das temperaturas temperadas do Hemisfério Norte. “Bucaneiras e Guantanamo de José Martí/ (Mi corazón guarani, Peri beija Ceci)/ Indios, blancos, criollos, los colores de la amistad/ (La libertad con tesón e voluntad)”, diz um dos versos.

Este tom de homenagem a revolucionários cubanos vai endereçado também a Ernesto Che Guevara, na música *Bahiuno*, do CD homônimo (MoviePlay, 1993), quando Belchior se refere à “mesma dura ternura que aprendi na estrada e em Che”. Outra referência ao herói cubano está na capa do disco *Era uma vez um homem e seu tempo* (Warner, 1979).

Era uma vez um homem e seu tempo - Medo de avião (1979) faz na capa e contracapa - que traz somente o rosto de Belchior em destaque e seu nome - um pastiche à famosa pintura de Che Guevara, feita pelo artista plástico estadunidense Jim Fitzpatrick, a partir da foto tirada por Alberto Koda, que se tornou a segunda imagem mais difundida da era contemporânea, atrás apenas de uma imagem de Jesus Cristo. (CARLOS, 2017, p. 379).

Outra eloquente manifestação artístico-fonográfica do latino-americano é o *compact disc* intitulado *Eldorado (com Larbanóis & Carrero)* (MoviePlay, 1992). A parceria com dois dos renomados músicos do Uruguai, Eduardo Larbanóis e Mario Carrero, e a participação da não menos reconhecida Laura Canoura se somam às músicas antológicas de Belchior, desta vez traduzidas por ele e gravadas em espanhol. Duas faixas de contexto político continental,

Quinhentos Anos de Quê? e *La vida es sueño*, compostas pelos parceiros especialmente para o CD, completam a obra, lançada no contexto das lutas e das discussões ensejadas no marco dos 500 anos da tomada da América.

Essa mistura deu à obra um “caráter integracionista” (FERREIRA, 2022, p. 38), dado que a invasão europeia, que também ocorreria em relação ao Brasil, oito anos depois de 1492, uniu umbilicalmente o continente sob as violências do capitalismo colonial.

O CD *Eldorado* constitui um manifesto latino-americano de Belchior, onde o cantor criou uma narrativa sobre a América Latina através de sua obra. Ao analisarmos as canções escolhidas dentro de seu cancionário e levando em consideração os contextos históricos de sua produção e regravação, podemos concluir que a narrativa sobre a América produzida por Belchior começa pela sua colonização, passa pelas ditaduras, pelo exílio, pela frustração da juventude, pela assimilação do cinema hollywoodiano e das músicas da contracultura, pela redemocratização, como também pelo apelo a construção de uma utopia, a busca pela felicidade e o prazer e ao ideal de não passividade frente às injustiças. Tudo isso é América Latina para Belchior, híbrida e com diversas filiações, assim como suas canções. (FERREIRA, 2022, p. 38).

O esforço pela criação e manutenção da imagem latina foi uma constante na obra de Belchior. Somente uma grande motivação poderia movê-lo tanto e durante tanto tempo. Não era uma onda, uma experimentação ou uma estratégia mercadológica coincidente a diferentes gravadoras do percurso iniciado com *Apenas um rapaz latino-americano*. Teria querido Belchior ser reconhecido como um músico engajado dos que cantavam pela liberdade da América Latina e estavam de moda entre os jovens de então? Teria querido ser um *latin lover*, um *sex symbol* continental, como deixou transparecer em outras capas em que aparece em poses e olhares sedutores?

Belchior, em seu estilo imprevisível e indecifrável, talvez não quisesse nada disso. A tese trazida a seguir aponta para o desejo de ser um tipo bem diferente do que se costuma teorizar e discutir.

Ele não tinha o projeto de ser uma personalidade musical da América Latina. Ele queria que a obra dele fosse ouvida, fosse amada, fosse conhecida. Ele não queria ser o rapaz latino-americano. Ele queria era ser um cantor de sucesso fortalecido pelo romantismo, como na música *Paralelas* que ele fez no apartamento em que eu morava, no oitavo andar, na [rua] Barata Ribeiro com [rua] Santa Clara, para uma namoradina dele que voltou para Belo Horizonte. Ele queria se vender como um romântico, com vocabulário mais rico. (MELLO, 2024).

É possível também que Belchior tenha querido, de forma mais ou menos consciente, expressar sua condição de emerso de um sul global, na acepção decolonial do termo, primeiro como nordestino que migrou para o Sudeste, depois como alguém que, vivendo em São Paulo, a maior metrópole da América do Sul, enxergava-se no andar de baixo, em relação aos Estados Unidos, o maior país das Américas. Neste caso, subjetivamente e na perspectiva de Belchior, Nordeste, Brasil e demais nações da América do Sul estariam todos numa posição, numa imposição, de inferioridade.

Podemos compreender que, na posição de migrante no sudeste, Belchior se identifica como nordestino e percebe uma correspondência entre esse lugar identitário, no âmbito da nação brasileira, e a postura latino-americanista, frente à hegemonia do norte global, no âmbito americano. (...) A América Latina não aparece isoladamente, mas integrada em um horizonte onde nordeste, Brasil e a América Latina são partes constituintes um dos outros, mesmo quando utiliza elementos estrangeiros em suas composições. (FERREIRA, 2022, p. 16).

Embora nunca tenha erguido a bandeira de um partido, não deixava de ser um revolucionário em suas canções, uma espécie de herói latino-americano que sugeriu a través de suas músicas uma ponte para que os brasileiros conhecessem melhor a América Latina e tirassem seus olhos dos Estados Unidos ou da Europa. (BORTOLOTTI; FUSCALDO, 2021, p. 158).

Há outras possíveis explicações que podem ajudar a esclarecer por que Belchior reivindicou e manteve este lugar de rapaz latino-americano. Três das argumentações estão embutidas em falas do próprio Belchior, todas revelando um forte viés político do rapaz latino-americano. Na primeira delas, aparece um revolucionário utópico que denuncia os desenganos do jovem latino-americano.

‘O que me impressiona é a possibilidade de nós, latino-americanos, podermos nos comunicar com uma linguagem nova, comovente, revolucionária. Aliás, o tango argentino é a autêntica linguagem das minorias latino-americanas. É claro que não sou contra o blues, forma de expressão dos negros americanos. Nem sou contra o samba ou contra o rock – um grito da juventude. O que eu não gosto – de músicas ou letras apenas contemplativas, passivas. Eu falo – e devo falar – dos enganos que nós, os jovens, sofremos por ver nossas esperanças caírem por terra. Assim, não abro mão da agressão.’ (BELCHIOR em entrevista a ATHAYDE, 1976 apud FERREIRA, 2022, p. 14-15).

Na segunda fala, aparece o latino-americano resistente e com capacidade de luta por um novo ordenamento do poder.

‘O fundamental dessa música, do “rapaz latino-americano” é justamente essa frase: “Eu sou apenas um rapaz latino-americano sem dinheiro no banco, sem parentes importantes e vindo do interior”. Essa afirmação enfática de ser um latino-americano. Portanto, uma pessoa na esquina do mundo, uma pessoa do terceiro mundo, uma pessoa na expectativa, uma pessoa dependente economicamente do restante do mundo, mas com uma capacidade enorme de desdobramento vital, de resistência, de rebeldia do espírito, de novidade, de transformação, de poder novo.’ (BELCHIOR em entrevista a GUILHERME, 1983 apud CARLOS, 2017, p. 228).

E na terceira fala, está o Belchior integracionista, ecumênico, que repudia o isolamento cultural do Brasil em relação à América Latina.

‘Assumir o fato de sermos latino-americanos, sendo brasileiros, sendo cearenses, sendo de Sobral, é justamente você participar da fraternidade latino-americana e isso diz muito de perto respeito àquilo que eu falo em muitas outras músicas, esse sentido de desinsular a cultura, de fazer com que a cultura seja penetrante, troque energias com todos os espaços. O Brasil é um país que está isolado culturalmente da grande tradição irmã latino-americana.’ (BELCHIOR em entrevista a GUILHERME, 1983 apud CARLOS, 2017, p. 229).

O que dizem os folhetos

A pesquisa qualitativa aqui relatada analisa o conteúdo de oito folhetos da literatura de cordel que tratam da personalidade Belchior. O número pode ser considerado relativamente representativo, não obstante não se saiba ao certo quantos folhetos com este tema foram publicados. O Brasil, que apresenta para o mundo este gênero literário em poesia sem precedente no que toca à quantidade ou à qualidade das publicações, nunca dispôs de qualquer forma de registro da cidade, da editora, do ano etc das publicações - ao contrário do que ocorre com livros e revistas -, sendo impossível, também, mapear o gênero, a idade, a escolaridade ou o local de moradia dos poetas.

Os folhetos da amostra foram publicados em 2017, 2018, 2019 (3), 2020, 2022 e 2023, todos depois da morte do cantor - o mais recente deles, seis anos após o falecimento. As impressões foram feitas em Fortaleza (7) e Mossoró (RN), por poetas de diferentes perfis socioeconômicos. São eles: *Batendo à porta do céu: a chega de Belchior ao paraíso*, de Caio César Muniz (24 estrofes em septilhas); *Em homenagem a Belchior*, de Chico Fábio (31 estrofes em septilhas); *Belchior: um pensador entre os astros*, de Stélio Torquato Lima (42 estrofes em septilhas); e *Belchior: o artista e seu tempo*, de Dideus Sales (38 estrofes em septilhas).

A lista continua com *Bel, o menino de coração selvagem*, de Wagner David Rocha (22 estrofes em sextilhas); *Homenagem a Belchior: a incrível peleja do trovador eletrônico com o robô goliardo*, de Arievaldo Vianna e Jorge Mello (34 estrofes, sendo 28 septilhas e seis décimas/martelo); *A comédia divina de Belchior*, de Lucarocas (24 estrofes em septilhas) e *Belchior entre os dez mais*, de Otávio Menezes (dez estrofes em décimas).

A análise foi realizada por meio de oito critérios relacionados à vida, à obra e à morte de Belchior. São variáveis da vida: a *infância* (em Sobral), a *juventude* (em Fortaleza) e o *começo da carreira* (no Rio de Janeiro). São critérios da obra: a *latinidade* (socialmente construída) e as *músicas* (cancioneiro). E da morte: o *sumiço* (até a morte), a *absolvição* (por parte dos fãs) e o *legado* (espólio simbólico). Os trechos trazidos neste artigo estão transcritos conforme o original.

Cinco dos oito folhetos contemplam o critério de análise *infância*. Em *Bel, o menino de coração selvagem*, o poeta apresenta Belchior como alguém de origem pobre e de família feliz, de pai exemplar e mãe religiosa; alguém que recebeu da família a “melhor herança” e de Deus, o “dom de ser um artista”. Em *Belchior: um pensador entre os astros*, o poeta destaca o batismo, o sacramento católico que purifica a alma e transforma pagãos em filhos de Deus, e reforça a ideia de uma família não só de artistas, mas, sobretudo, harmônica, um lugar moral onde os mais velhos são exemplo para os mais novos, onde filhos seguem o modelo dos pais.

A influência da família
Foi a sua melhor herança.
Nada de ouro nem prata,
Nem dinheiro, nem abastança,
Mas a feliz convivência
Com arte desde a infância.

O seu pai era bom músico.
Ao tocar flauta, emocionava.
Fosse à praça ou à feira,
Ele sempre arrasava.
E o pequeno menino Bell
Sempre o acompanhava.

Sua mãe, muito religiosa,
Ao filho Bel era dedicada.
Também tinha o seu talento
E com zelo o exercitava.
Não perdia as missas na igreja
E no coro ela cantava.

Nos encontros da família,
Tudo terminava em festa,
Pois os parentes do menino
Se apresentavam sem modéstia.
Alguns dos tios eram boêmios
E outros, mais, eram poetas.

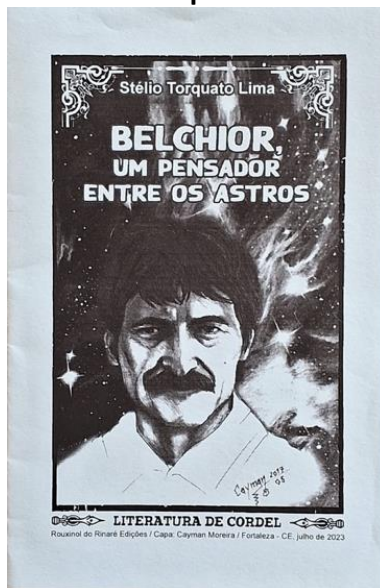
Antônio Carlos Gomes Belchior
Foi o nome dado ao menino.
Abençoado por Deus-Pai,
Desde o momento do batismo,
Recebeu Dele o divino dom
De ser um artista conhecido. (ROCHA, 2018, s/d).

Como seu grande talento
Seu nome também foi mor:
De pia, chamou se Antônio
Carlos Gomes Belchior
E Fontenelle Fernandes.
É mesmo um nome dos grandes,
Pra guardar, saber de cor.
(...)

Veio a ser filho de artistas
Este grande astro em pauta:
Tocava o pai saxofone
E também tocava flauta.
A mãe cantou em Coral.
A arte desse casal
Era, assim, intensa a lauta.

Seus tios eram poetas
E boêmios de primeira.
Dessa forma, Belchior
Fez-se cantador de feira
E poeta repentista,
Virando também artista
Tal como a família inteira. (LIMA, 2023, p. 1-2).

Figura 1 – “Belchior: um pensador entre os astros”



Fonte: Alberto Perdigão

Cinco dos oito folhetos da amostra alcançam o critério *juventude*. Em *Bel, o menino de coração selvagem*, o poeta apresenta um Belchior “sem medo e com ousadia” que “foi buscar a felicidade”, que “tomou uma decisão corajosa”. Em *Belchior: o artista e seu tempo*, o poeta apresenta o retratado como um jovem com “elegância de príncipe, postura de um espartano”, que teve a grandeza de tomar decisões importantes como a de declinar do curso de medicina, que “dá status e *money*”, para abraçar “o sonho de [ser] cantor.

A nossa “Capital do Sol”
Foi a sua prioridade.
Primeiro porque gostava,
Também pela proximidade.
Sem medo e com ousadia
Foi buscar a felicidade.

Ao morar em fortaleza,
Buscou as universidades.
Através da Filosofia,
Foi estudar Humanidades.
Depois usou essa ciência
Para cantar muitas verdades.

Sem ainda saber direito
Qual seria a sua sina,
Mudou totalmente de área:
Foi estudar Medicina!
Mas também desistiu do curso,
Pois a música o fascina.

Foi naquela empolgação,
De um sonho bem sonhado,
Que conheceu novos amigos.

Era mesmo um felizardo:
Fagner, Teti e Amelinha,
Rogério, Cirino e Ednardo.

(...)

Bel, que nunca teve medo de nada,
Tomou uma decisão corajosa.

E um dia falou pros amigos:
_Gosto daqui, mas vou embora.

Vou morar no Rio de Janeiro,
Naquela cidade maravilhosa. (ROCHA, 2018, s/d)

Tinha elegância de príncipe,
Postura de um espartano,
Simplicidade de um monge,

Lapidadas, ano a ano.
Ilustram o seu boletim,
O italiano, o latim
E canto gregoriano.

Profundo conhecedor
Da cultura nordestina,
Obtivera em escola
De padres, mais disciplina.
Pisou em flor e espinho,
Foi professor de cursinho
E aluno de medicina.

Curso dos mais disputados
De nível superior,
Medicina dá status
E money, mas Belchior
No quarto ano declina
Da lide da medicina

Para o sonho de cantor. (SALES, 2022, p. 1-3).

Cinco dos oito folhetos analisados trazem dados relativos ao critério *começo de carreira*. Em *Belchior: o artista e seu tempo*, o poeta mostra o cantor que foi de Fortaleza para o Rio de Janeiro, “caminhando com a sorte, quase em frequente duelo”, para, então, sagrar-se vitorioso em festivais de música. Em *Homenagem a Belchior*, o autor também faz referência à vitória em um festival e reforça a ideia de alguém que “deixa de lado a certeza e se arrisca com paixão”, que “segue pra outro rincão”.

Abandona a faculdade
E caminha ao Deus-dará,
Junta-se a outros jovens
Músicos que havia cá,
Todos de muito talento,
Donde aflora o movimento
Pessoal do Ceará.

Mudou-se então para o Rio
Buscando um futuro belo,
Caminhando com a sorte,
Quase em frequente duelo;
Com talento e voz de aboio,
Teve o necessário apoio
Do parceiro Jorge Mello.

Em setenta e um, traçando
Da obra prima o esboço,
Uma injeção de alento
Provocara-lhe alvoroço,
Quando vence um festival
De nível nacional,
A canção Hora do Almoço.

Ao ganhar o festival,
Com o êxito faz um pacto,
E a carreira ainda tímida,
tem seu primeiro impacto.
Com a canção que ganhou,
Como cantor estreou
Na gravação de um compacto.

Ainda em setenta um
Outra vitória viria,
Um festival em Brasília
Fagner arrebataria,
Com Mucuripe, um primor!
A letra de Belchior,
De Fagner a melodia. (SALES, 2020, p. 3-4).

De grande veia poética
Nas noites alencarinas
Frequenta o Bar do Anísio
Este lugar lhe fascina
Na Parquelândia morava
E a cidade inspirava
Sua paixão nordestina.

Deixa de lado a certeza
E se arrisca com paixão
Largado os seus estudos
Segue pra outro rincão

E vai pro Rio de Janeiro
Na mala o cancionista
Que encantar a nação.

(...)

Um festival na Tupi
Vence sem grande esforço
A emblemática canção
Foi na hora do almoço
Isto lhe dá certa fama
Mas o ego não inflama

Não quero morrer tão moço. (FÁBIO, 2019, p. 2-3).

Quatro dos oito folhetos da amostra trazem dados relativos ao critério latinidade, ou seja, fazem alguma referência ao rapaz latino-americano, à música *Apenas um rapaz latino-americano* e/ou à América-latina. Em *Batendo à porta do céu*, a palavra latino-americano ou a expressão América Latina aparece com maior frequência, quatro vezes, ficando os demais folhetos com duas ou uma só ocorrência. Observe-se que, neste primeiro caso, em que o poeta premia Belchior com vida eterna no céu, o eternizado se apresenta à porta do paraíso como alguém da América Latina.

Sou da América Latina,
Não fique, pois, assustado!”
São Pedro, com olhos mansos,
Abriu um portão doirado,
Trombeta tocou baião,
E anjos com violão
Surgiram de todo lado.

Gonzagão e Gonzaguinha,
João do Vale e Patativa,
Receberam o bigodudo
Naquela manhã festiva
Com rabeca e com piano
E o latino-americano
Foi saudado com um viva!

(...)

Ganhou fama mundial
Com seu canto agressivo
Com Mello, Radar, Raul,
Valente, provocativo,
Um latino-americano,
Cearense, paulistano,
De todo sertão nativo.

(...)

Parabéns por ter mostrado
Ao povo daquele plano
Toda sua inteligência,
A força de um espartano

E um canto que tanto traz
A graça deste rapaz
Latino-americano. (MUNIZ, 2019, s/d).

Em *Homenagem a Belchior*, o poeta apresenta o artista como “um grande cantor” latino-americano “que traz um novo tempo consigo”. Em *Belchior, um pensador entre os astros*, o autor afirma que o retratado era “um bom latino-americano”; e em *A comédia divina de Belchior*, que “queria um mundo de paz”.

A vinte seis de outubro
Quarenta e seis era o ano
Nascia um grande cantor
Um latino americano
Falo aqui de Belchior
Poeta e compositor
Um trovador soberano.
(...)
Não leve flores pra cova
Do seu pior inimigo
A palo seco e selvagem
Sai visceral do umbigo
É o latino rapaz
Americano que traz
Um novo tempo consigo. (FÁBIO, 2019, p. 1; 4).

Se apenas foi um rapaz,
Bom latino-americano,
Também ele já fulgura
No panteão soberano
Chamado de MPB.
Choram, pois, eu e você,
Pois deixa o terrestre plano. (LIMA, 2023, p. 1)

Queria um mundo de paz
E um viver sem engano
Por se sentir Um Rapaz
Um Latino Americano
Numa vida que engana
Viver a Comédia Humana
Fazia parte do plano. (LUCAROCAS, 2019, p. 2).

Pelo critério de análise *músicas*, sete dos oito poemas tratam do assunto, portanto, o mais frequente tema entre os nove considerados. Em todos os casos, os poetas versejam usando o título das canções e, em alguns casos, utilizando também o nome dos discos. Destaque-se aqui, entretanto, algumas qualidades peculiares das músicas referidas. Em *Belchior*:

um pensador entre os astros, o autor lembra o compositor “profundo, mas popular, local e cosmopolita, criador de muita frase tão forte quanto bonita”. Em *A comédia divina de Belchior*, o poeta recorda que Belchior, “no vazio que abraça com a dor da solidão, vai desvendando o segredo daquele que causa medo no pulsar do coração”.

Um sucesso após o outro
Belchior foi emplacando.
Muitos cantores famosos
Foram seus hits gravando.
Com sucesso merecido,
Cada vez mais conhecido
Ele ia se tornando.

Profundo, mas popular.
Local e cosmopolita.
Criador de muita frase
Tão forte quanto bonita.
Pra bagunçar o coreto,
Raven une a Assum Preto,
Relendo a obra erudita.

João Cabral de Melo Neto
É visitado por ele.
Também Edgar Allan Poe
Tá no cancionero dele.
Sério ou por brincadeira
Visita até Zé limeira,
Mostrando grandeza nele.

Não instando interessado
Em nenhuma teoria,
Em alusões, referências,
Complexa Filosofia,
Só via o povo beleza,
Que há muito, com certeza,
Nas canções que ele fazia.

Assim se fez popular,
Cantado por gerações,
Pelo senhor do escritório,
Pelos mais simples peões,
Pela patroa e empregada,
O estudante, a garotada...
Foi cantor das multidões. (LIMA, 2023, p. 4-5).

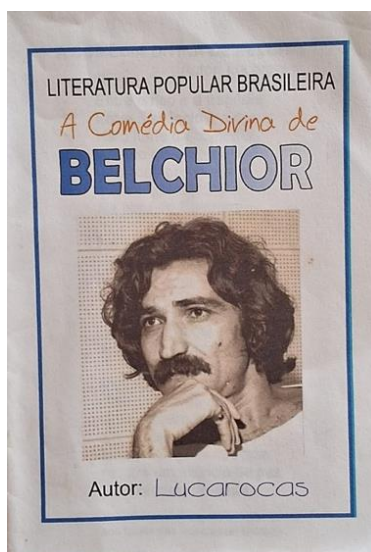
Entre o riso e a tragédia
Entre o silêncio e a dor
Há o lume da comédia
Que se dissolve no amor

E vai cumprir sua sina
Para se tornar divina
Na obra de Belchior.

Na poesia que enlaça
As trilhas da emoção
E no vazio que abraça
Com a dor da solidão
Vai desvendando o segredo
Daquele que causa medo
No pulsar do coração.

Belchior com sua acalma
Pôs lirismo no cantar
Foi escrevendo na alma
Um timbre de relaxar
E nas emoções que traz
Mostra um silêncio de paz
No exercício de amar. (LUCAROCAS, 2019, p. 1).

Figura 2 – “A Comédia Divina de Belchior”



Fonte: Alberto Perdigão

Para além do Belchior eclético e do Belchior lírico, há também o Belchior das canções politicamente questionadoras e socialmente contundentes, como atesta o poema *Belchior entre os dez mais*. Nos versos, o autor destaca “um artista especial que não fez verso pueril, um compositor plural das críticas sociais” que “discutiu os valores dos bons e dos cruéis, mexeu com as coisas reais sem pena, culpa ou pudor”.

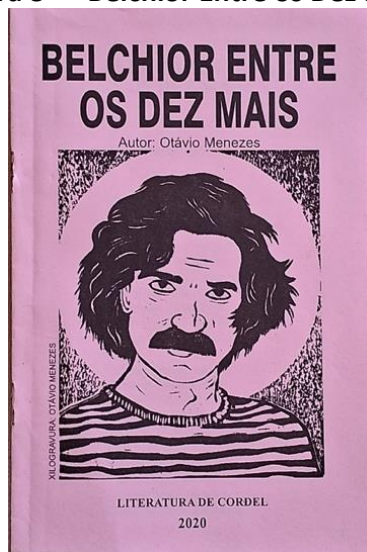
Um artista especial
Que não fez verso pueril
Por isto que no Brasil
Dizem que ele é genial.
Um compositor plural
Das críticas sociais
Dos caprichos imorais
De tirar risos da dor
Por isto que o Belchior
Está entre os dez mais.

Sua obra se completa
Com uma produção perfeita
Pois obra que foi feita
Por um excelente poeta.
Sua canção é uma seta
No peito dos conservadores
Pois discutiu os valores
Dos bons e dos cruéis
Por isto está entre os dez
Dos grandes compositores.

Com trabalho importante
Muito sério de vanguarda
É nome que a gente guarda
Como um livro na estante.
Com a sua poesia vibrante
Cheia de símbolos e sinais
Mexeu com as coisas reais
Sem pena, culpa ou pudor
Por isso que Belchior

Está entre os dez mais. (MENEZES, 2020, p. 2).

Figura 3 – “Belchior Entre os Dez Mais”



Fonte: Alberto Perdigão

Quatro dos oito poemas da amostra contemplam o critério de análise *sumiço*. Este é o critério que abarca da morte social, o isolamento, que alguns consideram um autoexílio no próprio país, à morte física ocorrida numa espécie de novo claustro, no Rio Grande do Sul. Belchior morreu tranquilo, quando descansava em casa, ouvindo música clássica, lembra o poeta em *Homenagem a Belchior*. “Um anjo do Senhor, de mansinho lhe chamou, não lhe deixou acordar”, descreve a cena do último momento do artista. “Um rompimento da aorta o levou ao céu tão lindo (...) e o pesar foi nos cobrindo”, outro autor reforça, em *Belchior: um pensador entre os astros*, numa referência à ideia de uma morte como páscoa, como só os santos podem ter, seguida de uma assunção.

Ninguém sabe se ele anda
Seguindo pelo sertão
Ou talvez no Uruguai
No mote da amplidão
Quem sabe um dia volte
E sua voz ele solte
Nos tire da solidão.

Vai num lance de dez
Perdendo sempre o juízo
E quando ele voltar
Aqui será paraíso
Pois no tronco do ipê
Daquela serra, quem vê
Vê seu resumo conciso.

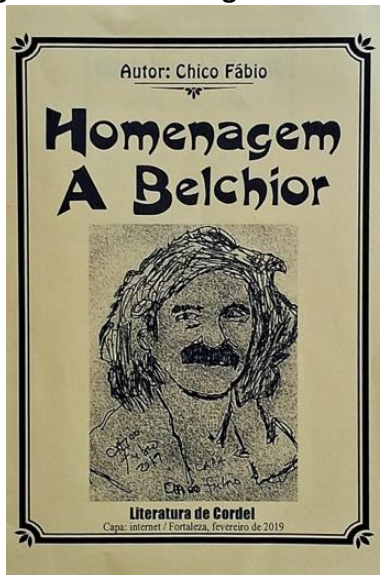
Mas o pior acontece
Foi em trinta de abril
De dois mil e dezessete
Chorando todo o Brasil
Pois é imensa a dor
E o grande Belchior
Do nosso meio sumiu.

Foi em Santa Cruz do Sul
Com aneurisma na aorta
Passava da meia noite
Sua mulher bate a porta
E o chama pra dormir
Antes clássicos vou ouvir
Sei que você não se importa.

Disse mulher to com frio
E sentou-se no sofá
E ela só vai dormir
E Belchior ficou lá

Mas um anjo do Senhor
De mansinho lhe chamou
Não lhe deixou acordar. (FÁBIO, p. 7-8).

Figura 4 – “Homenagem a Belchior”



Fonte: Alberto Perdigão

Por isso, não se entendeu
A súbita decisão
De fugir do burburinho
Pra viver em reclusão.
Muitos sua volta pediram,
As campanhas se expandiram,
Mas ele ousou dizer “não”.

Formado em Filosofia
Artista plástico também,
Procurou a vida simples
Sempre junto de seu bem.
Veio a produzir canções;
Pro espanhol fez traduções
De suas obras também.

(...)

A morte o alcançou
Enquanto estava dormindo.
Um rompimento da aorta
O levou ao céu tão lindo.

Rádio, TV e jornal
Deram a notícia fatal,

E o pesar foi nos cobrindo. (LIMA, 2023, p. 5-6, 7).

Três dos oito poemas da amostra se enquadram no critério *absolvição*. Em *Batendo à porta do céu: a chegada de Belchior ao paraíso*, o bardo narra a recepção, uma “manhã festiva com rabeca e com piano” em que o “latino-americano foi saudado com um viva”. Em *Belchior: um pensador entre os astros*, o autor indica o mesmo novo endereço do falecido artista, ao afirmar que Belchior “foi morar no céu de anil”. E completa: “Repousa o grande guerreiro, mas o povo brasileiro não lhe esquecerá jamais.”

Num avião desastrado
Furou o bucho do céu,
E um piloto bigodudo
De cachimbo e de chapéu
Disse assim: “não tenha medo
Cheguei em casa mais cedo
Não precisa de escarcéu!

Sou da América Latina,
Não fique, pois, assustado!”
São Pedro, com olhos mansos,
Abriu um portão doirado,
Trombeta tocou baião,
E anjos com violão
Surgiram de todo lado.

Gonzagão e Gonzaguinha,
João do Vale e Patativa,
Receberam o bigodudo
Naquela manhã festiva
Com rabeca e com piano
E o latino-americano
Foi saudado com um viva!

Foi o Mestre Ariano
Quem deu o “viva!” maior
E disse assim: “sou seu fã!
Sei muita letra de cor!
Aguardava sua chegada,
Vai ter som de madrugada,
Viva, viva, Belchior!”

Num livro grande e bonito
Onde guarda-se a memória
Dos que vivem cá na Terra,
Cada perda e cada glória,
Um santo disse: “vou ler
Pro céu inteiro saber
Um pouco da sua história”. (MUNIZ, 2019, s/d).

Chora todo o Ceará,
Chora o Nordeste, o Brasil...
Um astro de nossa música,
No dia trinta de abril
De dois mil e dezessete,
Registro (pois me compete)
Foi morar no céu de anil.

Se apenas foi um rapaz,
Bom latino-americano,
Também ele já fulgura
No panteão soberano
Chamado de MPB.
Choram, pois, eu e você,
Pois deixa o terrestre plano.

(...)

A partir de dois de maio
O cantor querido jaz
Num cemitério daqui
Chamado Parque da Paz.
Repousa o grande guerreiro.
Mas o povo brasileiro

Não lhe esquecerá jamais. (LIMA, 2023, p. 1, 7).

Finalmente, em relação ao critério de análise *legado*, tem-se três dos oito folhetos da amostra. Em *Belchior: o artista e seu tempo*, o autor ressalta a herança deixada pelo artista que “produzira em vários gêneros”, que “fez uma obra profética de perenal validade”, que “expressou em suas músicas questões existenciais” e que “fez canções e pintou telas, deixando a missão cumprida”. Em *Peleja do trovador eletrônico com o robô goliardo*, os poetas reverenciam o espólio deixado por um “filósofo contemporâneo com sotaque nordestino” que “tornou-se universal”, alguém cuja “arte floresceu e, por certo, não morreu, depois que ele foi embora”.

Produzira em vários gêneros
Com grande e forte expressão,
MPB, country rock,
Folk rock, blues, baião...
Em toda canção fazia
Enxerto de poesia
Para dar mais emoção.

Nos textos reflexivos
A constante identidade,
Sinal característico
De sua autenticidade.
Na construção dialética
Fez uma obra profética

De perenal validade.

(...)

Enamorado das letras,
Compunha com fluidez
Em português e, também,
Introduzia o francês
Em suas canções, enfim,
O espanhol, o latim,
Italiano e inglês.

(...)

Expressou em suas músicas
Questões existenciais,
Os versos muito inspirados
Brilham como nossos pais,
Também atestam seu dom,
Todo sujo de batom,
Galos, noites e quintais...

(...)

Quis e fez tudo outra vez
Nos descaminhos da vida,
Até desbotar a sua
Velha roupa colorida;
E em estradas Paralelas,
Fez canções e pintou telas,

Deixando a missão cumprida. (SALES, p. 7-8).

Filósofo contemporâneo

Com sotaque nordestino

Conviveu com os cantadores

Desde os tempos de menino,

Mas tornou-se universal

Seguiu para o Plano Astral

Maravilhoso e Divino.

(...)

Assim como o pé de Ypê

Que apenasmente flora

Apenso ao pé da colina

No cenário aonde mora

Sua arte floresceu

E por certo não morreu

Depois que ele foi embora.

Visceralmente poético

Seu canto não é platônico

Tem um discurso inspirado

E um belo projeto harmônico

De grande vitalidade

Todo o Brasil tem saudade

Do TROVADOR ELETRÔNICO. (VIANNA; MELLO, 2017, p. 10-11).

Figura 5 – “Peleja do trovador eletrônico com o robô Goliardo”



Fonte: Alberto Perdigão

Em *Belchior entre os dez mais*, o poeta coloca o espólio de Belchior no panteão da genialidade e em perspectiva histórica, apontando para o futuro:

Vai chegar outro milênio
E o ouvinte do futuro
Vai dizer muito seguro:
“Belchior foi um gênio”
Certeza disso eu tenho
Pois na poética musical
Será sempre essencial
E por seu rico legado
Será sempre lembrado

O Cearense de Sobral. (MENEZES, 2020, p. 4).

Considerações finais

O artigo discutiu aspectos relacionados à obra, à imagem e à latinidade pretendida pelo cantor e compositor brasileiro Antônio Carlos Belchior e, a seguir, analisou o conteúdo de folhetos da literatura de cordel que abordam a vida, a obra e a morte do artista. O percurso suscitou algumas pistas não contempladas neste artigo e apontou possíveis novos objetos de estudo conectados à contemporaneidade, como difusão de narrativas da literatura de cordel nos meios digitais.

É fato que folhetos, incorporando as novas tecnologias da informação e comunicação são produzidas com a influência delas, a partir da pesquisa que o poeta realiza previamente sobre o tema a ser versado, por meios de sites os mais diversos e portais de notícias ou apoiando-se em ferramentas de criação de conteúdo por inteligência artificial (IA). Inclusive as capas dos folhetos já são produzidas por IAs, como uma opção a mais às ilustrações confeccionadas artesanalmente pela técnica da xilogravura. Quando não impressos, é prerrogativa dos poetas que os folhetos sejam editados em dispositivos portáteis ou móveis, e a impressão seja feita em impressoras domésticas.

Folhetos de pelejas, por exemplo, são construídos a partir de cantorias virtuais por meio de aplicativos de conversa, por texto, por áudio e por áudio e vídeo. Não há nenhum demérito ou impedimento nestes referidos usos (AMORIM, 2019) como não há também nenhum mérito a mais para quem escreve e publica pelos métodos tradicionais. Acrescente-se, entretanto, que algumas poesias sequer chegam a ser publicadas como mídia física, em papel, ficando disponível para leitura ou para a leitura em diferentes sítios individuais ou coletivos da internet ou mesmo ficam reservadas para visualização em perfis de redes sociais, inclusive em canais do YouTube.

Outro possível objeto é o folheto de cordel como mídia para a projeção da imagem pública de artistas, o que efetivamente ocorre, desde o surgimento dos primeiros ídolos do cinema e da radionovela, quando os mocinhos e mocinhas, os algozes e mártires até poderiam estar em jornais e revistas, mas pouco chegavam às cidades remotas do interior. A popularização do rádio, a partir dos anos 1940, e da televisão nos anos 1970, no Nordeste, ampliou o número de folhetos dedicados às celebridades, da política, da religião e dos programas de entretenimento, confirmando assim o caráter informativo dos dispositivos populares vendidos nas feiras.

Ressalte-se que o folheto informativo da literatura de cordel, em todas a sua trajetória - como já ocorria na literatura oral -, sempre se apresentou como alternativo, popular e contra-hegemônico (PERDIGÃO, 2021) sendo, desta forma, uma outra mídia para informar, informar-se e dialogar na esfera pública. Foi com estes atributos que o cordel serviu para projetar - de forma traduzida e contextualizada, em relação aos meios de comunicação de massa tradicionais e hegemônicos (BELTRÃO, 2014; TRIGUEIRO, 2013) - de figuras da música como Luiz Gonzaga e

Jackson do Pandeiro, desde a era do rádio, e Raul Seixas e Belchior, a partir do advento da televisão.

Os quatro ídolos são nordestinos e já falecidos, cumprindo, assim, dois dos fatores impulsionadores do interesse de poetas cordelistas e de leitores por publicar e por ler, respectivamente, o folheto do ídolo. É bem possível que Luiz Gonzaga tenha sido o recordista em tiragem e venda de folhetos, pelo fato deste cumprir um terceiro fator impulsionador, o da longevidade de sua atuação como artista. Mas não é de todo seguro afirmar, dado que o Brasil não dispõe de qualquer mecanismo de controle sobre a publicação de folhetos de cordel capaz de aferir as tiragens bem como outros dados - diferentemente das demais publicações impressas, como livros, jornais e revistas.

Considerando finalmente, o esforço investigativo considerou uma amostra de oito folhetos publicados por distintos poetas, em Fortaleza e em Mossoró (RN), entre os anos de 2017 e 2022, todos após a morte da personalidade retratada. Utilizaram-se oito critérios de análise - infância, juventude e começo da carreira; latinidade e músicas; e sumiço, absolvição e legado - com o fito de checar a validade da hipótese de que os referidos folhetos apresentam a personalidade como um personagem mais próximo das narrativas tradicionais da literatura de cordel, em detrimento da imagem socialmente construída do rapaz latino-americano.

Em relação à vida - à infância em Sobral (CE), a juventude em Fortaleza e ao começo da carreira no Rio de Janeiro -, obteve-se que Belchior é representado como (1) um menino pobre, cristão, filho/sobrinho de uma família harmônica e feliz, e seguidor do exemplo dos mais velhos; (2) um jovem inteligente, talentoso e ousado; e (3) um adulto guerreiro e destemido.

Em relação à obra - à latinidade, percebeu-se (4) um latino-americano menos político e mais homem bom, sem pecados, merecedor do céu; e (6) um poeta-letrista único e de alta qualidade.

Em relação à morte - ao sumiço dos palcos, gravadoras, mídia e fãs, à absolvição pós-morte por parte destes fãs e ao legado deixado à MPB - percebeu-se que Belchior é representado como (6) alguém que morreu em paz e foi elevado ao céu, como nas representações sobre os santos; (7) uma alma recebida com festa e inquestionavelmente perdoada de pecados pelo tribunal do paraíso; e (8) um artista cujo o patrimônio musical deixado é incomparável e inesquecível.

De acordo com os dados, analisados, é possível aferir validade à hipótese de que os referidos folhetos representam Belchior como um personagem-arquétipo mais próximo das narrativas tradicionais da literatura de cordel, em detrimento da imagem socialmente construída do rapaz latino-americano.

Ou seja, a literatura de cordel negligencia a possibilidade de referendar ou de exaltar a referida imagem, preferindo apresentar um Belchior mais nordestino e menos latino, que transparece os valores e qualidades pessoais recorrentes nos heróis da literatura de cordel de ficção: a humildade, a obediência e a fé; a bravura e o destemor; a inteligência e os talentos especiais.

Assim, descolado e deslocado da perspectiva geopolítica da América Latina, o cordel reconduz Belchior a uma ancestralidade nordestina, para, a seguir, e, talvez, como inegociável condição, sacralizá-lo, santificá-lo e elevá-lo ao panteão afetivo do céu dos folhetos.

Referências

AMORIM, Maria Alice. **Pelejas em rede**: Vamos ver quem pode mais. Recife: Zanzar, 2019.

BELCHIOR, Ângela; ZIZZI, Estêvão. **Belchior**: biografia. Vila Velha (ES): Edição do autor, 2023.

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

BORTOLOTI, Marcelo; FUSCALDO, Chris. **Viver é melhor que sonhar**: os últimos caminhos de Belchior. Rio de Janeiro: Sonara Editora, 2021.

CARLOS, Josely Teixeira. **Muito Além de apenas um rapaz latino-americano vindo do interior**: investimentos interdiscursivos das canções de Belchior. 2007. 277f. - Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Departamento de Letras Vernáculas, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Fortaleza (CE), 2007. Disponível em: Acesso em: 13/8/2024.

CARLOS, Josely Teixeira. **Fosse um Chico, um Gil, um Caetano**: uma análise retórico-discursiva das relações polêmicas na construção da identidade do cancionista Belchior. 2014. Tese (Doutorado em Filologia e Língua Portuguesa) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. doi:10.11606/T.8.2014.tde-07102014-121114. Acesso em: 2024-08-09.

CARLOS, Josely Teixeira. **[Sobre a construção da imagem de Belchior]**. WhatsApp. 16 ago. 2024. 16:15. 1 mensagem de WhatsApp.

FÁBIO, Chico. **Homenagem a Belchior**. Fortaleza: Edição do autor, 2019.

FERREIRA, Larissa Gonçalves. **A América Latina nas canções de Belchior**: uma análise a partir do CD Eldorado. Número de páginas do TCC. 2022. Trabalho de Conclusão do Curso de Licenciatura em História – Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, 2022.

HAURÉLIO, Marco. **Breve história da literatura de cordel**. São Paulo: Claridade, 2019).

HOFFMANN, Bruno. **O meu lugar**. Blog Bruno Hoffmann. S/d, s/d. Disponível em <https://brunohoffmann.wordpress.com/sobre/>. Acesso em: 24/08/2024.

LIMA, Stélio Torquato. **Belchior**: um pensador entre os astros. Fortaleza: Cordelaria Flor da Serra, 2017.

LUCAROCAS. **A comédia divina de Belchior**. Fortaleza: Editora Lucarocas, 2019.

MEDEIROS, Jotabê. **Belchior**: apenas um rapaz latino-americano. São Paulo: Todavia, 2017.

MEDEIROS, Jotabê. **O Claustro**: o relato dos três anos em que Belchior viveu em um mosteiro. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/o-claustro/>. Acesso em: 13/08/2024.

MELLO, Jorge. **[Sobre a nordestinidade e a latinidade de Belchior]**. WhatsApp. 18 ago. 2024. 8:15. 1 mensagem de WhatsApp.

MELLO, Jorge; VIANNA, Arievaldo. **Peleja do trovador eletrônico com o robô goliardo**. Fortaleza: Cordelaria Flor da Serra, 2017.

MENEZES, Otávio. **Belchior entre os dez mais**. Fortaleza: Edição do autor, 2020.

MUNIZ, Caio César. **Batendo à porta do céu**: a chegada de Belchior ao paraíso. Mossoró (RN): Fundação Vingt-un Rosado, 2019.

PERDIGÃO, Alberto. **Política e literatura de cordel**: o folheto como mídia informativa alternativa, popular e contra-hegemônica. Fortaleza: RDS, 2022.

ROCHA, Wagner David. **Bel, o menino de coração selvagem**. Fortaleza: SEDUC, 2018.

SALES, Dideus. **Belchior**: o artista e seu tempo. Fortaleza: Rouxinol do Rinaré Edições, 2022.

SANTOS, Leandro Martan Bezerra. **A Divina Comédia de um rapaz latino-americano**: a influência da literatura na obra de Belchior. Revista Crioula, nº 26, 2020, p. 95-106. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/crioula/article/view/177234/169017>. Acesso em: 11/08/2024.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A folkcomunicação e os ativistas midiáticos**. IN: MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (ORGS.). **Metamorfose da comunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

A cultura popular nas plataformas de *streaming*: a experiência folkcomunicação na série *Sou cultura popular* da Globoplay

Oma Roxana Cordeiro de Oliveira¹

Ermaela Cícera Silva Freire Batista²

Itamar de Moraes Nobre³

Submetido em: 18/09/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

O trabalho propõe-se a compreender a cultura popular pelo viés da sua televisualidade por meio da análise da série documental *Sou cultura popular* (2023), produzida numa parceria entre a UERN TV e o canal Futura e distribuída pela Globoplay. O aporte teórico é fundamentado nos estudos de *streaming* (Bahia et al., 2022), nas reflexões acerca de televisualidades (Rocha, 2019) e em pesquisas folkcomunicaçãois (Trigueiro, 2019 e 2008; Macedo; Furtado, 2018 e Marques de Melo, 2008). Metodologicamente, este resumo aplicou a Análise Televisual Convergente (ATC) proposta por Becker (2019), ampliando o esquema analítico da Análise Televisual (Becker, 2012, 2016b, 2019), para compreender como a série documental se insere no âmbito televisivo. A partir de um *corpus* constituído por 4 episódios observados de outubro a novembro de 2023, esta investigação aponta para a presença de brincantes e artesãos na produção audiovisual, que é disseminada em *streamings*, como o Youtube e em aplicativos.

PALAVRAS-CHAVE

¹ Jornalista e Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Membro do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Transformadoras em Comunicação, Cultura e Mídias (Ecomsul/UFRN). Correio eletrônico: omaroxan10@gmail.com.

² Jornalista e Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Correio eletrônico: ermaelacicera@gmail.com.

³ Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) e do Departamento de Comunicação Social da Universidade do Rio Grande do Norte (UFRN). Coordenador do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Transformadoras em Comunicação, Cultura e Mídias (Ecomsul/UFRN). Correio eletrônico: itanobre@gmail.com.

Cultura popular; *Streaming*; Folkcomunicação; Televisualidades; Globoplay.

The popular culture on streaming platforms: the folkcommunicational experience in the series *Sou cultura popular* of Globoplay

ABSTRACT

The work aims to understand popular culture through the bias of its televisualidade through the analysis of the documentary series *Sou cultura popular* (2023), produced in a partnership between UERN TV and the channel Futura and distributed by Globoplay. The theoretical contribution is based on streaming studies (Bahia et al., 2022), reflections about televisions (Rocha, 2019) and folkcommunicational research (Trigueiro, 2019 and 2008; Macedo; Furtado, 2018 and Marques de Melo, 2008). Methodologically, this summary applied the Convergent Television Analysis (ATC) proposed by Becker (2019), expanding the analytical scheme of the Becker Television Analysis (2012, 2016b, 2019), to understand how the documentary series is inserted in the television context. From a corpus consisting of 4 episodes observed from October to November 2023, this investigation points to the presence of players and artisans in audiovisual production, which is disseminated in streamings, such as YouTube and applications.

KEY-WORDS

Popular culture; Streaming; Folkcommunication; Televisions; Globoplay.

La cultura popular en las plataformas de streaming: la experiencia folkcomunicacional en la serie *Soy cultura popular* de Globoplay

RESUMEN

El trabajo se propone comprender la cultura popular por el sesgo de su televisualidad a través del análisis de la serie documental *Soy cultura popular* (2023), producida en una asociación entre UERN TV y el canal Futura y distribuida por Globoplay. El aporte teórico se fundamenta en los estudios de streaming (Bahia et al., 2022), en las reflexiones sobre televisualidades (Rocha, 2019) y en investigaciones folkcomunicacionales (Trigueiro, 2019 y 2008; Macedo; Furtado, 2018 y Marques de Melo, 2008). Metodológicamente, este resumen aplicó el Análisis Televisual Convergente (ATC) propuesto por Becker (2019), ampliando el esquema analítico del Análisis Televisual Becker (2012, 2016b, 2019), para comprender cómo la serie documental se inserta en el ámbito televisivo. Desde un corpus constituido por 4 episodios observados de

octubre a noviembre de 2023, esta investigación apunta a la presencia de jugadores y artesanos en la producción audiovisual, que se difunde en streamings, como YouTube y en aplicaciones.

PALABRAS-CLAVE

Cultura popular; *Streaming*; Folkcomunicación; Televizialidades; Globoplay.

Introdução

Refletir sobre a televisão como um fenômeno cultural implica compreender como as narrativas apresentadas nas várias telas se tornam espaços de construção de sensibilidades coletivas, que estão intrinsecamente ligadas a um contexto sociocultural. A televisão, além de ser um dispositivo tecnológico, representa um campo de interações e conflitos políticos, sociais e culturais que influenciam a forma como nos comportamos e interpretamos o mundo ao nosso redor.

Nesse aspecto, o serviço de *streaming* emerge como definidor da transformação da forma como o público interage com os conteúdos de entretenimento, essa nova configuração não apenas muda a indústria, mas também impacta significativamente a sociedade e a cultura. A possibilidade de acessar conteúdos a qualquer momento e de qualquer lugar revolucionou os hábitos de consumo, modificando a forma como as pessoas se relacionam, e hoje os fenômenos culturais dispõem de um meio de propagação instantâneo que ultrapassa fronteiras geográficas e culturais.

O processo de digitalização e, mais especificamente, a expansão do VOD⁴ e do *streaming* causaram mudanças significativas nas condições de produção, distribuição, exibição e experiências do público no que diz respeito às obras audiovisuais, ao mesmo tempo em que os mecanismos de apoio e proteção do setor se mantêm estruturados segundo um paradigma em crise, baseado na exploração de diferentes canais de mídia (TV paga, VOD, TV aberta) e ancorado nas salas de cinema (Bahia et al., 2022).

A maneira como a relação entre o público e a televisão é configurada permite que compreendamos as transformações nas vivências cotidianas, não apenas no que diz respeito à

⁴ VOD é a sigla para a expressão *video on demand* é um sistema de distribuição de mídia que permite aos usuários assistir conteúdo de vídeo como quiserem, sem as restrições de programações de transmissão estática ou de dispositivos de reprodução de vídeo específicos.

modificação do espaço físico com a introdução de aparelhos, mas também na forma como passamos a construir nossas identidades por meio de mediações televisivas. Nesse cenário, o mercado de *streaming* surge como um importante influenciador na produção e distribuição de conteúdos televisivos *on demand*, isso nos leva a refletir sobre os tensionamentos que surgem nas parcerias entre TVs universitárias e canais de grande alcance nacional.

Na era da *internet*, os serviços televisivos surgem com novas formas de circulação e interação possibilitadas por diferentes estruturas digitais como Netflix, Prime Video, HBO, Disney Plus e Apple TV, por exemplo. O campo dos estudos televisivos aponta para “o interesse acentuado em formatos ficcionais em circulação nas grades de programação televisivas” (Médola; Pereira, 2020, p. 69). Após realizar um levantamento da produção científica do GP de Televisão e Televisualidades da Intercom, entre os anos de 2010 e 2019, os autores concluem que:

o caráter dinâmico dos objetos de comunicação faz emergir novos focos de investigação sob novas epistemologias, diante de uma ecologia midiática forjada pela coexistência dos meios massivos com as plataformas que permitem aos consumidores o acesso aos conteúdos por demanda, em tempo e espaço não mais atrelados a programações organizadas e disponibilizadas pelas emissoras (Médola; Pereira, 2020, p. 69).

Em consequência dessas circunstâncias, uma questão indicativa que aparece nesse cenário é a assimilação dos elementos da cultura popular que a grande mídia televisiva faz da tradução popular. Podemos observar como as classes populares resistem aos impactos da mídia globalizada e repassam seus valores culturais por meio dos novos suportes midiáticos. Nas palavras de Trigueiro (2008), a cultura nordestina experimenta a recriação de suas tradições, e a televisão, especialmente, é considerada um dos principais agentes dessas transformações.

Isso não quer dizer que a cultura popular seja fechada a segmentos de outras sociedades e, muito menos, a novos significados; pelo contrário, assim como as demais culturas, ela não se fecha em si mesma: seus significados estão sempre abertos às novas práticas sociais e aos novos sistemas de comunicação, notadamente da televisão (Trigueiro, 2008, p. 25).

Macedo e Furtado (2018) desenvolveram uma pesquisa trabalhando a relação entre televisão regional e folkmídia e apontam para as peculiaridades de emissoras regionais como a TV TEM, que apesar de sua afiliação à TV Globo, possui um caráter de regionalização. Isso é

utilizado para obter identificação com o público e consequente aumento do consumo de sua programação, o que resulta em produções voltadas à realidade local, logo também à cultura local.

No Brasil, o conteúdo disponibilizado nas principais plataformas de streaming é de origem estrangeira, totalizando 86% das produções, enquanto o audiovisual nacional ocupa 14% desse total, segundo dados da Agência Nacional do Cinema (Ancine), esse cenário deixa clara a necessidade de aumento das produções locais nesses espaços. Em contrapartida, podemos destacar uma expressiva oferta de conteúdo brasileiro em plataformas de serviços de telecomunicações como a Vivo Play e a Claro TV, a Plataforma Pública de *Streaming* do MinC⁵ e a Globoplay. Esta última, nosso objeto de estudo, se destaca na produção de conteúdos brasileiros distribuídos em programas de TV, filmes, séries e novelas inclusive por produções em parceria com TVs universitárias, que tratam de temas regionais e comunitários.

Partindo destas reflexões, os questionamentos que serviram de guia para a construção desse artigo, elencamos os seguintes: de que forma as novas plataformas de *streaming* retratam a cultura popular nordestina? Como é possível compreender a cultura popular através da sua inserção nas novas plataformas de *streaming*?

Procurando responder nossas perguntas, sem a intenção de esgotar o tema profícuo que se apresenta, estabelecemos um objetivo central, compreender a cultura popular pelo viés da sua televisualidade por meio da análise da série documental *Sou cultura popular (2023)*, uma produção da UERN TV e do canal Futura, sendo distribuída pela plataforma Globoplay. Para tanto, apresentamos três objetivos específicos: a) compreender as formas de divulgação da cultura popular dentro da grade de programação do *streaming* Globoplay; b) identificar elementos da cultura popular existentes na produção que reforçam as identidades culturais e locais tendo como base a taxionomia da folkcomunicação (Marques de Melo, 2008) e c) investigar a presença do ativismo midiático e do midiativismo na série pesquisada.

No que diz respeito ao trabalho do artigo, ao observar a parceria entre as TVs pesquisadas, percebemos um resultado significativo e isso se evidencia por outras séries e

⁵ Criada para a difusão gratuita de obras audiovisuais, a plataforma visa formar novos públicos e impactar o setor audiovisual nas dimensões simbólica, cidadã e econômica. Herdeira do pensamento e iniciativas como a Programadora Brasil, a plataforma atualiza tecnologicamente as condições de difusão de filmes brasileiros, objetivando familiarizar a sociedade brasileira com a diversidade de nossa produção audiovisual. Fonte: <https://www.gov.br/cultura>

programas produzidos em conjunto, como é o caso do *Alô, Comunidade*⁶ (2023), com foco em ações extensionistas desenvolvidas pelas universidades e institutos federais em diálogo com comunidades. Na semana da estreia, o programa alcançou mais de 12,5 milhões de pessoas, sendo o segundo programa mais assistido no Futura, no primeiro semestre de 2023. A título de exemplo, destacamos outras produções da parceria como *Sou Palhaço*⁷ (2023), *Sou Chorinho*⁸ (2023), *Georoteiros*⁹ (2022) e *Sou Xaxado*¹⁰ (2018).

Além das séries apontadas, o Globoplay também oferece produções similares à pesquisada como: *Sou Poesia Popular* (2021)¹¹, *A Cor da Cultura* (2023)¹², *Sou Carimbó* (2023)¹³ e *Cordel da Gente* (2022)¹⁴. Embora essas produções explorem aspectos significativos da cultura brasileira e tenham relevância social televisiva, nenhuma delas abrange a diversidade de expressões culturais nordestinas com a amplitude de *Sou Cultura Popular*. Por esses motivos e conforme os argumentos anteriores, essa foi a série escolhida para estudo.

Ao perceber que há poucas pesquisas acadêmicas sobre os processos folkcomunicativos nas plataformas de *streaming*, fica claro que é possível desenvolver um trabalho com foco nesse tema. Considerando a importância de buscar e compreender o atual estado do conhecimento sobre esse assunto no campo científico, começamos a explorar as discussões relacionadas à difusão da cultura popular nordestina tanto em âmbito local quanto nacional.

Um outro aspecto no qual podemos perceber a importância da pesquisa é o tema da preservação das expressões culturais populares, as quais são incorporadas às demandas televisivas tanto das emissoras universitárias, como a UERN TV, quanto das grandes redes de televisão, como a Rede Globo. Nesse sentido, o caráter comunicativo e sociocultural do povo nordestino torna-se relevante para esta investigação, pois a força da tradição popular passa a ser consumida também em diversos espaços de distribuição audiovisual nos novos dispositivos

⁶ Disponível em: <https://futura.frm.org.br/conteudo/programacao/alo-comunidade>

⁷ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-palhaço/t/DJmbGSJmKt/>

⁸ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-chorinho/t/wXwcLdKSnG/>

⁹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/geo-roteiros/t/wMW9VqkVgy/>

¹⁰ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-xaxado/t/JjXjB7sXL7/>

¹¹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-poesia-popular/t/pZsnsPSMYG/>

¹² Disponível em: <https://globoplay.globo.com/a-cor-da-cultura/t/bRTZ5xMPkd/>

¹³ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/sou-carimbo/t/CBQgVRmb1j/>

¹⁴ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/cordel-da-gente/t/9SLBnZkgK2/>

digitais. Essa realidade revela a diversidade das narrativas visuais e orais, dos processos de sociabilidade e de comunicação próprios das manifestações estudadas.

Análise Televisual Convergente

A Análise Televisual Convergente (ATC) é um procedimento metodológico que possibilita observar cinco dimensões dos processos comunicativos de telejornais e programas de televisão: os sentidos do texto, as singularidades das ambiências (e/ou dispositivos), a circulação, a produção e as interações das audiências (Becker, 2019). Este esquema analítico é derivado da Análise Televisual¹⁵ (AT) (Becker, 2012, 2016b, 2019).

Nesse sentido, o esquema analítico da Análise Televisual Convergente (ATC), é um procedimento metodológico possível para a leitura crítica dos textos audiovisuais nas pesquisas em comunicação e em processos de aprendizagem num momento de transformação da produção e consumo de conteúdos e formatos em áudio e vídeo decorrentes da digitalização dos meios.

Apontamos que esse procedimento metodológico permite tanto compreender outras faces dessa cultura popular quanto as rupturas e ressignificações dessa cultura marginalizada. Portanto, optar por esse caminho contribui para revelar as potencialidades que estão fora da sazonalidade da programação televisiva direcionada à cultura do Nordeste.

¹⁵ A AT é formada por três etapas: a Descrição ou Contextualização do objeto de estudo, a Análise Televisual propriamente dita, formada por um estudo quantitativo e qualitativo do texto em áudio e vídeo, e a Interpretação dos Resultados. Seis categorias (Estrutura Narrativa, Temática, Enunciadores, Visualidade, Some Edição) e três princípios de enunciação (Fragmentação, Dramatização e Definição de Identidades e Valores) são aplicados na segunda etapa da análise televisual (Becker, 2012). Este percurso metodológico é utilizado por pesquisadores de diferentes níveis de formação na Graduação e na Pós-Graduação para auxiliar o entendimento da complexidade dos códigos audiovisuais na elaboração e ressignificação dos sentidos dos discursos midiáticos de obras televisivas ficcionais e não ficcionais (Becker, 2019).

Figura 1 - Gráfico da análise Televisual Convergente (ATC)



Fonte: (Becker, 2019).

De acordo com a pesquisadora, como uma ferramenta flexível para a análise de telejornais e de programas televisivos, a escolha da aplicação da ATC implica observar:

(1) singularidades da ambiência, destacando determinantes tecnológicos e econômicos que a atravessam e experiências de fazer ver e poder agir específicas, e/ou do dispositivo onde um determinado texto está localizado, ou ainda, os aspectos de um meio que intervêm na forma textual e viabilizam ações interativas;

(2) características das organizações e das práticas produtivas, buscando evidenciar as historicidades, os interesses ideológicos, as formas de comercialização e os modelos de negócio de uma emissora de TV, de um canal ou de uma plataforma, bem como atuações e desafios de seus profissionais e/ou colaboradores;

(3) os modos como os textos em áudio e vídeo são estruturados, inseridos ou não em uma grade de programação e produzem sentidos e representações, visibilidades e invisibilidades permeados por jogos discursivos em contextos socioculturais e políticos específicos, dimensão esta viabilizada pela aplicação da Análise Televisual;

(4) as maneiras como um programa ou um conjunto de conteúdos e formatos audiovisuais circulam no ambiente convergente e estabelecem relações com outros produtos televisuais similares; e

(5) as interações das audiências, os modos como atribuem significações às narrativas de gêneros televisivos distintos e se sentem motivadas para estabelecer os seus agenciamentos.

Foram analisados 4 episódios da série, totalizando 105 minutos de material audiovisual. O tempo de duração dos episódios analisados variou de 26 a 27 minutos, o conteúdo foi observado durante os meses de outubro e novembro de 2023, na plataforma Globoplay, serviço televisivo das Organizações Globo. A análise foi realizada com base nas dimensões da ATC: contextualização da série documental, singularidade da ambiência, características das organizações e das práticas produtivas, maneiras de circulação e interações da audiência.

Contextualização da série documental

A série documental *Sou cultura popular (2023)*, dirigida por Fabiano Moraes, foi produzida pela UERN TV (Canal 21) em parceria com o Canal Futura e foi posteriormente disponibilizada na plataforma de *streaming* Globoplay. Este projeto foi lançado oficialmente em 19 de março de 2023, ocupando o horário nobre das manhãs de domingo, às 10 horas até o dia 09 de abril. Além do diretor, a equipe de produção foi composta por: Plínio Sá (cinegrafista e diretor de fotografia), Luiza Gurgel (*Still* e imagens), Danilo Queiroz (Editor de vídeo), Zenóbio Oliveira (Cinegrafista), contando ainda com os estudantes Érika Souza (Redes Sociais) e Daniel Frota (Operador de áudio).

Este conteúdo está disponível no catálogo tanto para assinantes quanto para não assinantes da plataforma, categorizado na seção "Nossa Gente", o produto audiovisual apresenta manifestações culturais dos estados do Rio Grande do Norte e Pernambuco. O documentário possui uma temporada composta por quatro episódios com os seguintes títulos: Rabeca, Teatro de Bonecos, Pífano e Maracatu, que são exemplos marcantes da cultura popular nordestina.

A produção traz quatro capítulos que retratam parte da manifestação cultural nordestina, dentro da obra, além de mergulhar na musicalidade e na comunicação desses fenômenos culturais, a série destaca também os artesãos responsáveis pela confecção desses instrumentos, oferecendo uma visão mais detalhada do universo destes eventos.

Na plataforma, a ficha técnica da série traz algumas informações: direção de Fabiano Moraes, gênero que está classificado como variedades, história, artes e cultura, classificação AL,

ou seja, a produção é livre para todos os públicos. Uma breve sinopse também pode ser encontrada com as seguintes informações: *A série apresenta importantes manifestações artísticas do Nordeste. A produção narra histórias e personagens do maracatu, do pífano, do teatro de bonecos e da rabeca.*

Singularidade da ambiência

Essa dimensão da ATC possibilitou identificar como a série, lançada e veiculada no canal Futura, se desdobra para a ambiência do *streaming*, estando disponível em duas plataformas, um canal do Youtube e um aplicativo. São eles: Globoplay, Futura Play, Canal Futura e Globoplay (App).

A análise revelou ainda a identificação de personagens e processos significativos dentro do sistema folkcomunicacional (Marques de Melo, 2008), os comunicadores (personagens da cultura popular), os intermediadores (artesãos e vendedores de peças) e o processo de apropriações das manifestações da cultura popular pelo sistema de comunicação massiva e pelos circuitos de difusão da cultura popular (arte, música, dança, teatro, artesanato). O quadro 1 demonstra a identificação citada acima.

Quadro 1 - Divisão dos brincantes e artesãos por episódio

Personagens	Episódio Rabeca	Episódio Teatro de bonecos	Episódio Pífano	Episódio Maracatu
Comunicadores	Cláudio Rabeca, Caio Padilha (Rabequeiros)	Catarina Calungueira, Marcelino Zé Limão, Shicó (Mamulengueiros)	Zé Gago, João do Pife, José Wanderson, João Vitor Barros (Tocadores de pífano), Mozart Vieira (Maestro de Pífano)	Mestre Bi, Nailson Vieira, Joelson Alexandre, Josenildo Estevão, José Lourenço, José Luis da Silva, Zilmara Valentino. Malena Mariana (Brincantes)

Intermediadores	Zé de Nininha ou Zé da Rabeca (Luthier), Cláudio Rabeca (Luthier)	Miro dos Bonecos (Mamulengueiros)	João do Pife (Luthier)	Manoel Salustiano (Bordador)
Manifestações em grupo	-	-	Banda de Pífano Nossa Senhora das Graças, Banda de Pífanos Vitoriano Jovem, João do Pife	Maracatu Nação Pernambuco, Maracatu Estrela de Ouro Aliança, Maracatu Cambimba Brasileira

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Além da apropriação da cultura popular a partir de seu conteúdo, outro ponto relevante é a presença de características da região Nordeste na narrativa como o sotaque dos entrevistados, pois no geral o sotaque nordestino é representado por atores e atrizes em produções audiovisuais da Globo, assim a série passa a ser um canal autêntico da cultura nordestina. Percebemos que há outras referências como uso de linguagem informal e a própria trilha sonora composta por instrumentos típicos da cultura popular. As manifestações artísticas voltadas para a série são de cunho imagético e sonoro, por isso, a ambiência de todos os episódios são direcionados a esses elementos, como por exemplo, no episódio piloto da rabeca é apresentado o foco no instrumento e rabequeiro ou rabequista.

Figura 2 - Rabeca



Fonte: Globoplay, 2023.

No episódio sobre Teatro de Bonecos, o foco recai sobre os próprios bonecos, e sobre os mamulengueiros que os manipulam e os produzem. *“A cultura popular é o cuscuz com leite da gente, é o cuscuz com rapadura que tem força, ela tem muito nutriente”* (Shicó, mamulengueiro da cidade de Assú-RN).

Figura 3 - Teatro de bonecos



Fonte: Globoplay, 2023.

Já no terceiro episódio, intitulado "Pífanos", o destaque recai na atmosfera de socialização em torno do pífano, abrangendo não apenas o instrumento, mas o contexto completo. *"A maior expressão aqui do agreste a nível de música instrumental é o pífano, um instrumento poderosíssimo. A banda de pífano tem uma importância aqui, ela é uma instituição viva da cultura universal, ela tá em batizado, em casamento, ela tá no reisado, ela tá na procissão, ela tá nos cultos religiosos da igreja católica"* (Mozart Vieira, Maestro de Pífano).

Figura 4 - Pífano



Fonte: Globoplay, 2023.

Por último, no quarto episódio, "Maracatu", a narrativa é também visual, não apenas por meio das performances, mas também pelas vestimentas e movimentos realizados. No episódio, é mostrada a dança folclórica de origem afro-brasileira, típica do estado de Pernambuco, que surgiu em meados do século XVIII, aparecem os dois tipos de maracatus: Rural ou Maracatu do Braque Solto e Nação Maracatu do Braque Virado.

Figura 5 - Maracatu



Fonte: Globoplay, 2023.

Observamos que a produção apresenta os ativistas midiáticos, que são narradores da cotidianidade, guardiões da memória e identidade local, personagens que transitam entre as práticas tradicionais e modernas e apropriam-se das novas tecnologias de informação e comunicação. Como afirma Trigueiro (2008) o ativista dos sistemas folkcomunicacionais, entre muitos outros produtores-criadores-culturais da rede de comunicação cotidiana, toma para si e usa o cordel, a cantoria, o teatro, as danças dramáticas populares, o jornal mural, os grafites, o artesanato, a culinária, entre outras tantas manifestações do saber popular; potencializa, dá visibilidade a esses produtos culturais, recolocando-os nas redes globais de comunicação, notadamente o rádio, a televisão e a internet como estratégia de inclusão social (Trigueiro, 2008).

Características das organizações e das práticas produtivas

A UERN TV, uma iniciativa da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, oferece uma programação acessível por meio do *YouTube* e do canal universitário TCM Telecom. Além disso, a emissora não só produz sua própria grade de programação, mas atua como retransmissora do Canal Futura no estado do Rio Grande do Norte. É importante salientar que o Futura é parte da Fundação Roberto Marinho, uma entidade vinculada às Organizações Globo e, por extensão, à plataforma de *streaming* GloboPlay.

Em entrevista à UERN TV, em março de 2023, Fabiano Moraes, o diretor da série e da TV universitária, explicou que o programa é mais um resultado da parceria com o canal Futura, que já conta com oito produções. Nessa nova produção, a equipe produziu conteúdo dos estados do Rio Grande do Norte, em Ipueiras, Assú, Cruzeta e Natal, e do Pernambuco, em Caruaru, Carpina, Ferreiro, Araçoiaba, Nazaré da Mata e São Caitano, destacando quatro grandes expoentes da cultura popular nordestina. De acordo com Fabiano Moraes, as manifestações culturais são retratadas no seu lugar de origem e destaca a série como uma oportunidade de as pessoas adentrarem cada vez mais nessa cultura popular.

Fundado em 1997, o Canal Futura é um projeto de comunicação e educação com finalidade social, que conta com o apoio de parceiros da iniciativa privada e do terceiro setor. Surge com o objetivo de colaborar com a rotina das pessoas, proporcionando entretenimento e conhecimentos práticos para a vida cotidiana. O canal desenvolve conteúdo televisivo em conjunto com instituições, comunidades e redes da sociedade civil, mobilizando grupos que desenvolvem projetos de forma colaborativa com equipes de mobilização e programação. O público do canal é composto por crianças, jovens, famílias e trabalhadores, assim adota uma linguagem inclusiva para tratar de assuntos de relevância e interesse coletivo, como saúde, trabalho, juventude, educação, meio ambiente e cidadania.

Modos como os textos em áudio e vídeo são estruturados

Os episódios da série documental *Sou cultura popular* compartilham uma familiaridade na estrutura narrativa, cada um começa realçando uma expressão cultural específica, como a rabeça, o teatro de bonecos, o pífano e o maracatu. Em seguida, mostram cenas das cidades onde essas expressões se manifestam, enquanto o instrumentista ou artista compartilha um pouco da história, experiência e vivências relacionadas à manifestação cultural em foco. Outro ponto a ser ressaltado é a exibição não apenas da expressão cultural, mas explora o processo de sua confecção, seja por meio da costura ou da marcenaria, isso demonstra a forma artesanal e própria como são construídos os materiais.

A partir disso, os textos explanados no produto são de personagens que narram histórias por meio de uma linguagem popular para entendimento de todos. Essa abordagem utilizada é veiculada de maneira espontânea, semelhante a estrutura de um documentário,

revelando parte da realidade por meio de sequências de imagens e sons que complementam o discurso. Nesse contexto, o aporte de texto, áudio e vídeo são construídos por meio da cultura sonora e visual, visto que, ambas as manifestações culturais são voltadas para tal narrativa.

Maneiras de circulação

O produto audiovisual analisado é fruto da parceria entre uma TV universitária e uma TV aberta, e está disponível na Globoplay e no canal do Youtube do Futura, todavia, é importante apontar que a série não pode ser encontrada no canal do YouTube da UERN TV. Ao realizarmos uma pesquisa no *streaming* do Canal Futura, a série é listada, mas ao clicar, o direcionamento ocorre para a plataforma da Globo, sendo a Globoplay a única que oferece a série e a distribui para o Futura Play e o Youtube do canal. Apesar de o acesso ser gratuito, é necessário efetuar um cadastro, conforme o procedimento padrão para outras séries gratuitas na plataforma.

Nesse contexto, a circulação ocorre por meio do serviço de plataforma Globoplay, acessado por assinantes em todo o Brasil. Esse serviço alcança uma audiência diversificada, abrangendo pessoas de todos os estados e diferentes faixas etárias. Essa amplitude contrasta com o público mais limitado do canal do YouTube da UERN TV e do *streaming* do Canal Futura, os quais não veiculam a série.

O Canal Futura busca realizar uma articulação em rede por meio de parcerias com universidades, institutos e centros universitários do Brasil, que somados contabilizam 134 instituições distribuídas nas cinco regiões do país. Desse modo podemos perceber ampla disseminação da série, uma vez que, o modo de circulação do canal abrange as principais operadoras de TVs brasileiras por assinatura, uma rede de TVs universitárias com sinal de TV aberta e parabólica digital. De acordo com o site futura.frm.org.br a rede de circulação é constituída por 17 TVs universitárias e cinco TVs por assinatura.

Interações da audiência

A série discutida no artigo científico é destacada por meio de um perfil no *instagram* denominado @souculturapopular gerenciado por uma profissional da equipe de produção. Nessa rede social, são disponibilizados não apenas trechos e momentos marcantes do produto

em questão, mas também comunicados oficiais e informações sobre seus lançamentos mais recentes. O perfil também oferece a compreensão sobre os personagens que desempenharam papéis importantes no documentário, proporcionando aos seguidores uma visão sobre a estrutura, organização e traz a identidade visual da série.

Considerando esses aspectos, o perfil fez sua primeira postagem em 21 de setembro de 2022, pouco antes do lançamento efetivo, esse *instagram* costuma receber de 20 a 80 curtidas por postagem, com uma quantidade limitada de interações no *feed*, variando entre um e 10 comentários.

Na página foram construídos mini perfis dos brincantes, artistas e grupos populares, sendo divulgado também 14 perfis do *instagram*, sendo eles: @cambimbabrasileiraoficial, @nailsonvieira, @mestre_bi, @vitoriadopife, @mozartviveiraoficial, @catarinacalungueira, @banda_nossa_senhora_das_gracas, @joãodopifecaruaru, @nacaopernambuco, @mirosdosbonecos, @vitoriano_jovem, @mbs_estrela_de_ouro_de_alianca, @claudiorabeca, @manoelzinhalustiano e @fotosdepadilha.

Trigueiro (2019) já aponta que 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 urbana.

Considerações finais

Desde a década de 50 no Brasil, época do surgimento da televisão no território nacional, como testemunhamos, o progresso da tecnologia resultou em uma evolução nas formas de produção, na proliferação de telas e na conversão dos dados para o formato digital. Atualmente, no contexto da diversidade de serviços televisivos e diante da figura do consumidor multitelas, a TV acompanha as mudanças sociais e tecnológicas, buscando assim traçar estratégias para fortalecer seus produtos e serviços ofertados. “O público tem liberdade para escolher o que vai

assistir e quando vai assistir. Na mesma medida, as empresas de televisão já conseguem saber quais de seus produtos fazem mais sucesso e quais não agradam tanto” (Scalei; Finger, 2020, p. 327).

Nos propomos com este trabalho entender a dinâmica de quatro manifestações da cultura nordestina dentro da ambiência convergente e plural do *streaming* a partir da perspectiva folkcomunicação para dimensionar o fenômeno pesquisado. Este artigo científico revelou não apenas a presença de brincantes e artesãos na esfera da produção audiovisual, mas também realçou a disseminação dessas expressões artísticas por meio de plataformas digitais como o *streaming*.

Desse modo, salientamos que existe uma incorporação de características da região nordeste na narrativa, singularmente através das vestimentas, instrumentos musicais, expressões populares e sotaques dos entrevistados. Historicamente, o sotaque nordestino tem sido mostrado por atores e atrizes muitas vezes ligados à TV Globo, contudo, a série destaca um sotaque natural dos próprios habitantes da região. Com base nisso, a presença desses elementos culturais não apenas amplia a diversidade de conteúdo nas plataformas digitais, mas também ocupa um papel na desconstrução de estereótipos ligados à indústria audiovisual sobre a cultura nordestina.

Paralelamente ao conteúdo discutido, é notável uma ampla disseminação da série, visto que o canal abarca as grandes operadoras televisivas brasileiras por assinatura, além de uma rede de TVs universitárias. Apesar disso, o *streaming* da Globoplay e o canal do Youtube do Futura são os únicos locais onde é possível assistir ao produto em discussão, isso mantém a distribuição da produção atrelada ao controle da TV Globo, mesmo a UERN TV dispondo de canais de distribuição próprios.

Portanto, a obra audiovisual *Sou Cultura Popular* transcende a missão de entreter, emergindo como uma preservação cultural do Nordeste. Por fim, é imperativo reconhecer que o documentário apresenta apenas uma amostra da rica cultura que compõe a identidade regional, servindo, no entanto, como um ponto de partida para uma representação mais abrangente e aprofundada.

Referências

BAHIA, L.; BUTCHER, P.; TINEN, P. O setor audiovisual e os serviços de streaming: da necessidade de repensar a regulação e as políticas públicas. **Eptic**, Aracaju, v. 24, n. 3, set-dez, 2022. DOI 10.54786/revista.eptic.v24i3.17814. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/17814>. Acesso em: 30 nov. 2023.

BECKER, B. Jornal Nacional: estratégias e desafios no seu cinquentenário. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 40, jan-jul, p. 206-225, 2020. DOI 10.46391/Alceu2020.20.40. Disponível em: <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v20.ed40.2020.54>. Acesso em: 30 nov. 2023.

BECKER, B. Análise Televisual Convergente: um procedimento metodológico para leitura crítica dos processos comunicativos de telejornais e programas televisivos. **Galáxia**, São Paulo, n. 42, set-dez, p. 69-81, 2019. DOI 10.1590/1982-25532019339781. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532019339781>. Acesso em: 30 nov. 2023.

Eu sou cultura popular. [série vídeo]. Produção: TV UERN e Canal Futura, Natal, 2023. son., color. Série exibida pela Globoplay. Acesso em: 18 out. 2023.

KELLNER, D. **A cultura da mídia - estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC: 2001.

MACEDO, T. B.; FURTADO, K. W. K. Televisão Regional e Folkmídia: Cultura Popular no Revista de Sábado. **Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF)**, Ponta Grossa, v. 16, n. 36, p. 234-250, 2018. DOI 10.5212/RIF.v.16.i360014. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19130>. Acesso em: 29 nov. 2023.

MARQUES DE MELO, J. M. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

MÉDOLA, A. S. L. D; HENRIQUE, S. P. Uma década do GP Estudos de Televisão e Televisualidades da Intercom: olhares sobre os objetos em transformação. In: MARQUIONI, C. E. et al. (org.). **Da televisão às televisualidades**: continuidades e rupturas em tempos de múltiplas plataformas. Belo Horizonte: Olhares Transversais, 2020. cap. 3, p. 57-72. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/publicacao/da-televisao-as-televisualidades-continuidades-e-rupturas-em-tempos-de-multiplas-plataformas/>. Acesso em: 30 nov. 2023.

MUNGIOLI, M. C. P., IKEDA, F. S. M; PENNER, T. A. Estratégias de streaming de séries brasileiras na plataforma Globoplay no período de 2016 a 2018. **GEMINIS**, Santa Catarina, v. 9, n. 3, p. 52-63, 2019. DOI: 10.4322/2179-1465.024. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/413>. Acesso em: 20 nov. 2023.

SCALEI, V; FINGER, C. Televisão, Big Data e algoritmos: o que fazer com tantos dados sobre audiência? In: MARQUIONI, C. E; FISCHER, G. D. (orgs). In: MARQUIONI, C. E. et al. (org.). **Da**

televisão às televisualidades: continuidades e rupturas em tempos de múltiplas plataformas. Belo Horizonte: Olhares Transversais, 2020. cap. 3 , p. 57-72. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/publicacao/da-televisao-as-televisualidades-continuidades-e-rupturas-em-tempos-de-multiplas-plataformas/>. Acesso em: 30 nov. 2023.

TRIGUEIRO, O. M. Os agentes intermediários culturais e os processos de atualização na folkcomunicação. *In*: NOBRE, I. M; OLIVEIRA, M. E (org.). **Cartografia da folkcomunicação: o pensamento regional brasileiro e o itinerário da internacionalização**. Campina Grande: EDUEPB, 2019. Disponível em: <https://www.redefolkcom.com.br/livros>. Acesso em: 20 nov. 2023.

TRIGUEIRO, O. M. **Folkcomunicação e Ativismo midiático**. João Pessoa: Editora universitária UFPB, 2008.

WOLTON, D. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Editora Ática, 1996.

Só de toada vive a música amazonense? O *Xibé Rock* da BodóHell: um grito *underground* na terra do Boi-Bumbá

Alexandre de Souza Costa¹

Gabriel Ferreira Fragata²

Gleilson Medins³

Submetido em: 22/09/24

Aceito em: 27/10/24

RESUMO

Em face de sua multiculturalidade, a Amazônia é terreno fértil para expressões folkcomunicaçãois. Escolhemos um fenômeno do segmento musical como objeto de análise: a banda de *rock* BodóHell, da cidade de Parintins-AM. Uma banda de *Hardcore Punk* que conquistou o “submundo” da cena parintinense, marcada pelo monopólio musical da toada. A banda questiona o comportamento da sociedade parintinense e denuncia aquilo que acredita ser a mais pura hipocrisia e injustiça social. Suas letras autorais são marcadas por doses de humor ácido, regionalismo, alto nível de intelectualidade e crítica social, que os posiciona na marginalidade do cenário *underground* da cena roqueira amazonense. Como metodologia, utilizamos a abordagem qualitativa, onde realizamos entrevistas em profundidade com dois fundadores da banda, por meio de aplicativo de mensagens. Nossas impressões científicas

¹ Doutor em Ciência da Informação pelo convênio UFRJ-IBICT. Mestrado em Ciência da Informação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Graduado em Arquivologia pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Professor da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e professor do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação - PPGIC-UFAM. É professor colaborador do curso de Mestrado Profissional em Gestão de Documentos e Arquivos da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - PPGARQ (UNIRIO). Líder do Núcleo de Pesquisa, Estudos e Práticas em Arquivologia NuPEARq – da UFAM. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2500-7909>.

² Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (PPGSCA/UFAM). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/UFAM). Diretor Regional Norte da Rede Folkcom. Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokanô/UFAM). Professor substituto do curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFAM. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9488-8458>. E-mail: ferreiragabriel.gf8@gmail.com

³ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (PPGSCA/UFAM). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/UFAM). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokanô/UFAM) e do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Imaginário (Imaginalis/UFRGS). Coordenador de Comunicação e Técnico Audiovisual da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFAM. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4104-5507>. E-mail: gleilsonmedins@ufam.edu.br

sobre a produção e o papel social da banda estão diluídas ao longo do texto por meio de uma análise simbólica fluida não linear.

PALAVRAS-CHAVE

BodóHell; *Xibé Rock*; Cultura *underground*; Folkcomunicação.

Does Amazonian music live only by toada? The *Xibé Rock* of BodóHell: an underground cry in the land of Boi-Bumbá

ABSTRACT

In view of its multiculturalism, the Amazon is fertile ground for folkcommunicational expressions. We chose a phenomenon of the musical segment as the object of analysis: the rock band BodóHell, from the city of Parintins-AM. A Hardcore Punk band that conquered the "underworld" of the Parintinense scene, marked by the musical monopoly of toada. The band questions the behavior of Parintinense society and denounces what it believes to be the purest hypocrisy and social injustice. Their authorial lyrics are marked by doses of acid humor, regionalism, a high level of intellectuality and social criticism, which positions them on the margins of the underground scene of the Amazonian rock scene. As a methodology, we used the qualitative approach, where we conducted in-depth interviews with two founders of the band, through a messaging application. Our scientific impressions of the band's production and social role are diluted throughout the text through a non-linear fluid symbolic analysis.

KEYWORDS

BodóHell; *Xibé Rock*; *Underground* culture; Folkcommunication.

¿La música amazónica vive solo de la toada? La *Roca Xibé* de BodóHell: un grito subterráneo en la tierra de Boi-Bumbá

RESUMEN

Por su multiculturalidad, la Amazonía es un terreno fértil para las expresiones folclóricas. Elegimos como objeto de análisis un fenómeno del segmento musical: la banda de rock BodóHell, de la ciudad de Parintins-AM. Una banda de Hardcore Punk que conquistó el "inframundo" de la escena parintinense, marcada por el monopolio musical de la toada. La banda cuestiona el comportamiento de la sociedad parintinense y denuncia lo que considera la más pura hipocresía e injusticia social. Sus letras autorales están marcadas por dosis de

humor ácido, regionalismo, un alto nivel de intelectualidad y crítica social, lo que los posiciona en los márgenes de la escena underground de la escena del rock amazónico. Como metodología, utilizamos el enfoque cualitativo, donde realizamos entrevistas en profundidad a dos fundadores de la banda, a través de una aplicación de mensajería. Nuestras impresiones científicas sobre la producción y el papel social de la banda se diluyen a lo largo del texto a través de un análisis simbólico fluido y no lineal.

PALABRAS-CLAVE

BodóInfierno; *Roca Xibé*; Cultura clandestina; Comunicación folclórica.

Introdução

Em seus quase 70 anos de investigação científica e reconfigurações epistemológicas, a taxonomia folkcomunicacional nos revelou e ainda revela, mesmo que sofra degradações sociais ou apropriações técnicas/midiáticas, cenários obscurecidos e/ou marginalizados, que apesar de todo vilipêndio das elites dominantes (inclusive midiáticas) ainda permanecem vivos e presentes por meio da cultura de resistência nas sociedades, em todos os segmentos. Destacamos para esta reflexão teórica o segmento musical, uma das principais vozes mobilizadoras (e modificadoras) da cultura por sua capacidade sinestésica e intangível de envolver as pessoas ao seu redor (consciente e inconscientemente).

Autointitulado “*Power trio dos infernos*”⁴, a banda BodóHell iniciou suas atividades musicais com Estevam Bartoli na bateria, Mouzart Melo no contrabaixo e Tony Mike na guitarra, no ano de 2011, após o fim da antiga banda de *Hardcore Mad Crushers*, em Parintins⁵. O encontro dos três ocorreu na casa de Estevam para tocarem *covers* de bandas internacionais de *rock* como *Black Sabbath*, *Motorhead*, *Deep Purple*, etc. Com essa primeira formação, o trio realizou diversas apresentações na terra dos Bois-Bumbás (Garantido e Caprichoso) e cidades vizinhas, na região do Baixo Amazonas.

O primeiro trabalho desenvolvido pela banda foi lançado de forma independente em 2012. Intitulado *Cerveja, Xibé e Rock n’ Roll*. O CD demo apresentou suas primeiras canções

⁴ Codinome utilizado pela banda nas redes sociais e em suas apresentações.

⁵ Município do interior do Amazonas localizado na região do Baixo Rio Amazonas, distante 369 km da capital, Manaus, por via fluvial e à 50min de voo.

autorais que fez nascer o “*Xibé*⁶ Rock”, uma mistura do *rock and roll* com a toada⁷. No ano de 2014, a BodóHell fez uma apresentação no palco do Teatro Amazonas, principal cartão postal de Manaus, após ter sido selecionada para o 5º Festival Amazonas de Música. Em 2015, Tony Mike deixou a banda para entrada de Erick Magrão, que também deixou o posto de guitarrista um tempo depois para Isnael Azevedo assumir atualmente.

Em 2023 a banda foi selecionada pelo Edital de Cultura Criativa da Secretaria de Estado de Cultura do Amazonas (SEC-AM) por meio de financiamento para gravarem o primeiro álbum, *O Auto do Boi Vudú*, lançado em janeiro de 2024, com 13 faixas. Após esta breve apresentação sobre o histórico da BodóHell, ressaltamos a intenção de discutir as conexões presentes da cultura *underground* e dos grupos culturalmente marginalizados conforme nos orienta a Folkcomunicação, a partir da mensagem passada pela banda em suas músicas, como por exemplo, as críticas à mercantilização e à exploração a partir do Festival de Parintins.

Cultura: base do conhecimento e das relações sociais

Todo movimento social, religioso, econômico e político de uma sociedade está enraizado na cultura. A cultura é o organismo que move simbólica e racionalmente todas as ações humanas. Nenhuma atitude de um indivíduo humano está apartada e/ou imune à sua cultura. Até mesmo no plano inconsciente a cultura nos toma o ser e influencia nossa forma de vestir, falar, celebrar, contemplar a natureza, pensar, ver, interpretar e viver o mundo,

⁶ O *Xibé* é uma iguaria culinária ribeirinha amazônica da região Norte do Brasil, feita basicamente com farinha de mandioca (conhecida como aipim e/ou macaxeira em outras regiões do país) e água. Embora gourmetizado e servido com outros temperos por restaurantes turísticos, o *xibé* costuma ser a última opção alimentar das populações tradicionais amazônicas. Quando se vê um caboclo e sua família se alimentando apenas de *xibé* é porque estão passando por grandes dificuldades.

⁷ A toada ou toada de boi é o gênero musical criado no estado do Amazonas para embalar a sonoridade do Festival Folclórico de Parintins, onde há a disputa dos bumbás Garantido e Caprichoso (uma apropriação e reinvenção do Bumba-meu-Boi, originado no Maranhão, estado da Amazônia Legal). Trata-se de uma melodia híbrida e singular. A toada pode se apresentar de forma cadenciada e/ou acelerada e até ritualística, dependendo da temática amazônica que pretenda representar/narrar. Utiliza-se de diversos instrumentos (sobretudo de percussão) das culturas indígena, ameríndia e africana; além de instrumentos melódicos genéricos comuns a todos os gêneros e culturas musicais, como violão, guitarra, teclado, flauta etc.

como nos adverte Carl Gustav Jung (2011) a partir do seu pressuposto sobre o “inconsciente coletivo”.

Portanto, reside aí a necessidade de mencionar ou até mesmo se aprofundar em questões culturais, seja qual for seu viés de interpretação sobre cultura (afinal, seu conceito é vasto e difuso), posto que a cultura é a substância de toda pesquisa/investigação científica no campo das ciências humanas e sociais. Todo o objeto terá, por óbvio, um ou mais elementos culturais em sua base constituinte. Cabe, pois, ao pesquisador atento, observar esses movimentos para acessar a maneira mais qualitativa e verossímil de apresentar e analisar o seu objeto de estudo (Minayo, 2015).

A cultura está sempre em movimento e localizada nas ações humanas, por meio das experiências vividas e o conhecimento adquirido por meio delas. Para o antropólogo Roque Laraia (1993), culturas são sistemas que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, entre outras manifestações.

A partir de Geertz (2008) e Laraia (2007), Menezes (2023, p. 49-50) assegura que:

O ser humano imerso em uma cultura está amarrado a uma teia infinita de significados, que ele mesmo teceu (de forma consciente ou inconsciente). Esse entendimento sobre cultura aponta para uma concepção científica não experimental, um conceito onde não se privilegia a constituição de leis, ou seja, defende uma ciência interpretativa, à procura de significados e sentidos. Dessa forma, a identidade cultural torna-se um processo independente múltiplo e em constante transformação, alheio a qualquer necessidade impositiva, vinda de qualquer instância de poder; seja de autoridade política, social ou religiosa.

Corroborando com essa abordagem sociológica sistêmica, também destacamos o pensamento de Raymond Williams (2008) e Albuquerque Maia (2014), quando apontam que a cultura se refere ao modo de vida de uma comunidade, de modo geral, sendo a cultura, portanto, um caminho para resolver os problemas cotidianos. Também convém observarmos o conceito de Santos (1996, p. 36), da cultura como geradora de conhecimento, em que podemos abarcar a arte, onde o autor trata a cultura como dimensão da sociedade dinâmica, criadora, fundamental das sociedades contemporâneas.

O pensamento social sobre a Amazônia

É a partir das trocas culturais, sempre cíclicas, buscando o novo revisitando o velho (“eterno retorno”, Eliade, 1992), embora seja caro para o racionalismo tecnológico contemporâneo admitir, que as sociedades vão criando seu lastro antropológico, raízes semânticas orientadoras do imaginário coletivo, que se especializa e se transforma e (re)significa a partir do contato visceral com o “mundo das coisas” (Habermas, 2012) altamente racionalizado e objetificado.

Assim como um casquinho⁸, a banda BodóHell navega por entre as curvas sinuosas de um mar de construções subjetivas históricas deturpadas a respeito da região amazônica. Pré-concepções e rotulações que visam subalternizar as populações desta parte do Brasil, minimizando sua riqueza cultural e humanística em detrimento a uma noção de civilização e desenvolvimento eurocêntrica, “superior”, de cunho utilitarista e expropriador.

Sobre a violência deste tipo de pensamento colonizador, Menezes (2023, p. 71), a partir dos apontamentos de Pizarro (2012), assevera que:

A respeito da obscuridade das formas culturais da região amazônica forjada pelo pensamento colonizador, que durante muito tempo produziu fabulações sobre barbárie, indolência e/ou selvageria e impediu um olhar não apenas antropológico, mas também “abarcador de diferentes dimensões” sobre esta região, Ana Pizarro (2012, p. 23) acrescenta que: “[...] apesar do seu precoce reconhecimento como uma unidade no plano geofísico, o constante assédio geopolítico e suas divisões nacionais retardaram o reconhecimento de sua complexa unidade no plano simbólico”. O que acabou por dar tempo e condições para a formulação e cristalização de preconceitos e estereótipos. Forjou-se então, um movimento de intelectualização hegemônica que vem desde os tempos da colonização ocidental e que se consolida até hoje, com forte ajuda da ciência e das tecnologias da informação e da comunicação [...] Portanto, não é exagero considerar que tudo isso pode ter origem nas relações de poder entre civilizações, sociedades e classes sociais, regadas cada uma a seu tempo e com suas peculiaridades contingenciais (ambientais, intelectuais, sociais, políticas, econômicas, religiosas etc.), aos seus interesses de dominação do mais forte (e pretensamente mais inteligente) sobre o mais fraco, mas

⁸ Palavra do jargão regional amazônico para se referir a uma canoa muito pequena, rasa e estreita, com capacidade para, no máximo, duas pessoas. A embarcação é ideal para navegar por lagos estreitos, igarapés e igapós com baixa profundidade e/ou vegetação densa submersa.

principalmente, sobre a natureza, objeto da exploração e expropriação de recursos naturais na modernidade em grande escala, em função da supremacia econômica de regimes totalitários.

A BodóHell também enxerga que esse movimento histórico de intelectualização hegemônica se mantém até hoje impondo padrões de comportamento e de consumo no contexto amazônico, que ali, no seu microcosmo parintinense, se manifesta de diversas formas, e a população, cada vez mais alienada, reforça o pensamento colonizador em sua expressividade cultural e condena sistematicamente a Amazônia e a expressividade cultural de suas populações tradicionais, à marginalização nacional.

O que não é difícil, pois, como já dissemos, esse movimento tem a contribuição pesada e estratégica das tecnologias da informação e comunicação. Fato que o quarteto dissidente enxerga como uma via de mão dupla, e por meio de sua resiliência e resistência cultural se apropria desses mesmos meios para enviar sua mensagem, visando quem sabe, quebrar paradigmas e ajudar a forjar e consolidar um novo pensamento social sobre a Amazônia, por meio da intervenção de sua *persona* artística.

É nessa vertente subversiva que a banda segue em frente, confrontando em suas letras a supressão da memória, o falseamento (literário e midiático) das identidades culturais amazônicas e as seduções latentes da Indústria Cultural. Do local ao global, a BodóHell busca condensar em suas canções, críticas sociais de tensões macro do cotidiano e intelecto hegemônico brasileiro, a partir do cenário local, refletido na cotidianidade parintinense: na política, na educação, na economia, na religião e na cultura de modo geral, especialmente a musical. Não só no que diz respeito à falta de espaço para a diversidade de gêneros, mas também pela falta de valorização dos artistas locais (pela população e pelo Poder Público).

Contracultura: a gênese do *underground*

Surgida nos anos de 1960 nos Estados Unidos, a contracultura que imprimiu o *underground*, que significa “subterrâneo” em inglês, desde sua gênese estiveram entrelaçadas por meios contestatórios expressados em produtos e manifestações culturais fugindo dos padrões comerciais da Indústria Cultural. Ou seja, nos diversos tipos de arte, a mensagem era de luta e resistência ao que buscava se estabelecer como modelo de viver e ser na sociedade em geral.

E diante do contexto histórico da contracultura e do cenário *underground*, Goffman e Joy (2007) apontam que a origem deste movimento é mais antiga do que parece, como por exemplo, nos mitos de Prometeu e Abraão, ambos fundadores das tradições clássica e judaico-cristã, as duas correntes que deram origem a moderna civilização ocidental (Albuquerque Maia, 2014).

Conforme Goffman e Joy (2007) havia características inerentes à contracultura em Prometeu, como a rebeldia, o humanismo revolucionário, a inovação. E em Abraão, a *persona* individualista e de autoexílio. A partir disso, observamos sua influência nos direcionamentos sociais sob a concepção de mito⁹, segundo a Teoria Geral do Imaginário (TGI). Da mesma forma, identificamos inevitavelmente esses traços simbólicos de raízes arquetipais (imagens primordiais, fundadoras) operando de forma latente e potente nos ambientes comunicacionais de grupos sociais marginalizados (como a banda BodóHell), onde a transgressão a valores impositivos é sua marca registrada, e somente por meio de uma cultura de resistência (ou contracultura) seu pensamento e expressividade identitária ganham força e espaço.

Além das duas figuras como exemplo sobre a contracultura, temos no cotidiano a partir de obras artísticas na busca por romper o *status quo* estabelecido em determinado lugar. Dessa forma, Albuquerque Maia (2014) destaca ser “importante compreender a contracultura enquanto um fenômeno histórico gerador conceitual da cultura *underground*”. Mas houve modificações na conjuntura social do movimento ao longo dos anos, absorvendo “novas expressões, sem abrir mão de sua essência, e por isso, muitas características da contracultura, estão presentes tanto no *underground*, como nos grupos culturalmente marginalizados da Folkcomunicação” (Albuquerque Maia, 2014, p. 39).

⁹ Adotamos aqui a concepção de mito conforme Gilbert Durand (2012), criador da TGI e pensadores afins, da filosofia, antropologia e história da religião, como Mircea Eliade (2016) e J-J. Wunenburger (2022). Para estes estudiosos, o mito é uma narrativa primordial que explica a criação do mundo e das coisas, a partir de imagens, símbolos e ritos. Os personagens dos mitos fundadores são sempre sobrenaturais e dão movimento às estruturas antropológicas das organizações culturais, ou seja, do comportamento humano. Neste sentido, portanto, o mito não pode ser concebido como sinônimo de mentira, fábula ou devaneio, pois ele sempre fará referência àquilo que é real e pauta nossa existência. Todos esses componentes são misturados a fatos “reais”, características humanas e pessoas que realmente existiram, pois ele jamais pode ser concebido fora da realidade objetiva e subjetiva dos seres humanos, do contrário, a produção de sentido (ainda que por via metafísica) não seria possível.

A BodóHell é *underground*?

Antes de responder à pergunta deste tópico precisamos compreender que a cultura *underground* não busca seguir os parâmetros estabelecidos pela Indústria Cultural, ou seja, está ligada a tudo que é oposição a isso, sobretudo, no valor conferido aos produtos artísticos e culturais. Portanto, está ligada à sua oposição semântica, o *mainstream* (Albuquerque Maia, 2014):

O *mainstream* (que pode ser traduzido como “fluxo principal”) abriga escolhas de confecção do produto reconhecidamente eficientes, dialogando com elementos de obras consagradas e com sucesso relativamente garantido. O *underground*, por outro lado, segue um conjunto de princípios de confecção de produto que requer um repertório mais delimitado para o consumo. Os produtos “subterrâneos” possuem uma organização de produção e circulação particulares e segmentadas, firmam, quase invariavelmente, a partir da negação do seu “outro” (o *mainstream*) (JANOTTI JÚNIOR; CARDOSO FILHO, 2006, p.8).

Desta feita, pode-se dizer que sim, a banda Bodóhell é *underground*, pois busca se diferenciar das características do *mainstream*, como forma de legitimação de suas práticas culturais, para transmitir suas mensagens por meio das suas produções artísticas, muito além do lucro, pois sua arte está preocupada com a autenticidade e não em atender às necessidades do mercado (Albuquerque Maia 2014).

Além disso, os produtos culturais desenvolvidos por bandas como a BodóHell, sobretudo num ambiente dominado pela cultura folclórica do Boi-Bumbá, em Parintins, busca a internet e outras mídias alternativas para fortalecimento do consumo segmentado, neste caso, aqueles que curtem o som da banda e constroem audiência, tornando-se participantes do modelo de contracultura, que não encontram e nem buscam espaço na mídia tradicional (Albuquerque Maia, 2014).

E como referencial para compreender este posicionamento da única banda de *Xibé Rock* no Brasil e no mundo, Estevam Bartoli, baterista e fundador da Bodóhell, destaca a utilização da contracultura em oposição àquilo que chama de “monocultura bovina”, ou seja, o ritmo hegemônico¹⁰ de Boi-Bumbá e predominante em Parintins, que gera um sufocamento

¹⁰ Apesar de a toada ser o único gênero musical criado no Amazonas, é apenas no município de Parintins que sua reprodução é hegemônica e unânime. De acordo com nossa observação, há um compromisso político e

de outras expressões fora do *status quo* artístico determinado pela mídia e pelo Poder Público daquele município.

A gente vive a monocultura bovina, acho que no Brasil inteiro tá mal, a gente vive num fosso cultural, a gente esqueceu da boa música, sem preconceito ao *funk*, sertanejo, mas o sertanejo universitário do agronegócio a gente detesta. Mas a gente não tem preconceito com outros tipos de música, não. Mas sim, o Bodó, ele quer chacoalhar, atazanar essa monocultura bovina, tudo ao Boi e nada para outras manifestações. Isso é horrível! Uma cidade que se diz cultural? Que se diz capital da cultura? Isso é ridículo, eles deixarem a gente invisível (Estevam Bartoli, 2024).

Ao criticar o que está posto, na realidade vivida pelo integrante da BodóHell, revela-se como o fato da Indústria Cultural, a partir do lucro, orienta a produção e elimina a criatividade ao impor a mercantilização e padronização do produto somente para a venda, deixando a apreciação/contemplação de lado, como busca a BodóHell, conforme afirma Estevam. Dessa forma, entendemos que “há pouco espaço para a novidade na Indústria Cultural: qualquer coisa que coloque em risco o lucro é uma ameaça. O espaço para o experimentalismo é mínimo: não agradar ao público contraria a lógica da produção” (Martino, 2009, p.49).

Isso significa que na lógica capitalista e tecnicista da Indústria Cultural, o som da BodóHell não deverá mesmo reverberar na grande massa do Boi-Bumbá e emergir aos holofotes midiáticos e/ou sociais, até porque, críticas ao Festival de Parintins e aos Bois são consideradas inconcebíveis à legião de torcedores fanáticos de Garantido e Caprichoso. O que nos leva a crer que o grupo musical ainda vai continuar na cena *underground* por muito tempo.

BodóHell: uma banda culturalmente marginalizada

A Folkcomunicação trabalha com a concepção de três frentes de grupos marginalizados, ou seja, formados por indivíduos considerados excluídos do sistema político e

econômico em consolidar a supremacia fonográfica musical da toada naquele município por causa da dimensão midiática que seu festival folclórico de Boi-Bumbá ganhou ao longo do tempo, elevando o crescimento econômico local (especialmente o privado) a números imensuráveis. Todavia, não se vê tal crescimento econômico (tão pouco desenvolvimento) na mesma proporção no setor público. Fato bastante criticado nas letras da BodóHell.

de comunicação, estes por sua vez, são responsáveis pela manutenção do *status quo* definido pela ideologia e ação planejada dos grupos dirigentes (BELTRÃO, 1980).

São eles: 1) os grupos rurais marginalizados - que se encontram isolados geograficamente, com recursos econômicos escassos e baixa escolaridade; 2) os grupos urbanos marginalizados - formados por indivíduos que fazem parte dos escalões considerados inferiores na sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso; 3) e os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente (Beltrão, 1980).

É nesta terceira categoria que posicionamos a banda BodóHell, sendo moradores de um contexto urbano amazônico que se reúnem em espaços de bares de *rock* na periferia de Parintins ou em universidades públicas, para manifestar sua ideologia dissidente por meio de sua performance sonora agressiva e letras cômicas, irônicas e protestantes.

A falta de espaço para tocar devido à marginalização cultural vivida é revelada também pelo baixista, Mouzart Melo. Percebe-se que a “missão” da banda *underground* parintinense não é a busca por fama, dado o cenário estabelecido em relação à arte e expressão cultural no município de Parintins, mas a situação em que estão como marginais e até mesmo invisibilizados na cidade onde surgiram vivem até hoje.

Boa parte dos parintinenses nunca ouviu falar da BodóHell, a gente tem um reconhecimento fora da nossa cidade, mas a nossa própria cidade não conhece a gente. É um pouco triste isso, mas para mim, tá tranquilo. Continuando aí 13 anos de banda, é pra quem gosta mesmo da parada e é uma forma de resistência dentro da nossa própria cidade. Muitas bandas surgiram em Parintins e infelizmente desapareceram, por essa falta de apoio, por essa falta de espaço para tocar. Se tivesse pelo menos isso, o resto eles também conseguiriam levar bacana. E a gente resistir até hoje é porque a gente ama essa parada mesmo (Mouzart Melo, 2024).

Entendemos a partir da condição artística apresentada por Mouzart, a opressão do poder político/hegemônico/cultural dentro do que deveria ser uma cidade multicultural, bem como a resistência (típica de grupos culturalmente marginalizados) da BodóHell, representando uma cena *rock*, ainda que de maneira isolada em Parintins, pois muitas outras bandas encerraram suas atividades por falta de apoio e espaço, cabendo aos roqueiros da

BodóHell manter por meio do *Xibé Rock* a contestação ante a monocultura vivida no município. Reiteramos, portanto, tal qual asseverou Beltrão (1980, p. 103), que os roqueiros da BodóHell são “indivíduos marginalizados por contestação à cultura e a organização social estabelecida, em razão de adotarem filosofia e/ou política contraposta à ideias e práticas generalizadas da comunidade”.

Sendo assim, a marginalização ou até mesmo a exclusão social é o ponto de convergência entre os grupos culturalmente marginalizados e a cultura *underground*, que podemos observar na BodóHell. Maciel (1980), *apud* Perreira (1988, p.69) afirma que “A contracultura é a cultura marginal, independente do reconhecimento oficial. No sentido universitário do termo é uma anticultura. Obedece a instintos desclassificados nos quadros acadêmicos”.

Diante disso, apresentamos a mensagem da BodóHell, ideias transfiguradas em música, *rock and roll*, *hardcore*, misturado ironicamente com o Boi-Bumbá. Isto é o que expressa Estevam Bartoli como mensageiro da “discórdia”.

A mensagem que o Bodó tenta trazer é a discórdia, é a insatisfação, é a revolta, mas com bom humor. A BodóHell é uma banda de quem se sente invisível, de quem se sente oprimido, de quem se sente sem voz, como é o grafiteiro, como é o *hip-hop*, como é o pessoal da capoeira, do movimento negro, do movimento LGBTQIA+. A BodóHell também como *hardcore* crítico, autoral, também se sente sem espaço, sem voz. A mensagem é essa, uma mensagem provocativa de todos os sentidos. Provocar a sociedade burguesa, a ordem estabelecida, o *establishment*, o *status quo* da arte que é um troço utilizado, a gente também faz arte (Estevam Bartoli, 2024).

Da fala de Estevam podemos relacionar ao que Goffman e Joy (2007, p.50) definem como três princípios básicos da contracultura, e que a difere da sociedade hegemônica, como por exemplo: 1) afirmam a precedência da individualidade acima de convenções sociais e restrições governamentais; 2) desafiam o autoritarismo de forma óbvia, mas também sutilmente; 3) defendem mudanças individuais e sociais. E como a cultura *underground* é formada por grupos sociais que apresentam características semelhantes, a banda é influenciada pelos produtos artísticos culturais que consome. De acordo com Mouzart Melo, a BodóHell está além dos seus integrantes, pois há um círculo social de amizade ligado entre eles e os amigos-fãs da banda.

A mensagem que talvez a BodóHell passe, seja resistência e diversão, como o título da nossa demo em 2012, *Cerveja, xibé e rock and roll*, é isso, e eu acrescento sempre a palavra amizade, porque a banda só está viva até hoje, porque nós somos amigos, entre nós da banda, e as pessoas que curtem nosso som são nossos amigos, todo mundo que gosta da gente, da nossa banda, do nosso som, se torna automaticamente nosso amigo. Então, justamente por causa da amizade que a gente até hoje está vivo, por causa dessa resistência, dessa diversão e dessa amizade. Se não fosse isso, a gente já teria ido pro saco faz tempo (Mouzart Melo, 2024).

Entre a relação do lema “*cerveja, xibé, rock and roll e amizade*”, consideramos no grupo de adeptos da produção artística e cultural da BodóHell, o “tribalismo” proposto por Michel Maffesoli pertinente à compreensão da necessidade do “estar-junto”, representado no “aspecto coesivo” da partilha sentimental de valores, de lugares ou de ideais que estão, ao mesmo tempo, absolutamente circunscritos (localismo) e que são encontrados, sob diversas modulações, em numerosas experiências sociais” (Maffesoli, 1998, p. 28).

Figura 1 - BodóHell fazendo show na Casa da Cultura em Parintins, um local abandonado pelo Poder Público.



Fonte: Página da BodóHell/ Facebook.

Além do aspecto tribalista dos que fazem e curtem a BodóHell, por serem adeptos da cultura *underground* a partir da mensagem ecoada no som da banda, podemos situá-los em três subgêneros dos grupos culturalmente marginalizados da Folkcomunicação, em função da

diversidade e amplitude, sobretudo na abrangência de inúmeras expressões da contracultura (Albuquerque Maia, 2014).

O primeiro deles é o *messiânico*, inerente a uma das características da contracultura, como a “ruptura” e as “inovações radicais” apresentadas nos contextos filosóficos, estilo de vida e especialmente, no que tange à espiritualidade (Albuquerque Maia, 2014), principalmente por seguir um “líder carismático, com ideias religiosas que representam contrafações, adulterações, exacerbações, interpretações personalíssimas de dogmas e tradições consagradas pelas crenças e denominações religiosas estabelecidas” (Beltrão, 1980, p. 103).

O sentido aqui exposto, não está ligado ao ponto de vista religioso, mas de influência. E o segundo subgênero é o *político-ativista*, pois seus seguidores são “indivíduos decididos a manter estruturas de dominação e opressão vigentes ou revolucionar a ordem política e social em que se fundamentam as relações entre os cidadãos” (Beltrão, 1980, p. 104). No entanto, o fato do político-ativista adotar a força para impor suas ideias, pode ser encontrado em apenas algumas expressões da contracultura.

Além disso, a descrição desse subgênero é semelhante ao *underground* de uma forma geral, sobretudo, ao considerar a perseguição da cultura hegemônica, e em alguns casos, a fuga ou o exílio. E por terceiro e último, o *erótico pornográfico*, formado por indivíduos que não aceitam a moral e os costumes que a comunidade adota como sadios (BELTRÃO, 1980). Ou seja, rompe os paradigmas morais estabelecidos como organizadores da sociedade.

E a partir das semelhanças apresentadas nesta discussão chegamos à comunicação como ponto primordial entre a cultura *underground* e os grupos culturalmente marginalizados. Aos movimentos contraculturais a comunicação é “verdadeira e aberta” com um “profundo contato interpessoal, bem como, generosidade e partilha democrática dos instrumentos” (Goffman e Joy, 2007, p. 54).

Diante disso, o movimento *underground* domina ferramentas comunicacionais para divulgar sua ideologia por meio de seus produtos culturais, que são veiculados por meio de fanzines, gravadoras e editoras independentes (Albuquerque Maia, 2014). Ou seja, comunicam a cultura para que possam resistir e existir, como está posto na mensagem da BodóHell, assim como explica Mouzart Melo, a partir das composições na banda.

Ao meu ver as inspirações para as composições da Bodó, vem da própria vida material, vem da própria sociedade que a gente vive, a conjuntura social, política e econômica que a gente viveu até pouco, que a gente está vivendo. As ideologias dominantes, tudo isso é inspiração para as composições da Bodó, até mesmo as nossas experiências pessoais, os nossos estudos também, que não deixa de ter uma relevância legal nas letras da BodóHell, tanto que a gente tem composições, desde piadas, de brincadeiras, desde tiração de sarro com o cotidiano da região amazônica, do cotidiano das pessoas, até críticas sociais assim sérias, sabe?, ferrenhas mesmo, críticas à ideologia dominante. Críticas até mesmo à mercantilização do Boi, críticas ao racismo, enfim, tudo isso está dentro das composições da BodóHell. Claro, desde o começo a gente teve a ideia de fazer música para divertir, é diversão total, sempre compondo com bom-humor, sempre tocando alegre, porque a partir do momento que as dores de cabeça e as brigas forem mais intensas e maiores que a própria diversão em si, a banda acaba (Mouzar Melo, 2024).

Além disso, “graças à popularização dos recursos tecnológicos, como os programas de editoração eletrônica e a internet, os *blogs*, *sites* e mídias sociais contribuíram para a amplificação do movimento, tudo isso, feito muitas vezes de forma independente” (Albuquerque Maia, 2014). Assim como os grupos culturalmente marginalizados possuem uma grande capacidade de desenvolver ações comunicacionais, que reforçam sua ideologia através do processo folkcomunicacional (Albuquerque Maia, 2014).

O Auto do Boi Vudú

Os ideais da BodóHell foram condensados em seu primeiro álbum intitulado *O Auto do Boi Vúdu*, com 13 faixas, idealizado por Estevam Bartoli, reunindo sobretudo críticas à mercantilização e a “monocultura bovina” de Parintins, entre músicas antigas e inéditas.

Figura 2 - Capa do Álbum *O Auto do Boi Vudú*.



O título da produção da BodóHell é uma ironia ao verdadeiro auto-do-boi interpretado no Festival de Parintins, onde é realizada uma encenação da história da negra chamada de “Mãe Catirina” que, grávida, desejou comer a língua do boi mais bonito e querido pelo dono da fazenda (Amo do Boi), em que vivia como escrava. Diante disso, para atender o desejo de Catirina, Pai Francisco, esposo da escrava, matou o melhor animal de seu patrão e depois fugiu.

Para não sofrer castigos como consequência, pediu socorro ao pajé, que ressuscita o boi, mas no formato de pano, para alegria e comemoração de todos na fazenda¹¹, principalmente da Sinhazinha, filha do amo, que se dá então a celebração folclórica do auto. Esta expressão cultural popular é realizada dentro do Bumbódromo, durante três dias no Festival de Parintins, na disputa de Garantido e caprichoso, no fim do mês de junho.

E para apresentar o contexto irônico e crítico ao Auto do Boi, mostramos a seguir um trecho da música *Auto do Boi Vudú II - Nem vermelho nem azul*, composta por Estevam Bartoli e Mouzart Melo:

¹¹ Leia mais no Portal da Amazônia. Disponível em: [Conheça a história do 'Auto do Boi' e como se adaptou ao Festival de Parintins - Portal Amazônia \(portalamazonia.com\)](http://portalamazonia.com)

Naquela fazenda, onde sujo boi ressuscitou, o pajé fez o feitiço e tudo começou. Isso dói demais, pois o boi era a alegria, brincava encantando, girando noite e dia. Hoje na fazenda, o dono é um grileiro, cabôco é açoitado, apanha o ano inteiro. Até que surge algo estranho, nem vermelho, nem azul, é o cinza dos infernos, ele é meu Boi-Vudú (*Auto do Boi Vudú II - Nem vermelho nem azul*, 2024).

A letra revela o Boi Vudú, na cor cinza, indicando uma revolução contra hegemônica, deixando de lado as cores vermelho do Garantido e o azul do Caprichoso, que dominam o cenário cultural de Parintins. A grilagem, trabalho escravo e a exploração são destacados na música da BodóHell, como problemas vigentes na Amazônia. Há também a ironia ao esquecimento ou acobertamento dos problemas reais do município, pelo Festival, para que o povo possa esquecer o que enfrenta no cotidiano em troca da diversão ao torcer pelo seu Boi do coração.

E do processo de gravação seja por questão técnica ou até mesmo ideológica, o álbum da banda passou por dificuldades para conseguir um estúdio, pois segundo Mouzart Melo, “ninguém queria gravar a gente”, exemplificando a condição de marginalização e de preconceito em relação aos roqueiros da BodóHell.

Vários estúdios não quiseram gravar com a gente, [até que] achamos um estúdio, e mesmo assim a gente teve dificuldade para gravar. Levou muitos meses para gravar esse álbum, tanto que a bateria teve que ser gravada em Manaus. O Estevam teve que ir a Manaus gravar a bateria, e nesse mesmo estúdio que ele gravou a bateria, foi feita a mixagem. [...] Foi um trabalho duro, de meses e meses de produção do disco (Mouzart Melo, 2024).

O trabalho fonográfico do trio é um produto típico representativo da cultura *underground* e porta-voz de um grupo urbano culturalmente marginalizado, como descreve Estevam Bartoli, ao criticar a exploração dentro do Festival de Parintins:

Sobre a proposta do Boi Vudú, a gente assistiu aí nessa década o Boi cada vez mais sendo apropriado pelas elites, fazendo os trabalhadores e os artistas de bobo, superexploração [do trabalho]. Nem salário os caras recebiam, tinham que tacar fogo em alegoria. Então, o *Auto do Boi-Vudu* foi uma provocação mesmo a esse conservadorismo, essa espetacularização da cultura, o capital está transformando a cultura em mercadoria. Já transformou. Você não pode entrar na galera [do Bumbódromo], você não pode levar uma garrafa, você tem que comprar uma garrafa d'água, você fica lá [no Bumbódromo] igual uma marionete fazendo espetáculo para ser vendido. A imagem é vendida, você se esforça, você paga para outra pessoa ter lucro em cima de você. Então o *Auto do Boi Vudu* é provocativo, é pegar a história do Boi, transformar na realidade

agressiva e violenta que a Amazônia está vivendo hoje, que é de grilagem, que é de exploração, que é de trabalho escravo. A Amazônia hoje não está bem, nós estamos cercados, estamos repletos de violência, no campo, nas cidades (Estevam Bartoli, 2024).

Para tratar um ponto mais específico da crítica da BodóHell à mercantilização do Boi-Bumbá, apresentamos a música *Auto do Boi Vudú III – Boi Vudú* em que dividimos a leitura simbólica da canção em três partes, para melhor compreensão dos contextos. A seguir, a primeira parte:

Vem brincar, chegou meu *Boi Vudú*. Girando endiabrado, querendo matar um. Criado nas trevas, curral do Belzebu. É de botar medo, esse é o *Boi Vudú*. Saia já da rua, que ele passar, boi endiabrado, que vai te matar. Compre seu caixão, que você vai partir. Será sua mortalha, um belo tururi.

Diferente da brincadeira serena dos Bois Garantido e Caprichoso, o *Boi Vudú* mostra ser o inverso, por ser “endiabrado” e das “trevas”, praticamente feito para “matar” qualquer opressor. Além disso, a letra faz menção de forma irônica aos Bois que saem nas ruas de Parintins em datas comemorativas. Na segunda parte da letra, interpretada no ritmo de Boi-Bumbá, por Mouzart Melo, percebe-se o tom de brincadeira imprimido em sua voz passando a mensagem da música de chamar a todos para brincar com o *Boi Vudú*, um Boi feito para os marginalizados, aos adeptos da cultura *underground*, que curtem a BodóHell.

Vem brincar, chegou meu *Boi Vudú*, ele vem dos infernos, o meu *Boi Vudú*. Vem trazendo a desgraça pra nossa burguesia, faça uma carcaça da hipocrisia. Vem meu boi, ele é meu *Boi Vudú*. Ê, *Boi Vudú*.

Na terceira e última parte, a menção é feita a transformação dos Bois de Parintins e até mesmo seus torcedores em mercadoria vendida com um faturamento anual acima de R\$ 100 milhões de reais. Ou seja, as pessoas atualmente, principalmente o povo que vive no município, permanece com as mazelas deixadas após a festa, enquanto os patrocinadores, neste caso da música, em referência a Coca-Cola, uma das primeiras a investir no Festival, leva o lucro enquanto a população fica com as migalhas.

Na Festa do meu boi, o capital deita e rola,
Não é mais boi do Povão, é o boi da *Bosta-Cola*.

Por isso, compreendemos a mensagem da BodóHell no *Auto do Boi Vudú* como um alerta ao que está sendo explorado, ao outro lado da monocultura bovina, que até mesmo o comodismo e a paixão pelos Bois folkmidiáticos tenha deixado o povo com menos senso crítico e distraídos/alheios aos verdadeiros problemas existentes na cidade de Parintins.

Resultados e discussão

A banda BodóHell é um daqueles fenômenos que te perturbam à primeira vista. Primeiro, pelo seu nome incomum, improvável, e porque não dizer, “detestável”, por aqueles que por curiosidade, conseguem chegar ao seu significado (“etimológico” e semântico). Vimos desde Piaget, Skinner e Pavlov, clássicos da Psicologia Geral, que tudo o que é novo ou diferente tende a assustar e/ou inquietar as pessoas até que seja alcançado o *status* de familiaridade e, por conseguinte, convencionalidade social com tal fenômeno. A BodóHell oferece a todos um bônus que vai além do seu nome esquisito e jamais visto ou assemelhado: um som agressivo (diriam seus integrantes, “dos infernos”) que não se parece em nada com a cadência da toada implantada como um *chip* inviolável na cultura musical parintinense.

Etimologicamente, pode-se explicar o nome da banda da seguinte maneira: Bodó – é uma referência a um peixe de água doce bastante comum e consumido na região amazônica. O Bodó pertence à família dos bagres (*Siluriformes*) e seu nome científico é *Acari Bodó*. O animal não é nem de longe um dos mais belos da fauna aquática amazônica, pelo contrário, o peixe tem uma péssima aparência, quase pré-histórica, com uma carapaça escura, grossa e cortante. Em outros estados da região Norte do país, também é conhecido como cascudo.

Assim como a banda, que habita o submundo da cena musical parintinense, o Bodó só pode ser encontrado em regiões de várzea e/ou igapó (equivalente a mangue ou pântano em outras regiões), com alta quantidade de lodo, lama e vegetação densa. Por conta de sua aparência e hábitos alimentares (algas, lodo e qualquer tipo de detritos que possam ser despejados no fundo dos lagos ou em troncos e arbustos submersos) o peixe também sofre certa discriminação. Apesar disso, é um dos peixes mais consumidos na região, especialmente no interior do Amazonas.

Já a palavra *Hell* é de origem inglesa e significa inferno. A palavra é tomada pelos membros da banda em referência à doutrina cristã, onde se prega que o inferno se aproxima daquilo que está abaixo de nós, nas profundezas, e é uma oposição a toda ideia de calma e santidade do plano ascensional (celeste), onde se assenta o paraíso, no céu. É o terreno da subversão e do sofrimento eterno.

Posto que a banda não se assume como satanista, fica evidente que a referência ao inferno é apenas um eufemismo e um exagero proposital. Semanticamente, vimos que a banda flerta com a subversão de valores e dogmas sociais, contudo, seu viés é libertador, pois idealiza “pescar mentes” e trazer à claridade uma maneira crítica de ver o mundo (especialmente o mundo parintinense). O que seria improvável sem o choque que a banda causa a partir do mergulho íntimo às profundezas do seu mundo *underground* (seu “inferno”).

Sobre o estilo da música da banda BodóHell

Longe de querermos classificar o som da banda ou até mesmo colocá-los em uma categoria específica para compará-los com bandas *mainstream* (o que seria uma discussão vazia e superficial), mas para melhor compreendermos o estilo da banda em um primeiro momento, entendemos que a BodóHell desenvolve um som cru do gênero *hardcore*, considerando os elementos do *punk hardcore* dos anos de 1980 do século XX, mas apesar do sincretismo, seu som é peculiar e autêntico.

O *punk* que surge nos EUA com os *Ramones* e depois se populariza no Reino Unido com bandas como *Sex Pistols* e o *The Clash* era uma música simples e rápida, de temas como a opressão contra os jovens por parte da família e da escola, os problemas da vida adulta, tais como arrumar um emprego e o uso de substâncias ilícitas, por exemplo. Foi um estilo contestador e contra a cultura musical da época dos longos solos de guitarra nas músicas de *Rock Progressivo* e a “felicidade infinita” das discotecas.

O *Hardcore* foi a segunda onda do *punk* onde as bandas tocavam ainda de forma mais rápida e agressiva. Tratando de temas como guerras, questões anarquistas, lutas sociais locais, entre outras questões de protesto. Houve uma grande repercussão nos países da América Latina considerando as músicas de protesto contra o sistema político.

Dessa maneira, compreendemos que o *Xibé Rock* feito pela BodóHell, que é único em nosso entendimento (no Brasil e no mundo), nos remete a um *folk hardcore*, considerando os elementos presentes do *hardcore* e dos elementos culturais parintinenses. Temos assim, no *underground* amazonense uma nova produção de sentidos do ponto de vista da cultura, da música e da arte. Não temos ainda (senão apenas pistas) base sólida para consolidarmos o conceito do *Xibé Rock* como gênero ou subgênero do *Folk Hardcore* (ambas, criações inéditas), mas certamente, já podemos identificar seu potencial musical, sociopolítico e cívico, como também possuem, em alguma medida, os outros gêneros midiáticos já consolidados mencionados aqui.

Desta feita, considerando a velocidade e o impacto com que nos chegou o fenômeno BodóHell e o seu produto *Xibé Rock*, é imprescindível para este momento (de contemplação, recepção e entendimento) destacar o potencial (inclusive científico) da semente plantada pelo *Xibé Rock*, essa coisa estranha que pode incomodar ou agradar públicos, e que, sem dúvida, desperta curiosidade. E se incomoda e/ou gera dúvida, certamente interessa à ciência e merece, daqui para frente, um olhar especial, visando no futuro sistematizar um conceito e consolidar essa expressividade musical amazônica como um novo gênero brasileiro.

Últimas considerações

Esta breve incursão teórica vislumbrou fazer conexões entre a cultura *underground* e os grupos culturalmente marginalizados da Folkcomunicação, antes discutidos somente de forma conceitual pelo trabalho de Albuquerque Maia, publicado na edição de número 26, volume 12, da Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF), no ano de 2014. Desta vez, apresentamos por via prática como podemos aplicar esses conceitos a partir de um diálogo entre os dois temas, utilizando como objeto uma banda de *rock and roll* do interior do Amazonas, por meio de entrevistas em profundidade e observação participante da sua performance.

Além disso, é importante destacar o ineditismo com que se apresenta para o universo folkcomunicação, o *Xibé Rock*, um novo gênero musical criado pela BodóHell (e praticado apenas por ela no Amazonas) fincado no regionalismo amazônico, na crítica social e no hibridismo musical. Por questões alheias a nossa vontade (sobretudo logísticas), não pudemos

nos aprofundar mais na questão do impacto social que a mensagem da banda já causou no público em geral (para além da sua audiência). Para tanto, gostaríamos de acompanhar *in loco* mais apresentações da banda e conversar com a população de Parintins a respeito da receptividade do seu som (mensagem artística e cultural). Esta é a metodologia que utilizamos e que nos parece mais apropriada para este tipo de abordagem.

Contudo, acreditamos que este artigo (como breve incursão teórica) cumpre seu papel sistematizador na apresentação e problematização de um fenômeno social importante para os desdobramentos multidisciplinares dos estudos da cultura e da Comunicação, apontando caminhos sólidos (embora de forma embrionária) para estudos de maior profundidade (dissertações e/ou teses) passíveis de consolidação com maiores amostragens e acompanhando de campo.

Supondo que o *Xibé Rock* é uma joia importante deste achado científico, acreditamos ter potencial para ser catalogado dentro do contexto da taxonomia folkcomunicação (no que tange à musicalidade e oralidade nacional brasileira). Convém observar ainda que o nome *xibé* é oportuno e imprescindível para nomear esse novo gênero, uma vez que ele é visto como um símbolo de identidade (herança das populações indígenas tradicionais) e resiliência no interior do Amazonas.

Por fim, é preciso destacar a necessidade de discutir novos contextos das realidades da Amazônica, de viés artístico e cultural fora dos padrões sociais estabelecidos na sociedade como ordem geral e padrão moral artístico, para a ampliação e criação de novos conceitos e categorias, como podemos identificar nesta investigação, o *Xibé Rock*, a partir do conhecimento oral e artístico da banda amazonense BodóHell.

Referências

ALBUQUERQUE MAIA; ANDRÉA, K. **Aproximações entre a cultura underground e os grupos culturalmente marginalizados da Folkcomunicação**. Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 12, núm. 26, septiembre, 2014, pp. 35-46. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631768759004> Acesso em ago. de 2024.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: a cultura dos marginalizados**. São Paulo: Cortez. 1980.

DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral**. Tradução de Hélder Godinho. 4. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

ELIADE, M. **Mito e realidade**. Tradução de Pola Civelli. 6. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2016.

ELIADE, M. **Mito do eterno retorno**. Tradução de José A. Ceschin. São Paulo: Mercuryo, 1992.

GEERTZ, C. 1926. **A interpretação das culturas** / Clifford Geertz. – 1. ed., IS. Reimpr.- Rio de Janeiro: LTC, 2008. 323p.

GOFFMAN, K.; JOY, D. **Contracultura através dos tempos – Do mito de Prometeu à cultura digital**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

HABERMAS, J. **Teoria do agir comunicativo 1: racionalidade da ação e racionalização social**/ Tradução: Paulo Astor Soethe – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

JANOTTI J., J. S.; CARDOSO FILHO, J. **A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática**. In: INTERCOM — XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em: < <http://migre.me/eZIWw> >. Acesso em 06/06/2013.

JUNG, C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 21. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1998.

MENEZES, G. M. **Folkcomunicação e imaginário: narrativas e imagens do Corpo Santo na comunidade Terra Preta, em Coari-AM.**/ Gleilson Medins de Menezes. - Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2023. 163 f.: il., color.; 31cm.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

O AUTO DO BOI VUDÚ. [BodóHell]. Manaus. 2024. 1 Álbum (37 min20s)

SANTOS, J. L. **O que é Cultura?** 16 ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

WILLIAMS, R. **Cultura**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

WUNENBURGER, J.-J. O sentido do mito. **Esferas**, v. 1, n. 24, p. 1-18, 2022.

Fontes Orais

Estevam Bartoli, 2024.

Mouzat Melo, 2024.

Cobertura Web Jornalística do Maior São João do Mundo: O Conflito Simbólico entre os cantores Flávio José e Gustavo Lima

Vanessa Nascimento¹

Zulmira Nóbrega²

Submetido em: 04/10/2024

Aceito em: 29/10/2024

RESUMO

Este artigo examina a cobertura jornalística online do conflito simbólico entre o cantor paraibano de forró/pé-de-serra, Flávio José, e o sertanejo/agornejado, Gustavo Lima, na 40ª edição da festa do Maior São João do Mundo, em Campina Grande, Paraíba, ocorrida em 2 de junho de 2023. O conflito surgiu quando o tempo de apresentação do forrozeiro foi reduzido em favor do sertanejo, gerando repercussão e controvérsia. A pesquisa foca em como os veículos locais e nacionais abordaram o evento nos portais eletrônicos, investigando as características do webjornalismo, da cobertura midiática e os possíveis vieses editoriais com suporte da folkcomunicação. Os resultados indicam uma cobertura influenciada pelas redes sociais e notas oficiais, com pouco aprofundamento crítico e escassa pluralidade de fontes. Esta pesquisa conclui com uma reflexão sobre a necessidade de maior polifonia e profundidade na cobertura jornalística online.

PALAVRAS-CHAVE:

Webjornalismo; Cobertura Jornalística; Maior São João do Mundo; Flávio José; Gustavo Lima.

Journalistic Web Coverage of the Greatest São João in the World: The Symbolic Conflict between Flávio José and Gustavo Lima

¹ Vanessa Costa de Araújo Nascimento é graduada em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Correio eletrônico: vanessacostatv@gmail.com.

² Zulmira Nóbrega é doutora em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Correio eletrônico: zulmiranobrega@uol.com.br.

ABSTRACT

This article examines the online journalistic coverage of the symbolic conflict between the forró/pé-de-serra singer from Paraíba, Flávio José, and the sertanejo/agornejo, Gustavo Lima, at the 40th edition of the Maior São João do Mundo festival, in Campina Grande, Paraíba, which took place on June 2, 2023. The conflict arose when the presentation time of the forrozeiro was reduced in favor of the sertanejo, generating repercussions and controversy. The research focuses on how local and national media outlets approached the event on electronic portals, investigating the characteristics of web journalism, media coverage and possible editorial biases supported by folkcommunication. The results indicate coverage influenced by social networks and official notes, with little critical depth and a scarce plurality of sources. This research concludes with a reflection on the need for greater polyphony and depth in online journalistic coverage.

KEY-WORDS

Webjournalism; Journalistic Coverage; Greater São João in the World; Flávio José; Gustavo Lima.

Cobertura periodística web del São João más grande del mundo: el conflicto simbólico entre Flávio José y Gustavo Lima

RESUMEN

Este artículo examina la cobertura periodística en línea del conflicto simbólico entre el cantante de forró/pé-de-serra de Paraíba, Flávio José, y el sertanejo/agornejo, Gustavo Lima, en la 40ª edición del festival Maior São João do Mundo, en Campina Grande, Paraíba, que tuvo lugar el 2 de junio de 2023. El conflicto surgió cuando el tiempo de presentación del forrozeiro se redujo a favor del sertanejo, generando repercusiones y polémica. La investigación se centra en cómo los medios de comunicación locales y nacionales abordaron el evento en portales electrónicos, indagando las características del periodismo web, la cobertura mediática y los posibles sesgos editoriales sustentados por la folkcomunicación. Los resultados indican una cobertura influenciada por redes sociales y notas oficiales, con poca profundidad crítica y escasa pluralidad de fuentes. Esta investigación concluye con una reflexión sobre la necesidad de una mayor polifonía y profundidad en la cobertura periodística online.

PALABRAS-CLAVE

Periodismo web; Cobertura periodística; Gran São João en el mundo; Flávio José; Gustavo Lima.

Introdução

Para o sociólogo Stuart Hall (2006) a cultura “é um discurso - um modo de constituir sentidos que influencia e organiza tanto as nossas ações como a concepção que temos de nós mesmos”. Por isso, tanto se discute cultura como integrador e constituinte de membros e grupos sociais, enquanto construtivismo simbólico e identitário de um povo ou região. No mesmo viés, é em interação ativa que os indivíduos produzem cultura e a reverberam, a partir de dinâmicas e lógicas próprias ao longo do tempo símbolos e artefatos vão ganhando novas roupagens e enunciações diferentes na sociedade.

Nesta perspectiva, quando associamos símbolos culturais, podemos discernir as modificações de propagação destes elementos e até possíveis padrões. Como é o caso das festas populares — aquelas que reúnem aspectos culturais de determinada região em comunhão com diversas pessoas e elementos, tornando a situação festiva —, anunciadas de formas diferentes, fortalecendo estigmas ou renovando conceitos por meio do discurso coletivo apreendido pela influência (ou não) de notícias, por exemplo.

O jornalismo, nesse contexto, assume papel fundamental. Como meio de informação e formação de opinião, o jornalismo não apenas transmite fatos, mas também influencia a interpretação e a valorização de símbolos culturais. As escolhas editoriais — o que é noticiado, como é narrado e qual a ênfase — podem contribuir para a preservação e promoção de tradições ou, pelo contrário, causar distanciamento e desvalorização. Portanto, a notícia, além de informar, também age como um fator que pode impulsionar ou repelir determinados significados culturais, moldando a percepção da sociedade sobre as suas próprias tradições. Esse processo é particularmente relevante em sociedades democráticas, onde o jornalismo tem o dever de refletir a pluralidade cultural e incentivar o diálogo.

A evolução dos meios de comunicação e a forma como as festas populares, como o São João de Campina Grande, são representadas na mídia é muito pertinente. De fato, os diferentes formatos de comunicação — desde os jornais impressos, passando pelo rádio e televisão, até à era digital — transformaram não apenas a forma como as notícias são veiculadas, mas como as próprias manifestações culturais são divulgadas e percebidas. No caso do São João de Campina Grande, festa reconhecida como o maior evento junino do mundo, o seu impacto e alcance não se restringem mais ao contexto local. Hoje, na era digital,

o alcance do São João foi amplificado ainda mais, atingindo audiências globais, a festa ganhou um novo nível de visibilidade, transmitindo a música, a dança e as tradições para um público mais amplo.

Ainda no que diz respeito ao estudo cultural, reverberação de análises sociais e compreensão jornalística, a folkcomunicação é uma teoria que torna-se suporte para entendimento quando delibera que "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" (BELTRÃO, 1980, p. 24). Sendo assim uma ponte para o estudo de procedimentos comunicacionais relacionados a cultura, folclore e tradições. Esta também é caracterizada pela expressão simbólica do povo, que demonstra suas formas de sentir, pensar e agir, sendo integralmente associada ao saber popular e festividades tradicionalmente culturais.

Tendo isso em vista, este artigo explora a cobertura jornalística dos 40 anos da festa do "Maior São João do Mundo" em 2023, analisando como o conflito entre os cantores Flávio José e Gustavo Lima foi abordado pelos portais de notícias. A partir da análise de portais como G1 Paraíba, Jornal da Paraíba e veículos nacionais, o estudo busca entender como a cobertura web jornalística pode influenciar a percepção pública de eventos culturais e como os valores-notícia orientam a produção de conteúdo.

O papel social do jornalismo e do jornalista

O jornalismo envolve a apuração, organização, análise e transmissão de fatos, transformando-os em produtos informativos de acordo com parâmetros técnicos dos gêneros jornalísticos, como notícia, reportagem e crônica. No entanto, compreender apenas o processo prático da produção jornalística não é suficiente para captar o ciclo informativo e social que o envolve. Isso ocorre porque, frequentemente, há interesses prévios à disseminação da informação. Esses interesses podem influenciar a forma como os fatos são apresentados, seja para divulgar, desconstruir ou até mesmo ocultar determinados aspectos da realidade.

Os meios de comunicação operam num contexto social, político e econômico que pode afetar as decisões editoriais. Grupos comerciais, pressões políticas e até a busca por

maior audiência são exemplos de fatores que podem condicionar o conteúdo noticiado. Uma das formas mais comuns de influência é a seleção da informação, em que se decide quais fatos serão destacados e quais serão omitidos, criando narrativas que podem atender a certos interesses, deliberadas por muitos como “linha editorial”. Além disso, o enquadramento pode moldar a percepção do público sobre o que é relevante ou importante. Ijuim (2009) explica que o fazer jornalístico não é apenas um complicado de técnicas e, por isso, o profissional de jornalismo não teria o papel de um “mero produtor de notícias” — ou, em pior hipótese, um reproduzidor.

Para Medina (1982) a função do jornalista é de criar caminhos entre os possíveis laços de poder da realidade, que naturalmente é dividida em grupos de interesses (pelas classes sociais e capitais), extratos de uma sociedade, idades diferentes e outras setorizações. Sendo assim, caberia ao jornalista medir estes interesses por um bem comum, livres dos meramente fatores comerciais ou estruturais e, sim, por um contexto inteiro. “Na dura estratificação social, verdadeira muralha muitas vezes intransponível, o jornalista precisa cavar sua trincheira e avançar, gradativa e firmemente.” (Medina, 1982, p. ??) Contudo, ainda assim, na prática, critérios editoriais demandam espaço na construção da notícia e, por vezes, um mesmo aspecto pode ser explorado em editoriais diferentes, em formatos discursivos e contedísticos diferentes. Tal fato, não contradiz o papel social do jornalista, uma vez que o objetivo final pode ainda se manter dentro do teor democrático e informativo.

Assim, o acontecimento a ser transformado em informação passa pela construção da pauta, a apuração, a redação, a edição e, enfim, a distribuição. E é claro que nesta cadeia de produção existem critérios de relevância diferentes. Silva (2014) se propôs a definir quais valores podem sistematizar notícias, a fim de compreender o que é preponderante naquele produto jornalístico. As perspectivas dos valores-notícia postulados pela pesquisadora a fim de assegurar maior facilidade de categorização na análise de cobertura jornalísticas serão utilizadas nesta pesquisa.

A partir do protocolo de Silva (2014) verificamos, ainda, que mesmo acontecimento pode permear valores-notícia diferentes. Por exemplo, quando se pensa no evento “Maior São João do Mundo” (a festa popular ocorrida anualmente na cidade de Campina Grande, interior da Paraíba) tem-se a proeminência e cultura como base de análise. Mas, a depender

do fato, outro valor-notícia pode se sobrepor. Em caso de desentendimento entre artistas, por exemplo, o valor de polêmica ultrapassa o valor cultural. Ainda neste exemplo, o valor proeminência andaria lado a lado à polêmica, uma vez que estaria sendo discutido um fato entre pessoas públicas e de relevância social.

Já em caso de acidente, ainda que o cenário fosse o Maior São João do Mundo, o valor-notícia preponderante seria ultrapassado para tragédia/drama. A abertura do evento, por sua vez, pode intercorrer valores mais assertivos relacionados ao impacto, governo e proeminência, ainda que a festa popular tenha direto vínculo com a cultura.

Mas dentre os acontecimentos de um evento desta magnitude, o que de fato seria notícia? Para responder essa indagação, postula-se o conceito de “noticiabilidade” que nos estudos de Silva (2014), seriam fatos com critérios aptos a receberem tratamento jornalístico.

A depender de linha editorial, redações e veículos de comunicação, alguns valores podem ter mais relevância que outros, o que pode gerar descompromisso ou compromisso com o papel social do jornalista, por exemplo. De toda forma, a cobertura de grandes acontecimentos (seja grande por tempo ou por proeminência), com certeza, pressupõem diferentes valores notícia.

São João de Campina Grande: 40 anos do maior São João do mundo

O São João de Campina Grande, cidade do interior da Paraíba, é um evento que ocorre todos os anos desde 1983, no bairro São José, nas proximidades do centro da cidade. O acontecimento movimenta a região com 31 dias de festa entre os meses de junho e julho, com calendários definidos ano após ano. De forró, quadrilha, sertanejo, piseiro e até eletrônica, o palco é composto por atrações de todo o Brasil, de domingo a domingo.

Mas o característico São João de Campina Grande não é apenas uma festa popular. Mais que um acontecimento festivo, o evento representa um hibridismo cultural, símbolos e significados. Fatos estes confirmados por Nóbrega (2010), quando aborda o contexto histórico e contemporâneo da festa.

A festa, historicamente é vista como uma celebração à vida, espontaneidade e alegria, sendo muito significativa para o homem, especialmente na sua acepção como ser comunicativo e social, não existindo sociedade humana sem festas. Ao participar de uma

festividade, cada indivíduo sente que está entre um coletivo e, ao mesmo tempo, na reconstituição e recolhimento de sua identidade, ameaçada pela vida séria, cotidiana e regrada do mundo social. (NÓBREGA, 2010, p. 17).

A primeira palhoça de São João na cidade de Campina Grande foi montada em 4 de junho de 1983. Em notícia do G1 (2023), o portal explica que a festa logo se popularizou, quando cita “foi montada no Parque do Povo uma palhoça improvisada para que as pessoas dançassem forró. Em cinco anos, a festa já estava incluída no calendário turístico do Brasil.” Ainda segundo o portal eletrônico G1 Paraíba, na mesma notícia, não existem dados que confirmem a duração da primeira edição do evento. Entretanto, desde 1984, a festividade acontece por 30 dias.

Nas últimas edições da festa, palcos, camarotes, cidade cenográfica e muito mais enchem o Parque do Povo de afeto, cultura e símbolos. Em 2023, a festividade comemora quarenta anos de existência. Para tal, a produção da festa contou com organização da Prefeitura do Município de Campina Grande, representada pelo nome do prefeito em gestão Bruno Cunha Lima (Solidariedade) e patrocinada, com dados do Portal Eletrônico Propmark (2023), por Arte Produções, Virotte Eventos, Vybbe e prefeitura de Campina Grande, e conta com o patrocínio de Seda, Bradesco, Ballantine’s, Proxima, Primor, Matuta, Redepharma, Mix Mateus, O Boticário, RedBull, AeC, Casas Bahia, Amvox, Elo, PagBank, Maggi, Energisa, Santa Clara, C&A, Gol, PHD, Cremer, Beats e Pepsi Black. Além do apoio do Banco do Brasil e Claro.

Protocolo de análise de cobertura jornalística

Tomando como via primordial os estudos de Silva (2014), ao delimitar uma análise de cobertura seguindo um protocolo jornalístico, nos debruçamos sobre estes ensinamentos, aplicando-os para a análise no web jornalismo em nível nacional e regional. No que diz respeito a apuração destes produtos midiáticos, os redatores implicam em alguns indícios para interpretação: a assinatura, a apuração interna ou in loco e a origem da informação (em primeira mão ou de segunda mão). Em segundo nível, a análise volta para as marcas de composição do produto, como o gênero a qual pertence, o destaque dado ao texto e os recursos visuais empregados. Em sequência, é dada atenção aos aspectos contextuais, que

podem ser internos ou externos. A partir do protocolo técnico, então, é possível inferir como o acontecimento foi sendo construído naquele produto e a sua configuração final.

Portanto, o estudo do texto fica setorizado em três fases principais: a “pré-análise”, a “exploração do material” e o “tratamento dos resultados”. Primeiramente, faz o estudo do material seguindo as cinco regras da leitura flutuante, sendo elas: a exaustividade, homogeneidade, pertinência, representatividade e exclusividade. Em seguida, deve-se categorizar o estudo, separando-os em temáticas subsequentes, possibilitando um estudo mais aprofundado de cada categoria desvinculada. Por fim, os resultados da pesquisa devem ser organizados seguindo, ainda, os postulados da primeira fase para interpretação. Assim, a análise não precisa se ater apenas ao conteúdo daquele texto, mas em referências amplas do assunto e até nos significados do “não-dito” (implícito).

Entende-se a cobertura jornalística como o ato de cobrir jornalisticamente uma série de fatos relacionados. Juntos, eles resultam na (ou nas) notícia(s) vinculada(s). Para isso acontecer, é necessário previamente que exista uma estratégia de apuração e angulação destes fatos.

Assim, é interessante pensar qual abordagem será dada aos fatos, que fontes serão ouvidas (apenas fontes oficiais? pluralidade de vozes?), quem irá assinar aquelas notícias (o próprio repórter? a redação?), quais recursos de multimídia podem ser utilizados ou não utilizados (texto, áudio, foto, vídeo, hiperlink) e até quais limitações daquela cobertura (tempo, equipe, recurso).

Já a folkcomunicação de Beltrão (1980) aparece como um quadro teórico para observar como os portais repercutem, filtram ou interpretam aspectos da cultura popular, ainda que embasados ou supostamente embasados na noticiabilidade. Fato é que a festa é um acontecimento da cultura popular com várias diretrizes, entre elas, a intervenção midiática. E sendo assim, cabe a análise se a mídia vai na via ou na contramão ao fortalecimento da cultura popular ou prioriza o destaque aos artistas, a frente do acontecimento em si – a redução do tempo de palco. Considera absurdo? Ignora o fato? Traz palco para Gustavo Lima ou suporte para Flávio José?

Tomando como base os pontos acima, a intenção deste trabalho é, justamente, reunir os critérios e fatores de produção e veiculação da notícia a fim de qualificar uma cobertura

online e protocolar uma análise de cobertura web jornalística quantitativamente. Para isso, será levado em consideração os estudos postulados por Maia (2014), porém adaptados para o ambiente online. Dessa forma, não serão considerados, por exemplo, a posição do texto e das imagens, visto que nas homepages a posição é padrão. Além disso, também será observado se a assinatura das notícias foi dada apenas em nome do portal ou no nome do repórter. Ademais, as prioridades da análise na web serão a assinatura, a editoria selecionada, as marcas de apuração e o viés dado ao conteúdo, ao priorizar algumas fontes em detrimento de outras.

Partindo disso, foi realizado o clipping jornalístico das notícias referentes ao São João de Campina Grande na edição de 2023. A princípio, foi selecionado o portal G1 Paraíba, o mais visto na Paraíba. Ao perceber que existia uma editoria específica que tratava o “São João da Paraíba em 2023”, a busca foi iniciada nesta página.

Com isso, descartando notícias referentes a festividades em outras cidades, foi construída uma tabela contendo noventa e quatro notícias provenientes do Portal G1, todas da editoria “São João da Paraíba em 2023”, as quais foram tabeladas seguindo os critérios de número (para facilitar a contagem de notícias posteriormente), data de publicação, título da matéria, subtítulo, assinatura (se pela redação ou pelo repórter) e link para visualização da notícia. A seguir, a busca por palavras-chave como “Campina Grande”, “São João 2023”, “Maior São João do Mundo” foi feita no Google. Assim, portais como o Estadão Online, Folha de São Paulo e O Globo entraram em evidência. Ao ingressar em cada um destes portais, utilizei o filtro de busca, percebendo que o filtro de O Globo, é por palavra e período, então ao pesquisar “Campina Grande”, aparecem matérias que só tem o termo “grande”, mas nada tem a ver com a cidade ou o São João; o filtro do Estadão e da Folha de São Paulo no site não aparece as mesmas coisas da pesquisa no Google, portanto, peguei do Google.

Nesta segunda parte da busca, foram elencadas mais vinte e quatro notícias que foram setorizadas em tabelas da mesma forma citada anteriormente, porém foi acrescentada a coluna de “editoria”. Com as tabelas prontas, foi percebido que o nível de repercussão dado a um determinado evento do São João em 2023 a nível local e nacional, apresentou critérios e enfoques diferentes na composição do conteúdo jornalístico.

Contudo, um fato se impôs a pesquisa. Trata-se de um fato ocorrido no dia do show dos cantores Flávio José e Gustavo Lima no palco principal do Parque do Povo. Com isso, optou-se por selecionar apenas as notícias que tratavam deste fator. Assim, na própria tabela pré-construída, foi aplicado os filtros “Flávio José” e “Gusttavo Lima”, a fim de selecionar apenas as notícias referentes a situação.

Com esta coleta, o material passa por uma nova categorização, elencando as notícias por data e critério de noticiabilidade, a fim de compreender os níveis de informatividade e repercussão dados ao fato desde a raiz. Mantendo os critérios da catalogação anterior, foi acrescentado “critério de noticiabilidade”, a fim de realizar a análise de cobertura, segundo Silva (2014). Chegando, enfim, ao objeto de análise que emergiu da exploração do material.

Tabela 1 – Categorização de notícias	
Número da notícia	A fim de quantificar e não perder a quantidade de notícias catalogadas
Veículo	A fim de identificar com clareza de qual portal aquela notícia fora colhida
Data	Criando uma organização cronológica dos fatos noticiados
Título	Demarcando o título da notícia, a fim de saber qual informação principal do texto; Subtítulo: demarcando o subtítulo da notícia, a fim de saber qual informação secundária do texto
Assinatura	Verificando se a notícia foi assinada pelo repórter ou apenas como “redação”, a fim de analisar esta situação mais à frente através do protocolo de análise de cobertura
Link:	Endereço eletrônico salvo para facilitar a busca daquele material completo novamente
Editoria	Para identificar a qual padrão editorial aquela informação foi arraigada, percebendo divergências entre portais que veicularam o mesmo fato com editorias diferentes
Critério de Noticiabilidade	Inserido por último, apenas nas notícias que de fato foram analisadas para construção desta monografia, a fim de compreender um dos fatores que tornou aquele fato cotidiano uma notícia propriamente dita
Número da notícia	A fim de quantificar e não perder a quantidade de notícias catalogadas

Fonte: Elaboração própria (2018)

Resultados da pesquisa

O incidente entre o cantor paraibano Flávio José e o cantor sertanejo Gustavo Lima, ocorrido no São João de Campina Grande em 2023, gerou grande repercussão. Naquela noite,

Flávio José que deveria encerrar seu show à 1h, teve sua apresentação reduzida em meia hora pela produção do evento, para que Gustavo Lima subisse ao palco mais cedo. Flávio José, referência do forró tradicional, expressou publicamente sua insatisfação, destacando a falta de respeito com os artistas nordestinos.

Em Nota Oficial a prefeitura de Campina Grande alegou que a organização do evento estava sob responsabilidade de uma empresa terceirizada. Tal empresa afirmou que a alteração no horário ocorreu a pedido de Gustavo Lima. O episódio gerou debate tanto na mídia quanto nas redes sociais, com opiniões divididas sobre a situação.

O contexto do Parque do Povo, nas últimas edições do São João, reflete uma mudança no foco musical do evento. O "forró tradição", que historicamente era o centro das festividades, perdeu espaço para gêneros mais comerciais, como sertanejo, pop e eletrônica. Isso se deve, em parte, à maior adesão do público a estilos musicais populares e ao interesse financeiro dos patrocinadores, que favorecem artistas com maior apelo comercial.

Dados do Spotify mostram a diferença de alcance entre os dois artistas: enquanto Gustavo Lima tinha 13,3 milhões de ouvintes mensais em 2023, Flávio José contava com 293,3 mil. Ainda assim, a repercussão do incidente destaca o simbolismo do conflito entre tradição e comercialização da cultura, com o tradicionalismo do forró sendo colocado em discussão, mesmo diante da popularidade crescente de outros gêneros.

A partir do fato da redução de tempo do show do cantor paraibano Flávio José em prol de antecipar a participação de Gustavo Lima em 30 minutos no evento, analisamos a cobertura de veículos de abrangência local e nacional o tratamento do assunto. Neste artigo, contudo, vamos expor apenas parte de nossa investigação que pode ser consultada na sua completude em Nascimento (2023).

Em primeiro lugar, trataremos da cobertura dos portais de notícias locais, especialmente do G1 Paraíba e Jornal da Paraíba, que nos provocou a buscar camadas mais profundas de entendimento. Citamos como exemplo os dados que coletamos do Portal Eletrônico G1 Paraíba que, das 94 notícias relacionadas ao São João 2023 da Paraíba que mencionam fatos e acontecimentos do São João de Campina Grande, nenhuma delas cita o caso ocorrido entre os cantores Flávio José e Gustavo Lima, entre as decisões da produção do

evento na noite do dia dois de junho de 2023. A opção do veículo é publicar a “Programação do Soul João 2023, na PB, tem Pedro Sampaio, Safadão, Gustavo Lima e mais; confira.”

No dia do ocorrido, o G1 publicou uma matéria antecipando as expectativas para os shows da noite de 2 de junho, intitulada "São João 2023 de Campina Grande tem shows de Gustavo Lima e Flávio José nesta sexta-feira (2)" (G1 Paraíba, 2023). No dia seguinte aos shows, a publicação destacou: "Gusttavo Lima declara amor pela Paraíba em show no São João 2023 de Campina Grande: 'sou apaixonado por esse estado'" (G1 Paraíba, 2023).

Das 94 notícias relacionadas ao São João de Campina Grande em 2023, durante a edição especial de quarenta anos, três mencionaram Gustavo Lima e uma, Flávio José. Nenhuma mencionou a redução do tempo de palco do sanfoneiro na noite das apresentações.

Foram publicadas duas notícias de programação – uma em março e outra no dia do evento, antes dos shows – além de uma terceira, que destacou Gustavo Lima como apaixonado pela Paraíba, usando a citação: "sou apaixonado por este estado". As duas notícias de programação foram assinadas pela redação do G1 Paraíba, enquanto a declaração de amor de Gustavo Lima foi publicada como uma matéria especial, mais extensa, assinada por Erickson Nogueira, da redação do G1 Paraíba em Campina Grande.

Ao que parece, a notícia sobre o evento possuiu tom comercial, apresentando a programação do evento privado "Soul João", com foco em entretenimento e sem grandes aprofundamentos. A matéria destacou as atrações, a data da festa privada e incluiu fotos dos artistas Pedro Sampaio e Dennis. Gustavo Lima foi mencionado uma das estrelas da programação, aparecendo em evidência já no título. Essa matéria, assinada pela redação do G1, sem destacar um repórter específico, parece ter sido baseada em informações oficiais e imagens de arquivo externo.

Apesar de mencionar Flávio José no título, a matéria ilustra o cantor Gustavo Lima com uma foto, priorizando-o em detrimento ao cantor paraibano. A legenda da imagem reforça essa preferência, com a frase: "Gusttavo Lima faz show no São João de Campina Grande nesta sexta-feira (2)", deixando claro o destaque maior ao sertanejo. O texto inicia mencionando Gustavo Lima como o primeiro artista da lista, sem seguir uma ordem de apresentação ou alfabética, reforçando ainda mais a ênfase no sertanejo. A notícia é composta por parágrafos que focam exclusivamente na programação do evento, o que

confirma o caráter de entretenimento da matéria. As informações parecem ter sido transcritas de um release oficial, sem citações diretas ou informações adicionais.

Além disso, a matéria publicada no dia seguinte ao show, assinada por Erickson Nogueira, apresenta um maior nível de detalhamento, com curiosidades e citações de Gustavo Lima. O título, que destaca a frase "sou apaixonado por este estado", dita pelo cantor mineiro após sua apresentação no Parque do Povo, atrai atenção para o sertanejo. Contudo, não há menção ao episódio envolvendo o tempo de show de Flávio José ou qualquer outra referência a ele no portal G1 durante a cobertura do São João 2023 de Campina Grande.

Um trecho chama a atenção ao descrever a comoção em torno de Gustavo Lima durante o show, enfatizando sua popularidade: "Em diversos momentos do show, ecoava pelo Parque do Povo os gritos de 'uh, embaixador!', orquestrados pelo cantor, que trouxe no repertório músicas que consagraram sua carreira e outras mais recentes, como 'Termina Comigo Antes', '10 Anos', 'Inventor dos Amores', 'Espetinho' e 'Na Hora de Amar'".

A matéria também incluiu detalhes específicos, como a interação de Gustavo Lima com fãs, a subida de uma criança ao palco e a presença de um cartaz no público com a frase "Oh saudade que eu tava de você em Campina!", Figura 1. O crédito da imagem foi atribuído a um membro da redação da TV Paraíba, revelando uma cobertura presencial do evento e reforçando o interesse na repercussão do show.

Figura 1 – Fã homenageia Gustavo Lima no Maior São João do Mundo (2023)



Fonte: Reprodução G1

Na sequência, o texto traz Flávio José como tema principal em um intertítulo, abrindo o tópico com: "Flávio José comanda forró raiz no palco do Parque do Povo" (G1, 2023). Porém, o cantor é colocado em segundo plano, especialmente quando comparado ao destaque dado a Gustavo Lima no título principal.

O artigo inclui uma citação de insatisfação de Flávio José, explicando brevemente o contexto de sua apresentação em um parágrafo conciso: "Antes do show de Gustavo Lima, quem subiu ao palco foi o paraibano Flávio José, que começou a cantar por volta de 22h40. Após iniciar a primeira canção, reclamou do encurtamento do tempo destinado ao seu show, tendo apenas cerca de uma hora para se apresentar" (G1, 2023). A matéria apresenta o posicionamento de Flávio José por meio de uma citação direta, onde o cantor expressa sua insatisfação e preocupação sobre o futuro da festa: "Tá complicado demais. O que eu tinha que dar para a cultura, para a música, eu já dei. Eu não sei até quando vou ficar por aqui. A minha preocupação é de que em breve mudem o nome da festa de São João e passe a se chamar festival cultural" (Flávio José, 2023 para o G1). A reportagem se encerra com outro intertítulo, desta vez abordando a programação da noite de 3 de junho, dia em que a matéria foi publicada.

Em resumo, o texto jornalístico dá evidência ao Gustavo Lima, colocando-o como foco principal já no título e o mencionando primeiro no corpo do artigo, seguindo o critério de relevância. O ocorrido com Flávio José é tratado de maneira breve, sem aprofundamento, resumido a um único parágrafo. Dessa forma, percebe-se que o critério da matéria vai além do "entretenimento", adotando o valor notícia de "notoriedade", que coloca o sertanejo em destaque sobre o forrozeiro.

Além dessa reportagem, não houve outros produtos da redação do G1 que comentassem o ocorrido. A pesquisa no portal revela que, ao buscar informações, o foco recai sobre a declaração de amor de Gustavo Lima pelo Parque do Povo, sem nenhuma menção à redução do tempo do show ou discussões sobre os tradicionalismos e símbolos da festa.

Uma coluna jornalística publicada em 4 de junho de 2023, assinada por Laerte Cerqueira e Angélica Nunes, trouxe mais detalhes e aprofundamento sobre o caso. Diferente da matéria anterior, essa coluna apresenta mais informações e contexto. Desde a manchete

até a abertura, os colunistas relatam as informações oficiais divulgadas pela organização do evento, que negou ter dado prioridade a um cantor em detrimento do outro. Em seguida, o intertítulo "Entenda o caso" descreve o incidente da redução do tempo de palco e traz novas declarações de Flávio José. A coluna termina com as versões oficiais da prefeitura e a repercussão do prefeito Bruno Cunha Lima em suas redes sociais, onde lamenta a perda de tempo no show e justifica o atraso devido à passagem de som, que durou 20 minutos. A coluna utiliza três fontes oficiais e uma fonte obtida durante o show, com as declarações de Flávio José. Essas aspas podem ter sido captadas diretamente no local ou retiradas de outros portais, dado o intervalo entre o ocorrido e a publicação da coluna.

Em outra perspectiva, a cobertura do fato nos portais nacionais, observamos a repercussão com outros critérios, trazendo fontes, depoimentos, imagens e até editoriais divergentes da anteriormente analisada. Com os filtros de pesquisa com os termos "Gusttavo Lima" e "Flávio José", incluindo limitação de tempo de publicação nas pesquisas, foram selecionadas 15 outras notícias. Destacamos algumas a seguir:

Portal o Globo - Publicada em 3 de junho de 2023, ainda na manhã seguinte ao ocorrido, veicula a notícia na editoria de cultura, sem assinatura, porém com outras marcas de apuração. Inicia com imagem do cantor Flávio José, de reprodução do Twitter — que pode ter sido uma fonte de informação motivadora do caso, por possível repercussão na rede. Além disso, já no título evidencia uma estrutura frasal marcante, ao optar por iniciar com "festival prioriza", se prioriza, tem preferência por e, em livre interpretação, escanteia, reduz, minimiza a participação do segundo artista. O título é enfático a situação, não questiona, mas afirma que havia um lado de preferência pela organização.

No corpo do texto, a redação evidencia em todos os parágrafos o "lado" de Flávio José reclamar da redução do tempo de show. A seguir, traz um vídeo e depoimento de internautas, que ratifica o Twitter como marca de apuração. No tweet, o usuário declara "Não troco meu Flávio José, pelo Gusttavo Lima de ninguém", como um trocadilho com o famoso bordão "Não troco meu oxente pelo ok de ninguém", repercutido pelo poeta e escritor nordestino Ariano Suassuna. A notícia, associa texto, imagem e som. Percebe-se que, ao inserir o depoimento de Flávio José em vídeo, as aspas ganham um sentido maior, pois vem arraigado do tom e expressão facial. O artista fala em tom crítico que se alguma música esperada no repertório

pelo público não for tocada, a culpa não é dele, “eu não tenho nenhum show para sair daqui correndo para fazer, não foi uma ideia minha”, ele afirma, em possível alusão crítica ao próprio Gustavo Lima, que faria show em sequência em outra cidade. O recurso audiovisual traz outro tom de poder e assertividade as aspas, pois ele não está editado, é um corte seco do início da apresentação do sanfoneiro, não há como questionar a indignação.

Notícias da TV - “Gusttavo Lima: Cantor com show cortado desabafa e é apoiado por famosos” é a manchete que abre o texto com imagem dos dois artistas dividindo tela em mesma proporção. A matéria assinada por Daniel Farad e publicada na tarde do dia 4 de junho, já tem marcas de apuração online ao citar que o cantor foi apoiado por famosos, uma vez que esses pronunciamentos vieram do online. Entretanto, a escolha por colocar “Gusttavo Lima” anterior aos dois pontos, dá a entender que o show que foi cortado foi o do sertanejo e, não, do sanfoneiro, deixando marcas de ambiguidade e dificuldade de compreensão. Após relatar brevemente o ocorrido, traz aspas online de artistas como Mariana Aydar, Janaína Dias e Vitorino Andarilho, que apontam apoio ao Flávio José, citando o forró raiz, a qualidade do artista local e outros fatores de empoderamento do forró tradição. Importante destacar ao final da matéria do veículo Notícias da TV links para notícias sobre nas quais Gustavo Lima também teria provocado a demissão de um segurança e ouvido gritos de apoio ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT). O músico é declaradamente apoiador de Jair Bolsonaro (PL). (NOTÍCIAS DA TV, 2023).

Folha de São Paulo - A notícia da Folha de São Paulo “Gusttavo Lima dá bebida para segurança em show em Campina Grande”, publicada n dia 5 de junho, dois dias posteriores ao show, refere-se a outra situação polêmica relacionada ao Gustavo Lima. Na mesma noite do show, o cantor teria ofertado bebida a um segurança da festa e, ainda, afirmado “se te demitirem, te levo comigo”. Situação que repercutiu na Folha de São Paulo que optou por evidenciar este fato logo na manchete. A matéria não conta com assinatura e está veiculada na editoria Celebidades, provavelmente pelo notório fator de polêmica em torno da situação. Além disso, repercute à situação da redução do show do Flávio José, iniciando com “No mesmo show, outra questão chamou a atenção”, explica as causas da redução do tempo de palco, seguidos das aspas de Flávio José falando sobre o repertório e da nota da prefeitura de Campina Grande se ausentando da culpa. A Folha, portanto, repercute a situação dos dois

cantores e da assessoria pública. Entretanto, ainda não traz informações de público ou de primeira mão propriamente dita, uma vez que as marcas de apuração deste fato remontam, mais uma vez, a checagem no Twitter e outras redes online.

Correio Braziliense - a notícia “Flávio José reclama de redução de show por prioridade a Gustavo Lima”, publicada no dia 5 de junho de 2023 na editoria Diversão e Arte e assinada por Sofia Sóter. Semelhante a do Jornal da Paraíba, traz as visões do desabafo ao vivo de Flávio José, o pronunciamento da organização do evento e da prefeitura da cidade. Como as demais, conta com recursos do Twitter. Difere-se quando acrescenta a reportagem a nota de repúdio na íntegra, publicada no perfil do Instagram @fatoseletrasculturaparaiba, emitida pelo Fórum Nacional do Forró de Raiz (FNFR). Na nota, a organização explica a busca pela valorização de tradições.

Estamos buscando valorização e a preservação de nossa cultura, de nossas tradições, que são únicas no mundo, ao tempo que estamos presenciando a cada dia, os artistas nordestinos serem excluídos, desvalorizados, humilhados, perdendo seu palco dentro de sua própria casa, dentro de sua própria e mais genuína festa: o São João do Nordeste. (FNFR, 2023).

Estado de São Paulo - “Gustavo Lima: Sanfoneiro Flávio José lamenta show reduzido antes de apresentação do sertanejo” é o destaque da editoria E+ Gente de 5 de junho de 2023 e assinada por Sabrina Legramandi. A manchete e o subtítulo resumem o caso, deixando a primeira informação encaminhada aos que não se aprofundarem no resto do texto. Inicia com as aspas de lamento do Flávio José, segue com a Nota Oficial da organização do evento na íntegra e acrescenta o comunicado do perfil do Instagram da Prefeitura de Campina Grande, em colaboração com o perfil do Maior São João do Mundo. Destaca ao final do texto:

Neste domingo, 4, dias após o ocorrido, Flávio José foi anunciado como a primeira atração do São João da Bahia. O anúncio foi feito através das redes sociais da Superintendência de Fomento ao Turismo do estado. O forrozeiro irá se apresentar no próximo dia 25 no Pelourinho, em Salvador. (ESTADÃO, 2023).

Complementando a publicação com postagem feita no perfil também do Instagram da Superintendência de fomento ao turismo da Bahia (@sufotur). A informação se faz importante em uma matéria que informa sobre redução de espaço na cena cultural, trazer a promoção deste espaço em outro local — desta vez, em Salvador, Bahia.

Blog Observatório dos Famosos da UOL - é o único veículo encontrado nesta pesquisa que mostra a versão de Gustavo Lima. Em matéria publicada no dia 9 de junho de 2023, uma

semana após o fato, na editoria “Movimento Country” e também assinada por “Movimento Country” traz a manchete: “Gusttavo Lima comenta sobre o incidente com Flávio José no São João de Campina.” A primeira frase da notícia adjetiva o cantor sertanejo como “popular”, denotando, possivelmente, um lado de prioridade no discurso. Finaliza o parágrafo com “Nesse evento, a organização diminuiu o tempo de apresentação do renomado cantor paraibano Flávio José, supostamente para favorecer Lima.” Neste, o destaque vem para o termo “supostamente”. Na sequência, o texto foge dos padrões dos manuais de redação jornalísticos ao utilizar palavra de baixo calão, ao trazer uma aspas do próprio Gustavo Lima (2023) em um show subsequente: “no último fim de semana sobrou para o meu rabo”; comenta a insatisfação de Flávio José, porém sem uso de aspas explícitas; e por fim explica a redução do tempo de show do cantor paraibano “a causa da redução do tempo de apresentação de Flávio José teria sido uma solicitação da produção de Gustavo Lima para ter mais tempo para a montagem do palco.” Ao final na matéria divulga informações fora da temática tratada e fala do álbum que lançado por Gustavo Lima mês intitulado “Embaixador 15 Anos.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dificuldade de realizar buscas assertivas em portais de notícias, pois muitos não permitem filtros por palavras-chave precisas ou por data. Isso prejudica a localização de informações específicas, como no caso da pesquisa sobre a Festa do Maior São João do Munda de Campina Grande, onde filtros ineficazes complicam o processo.

Dos textos analisados, a maioria utiliza o critério de polêmica como valor-notícia, sendo que apenas duas se baseiam no entretenimento e uma na proeminência. O foco em polêmica reflete o interesse dos portais em atrair leitores, priorizando o conflito entre os artistas Gustavo Lima e Flávio José. Notícias de entretenimento, como as do G1 Paraíba, focam na programação de shows, relegando a controvérsia do tempo de palco a segundo plano. Por outro lado, outras matérias exploram a polêmica como tema central.

Outro ponto observado é a preferência por fontes oficiais, como a prefeitura e a organização do evento, ignorando opiniões de fãs ou uma abordagem mais aprofundada. As

manchetes tendem a ser unilaterais, o que é problemático, pois muitos leitores limitam-se à leitura superficial, sem aprofundar no corpo da matéria.

No caso do G1 Paraíba, a ausência de assinaturas em matérias locais contrasta com a prática em notícias nacionais, o que pode indicar cautela frente a possíveis erros. O uso de informações do Twitter também é notável, sugerindo que a mídia nacional segue pautas da rede social.

O conflito entre Flávio José e Gustavo Lima, representa mais do que uma disputa entre dois artistas: ele reflete a tensão entre valores culturais regionais e fenômenos de grande apelo midiático. Prerrogativa confirmada na ótica da teoria da folkcomunicação, quando avalia a diferença nas diretrizes de noticiabilidade entre a mídia local e nacional, ao avaliar que os veículos nacionais estiveram mais próximos a respeitarem a autenticidade cultural do evento, quando a mídia local voltou-se a priorizar uma abordagem que valoriza a comercialização de eventos culturais, bem como o alcance virtual do cantor sertanejo.

Por fim, a análise conclui que, na era digital, a agilidade na produção de notícias pode comprometer a qualidade e detalhamento da informação. Além disso, a repercussão rápida e o consumo superficial de manchetes pelos leitores reforçam a necessidade de uma apuração mais cuidadosa e completa no jornalismo online.

Referências

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. Petrópolis: Vozes, 1980.
- CANAVILHAS, J. Webjornalismo: **7 características que marcam a diferença**. Introdução. ____ (Org.). Livros LabCom. Covilhã, UBI.
- CHIZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. / Antonio Chizotti. 7 ed. - São Paulo: Cortez, 2005. - (Biblioteca da educação. Série 1. Escola; v.16.)
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais - Uma versão latino-americana**- Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- IJUIM, J. K. **A responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire**. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/9051>. Acesso em: 10 de ago. 2023.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **A sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994.
- MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.
- NASCIMENTO, V. **FLÁVIO JOSÉ VERSUS GUSTTAVO LIMA: Análise da cobertura web jornalística do conflito simbólico nos 40 anos da festa do Maior São João do Mundo**. 2023, 72p, Jornalismo. UFPB, João Pessoa-PB, 2023.
- NÓBREGA, Zulmira. **O Maior São João Do Mundo: multifaces de uma grande festa brasileira**. Appris Editora: Curitiba, 2018.
- NÓBREGA, Zulmira; ANDRADE, Luís Eduardo Meira de. **Ciberjornalismo: parâmetros para avaliação da qualidade da informação jornalística nos portais de notícias**. In: ANTÓN, Rubén Ramos; NÓBREGA, Zulmira. *Periodismo de Calidad em la era digital*. Saragoza: Ediciones Egregius, 2020. Cap. 2. p. 11-33.
- SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. In.: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz. (Orgs). *Critérios de noticiabilidade - problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

Fandango Caiçara: uma leitura a partir da folkcomunicação e do mapa das mediações

Rodrigo Borges Pereira da Fonseca¹
Thífani Postali²

Submetido em: 01/10/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

O Fandango Caiçara é uma expressão artística musical presente no litoral sul do estado de São Paulo e no Paraná. Ele faz parte do modo de vida social das comunidades rurais litorâneas, e suas músicas e danças estão atreladas ao trabalho, ao divertimento e às festas religiosas. Compreendendo o Fandango Caiçara a partir da Folkcomunicação, este artigo tem como objetivo refletir sobre as relações da cadeia comunicacional dessa prática sociocultural, com base no mapa das mediações apresentado por Jesús Martín Barbero. Como metodologia, faz uso de pesquisa bibliográfica e de cunho analítico para ampliar os olhares sobre cada elemento da cadeia comunicacional. Como resultados, traz uma releitura do mapa das mediações aplicado ao Fandango, oferecendo, assim, possíveis perspectivas de análise sobre produções culturais populares.

PALAVRAS-CHAVE:

Folkcomunicação; Cultura popular; Mapa das mediações; Fandango Caiçara.

Caiçara Fandango: a reading from folk communication and the map of mediations

¹ Mestrando em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba, especialista em Gestão Cultural pelo Centro Universitário Senac e graduado em Ciências Econômicas pela mesma universidade. É artista multimídia, pesquisador e gestor cultural, atuando como Agente Territorial Cultural no Programa Nacional dos Comitês de Cultura do Ministério da Cultura (MinC) e bolsista do programa pelo Instituto Federal do Rio de Janeiro. Integra o Grupo de Pesquisa em Comunicação Urbana e Práticas Decoloniais (CUPDec) e é membro da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. Correio eletrônico: rodrigocataia@yahoo.com.

² Doutoranda em Múltiplos Meios pela Unicamp, Mestre em Comunicação e Cultura pela Uniso. Autora de "Blues e Hip Hop: uma perspectiva folkcomunicacional" - 2011. Correio eletrônico: thifanipostali@hotmail.com.

ABSTRACT

The Fandango Caiçara is a musical artistic expression found on the southern coast of the state of São Paulo and Paraná. It is part of the social way of life of coastal rural communities, and its songs and dances are linked to work, entertainment, and religious festivals. Understanding the Fandango Caiçara through the lens of Folkcommunication, this article aims to reflect on the relationships within the communicational chain of this sociocultural practice, based on the map of mediations presented by Jesús Martín Barbero. As a methodology, it employs bibliographic research and analytical approaches to broaden perspectives on each element of the communicational chain. The results provide an adaptation of the map of mediations applied to the Fandango, thus offering possible analytical perspectives on popular cultural productions.

KEYWORDS:

Folkcommunication; Popular culture; Map of mediations; Fandango Caiçara.

Fandango Caiçara: una lectura desde la folkcomunicación y el mapa de las mediaciones

RESUMEN

El Fandango Caiçara es una expresión artística musical presente en la costa sur del estado de São Paulo y Paraná. Forma parte del modo de vida social de las comunidades rurales costeras y sus canciones y danzas están vinculadas al trabajo, al entretenimiento y a las fiestas religiosas. Comprendiendo el Fandango Caiçara desde la Folkcomunicación, este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre las relaciones de la cadena comunicacional de esta práctica sociocultural, basándose en el mapa de mediaciones presentado por Jesús Martín Barbero. Como metodología, utiliza investigación bibliográfica y de carácter analítico para ampliar las perspectivas sobre cada elemento de la cadena comunicacional. Como resultados, ofrece una relectura del mapa de mediaciones aplicado al Fandango, brindando así posibles perspectivas de análisis sobre producciones culturales populares.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación popular; Cultura popular; Mapa de mediaciones; Fandango Caiçara.

Introdução

O Fandango Caiçara é uma expressão artística musical presente no litoral sul do estado de São Paulo e no Paraná. Ele faz parte do modo de vida social das comunidades rurais litorâneas, e suas músicas e danças estão atreladas ao trabalho, ao divertimento e às festas religiosas. Segundo o IPHAN (2011), o Fandango Caiçara explora os saberes e fazeres dos indivíduos, a troca de ideias, os conhecimentos, as memórias e suas narrativas. Sua origem remonta à época da colonização, sendo introduzido no Brasil pelos portugueses e espanhóis que se estabeleceram na região. Entretanto, as formas de se fazer e viver o Fandango foram se adaptando ao contexto brasileiro, incluindo elementos africanos e indígenas, resultando em uma produção cultural híbrida (Canclini, 2008).

Como parte do DNA da cultura caiçara da região, essa prática sociocultural sustentou, por muito tempo, suas principais expressões sem uma interferência significativa do processo de globalização, mantendo vivas as tradições, definindo comportamentos e conectando pessoas de diferentes gerações, assim como sugere a chamada do dossiê temático desta revista. No entanto, tendo em vista que cultura é movimento e se adapta ao tempo e espaço, neste momento, o Fandango Caiçara tem sofrido transformações para sobreviver ao novo contexto social, especialmente com o uso das novas linguagens de comunicação no cenário da convergência midiática (Jenkins, 2008).

Até o início da segunda metade do século XX, o ritual do Fandango esteve intrinsecamente atrelado à religião e às festas da comunidade, e ocorria com os mutirões — eventos sociais que combinavam trabalho coletivo e ajuda mútua nos afazeres rurais. Com a implementação dos parques ecológicos e a impossibilidade dos afazeres rurais, hoje a prática já não tem mais essa finalidade social e, por isso, passou por uma fase de adaptação, aderindo aos formatos de shows artísticos com contratos e cachês. Nesse processo de transformação, com o objetivo de motivar e preservar a cultura, os fandangueiros, junto com instituições públicas, criaram um circuito anual de festivais que ocorre nas cidades de Guaraqueçaba, no estado do Paraná; Cananéia, Iguape e Ubatuba, em São Paulo.

Assim, este trabalho tem como objetivo compreender o Fandango Caiçara a partir da Folkcomunicação (Beltrão, 1980) e refletir sobre as relações da cadeia comunicacional dessa prática sociocultural, com base no mapa das mediações apresentado por Jesús Martín Barbero (2009). Como metodologia, faz uso de pesquisa bibliográfica de cunho analítico para ampliar os olhares sobre cada elemento da cadeia comunicacional, incluindo o mais recente uso das novas linguagens midiáticas. Como resultados, traz uma releitura do mapa das mediações (Barbero, 2009) aplicado ao Fandango Caiçara, oferecendo, assim, possíveis perspectivas para a produção e análise de comunicações populares.

O Fandango Caiçara como expressão Folkcomunicacional

O Fandango Caiçara é uma prática sociocultural que atravessa gerações e entrega elementos da cultura popular que comunicam o cotidiano, as memórias, visão de mundo e prazeres das pessoas que participam dele. Ao longo dos anos, as práticas artísticas do Fandango Caiçara passaram por transformações que o moldaram na forma como o conhecemos hoje. Por exemplo, a confecção dos instrumentos como Rabeca e Viola passaram a ser adaptados em sua construção, pois a extração de madeira da árvore caxeta passou a ser proibida em grande parte dos locais em que se ocorre a prática, devido às leis de preservação ambiental aplicadas ao território.

Sua prática ritualística estava profundamente ligada aos encontros sociais e as festividades da comunidade, sendo que uma das manifestações mais tradicionais do Fandango Caiçara ocorria ao final dos mutirões da colheita e da pesca. Durante esses mutirões, grupos se reuniam para ajudar uma família em suas atividades de plantio ou em qualquer evento que necessitasse do apoio coletivo da comunidade. Como forma de agradecer a ajuda recebida, os beneficiados organizavam uma festa ao final dos trabalhos, repleta de comida, bebida, música e dança.

Nesse contexto, o Fandango Caiçara ganhou força e significado, servindo não apenas como entretenimento, mas também como um espaço de convivência e fortalecimento dos laços sociais. Ao longo do tempo, essa tradição foi passada de geração para geração, carregando consigo sentimentos, memórias e a coletividade que definem o modo de vida das comunidades caiçaras.

Se observado com base nos Estudos Culturais (Fall, 2003), o Fandango Caiçara pode ser lido como uma prática cultural que resiste ao tempo e às imposições das lógicas globalizantes. Resiste porque há toda uma cadeia composta por narrativas que caracterizam as experiências e memórias de seus participantes e ancestrais, técnicas específicas como a fabricação de instrumentos e os modos de tocá-los, bem como as danças, que são passadas para as gerações com base nas tradições e conhecimentos adquiridos no próprio núcleo do Fandango Caiçara. Também há a organização de eventos que apresentam programação e conteúdos próprios, entre outros aspectos presentes, especificamente na região de Cananéia/SP.

Posto assim, o Fandango Caiçara faz parte da chamada cultura popular, que segundo os Estudos Culturais, trata-se de uma cultura independente, produzida pelo povo e para o povo, onde há a articulação das ideias e experiências específicas de um grupo social que não está totalmente alienado às lógicas globalizantes que buscam impor, com base no capital, uma cultura universal. Dizemos que não está totalmente porque elementos da cultura global acabam penetrando nas mais diversas culturas, por mais tradicionais que sejam. Entretanto, essa penetração não se trata de um movimento inerte, pois os atores sociais também fazem uso dos elementos dominantes para aprimorar suas práticas, como é o caso do uso das novas tecnologias da comunicação para divulgar conteúdos referentes ao Fandango Caiçara e outras tecnologias utilizadas para desenvolver e inovar técnicas das mais variadas.

Para melhor compreender essas nuances, especialmente no que se refere a comunicação presente no Fandango Caiçara, utilizaremos a Folkcomunicação (Beltrão, 1980), teoria genuinamente brasileira que se debruçou em compreender os modos pelos quais as culturas populares se comunicam.

De acordo com Beltrão (1980), a cultura popular é um meio fundamental de conhecimento e compreensão social, sendo uma prática que se atualiza, reinventa e reinterpreta seus modos de sentir, o que muitas vezes – e na maioria das vezes – não pode ser observado nos meios de comunicação dominantes. Nesse contexto, segundo o autor, a Folkcomunicação se trata de “um 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” (Beltrão, 1980, p. 24).

Na colocação de Beltrão (1980), é possível compreender o Fandango Caiçara como prática de um grupo rural marginalizado e também caiçara, por estar localizado em Cananéia, litoral sul de São Paulo. Aqui, é importante esclarecer que a palavra “marginalizado” não carrega o sentido pejorativo presente no senso comum brasileiro. Ela se apoia nos estudos da Escola de Chicago e da Folkcomunicação, que compreendem a pessoa marginalizada como alguém que vive em contato com culturas diferentes, não alienadas totalmente aos padrões dominantes. Para melhor compreensão, utilizaremos o conceito de cultura híbrida apresentado pelo teórico latino-americano Néstor Garcia Canclini (2008). A história da América Latina está imersa em eventos de tensão, exploração e violências, cometidos contra os grupos dominados. No Brasil, os povos originários e africanos com o período escravagista - e todos os demais períodos que se sucederam sem superação - foram brutalmente atacados em todos os seus saberes e características. Houve a investida para eliminar qualquer prática cultural, seja pela força física ou narrativa, como a ideia de que as religiões de matriz africana são coisas do demônio, para dar um exemplo ainda presente no senso comum.

Ocorre que, segundo Canclini (2008), as culturas híbridas nascem, sobretudo na América Latina, a partir de eventos como esses. Não é possível impor que uma pessoa deixe de acreditar na sua religião e passe a acreditar na religião dominante, e é nesse tipo de situação – e não só - que surgem as culturas híbridas, ou seja, culturas que existiam de formas separadas e que diante de um determinado contexto passam a ser praticadas em conjunto, muitas vezes de forma velada, emergindo delas uma nova prática cultural. Para continuar na ideia da religião, no Brasil surge a Umbanda, manifestação religiosa que envolve elementos de religiões de matriz africana, elementos do catolicismo e outros presentes no Brasil. Isso tudo para dizer que a pessoa marginalizada é aquela que, por alguma razão ou evento imposto, acaba tendo contato com diferentes formas de cultura, e a partir disso, pode produzir culturas híbridas.

Se olharmos para o Fandango Caiçara por essa perspectiva, podemos observar que também se trata de uma cultura híbrida, pois segundo o Dossiê de registro do Fandango Caiçara, produzido pelo IPHAN (2011, p.32), o termo fandango carrega uma história controversa

[...] trazendo em seu bojo a característica própria da dinâmica de sua constituição expressa em movimentos de idas e vindas, misturas e contaminações entre diferentes geografias, etnias e historicidades. Nesta direção, para alguns pesquisadores, o fandango teria origem árabe. Para outros, suas origens estariam na Península Ibérica, quando Espanha e Portugal ainda não eram reinos de fronteiras definidas, desde pelo menos o século XV” (IPHAN, 2011, p. 32).

Além disso, o Fandango Caiçara está intrinsecamente ligado ao catolicismo, pois muitas de suas festas, letras de música e narrativas carregam homenagem e citação a elementos do catolicismo, como é o caso do santo português São Gonçalo. Segundo o Dossiê do IPHAN (2011), a louvação de São Gonçalo é parte do Fandango, sendo comum o pagamento de promessa pelos bons dias de mutirão e festas. São Gonçalo também é conhecido como o santo protetor dos violeiros, papel fundamental na música do Fandango. Portanto, o Fandango Caiçara, como tantas outras práticas tradicionais brasileiras, trata-se de uma cultura híbrida.

Ora viva, ora reviva!
Viva, São Gonçalo, viva!
São Gonçalo de Amarante
Feito do pé de alfavaca

O homem que não tem rede
Dorme no couro da vaca
A chuva que vem do Norte
De longe se ouve a zuada

Vem acordando os devotos
No romper da madrugada
Ele foi cabarezeiro
Gostava das raparigas

Vamos bater a palminha
Pra roda se animar
Quem não canta e quem não
dança
Feijão preto sem farinha

Pra quem canta e pra quem
dança
Arroz, churrasco e galinha

São Gonçalo dentro
São Gonçalo fora
Diga a São Gonçalo
Que já vou-me embora.

Na letra de João Sereno, disponível no site letras.mus.br, é possível observar a menção a São Gonçalo e também às práticas alimentares comuns na região de Cananéia, e que fazem parte da cultura do Fandango Caiçara. O feijão preto sem farinha pode ser lido como uma punição para quem não participa da dança, já o arroz, churrasco e galinha, representam a premiação para os participantes. No início da música também é possível observar a menção ao cotidiano: o “homem que não tem rede dorme no couro da vaca”. Essa não é uma situação tão comum na contemporaneidade, mas representa os modos de vida dos ancestrais do grupo, ou seja, é conhecimento passado de geração para geração. Além disso, a própria música indica o que o evento da dança requer: bater palma para a roda animar, cantar e dançar, mencionar São Gonçalo dentro e São Gonçalo Fora, para manter o ritmo da dança. Posto assim, fica evidente que as músicas são veículos de comunicação sobre a cultura fandanguera, de modo geral.

De acordo com Beltrão (1980), os grupos marginalizados compartilham de semelhanças entre suas ideias e conectam-se pelo propósito comum de adquirir conhecimento e compartilhar com o seu grupo (e não só). Essa troca ocorre por meio da comunicação popular expressa em processo mímico, tátil, oral e gráfico, como forma de trocar ideias, experiências e sentimentos através de simbolismos especialmente populares. Beltrão apresenta a Folkcomunicação como um processo de estrutura artesanal e horizontal. Neste sentido, a comunicação interpessoal é fundamental no processo, uma vez que suas mensagens são elaboradas, decodificadas e transmitidas em linguagem simples e em canais familiares à audiência. Neste sentido, o Fandango Caiçara se torna uma ferramenta de comunicação que abrange diferentes formas comuns à Folkcomunicação. Como exemplo, podemos considerar as seguintes expressões: (1) mímica, por meio das danças e outros gestos comuns às rodas de Fandango; (2) tátil, pela utilização de instrumentos que dão o tom e o ritmo da manifestação; (3) oral, por meio das músicas e falas que revelam as narrativas e o cotidiano dos fandangueros e fandangueras; (4) gráfico, quando da utilização de materiais para a divulgação dos eventos e cultura de modo geral. Estudos mais recentes acerca da Folkcomunicação apresentam que a comunicação popular também se apropria dos meios massivos dominantes para propagar suas mensagens. Trigueiro (2008) denomina ativista

mediático o agente de comunicação folk que faz uso dos meios dominantes para produzir e veicular suas mensagens. Na prática do Fandango, é possível encontrar a participação de fandangueiros em produções massivas e também o uso das linguagens midiáticas digitais para a produção, armazenamento e propagação de conteúdos da cultura.

Desse modo, apresentaremos o mapa das mediações para refletir a comunicação do Fandango.

Os Mapas das Mediações

Entender a comunicação através de seus múltiplos aspectos de sentidos e não apenas pelos meios, onde a recepção também tem seu papel participativo e reativo dentro da produção, se faz fundamental para compreender as práticas socioculturais de diferentes culturas. Ao se referir a produção de Barbero acerca do mapa das mediações, Lopes ressalta que:

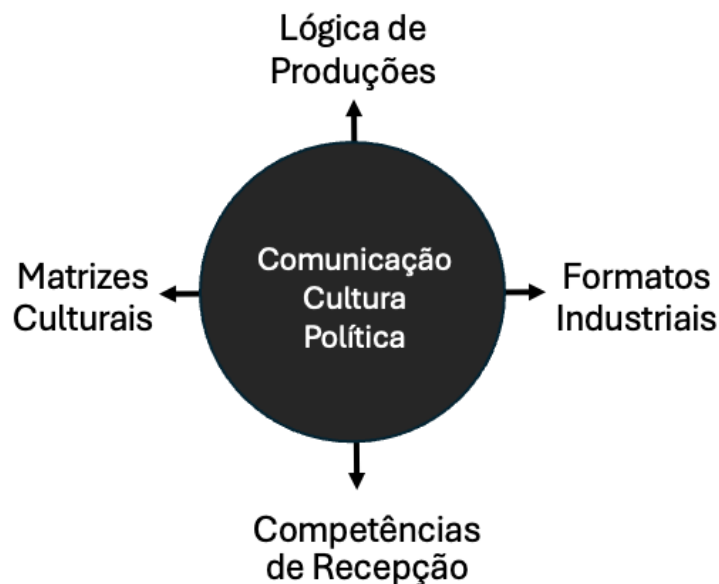
[...] foram necessários dez anos para tornar evidente que o que era realmente novo na teoria da recepção era propor uma abordagem que mostrasse a importância da mediação para os estudos de comunicação como um todo. Enfatizamos a perspectiva integradora e compreensiva dos estudos de recepção, uma vez que todo o processo de comunicação é articulado a partir das mediações (Lopes, 2014. p. 68).

Na obra “Dos Meios às Mediações”, Barbero (2009) coloca as diferentes influências em diálogo na construção da comunicação. Para tanto, o autor propõe uma sequência de mapas nomeados como mapas das Mediações.

O primeiro Mapa Metodológico das Mediações foi apresentado em 1987. No centro do mapa estão as mediações fundamentais para Barbero (2009), sendo elas a comunicação, a cultura e a política. Para o autor, essas mediações têm relações diacrônicas, ou seja, conservadas em sua ocorrência e evolução por meio do tempo, ou históricas, entre o que chamou de matrizes culturais (MC) e formatos industriais (FI). Segundo o autor, nestas relações as matrizes culturais se modificam ao longo do tempo e são alimentadas pelas novas criações, ao mesmo tempo em que servem de inspiração para a constituição de novas criações (Barbero, 2009).

No mapa, Barbero (2009) também apresenta as relações “sincrônicas”, ou seja, que ocorrem, existem ou agem exatamente ao mesmo tempo entre as lógicas da produção (LP) e competências da recepção (CR). Entre a geração de conteúdo e a aceitação da recepção, existe um importante espaço de debate, sendo que, para este trabalho, o mais importante é a consideração de que a recepção tem seu próprio entendimento e uma voz crítica ao conteúdo proposto. Cabe ressaltar que Barbero (2009) nomeou o primeiro mapa como Mapa Noturno, uma metáfora sobre o fato de que as mediações culturais não têm uma resposta definitiva ou caminhos claros sobre as mediações em si.

Figura 1: Intitulado como Mapa Noturno



Fonte: Adaptado de Lopes (2018a, o.16)

As reflexões de Barbero (2009) acerca do mapa de mediações continuaram ao longo dos anos. Isso porque, como lembra Lopes (2018a), os sistemas de comunicação ocorrem em diferentes formas e se modificam ao longo do tempo. Assim, Barbero (2009) passa, então, a revisar o processo de comunicação a partir do lugar da recepção e das resistências. Dez anos depois de 1987, no prefácio da 5ª edição da obra “Dos Meios às Mediações”, Barbero (1998) propôs novas mediações dentro do mesmo mapa que chamou de Segundo Mapa (Figura 2). Para o autor, as relações são:

- a) Relações entre as matrizes culturais (MC) e a lógicas da produção (LP), onde se tem um espaço para o debate da Institucionalidade;
- b) Relações entre lógicas da produção (LP) e os formatos industriais (FI), em que se tem a Tecnicidade;
- c) Relações entre formatos industriais (FI) e as competências da recepção (CR), sendo a Ritualidade;
- d) Relações entre competências da recepção (CR) e as matrizes culturais (MC), sendo a Sociabilidade.

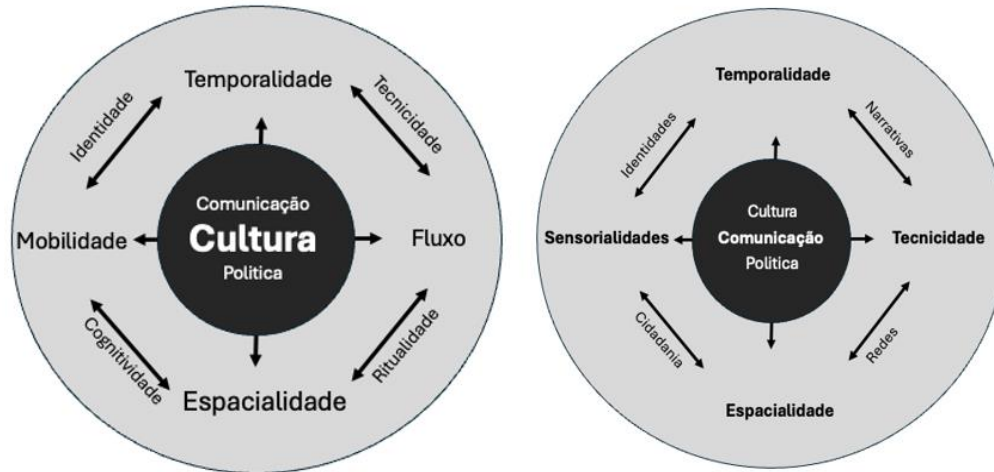
Figura 2: 2ª Mapa Metodológico das Mediações



Fonte: Adaptado de Lopes (2018a, p.17)

Dando continuidade aos mapas de mediações, Barbero (2009) ainda propõe mais dois mapas. No 3º, apresentado em 2010, o autor acrescenta novos eixos como a temporalidade, a espacialidade, a mobilidade, os fluxos e novas mediações: identidade e cognitividade. Em 2017, apresenta o 4º mapa, acrescentando os eixos da tecnicidade e sensorialidade, além das mediações: narrativas, redes e cidadania.

Figura 3: Mapas 3º e 4º



Fonte: Adaptado de Lopes (2018b, p.56 e p.58).

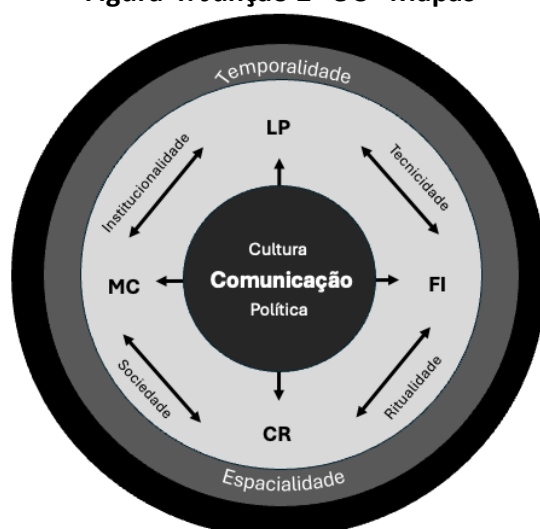
De acordo com Lopes (2018b), os mapas propostos por Barbero ao longo dos anos, servem como parâmetros para se pensar em novos formatos e lugares metodológicos, a depender da estratégia adotada pelo (a) pesquisador (a). Em suas palavras:

A incorporação desses mapas das mediações nos estudos de comunicação dá origem a novos lugares metodológicos. A apropriação dos mapas pelo pesquisador depende da estratégia metodológica que adotar em uma dada pesquisa empírica, de modo que a escolha pode recair em determinadas mediações e não em outras dependendo do destaque que ganham na abordagem analítica (Lopes, 2018b, p.60).

A partir da possibilidade de uso e adaptação apresentados por Lopes (2018b), que ressalta que a escolha de algumas mediações no lugar de outras dependerá da abordagem analítica, apresentaremos um novo mapa com as reflexões acerca da comunicação e do ciclo produtivo do Fandango Caiçara.

Assim, tomamos a liberdade de propor novas alterações, com base no 3º mapa – que é o que mais se ajusta ao olhar sobre a cultura Caiçara – com a inclusão da espacialidade e temporalidade encontrados no 4º mapa. Essa adaptação nos permitirá uma visão mais sistêmica da cultura e da comunicação do Fandango dentro da proposta de Jesús Martín Barbero.

Figura 4: Junção 2º e 3º Mapas

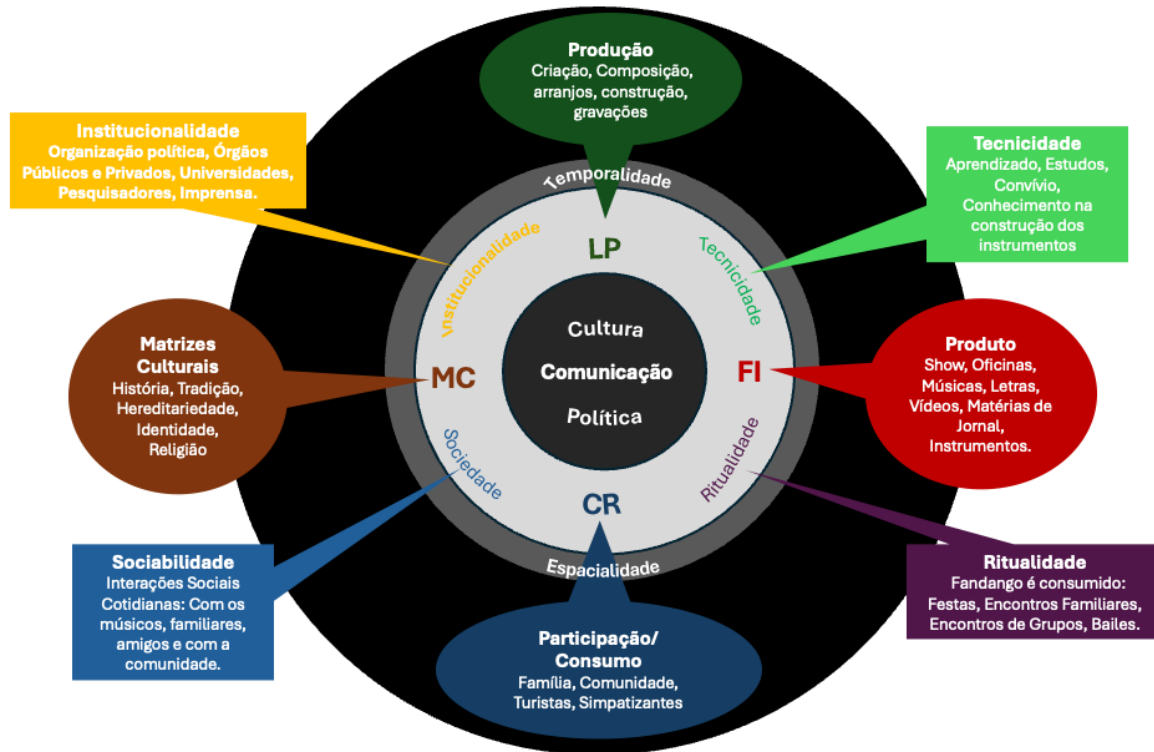


Fonte: Adaptação Lopes (2018b).

O mapa das mediações do Fandango Caiçara

Para compreender a comunicação e o ciclo produtivo do Fandango Caiçara selecionamos como ponto de partida as considerações acerca do 2º Mapa, acrescentando os eixos da temporalidade e da espacialidade propostos no 3º Mapa. Acreditamos que a temporalidade e a espacialidade são importantes na produção do Fandango Caiçara, que tem suas raízes marcadas no tempo e possui certos conflitos com as imposições globalizantes, considerando a perda territorial e a mudança no espaço, que atribuía sentido à sua prática ritualística. Nesse contexto, o mapa se apresenta da seguinte forma:

Figura 5 – O mapa da Comunicação e da Cultura do Fandango Caiçara



Fonte: Elaboração própria.

Neste mapa optamos por abolir as linhas, pois entendemos que as mediações podem partir de múltiplos pontos. Por exemplo, entre a LP e a FI pode haver a mediação da Ritualidade, que pode contribuir diretamente na forma do produto, como ocorre com o Fandango. Outro exemplo é o fato de que o próprio hábito dos encontros pode inspirar novas composições, assim como a Sociabilidade pode inspirar a produção ou o produto. Essas diferentes ligações e combinações podem estar presentes neste complexo sistema. Conforme destaca Lopes:

Portanto, de forma curiosa, mas não como mera coincidência histórica, as mesmas características da teoria da comunicação de JMB e do pensamento da complexidade e multiplicidade de Morin (2000) encontram-se presentes nesses conceitos operatórios que são o dispositivo, o rizoma e a cartografia, possibilitando que essa última funcione como método de análise e ferramenta para a desmontagem de dispositivos, uma vez que se orienta pelos mesmos princípios (Lopes, 2018b, p.47).

Para melhor compreensão, apresentaremos uma breve explanação dos principais pontos do mapa proposto.

Matrizes Culturais: As matrizes culturais são uma fonte intuitiva à produção e à criação. O Fandango Caiçara se desenvolveu pela hereditariedade recebida de seus antepassados, tendo suas origens nas matrizes culturais portuguesas e espanholas, recebendo também influência das culturas africanas e indígenas. A cultura Fandangueira apresenta a relação de sua comunidade com o território, especialmente dos seus antepassados, quando as festas marcavam a comemoração dos mutirões da colheita e da pesca.

Produção: A lógica da produção está ligada a construção do objeto. As criações e composições artísticas refletem suas visões do mundo, retratam uma vida rural simples, tendo a pesca, o plantio e a fabricação de instrumentos como fonte de subsistência. Elas são espelhos artísticos dos ideais da comunidade, sentimentos e emoções atrelados ao seu modo de olhar o mundo. Assim se constroem as culturas populares, como assinala Hall (2003).

Produto: O objeto imaterial, que no caso é a cultura do próprio Fandango. O Fandango, enquanto uma ideia que reflete os modos de vida de determinadas comunidades caiçaras, é entregue para o público por meio de produtos contidos em festas, músicas, shows, discos, instrumentos, vídeos, danças, matérias na mídia e outras expressões artísticas atreladas ao Fandango Caiçara. Esses produtos transitam entre o popular e o massivo. No que se refere a produção de instrumentos, músicas e outras expressões artísticas, em muitos casos, ainda mantêm o fazer artesanal, sem dispensar o uso de novas tecnologias, como apresenta Beltrão (1980) por meio da Folkcomunicação. O Fandango em si, como apresentado, é um produto Folkcomunicacional que envolve as diversas formas de comunicação popular para transmitir mensagens em canais familiares ao público.

Participação e Consumo: A recepção do público do Fandango advém de fortes ligações com suas matrizes culturais (LC), envolvendo fatores emocionais, ligações com o território, família, e a sociedade da qual participam. O Fandango, torna-se, assim, um cimento que une as pessoas que participam dessa cultura, e que Beltrão (1980) chamará de audiência Folkcomunicacional. Há também que considerar os turistas e os simpatizantes da cultura fandangueira que recebem experiências e mensagens de uma cultura diferente da sua. Para esses últimos, a conexão com o Fandango se dá, principalmente, pela sua apreciação estética, histórica e cultural. No que se refere ao consumo, devemos também considerar o consumo

de conteúdos do Fandango disponíveis em canais digitais, por meio da produção dos ativistas midiáticos (Trigueiro, 2008), ação que faz com que o Fandango alcance um público para além do seu território geográfico.

Institucionalidade: A institucionalidade se refere as entidades que agem em prol dos interesses coletivos e sociais. São considerados todos os agentes reguladores ou apoiadores, como normas internas dos grupos, órgãos públicos e privados, universidades, pesquisadores e imprensa, que lançam ações e olhares para o Fandango.

Tecnicidade: Se refere ao conhecimento, condição técnica ou habilidades específicas desenvolvidas para produzir o produto. Como técnica pode-se considerar a confecção dos Instrumentos, cantos, aprendizados, estudos, convívio, entre outros. Importa esclarecer que a tecnicidade também pode sofrer alterações conforme as necessidades. A produção da Rabeca – um dos principais instrumentos da música do Fandango – teve que ser reformulada por conta da impossibilidade do uso da madeira caxeta, cuja extração foi proibida devido a preservação ambiental da região. Assim, em muitos casos, a Rabeca passou a ser produzida com material comuns aos instrumentos industrializados, adaptando-se ao tempo e espaço.

Ritualidade: Modo de ser, os hábitos e as atividades diárias. No caso do Fandango são as Festas, os encontros familiares e de grupos. Importa esclarecer que o ritual é base da cultura Fandanguera que teve os mutirões de colheita e pesca como base de existência.

Sociabilidade: O universo da vida em sociedade, integração com outros seres humanos. No Fandango, se refere as interações sociais cotidianas com e entre os músicos, familiares, amigos e com a comunidade. Pode ser presencial ou através das redes. Entretanto, no caso do Fandango, a sociabilidade se dá, especialmente, de forma presencial, tendo a oralidade como principal forma de comunicação sobre a cultura. Como lembram Beltrão (1980) e Hall (2003), a oralidade é uma das principais formas de comunicação dos grupos marginalizados.

Temporalidade: A temporalidade se refere ao tempo, a duração de uma cultura. Como mencionado anteriormente, o Fandango preservou sua tradição por muito tempo, sendo atravessado pela cultura global mais recentemente. No que se refere ao contemporâneo, Lopes ressalta que

[...] a temporalidade contemporânea configura a crise da experiência moderna do tempo, que se manifesta na transformação profunda da estrutura temporal, no culto ao presente, no debilitamento da relação histórica com o passado e na confusão dos tempos que nos prende à simultaneidade do atual (Lopes, 2014, p.72).

Nesse sentido, a temporalidade é um ponto crucial para compreender o Fandango, que marca, por meio de suas expressões e cantos, diferentes épocas. Hoje a cultura se reorganiza em determinados pontos, garantindo assim a sua continuidade através de processos como a hibridação (Canclini, 2008) e o uso de canais digitais de comunicação.

Espacialidade: A cultura do Fandango está estritamente ligada à conexão das pessoas com o seu território, o que é possível ser observado nos eventos e nas produções artísticas. Ao abordar características específicas de sua região como o plantio, a pesca, a religiosidade e as práticas comuns aos eventos, apresenta sua íntima ligação com o território. Segundo Bertolo:

[...] o baile de fandango aparece assim como um momento de reforço das conexões comunitárias, reflexo das movimentações e interconexões, pessoais e familiares, que constituem um senso de comunidade e, por conseguinte, a própria noção de um Território Caiçara: Sendo mais que a localidade geográfica em que essas comunidades se estabeleceram, é o espaço onde as pessoas – e as comunidades como um todo – circulam (Bertolo, 2018, p.16).

Deste modo, buscou-se, por meio da adaptação dos mapas das mediações, refletir sobre os principais aspectos da cultura fandanguera, de modo a contribuir para a análise da comunicação das práticas populares.

Considerações Finais

Analisar a comunicação do Fandango Caiçara através da Folkcomunicação e do mapa das mediações de Barbero (2009), nos revelou a complexidade das produções populares. O Fandango Caiçara, como manifestação cultural regional, exemplifica como as culturas populares muitas vezes operam em um nível micro, criando e recriando suas expressões, especialmente para consumo local. O Fandango reflete a narrativa e o conhecimento de sua

própria comunidade, resistindo ao tempo e as modificações do espaço, ainda que incorpore elementos da cultura global.

Em suas considerações, Barbero (2009) evita conceituar diretamente o termo mediação, embora deixe evidências para sua interpretação. Com base em suas colocações, entendemos as mediações como uma relação ponderadora, provocativa e inspirativa na construção de um ideal, relações oriundas de diferentes áreas da nossa complexa trama de conhecimento e experiências, a fim de provocar o entendimento, o sentido e a conexão.

Estudar a cultura e comunicação do Fandango Caiçara através das mediações foi importante para compreendermos suas relações tanto internas como externas. Essas mediações revelam como as tradições locais se adaptam e resistem às influências externas, mantendo sua identidade enquanto interagem com um mundo cada vez mais globalizado. Identificou-se que a proposta do mapa das mediações e suas possíveis variáveis, serve também como um instrumento de análise sobre as culturas populares, especialmente no que se refere a comunicação. Assim, o estudo das culturas populares não apenas enriquece o nosso entendimento sobre a comunicação como um todo, mas também valoriza as particularidades e resistências culturais que compõem o mosaico cultural global.

Referências

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: 5ª ed. UFRJ, 2009.

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

BERTOLO, Gabriel. O Território do Fandango Caiçara: Lugares de Vida. **Argumentos**, v. 15, n.2, p.12-32, jul./dez. 2018.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

HALL, Stuart. **Da Diáspora**: Identidades e Mediações Culturais. Editora UFMG, 2003.

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Fandango Caiçara**: Expressões de um sistema cultural. Brasília: Ministério da Cultura/IPHAN, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. A teoria Barberiana da comunicação. **MATRIZES**, São Paulo, v.12, n.1, p.39-63, jan./abr. 2018b.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, n.43, p.14-23, set./dez. 2018a.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n1, p.65-80, Jan./Jun. 2014.

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

Comunidade Fanuel, mediação midiática e ativismo folkreligioso em Parintins/Am

*Adelson da Costa Fernando¹
Renan Jorge Souza da Mota²*

Submetido em: 30/09/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

Este artigo analisa a constituição do líder folkreligioso da Comunidade Católica Fanuel, em Parintins/Am, e sua atuação enquanto ativista midiático no facebook da referida comunidade. Esta é uma pesquisa qualitativa que adotou o método etnográfico e netográfico na descrição e interpretação das características do comunicador folkmidiático. Também fizemos uso da entrevista semi-estruturada. O estudo articula-se com a teoria folkcomunicacional de Luiz Beltrão; também dialoga com Recuero (2014) e Scherer; Farias (2018) sobre os aspectos básicos que promovem a comunicação no Facebook; com as noções de campo, em Pierre Bourdieu. Em meio ao interesse da grande mídia pelas manifestações do folclore surge o conceito de ativista midiático de Trigueiro (2013). Vislumbrar as práticas desses líderes, no facebook, é percebê-los como ativistas folkreligiosos que tem se apropriado das ferramentas e técnicas da rede social facebook, na transmissão do carisma da comunidade em questão.

PALAVRAS-CHAVE

Comunidade Fanuel; Facebook; Mediação midiática; Ativismo folkreligioso.

¹ Professor de Carreira da Universidade Federal do Amazonas/UFAM. Doutorado em Ciências da Religião pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO). Mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia/UFAM. Realiza Estágio Pós-doutoral no Programa de Pós-graduação em Jornalismo/PPGJor - Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR. É Vice-presidente da Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (REDE FOLKCOM). Professor e orientador de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA). Membro do Grupo de Pesquisa TROKANO/UFAM (Comunicação, Cultura e Amazônia) e Jornalismo Cultural e Folkcomunicação (UEPG). Correio eletrônico: acostaf@ufam.edu.br.

² Jornalista. Possui graduação em Comunicação Social/Jornalismo pelo Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia /UFAM. Mestrado pelo Programa de Pós-Graduação Sociedade e Cultura na Amazônia com o título da dissertação "A Comunidade Católica Fanuel no Facebook: um estudo da atuação de ativistas folkreligiosos em Parintins. Correio eletrônico: jornarenan21@gmail.com.

Fanuel Community, media mediation and folkreligious activism in Parintins/Am

ABSTRACT

This article analyzes the constitution of the folkreligious leader of the Fanuel Catholic Community, in Parintins/Am, and his performance as a media activist on the community's Facebook page. Qualitative research that adopts the ethnographic and netgraphic model for a description and interpretation of the characteristics of a folkmedia communicator. The study is articulated with Luiz Beltrão's folkcommunicational theory; it also dialogues with Recuero (2014) and Scherer; Farias (2018) on the basic aspects that promote communication on Facebook; with the notions of field, in Pierre Bourdieu. Amid the interest of the mainstream media in folklore manifestations, the concept of media activist by Trigueiro (2013) emerges. To glimpse the practices of these leaders on Facebook is to perceive them as folk-religious activists who have appropriated the tools and techniques of the Facebook social network to transmit the charisma of the community in question.

KEY-WORDS

Fanuel Community; Facebook; Media mediation; Folk-religious activism.

Comunidad Fanuel, mediación mediática y activismo folk-religioso en Parintins/Am

RESUMEN

Este artículo analiza la constitución del líder folk-religioso de la Comunidad Católica Fanuel, en Parintins/Am, y su papel como activista mediático en el Facebook de la comunidad. Investigación cualitativa que adopta el modelo etnográfico y netgráfico para describir e interpretar las características de un comunicador folkmedia. El estudio se articula con la teoría de la comunicación popular de Luiz Beltrão; también dialoga con Recuero (2014) y Scherer; Farias (2018) sobre los aspectos básicos que promueven la comunicación en Facebook; con las nociones de campo, en Pierre Bourdieu. En medio del interés de los grandes medios de comunicación por las manifestaciones del folclore, emerge el concepto de activista mediático de Trigueiro (2013). Vislumbrar las prácticas de estos líderes, en Facebook, es percibirlos como activistas folk-religiosos que se han apropiado de las herramientas y técnicas de la red social Facebook, para transmitir el carisma de la comunidad en cuestión.

PALABRAS-CLAVE

Comunidade Fanuel; Facebook; Mediación de medios; Activismo popular-religioso.

Introdução

O Brasil passa por uma transição religiosa acelerada, traduzida em parte pela diminuição percentual dos católicos e pela ascensão dos cristãos evangélicos. Esse cenário é de alerta para o Catolicismo (AZEVEDO; FERREIRA, 2018, p. 63). Em um contexto de mudanças tão intensas e num país estratégico para o Catolicismo, em razão da tradição e da extensão da sua presença, ainda sendo a religião predominante no país (IBGE, 2010, p. 91), a Igreja necessita dialogar com novos fenômenos e acontecimentos, entre eles o advento da tecnologia da informação, constituindo um novo ambiente no qual a Igreja deve transitar (SPADARO, 2012).

A presença e atuação das comunidades religiosas nas redes sociais têm se tornado um fenômeno marcante na interseção entre a tradição e inovação. No contexto específico, este estudo se propõe a analisar a presença da Comunidade Católica Fanuel nas redes sociais, com foco especial na atuação de seus ativistas folkreligiosos no Facebook. A convergência entre a espiritualidade carismática e a dinâmica digital revela um cenário intrigante, onde a fé se entrelaça com as possibilidades da era digital, moldando novas formas de expressões e engajamentos com os fiéis. Ao explorar as estratégias, desafios e impactos dessa presença online, pretendemos desvelar as complexidades e as oportunidades que emergem quando a religiosidade se conecta com as plataformas sociais, destacando o papel singular do facebook, como veículo folkmediático, apropriado pelos ativistas da Comunidade Católica Fanuel.

No contexto da Amazônia, onde essa pesquisa foi realizada, a Comunidade Católica Fanuel destaca-se como um exemplo intrigante de como as comunidades religiosas adaptaram-se às dinâmicas digitais, utilizando as redes sociais como ferramentas para disseminar seu sistema de crenças, sua fé e valores, até mesmo em lugares remotos, como é o caso deste campo de atuação. Outrossim, este estudo propõe uma análise sistemática da atuação de ativistas folkreligiosos dentro dessa comunidade, explorando como utilizam o facebook como plataforma de expressão e interação.

Neste sentido, dentro do contexto da comunicação, esse texto procurou analisar os processos pelos quais os líderes folkcomunicadores católicos vivem e atuam nas teias de significados da Comunidade Carismática Fanuel e como se constituem ativistas folkmediáticos no facebook, conhecendo suas estratégias utilizadas na veiculação de mensagens, crenças e carisma. Foram feitas entrevistas online com os líderes da referida Comunidade Carismática, incluindo a identificação, entre eles, de seus ativistas folkreligiosos, explorando as motivações, experiências e suas perspectivas em relação à participação nas redes sociais.

Facebook: campo de interações, compartilhamentos e disputas sociais

Em seu perfil oficial, o facebook se define como um produto ou serviço que tem por missão “oferecer às pessoas o poder da partilha, tornando o mundo mais aberto e interligado” (FACEBOOK apud CORREIA et al., 2014, p. 168). A referida plataforma pode ser caracterizada como um website, com a capacidade de interligar páginas de perfil dos seus utilizadores, tendo em vista que são nestas páginas que os mesmos publicam as mais diversas informações sobre eles próprios, e também ligam os seus perfis aos perfis de outros. Assim, a experiência do facebook proporciona três tipos de atividades iniciais aos seus utilizadores: “publicar informação pessoal relevante numa página individual com o seu perfil, ligar-se a outros utilizadores e criar listas de amigos, e interagir com outros utilizadores” (FLETCHER, 2010, p. 56). Recuero (2009, p. 171) detalha que as características fundamentais que promovem processos comunicacionais no Facebook incluem um sistema de “mensagens” que permite conversas privadas, bem como um “mural” que permite uma comunicação de caráter mais público, onde o usuário pode optar por deixar somente seus amigos as verem ou optar por deixá-las abertas para qualquer usuário. Outro sistema é a página inicial (fanpage) do Facebook onde exibe-se toda a informação que está especificamente relacionada com o utilizador, funciona como uma biografia do usuário, de forma centralizada e atualizada em tempo real, incluindo um calendário personalizado de eventos e um feed de notícias, onde as últimas interações com os amigos são mostradas por ordem cronológica. Os usuários publicam fotografias e nelas podem identificar e nomear outros utilizadores que fazem parte ou que estão presentes nessas fotografias; essa função é chamada de tag, que também é utilizada pelo Facebook para analisar o que está sendo mais comentado pelos usuários e

definir o que está em primeiro lugar no ranking de websites destinados à partilha de fotografias, com 48 milhões de imagens únicas (FLETCHER, 2010).

A partir dessas observações, podemos perceber que dentro dos estudos das Ciências sociais, a rede facebook se tornou uma grande ferramenta de observação do comportamento humano na modernidade, em uma ideia registrada pelo francês Le Breton (2018) onde ele defende que as tecnologias são extensão do homem; podemos dizer também, em termos sociológicos, que as mídias, nos dias de hoje, também são o próprio homem, ou a ação do homem; onde é possível observar suas relações nesses espaços virtuais, nesse “lugar e não lugar” (FERNANDO, 2018, p. 198), de forma visível e concreta.

Então, o Facebook se tornou uma rede social de comunicação e um destino para usuários interessados em procurar, partilhar ou aprender sobre determinado assunto (SCHERER; FARIAS, 2018), assim também como um meio de oportunidades para o trânsito e o movimento de ativistas folkmediáticos que percebem a possibilidade de desterritorializarem e virtualizarem suas concepções de mundo, suas crenças, suas ideias, ou seja, de saírem de seus espaços circunscritos, territoriais, e ampliarem suas extensões para alcançar esse público que já não faz mais parte só de um mundo territorializado, fixo, mas que também está nas ondas da internet de forma presente, atuante, participativo, ativo, virtualizado e ativista, para se consolidarem a uma nova esfera de relação social, talvez uma realidade aumentada (RA), que permite sobreposições virtuais à nossa visão da realidade, hologramas, ou o metaverso, ou seja, uma utopia futurista que une o virtual e real (RECUERO, 2014).

O Facebook pode ser considerado um microcosmo social que goza de certa autonomia, porque encontra-se nele uma lógica própria, leis e regras específicas, mas que é possível ser influenciado e relacionar-se com a sociedade mais ampla. É dessa forma um espaço virtual, midiático, onde ocorrem lutas, disputas, conflitos para se permanecer ou alcançar determinadas posições vistas como lugar de privilégios na visão do público interno e externo à comunidade. Posições como a do líder e dos consagrados da Comunidade Fanuel geram um olhar de grandiosidade e admiração pelos membros postulantes a uma posição de mérito, o que pode ser percebido como um lugar, um título de desejo, o qual esses procuram alcançar a todo custo. Tais posições são obtidas pela disputa de capitais específicos, valorizados de acordo com as características do referido campo religioso. “Os capitais são

possuídos maior ou menor grau pelos agentes que compõem os campos, diferenças essas responsáveis pelas posições hierárquicas que tais agentes ocupam” (PEREIRA, 2015, p. 350).

O facebook tem uma dimensão relacional; a dinâmica dele produz manifestações que estão em contínua relação e movimento. Na medida em que as pessoas se relacionam nesse ambiente, mesmo de forma organizada, há de supor a existência de confronto na busca pela consolidação e subversões de posições, luta pela conquista do espaço midiático e por capitais específicos, o que gera tensão entre os agentes envolvidos em tais relações e processos, nessa busca e procura intensa por poder. Isto porque, segundo Bourdieu, todo campo (e estamos pressupondo o facebook como um campo social e simbólico), “é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2004, p. 22-23).

Na dinâmica interna da página no facebook da Comunidade Católica Fanuel ocorrem disputas, dominação e legitimação dos bens simbólicos construídos ali, mas também se pode perceber como as relações são definidas e praticadas por esses adeptos da comunidade. Os lugares pré-definidos de cada integrante, nesse campo, não necessariamente reprime esse agente de determinadas decisões e posturas; dentro desse ambiente, porém, aceitar as regras do campo é fundamental para a aceitação e aprovação nele (BOURDIEU, 1989). Regras como obediência aos líderes, devoção às entidades adotadas pela comunidade, compromisso e maturidade, são elementos impostos pela e na Comunidade Fanuel que caracteriza a aceitação das normas, pela boa vontade em relação à cultura e às regras legitimadas (PEREIRA, 2015).

Assim, pressupomos que o conceito de campo deve ser utilizado quando nos referimos a “certos espaços de posições sociais” nos quais ocorre produção e consumo de bens (NOGUEIRA; NOGUEIRA, 2009, p. 31). Situando historicamente o conceito, afirma-se que, no interior dos setores e campos da realidade social, os líderes e adeptos do catolicismo carismático passam, então, a lutar pelo controle da produção (CATANI, 2004), e, sobretudo, pelo direito de legitimamente classificarem e hierarquizarem os bens produzidos.

Ativismo midiático na Comunidade Católica Fanuel

Esta investigação traz à superfície um debate sobre a figura do folkcomunicador carismático católico como um ativista folkmidiático, que transita e se articula no facebook da Comunidade Católica de Aliança Fanuel. Ou seja, além de abordar a constituição do facebook como um veículo folkmidiático, na perspectiva da Comunidade Católica Fanuel, o interesse aqui é entender a atuação do ativista folkreligioso na fanpage da referida Comunidade.

Fundamentando tal problemática, de acordo com Woitowicz (2014), diante da insurgência de novos canais de comunicação, possibilitados pelo progresso tecnológico e, sobretudo, pelo advento da internet, em escala global, bem como dos seus desdobramentos que, ao mesmo tempo que acelera, diminui distância e promove trocas simbólicas e materiais diversas de forma facilitada, os pesquisadores e estudiosos atuais da folkcomunicação vêm buscando repensar como as redes de relações cotidianas locais estão sendo nutridas na contemporaneidade e influenciam toda essa conjuntura maior de que fazem parte (JULIANI; JULIANI; SOUZA; BETTIO, 2012).

No bojo destes estudos, o pesquisador Trigueiro (2005; 2008; 2013) tem se destacado por atualizar o conceito de líder de opinião, pensado por Beltrão (2004), e traz, à superfície de nossa discussão, a concepção de mediador ativista. A distinção básica entre os dois conceitos emerge da constatação de que o primeiro desempenhava, primordialmente, uma função que agora não é tão mais necessária, em virtude do acesso das camadas populares à mídia. Era papel principal dos líderes de opinião trazer as novidades advindas de fora dos entornos comunitários, recodificando sua linguagem “estrangeira” à “narrativa” e vice-versa.

Com base nas referências teóricas de Trigueiro (2008, p. 48), suas compreensões foram fundamentais para o entendimento do folkcomunicador carismático da Comunidade Católica Fanuel, em Parintins/Am, como um “ativista folkmidiático”: ou seja, “é um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas”, apropriando-se das novas tecnologias de comunicação no sentido de fazer circular as narrativas populares nas redes globais. As redes sociais, de uma certa forma, possibilitaram um maior acesso democrático a conteúdos antes restritos aos detentores do poder (JULIANI; JULIANI; SOUZA;

BETTIO, 2012). Na cultura popular, os grupos marginalizados, conforme os estudos de Beltrão (1980), conseguiram ampliar, assim, as vozes excluídas nesses e desses meios, tornando-se verdadeiros ativistas nas mídias sociais.

Deste modo, ao nos possibilitar compreender sobre a atuação do líder carismático no facebook o abordaremos, nesta reflexão, como um ativista folkmediático; e ao articulá-lo à Comunidade Católica Fanuel, como base de pesquisa, o vislumbramos como um mediador folkreligioso, isto porque Trigueiro (2008) observou, no entanto, que tal papel e atuação desses referidos líderes tem sido desenvolvido, mais interessadamente na atualidade, por meio de tecnologias da informação e comunicação, cada vez mais democratizadas nas residências da população brasileira. Por outro lado, também propôs, por conta desta intensa convivência entre cultura local e midiática, que os ativistas folk vêm desenvolvendo outra forma de atuação comunitária, deixando de desempenhar essencialmente a função de agente intermediário da comunicação e incorporando outra: a de mediador ativista, ou como se queira chamar, de ativista folkmediático: este age motivado pelos seus interesses e do grupo do qual pertence na formatação de práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais e modernas.

O líder carismático folkmediático circula pelos espaços locais e globais mediando conflitos, hibridizando culturas, produzindo novos conteúdos simbólicos, ao incorporar na linguagem midiática aspectos culturais locais da comunidade, do grupo de referência, e vice-versa, num mundo interligado pelas tecnologias e/ou serve de ponte e facilitador entre comunidade e a sociedade mais ampla, retroalimentando-o através de conteúdos simbólicos que inserem nas redes de comunicação cotidianas (BEZERRA, 2016, p. 39). São mediadores ativistas que operam dispositivos de comunicação das redes de cooperações e solidariedades, entre populações de convivência próximas umas das outras, vinculadas por laço de parentescos, de vizinhanças, história de vida, como alternativa de sobrevivência individual e coletiva em regiões subdesenvolvidas da ruralidade (e das cidades também). Esses “mediadores operam em redes espontâneas de comunicação”, em diversas situações, “para suprir as deficiências das instituições formais locais de prestação de serviços públicos” (educação, saúde, segurança, cultura, comunicação, etc) ou privados (TRIGUEIRO, 2013, p. 698).

Mas é também importante ressaltar a figura do ativista midiático no processo de propagação da cultura popular: é o que Castells chama de “autocomunicação de massa”, ou seja, os meios digitais onde [...] as tecnologias de redes digitais permitem que indivíduos e organizações gerem seus próprios conteúdos e mensagens e os distribuam no ciberespaço, evitando amplamente o controle de corporações e burocracias (CASTELLS, 2015, p. 30).

É válido salientar que para ser um ativista em seu grupo cultural e político, o ator social não precisa ter alta escolaridade nem capital financeiro. A promoção a agente mediador da localidade ocorre pela proatividade deste e pelo reconhecimento das demais pessoas de que o ativista tem características interessantes para fazer negociações, articular mutirões e demandas sociais e elaborar conteúdos simbólicos locais. A linguagem, os simbolismos, as narrativas, tudo se refere ao carisma desterritorializado das comunidades católicas carismáticas nas mídias sociais (FERNANDO, 2018).

A própria Igreja Católica, institucionalmente, vem utilizando as redes sociais para se fortalecer entre os jovens. Além dessas manifestações institucionais, e entendendo os fiéis como parte da instituição, é possível encontrar no instagram e no facebook de muitos fiéis inúmeras hashtags que criam o senso de comunidade desejado pelos nativos digitais (AZEVEDO; FERREIRA, 2018, p. 63). O contexto religioso atual é permeado pela forte presença dos católicos nas mídias sociais, expondo nestas suas vivências religiosas.

Este estudo sobre o folkcomunicação religioso no facebook e seu ativismo midiático foi realizado na Comunidade Católica de Aliança Fanuel, localizada na cidade de Parintins (distante 360km da capital Manaus); pertencente a diocese local, segue os moldes das novas comunidades que se baseiam em novas inspirações adaptadas dos Institutos de Vida Consagrada da Igreja Católica e que teve apoio explícito do Papa João Paulo II que dizia que as Novas Comunidades são uma das “primaveras da Igreja”.

No que consiste à identidade da comunidade, eles se definem como uma comunidade que traduz sua atividade por meio das artes, com foco na música e na dança, o que fica claro quando apresentam o logotipo oficial, onde em uma cruz e abaixo da imagem (que é a face de Cristo), o significado “Fanuel” é expresso pela representação de uma clave de sol, símbolo musical.

A foto de perfil é o logotipo oficial completo, contendo na imagem o nome Fanuel, o qual a letra F é substituída pela cruz, símbolo da comunidade. Nesta cruz, podemos observar, em sua parte superior, em cruzamento, um círculo com faixas ao redor, que lembram raios solares, e no centro deste círculo está a imagem de um homem que representa “Jesus crucificado”. E em sua parte superior esquerda vemos traços silhuetes de uma mulher que quer representar a imagem de Maria que, é, segundo a religião cristã, a mãe de Jesus. E por fim, em sua parte inferior, temos a imagem de uma partitura musical chamada de clave de sol, o que simboliza para a comunidade sua relação com a música.

Figura 1: Logotipo da Comunidade Católica Fanuel



Fonte: Página da Comunidade Católica Fanuel no Facebook, 2023³

Em sequência da direita para a esquerda, a imagem é composta por uma imagem em silhueta de: a) Nossa Senhora, b) Crucifixo, c) Ostensório e d) Clave de sol. De acordo com os dados coletados, no vídeo o documentário “O Folkcomunicador Carismático em Parintins” (<https://www.youtube.com/watch?v=MH1Z6r5zMEQ&t=727s>)⁴, os significados de cada um, com substrato no depoimento do fundador José Edival (Fundador, entrevista concedida em 02 de janeiro de 2024) são os seguintes: a) Nossa senhora: a imagem e silhuete na região superior esquerda é de Nossa Senhora do Carmo, a primeira patrona da comunidade. Ela está ali naquela posição como a grande mãe que abraçou e intercedeu pela missão Fanuel: “ela

³ Disponível em: https://www.facebook.com/aliancaFanuel?locale=pt_BR. Acesso em: 22 de novembro de 2023.

⁴ Videodocumentário “O folkcomunicador carismático em Parintins”, produto jornalístico apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso em Bacharelado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Amazonas (Campus Parintins/Am).

nos acompanha desde o início”; b) Crucifixo: é o grande símbolo do catolicismo, é assim como nos novos moldes das novas comunidades, é usado na comunidade como uma pertença que nos lembra o grande sacrifício de Jesus, que foi na cruz em memória da salvação; c) Ostensório: dentro do crucifixo pode ser observado o ostensório que carrega a face de Deus, que dá nome a comunidade, pois Fanuel significa a “face de Deus”, então é a “grande mensagem por traz dessa missão, que busca ser como essa face”. E ao redor, os raios da salvação que emanam força; d) Clave de sol: é representado por um símbolo musical, onde eles, como servos tementes a Deus, veem nas artes uma forma de evangelizar, “de levar os cativos à redenção”.

Mediação midiática e o “ativista folkreligioso fanuel” no facebook

A era digital, global, tecnológica e cibernética mudou e muda a forma em que vemos o mundo, nos conectamos com ele e com as pessoas; rompeu fronteiras, mas também distanciou realidades e ideias. Assim, vemos que o futuro chegou, mas não para todos, pelo menos não de forma igual, o que de certa forma era esperado para uma sociedade tão desigual e díspare.

Mas há quem se equivoque em achar que tecnologia fez das pessoas “marionetes”, ou simples expectadoras como vista na refutada teoria da bala mágica, a teoria hipodérmica (WOLF, 2003), onde supunha que toda mensagem teria um efeito sem encontrar resistência do receptor. Neste tópico, iremos refletir justamente o oposto, a possibilidade desses populares (audiência), antes sem acesso a novas ferramentas, as mídias, se transformam em negociadores entre os meios e sua tradição popular.

Para isso, vamos primeiro entender o conceito de líder de opinião, que, dentro do que entendemos na atualidade, seria essa a primeira ação do homem em razão de sua influência sobre o coletivo, assim como as novas práticas tecnológicas que surgiram na contemporaneidade, principalmente no que diz respeito a forma de domínio sobre as mídias e sua aplicação para se comunicar com a sociedade mais ampla (GOBBI; BELTRÃO; MELO, 2007).

Seu perfil é marcado, na atualidade, justamente pelo uso dessas novas ferramentas, utilizadas pelas grandes empresas (uso da comunicação no sentido comercial), e que passam a

privilegiar o acesso às redes sociais em detrimento dos meios tradicionais de comunicação; adotam então este novo conceito que gera maior proximidade com o consumidor, que se torna cada vez mais assíduo dessas novas mídias. Com o surgimento das redes sociais, recebemos todos os dias uma carga de informações gigantescas, o que torna difícil filtrar o que realmente é necessário. É justamente nessa necessidade que as marcas usam, como aliados, a figura de alguém que tenha o domínio de chegar a esse público, utilizando da proximidade, para comunicarem ao máximo de pessoas possíveis sobre seu produto (BELTRÃO, 2002).

Ou seja, o líder folkreligioso da Comunidade Fanual é considerado uma figura que tem sua visão de mundo muito respeitada e, dessa forma, é utilizado pelos seus seguidores no processo de decisão; desta forma, é reconhecido como um modelo de opinião dentro da Comunidade, que recepciona dos meios de comunicação, interpreta, transmite e influencia por meios de suas ideias e de seus interesses. Este referido líder é tomado como um intermediário de opinião, que “transporta” informação através de fronteiras sociais entre grupos.

Na prática, isso acontece a partir do momento em que as pessoas se difundem em comunidades virtuais, em redes comunitárias, que fornecem informação, “adquirem juízo de pertencimento e constroem vínculos com outras pessoas que podem não conhecer pessoalmente, mas que compartilham dos mesmos interesses” (ALMEIDA; COELHO; JUNIOR; GODOY, 2017, p. 117). Interessante perceber que os líderes de opinião, os ativistas folkreligiosos da Comunidade Católica Fanuel, mostram a capacidade de criar redes e reunir seus próprios seguidores e lhes oferecer esses produtos advindos das marcas, e isso acontece justamente pela confiança que é depositada nesse líder carismático, fazendo com que o produto anunciado inspire também confiança e credibilidade. “No contexto da Internet, esses formadores de opinião gradualmente receberam o nome de influenciadores digitais, usuários com uma habilidade acima da média para influenciar outros” (ALMEIDA, COELHO, JUNIOR, GODOY, 2017, p. 117).

Mas voltamos um pouco aos primeiros impactos dos estudos a respeito do líder de opinião que acontece na década de 1940 nos Estados Unidos, quando o sociólogo americano Paul Lazarsfeld (1964) participa, juntamente com os pesquisadores Bernard Berelson e Hazel Gaudet, de uma pesquisa em Erie County, estado de Ohio, sobre a decisão de

votos dos eleitores. Nessa época, em especial, era bem comum a crença de que os meios de comunicação de massa desempenhavam um papel fundamental na escolha de voto do eleitor (LAZARFELD, 1964). Depois de vários meses de pesquisa, Lazarsfeld (1964) concluiu que os indivíduos apresentavam ser muito mais influenciados, nas decisões políticas, pelo contato face a face do que diretamente pela comunicação de massas. Eles reviram seus métodos e descobriram, então, um dos maiores marcos da história da comunicação: o papel do líder de opinião, alguém que fazia a ponte entre as mensagens dos meios de comunicação e o eleitorado.

Foram essas observações que despertou e guiou as primeiras abordagens de Luiz Beltrão sobre os estudos dos populares na teoria da folkcomunicação, sob a luz do papel do líder de opinião no Brasil. Segundo Benjamin (2011), no início da década de 1980, enquanto a maioria dos pesquisadores na área da comunicação estava voltada para a problemática da comunicação de massa e suas mensagens, o pesquisador Luiz Beltrão (1980, p. 49), que já havia estudado a comunicação jornalística, lançou o livro *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, no qual “buscou identificar na cultura popular um sistema pelo qual milhões de brasileiros que estavam fora da cultura erudita intercambiariam mensagens, informação e educação dentro de suas condições socioeconômicas”.

A “folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2002, p. 79). Nesse modelo, a comunicação é estruturada como um processo horizontal, ou seja, semelhante à comunicação interpessoal, pois suas mensagens são construídas por esse líder de opinião, que tem conhecimento de causa e faz parte do mesmo contexto da audiência, ainda que dispersa (BENJAMIN, 2008).

Então, endossado nos estudos do líder de opinião, Beltrão pensou a Folkcomunicação como esse intercâmbio simbólico entre a mídia de massa e a cultura dos marginalizados, do popular, de modo que as informações vindas da massa “encontra na audiência dispersa, um receptor especial - o comunicador de folk, o líder de opinião dos grupos sociais, aos quais escapam a linguagem e o significado mais profundo da informação transmitida” (BELTRÃO, 1980, p. 33). Beltrão, por meio desses estudos, percebeu o processo de tradução que existia sobre a mensagem que os grupos populares recebem dos grupos midiáticos. Isto é, o povo

assimila, a seu modo, algumas imagens da televisão, alguns cantos e palavras do rádio, traduzindo os significantes no seu sistema de significados. “Há um filtro, com rejeições maciças da matéria impertinente, e adaptações sensíveis da matéria assimilável” (BOSI, 1992, p. 329).

A folkcomunicação compreende as práticas populares, como também pode entender a ideia da comunicação de massa que são filtradas, “peneiradas”, “coadas”, selecionadas por um líder de opinião, que sendo parte do grupo e conhecedor do seu público, seleciona as mensagens de acordo com o interesse, curiosidade e necessidade da audiência (SANTANA; LUCENA FILHO, 2017).

Então, a partir do interesse da grande mídia, ou mídia de massa, pelas manifestações do folclore é que surge, para além do líder de opinião, a figura conceitual de ativista midiático, de Osvaldo Trigueiro; no dizer dele, esse conceito não nasce de um “estalo”, mas de seu conhecimento dos lugares, do entendimento dos saberes populares, nas trocas de conversas, e pelo entrosamento profundo dos seus rituais de passagem: assistindo casamentos, batizados, funerais e festas de aniversário; movimentando-se em diferentes momentos do tempo, de suas convivências. Tudo isso em anos de pesquisa empírica. Em uma palestra na XXI Conferência Brasileira de Folkcomunicação, que aconteceu no Centro de Artes, Humanidades e Letras da UFRB (Cachoeira/BA) – de 17 a 19 de agosto de 2023, Trigueiro ressaltou que “os ativistas fazem essa negociação dos conteúdos da televisão e das histórias tradicionais dolocal da região: são aqueles que são negociadores dos conteúdos midiáticos da indústria cultural das mídias para uma recodificação e ressignificação para o local”. Portanto, estão em processo de negociação permanente, pois nem tudo que chega pela mídia é de interesse; então, só as atividades que estão em constantes negociações são filtradas para o interesse local, para o grupo de referência, para a audiência específica. Como explica o ativista midiático Rodrigo Almeida, da Comunidade Carismática Fanuel, a mídia é usada como estratégia de negociação entre os conteúdos da massa e suas mensagens de forma criativa.

acredito que, por meio das mídias, a gente evangeliza aqueles que de alguma maneira se afastaram da tradição da igreja! Principalmente os jovens! Seguimos aquilo que o papa Francisco nos pede: “sejam criativos na evangelização”. A comunidade é uma comunidade jovem e por meio das redes sociais tentar alcançar o público que tem acesso aos meios sintéticos; isso também é uma forma de mostrar aos jovens e famílias que dá para ser um cristão contemporâneo sem perder a essência de ser de Deus! (entrevista concedida em 16 de fevereiro de 2024).

Esses sujeitos populares agem a partir de seus interesses, mas também do e pelo grupo ao qual lhe cabe na dinâmica do universo simbólico e das práticas das culturas hegemônicas, modernas. Sendo um narrador da atualidade, arqueiro do conhecimento e da identidade local, ilustre por ser o porta-voz do grupo social em que está inserido, transita entre as práticas habituais e atuais, para se inserir e se ajustar às novas tecnologias de comunicação como interlocutor e intercomunicador com a comunidade em questão, no sentido de veicular com proximidade simbólica, com tradução e interpretação de códigos do seu grupo referido, com linguagem inteligível, as narrativas populares na arena global.

No termo cyberteologia, de Spadaro, “o homem tecnológico é igualmente o homem espiritual. [...] Eis, portanto, o ponto-chave, a ligação inegável, profunda e radical entre tecnologia e espiritualidade” (SPADARO, 2016, p. 10). Entende-se que é possível encontrar uma dimensão espiritual, por meio da qual o homem pode expressar a fé numa nova espécie de ritual, num novo contexto de comunidade reunida, agora interligada pelas conexões da rede.

É perceptível quando Rodrigo Amazonas explica que comunicar o carisma é “anunciar o evangelho! Se antes o anúncio para as massas era através da voz nas montanhas e sinagogas, hoje nossas montanhas e sinagogas são as redes sociais e todas as suas ferramentas” (entrevista concedida em 02 de janeiro de 2024). O facebook foi mais evidente na pandemia, “porque observamos que nossa cidade tinha mais contato com essa rede! Usamos os programas, o entretenimento, a formação para anunciar a palavra de Deus e o carisma por meio do facebook” (entrevista concedida em 02 de janeiro de 2024).

Trigueiro, ao pensar o ativista folkcomunicacional, se preocupava também em entender como os artefatos tecnológicos entraram nessas comunidades, mas principalmente como eles vem tomando espaço dentro de suas práticas cotidianas, o que Santos (1997) chamou de microgeografias e suas localizações. A partir das observações empíricas sobre a Comunidade Católica Fanuel, a qual essa pesquisa se debruçou, sua existência e os primeiros contatos com a tecnologia nasce a partir desse ativista da folkcomunicação (o fundador Edival Carneiro), que começa sua trajetória nos movimentos culturais na cidade de Parintins, fazendo apresentações em arraiais e casas noturnas no ritmo de forró e bolero; o mesmo na

época apresentava-se como músico, com sua particularidade pelo instrumento teclado, o qual ficou bastante conhecido em toda a cidade.

Então, mesmo com seu afastamento como músico de outros estilos, o mesmo leva para a comunidade carismática católica, na qual se torna fundador, todas as suas habilidades em manejo dos aparelhos tecnológicos musicais (mesa de som, microfones, instrumentos diversos, cabeamento e etc); por meio desse contato é fácil deduzir sua abertura pelas preferências a outros meios de comunicação tecnológicos, que mais tarde foram implementados a essa comunidade até chegar no facebook.

Trigueiro (2013, p. 3) elucida o seguinte: para que haja consumo dos bens materiais e imateriais globalizados é necessário que exista o processo de negociações, da lógica de apropriação desses artefatos, dos bens simbólicos, da lógica de mediações de venda, de troca, de uso e consumo com as especificidades das cidades urbanas. Ou seja, todas as formas de comunicação que hoje fazem parte dos fluxos comunicacionais da Comunidade Fanuel, sejam elas aparelhos tecnológicos ou mesmo suas trocas boca a boca com a comunidade parintinense, são tensionalmente negociadas a partir da figura do ativista, que agrega as suas habilidades tecnológicas na construção de uma credibilidade, hoje reconhecida e legitimada às mídias digitais. A questão é justamente a habilidade de transitar entre o ambiente territorial e virtual.

No presencial, usamos a misticidade do carisma, usamos a oração e a partilha da convivência! Nas redes, usamos como ferramenta de atração para um aprofundamento no presencial! Uma forma de divulgar que existimos e que estamos esperando o povo de Deus! Nos adequando a linguagem contemporânea sem perder o sentido de santificação em uma terra estrangeira que é a internet (Rodrigo Amazonas, entrevista concedida em 16 de fevereiro de 2024).

Portanto, é mais uma alternativa de compreender essas “negociações”, de “apropriações das mensagens midiáticas” por comunidades locais (TRIGUEIRO, 2013, p.1), e como usam as novas redes de comunicação nos espaços modernos, como ferramenta de informação e de influência nos espaços tradicionais das novas comunidades católicas carismáticas em Parintins/Am.

Ainda nesse contexto, os ativistas folkmediáticos melhoram a cada contato com essas novas redes globais de comunicação, seus usos estratégicos de apropriação, sempre buscando

o conhecimento dessas novas ferramentas e as formas utilizadas em seus contextos. Na Comunidade Católica Fanuel, as novas mídias estão no dia a dia dos membros da comunidade, justamente como uma estratégia de engajamento nas redes sociais. Funciona da seguinte forma: em um determinado encontro dos “membros consagrados”, que envolve ritos de oração, ensaios de cantos para missas e apresentações de palco, é indispensável que seja feito, para além de suas práticas culturalmente planejadas, pequenos recordes em áudio e vídeo que são postadas instantaneamente no perfil oficial no facebook, e depois compartilhadas nos perfis de cada usuário que estava ou não presente naquela ocasião. Em um determinado momento, os mesmos até abdicam dos reels (vídeos construídos e editados com vídeos e músicas) para fornecer uma impressão de causalidade, fazendo posts de pequenos trechos do encontro, como momentos de pregação, oração ou cantos religiosos. Para eles, esse tipo de conteúdo “inocente”, pouco construído, causa muito mais engajamento nas redes sociais. Esse tipo de consciência é altamente estratégico, mesmo que esses ativistas não dominem, de forma profissional, o facebook ou as estratégias nele predeterminadas: podem utilizá-lo para oferecer ao seu público mensagens simbólicas sobre seu perfil.

Mas reforçamos que isso só é possível graças aos movimentos de apropriação e incorporação de bens culturais midiáticos, de onde emergem os mediadores ativistas da rede folkcomunicação, que estão inseridos nos novos contextos socioeconômicos das comunidades por meio das interações face a face e de suas interligações com outras tipologias de mediações, mas quase sempre predominando os relatos orais e os encontros presenciais (SANTOS, 2019). Existe a necessidade de estar em constante presença e reforço de seu domínio, ou seja, estão sempre atualizados com os fatos da grande mídia; não à toa conseguem transitar facilmente por vários temas sociais para que possam aplicá-los e traduzi-los sobre a interpretação dos acontecimentos locais. Segundo Trigueiro (2008, p. 47), “são atores sociais que saem da sua condição de anonimato (...) para ganhar uma condição de visibilidade nos espaços concedidos ou conquistados entre familiares, amigos, nos negócios, nos partidos políticos, igrejas, sindicatos, poder público, mídia e em tantas outras instituições de suas referências primárias e secundárias”.

Outra característica fundamental é a inovação, onde os ativistas folkmediáticos estão sempre se adaptando aos contextos e às dinâmicas culturais em seus entornos, como resultado dos processos das dinâmicas sociais “que frequentemente se esbarram dialeticamente entre o antigo e atual, entre o local e o global, entre o tradicional e o moderno” (TRIGUEIRO, 2008, p. 47). Compreende-se tradição, antiguidade e modernidade como categorias que se movimentam em termos de processo e como dinâmica social de uma comunidade em qualquer época da sua história.

Outro aspecto que vale atenção na dinâmica dos ativistas folkmediáticos, numa distinção com o líder de opinião, é justamente sua mediação múltipla de um mesmo espaço; para compreender melhor, vale lembrar que o líder de opinião de Lazarsfeld (1964) era um único líder, assim como o líder carismático de Max Weber (2004) era um grande líder, ou seja, temos a figura de uns personagens dotados de certos atributos particulares confiáveis; já os ativistas folkcomunicacionais pertencem a diferentes momentos, práticas, construções de um mesmo lugar, onde sua busca pelo reforço do poder é contínua e cheia de conflitos por posição. Mas não podemos ter a absolutez de generalizar todos os participantes como ativistas, pois existem diferenças a serem observadas. Trigueiro (2008) elucida que os constituintes da audiência são ativos, mesmo que todos não atuem com a mesma intensidade. Porém, existe ainda um tipo especialmente mobilizado que é justamente o indivíduo ativista. Então, o indivíduo ativo da Comunidade Católica Fanuel exerce uma ação, participa de atividade e está sempre em movimento. Por outro lado, o ativista é um militante que organiza, planeja a participação de outros nos movimentos, que se posiciona contra ou a favor de determinada situação.

Vale lembrar que as posições adquiridas nesses espaços dependem de uma negociação contínua, com e por esses ativistas midiáticos, o que não necessariamente exclui a possibilidade de um ativo emergir ao papel do ativista; ou ao contrário, podemos afirmar, de acordo com observações empíricas, que é justamente sobre a ótica de crescimento de poder, nesses espaços sociais, que dão a tônica na dinâmica existente ali dentro. O indivíduo ativo é visto por esses ativistas como “sujeitos em preparação”, ou em uma linguagem mais comum entre eles, em “discernimento”, que segundo o dicionário refere-se a um ato de fazer uma apreciação em relação a algo; é sinônimo de critério, escolha, reflexão.

A palavra tem origem no latim *discernere*, que significa colocar de parte, dividir ou separar. Ou seja, discernir é conhecer ou ver distintamente, avaliar, fazer a distinção entre duas ou mais coisas. O que podemos entender, quando vemos que a aceitação desse ativo está ligada às vontades do ativista folk, é que utiliza de sua força e credibilidade para com os demais, para decidir ou não a inclusão de um novo ativista. Como já vimos anteriormente, as dinâmicas dessas relações são conflituosas, tensas. A sensação de harmonia é muitas vezes interpretada, por esses futuros adeptos, como sendo um ambiente “perfeito”, visão que é mudada a partir da experiência com esse grupo. Quem explica essa questão é o fundador e ativista folkreligioso da Comunidade Católica Fanuel, José Edival (entrevista concedida em 02 de janeiro de 2024):

Algumas pessoas vêm para a comunidade, alguns curiosos, para saber como funciona e quando se depara com as dificuldades da missão, vão embora, saem; uns saem até mesmo contrariados porque achava que era uma coisa, mas encontra outra. Na verdade, a pessoa que vem pra comunidade tem que saber que ele vai se deparar com a missão de Cristo; nós seguimos o mestre. Então quando nós seguimos o mestre, nós vamos ter que passar pelas dificuldades do mestre, vamos ter que encarnar a vida de Cristo, e a vida de Cristo não é fácil; ele mesmo diz que: se quiseres vim após mim, tome tua cruz e siga-me! Então não é um caminho de felicidade, um caminho mágico que você chega, que já abriu a porta do céu e vai para o céu! Não é isso, é um caminho de muitas dificuldades.

Segundo Maurício Jr. (2011, p. 57), os líderes nem sempre são autoridades reconhecidas, mas “possuem carisma e alcançam a posição de conselheiros ou orientadores da estabelecida audiência folk”. Beltrão utiliza como parâmetro os estudos do norte-americano Paul Lazarsfeld, porém com um diferencial: Beltrão não considera o grau de instrução acadêmico como característica necessária ao líder de opinião, que submete os conteúdos recebidos ao crivo de ideias, princípios e normas do seu grupo.

Quanto a essa questão, o fundador José Edival (entrevista concedida em 02 de janeiro de 2024) traduz da seguinte forma:

muitos vêm com a intenção de que o carisma se adapte a ele, mas é o contrário: a pessoa quando entra em uma comunidade tem que se adaptar ao carisma, aquilo que o carisma pede e ele pede fidelidade, missão, renúncia das coisas para a santidade; mas as pessoas não querem isso, querem viver de uma forma diferente, então aqueles que suportam tudo isso, que passam por esse caminho continuam firmes na comunidade; e nós aqui junto com eles, sofremos, choramos; mas também nos alegramos muito e louvamos a Deus por tudo que ele dá a cada dia.

Com os avanços da sociedade contemporânea em termos de novos meios e formatos midiáticos, os ativistas folkmediáticos da Comunidade Católica Fanuel surgem nessas redes de conexões como indivíduos que saem de seu lugar circunscrito, territorial, anônimo, para ganhar condição de ativista, negociante da cultura midiática e cultura popular. O conceito de ativista midiático, de Osvaldo Trigueiro, é indispensável para o avanço dos estudos da folkcomunicação. Destaca-se aqui a importância de se observar as manifestações visíveis e não visíveis dos fluxos comunicacionais, da dinâmica do cotidiano do consumo, das invenções culturais midiáticas e populares, nos diferentes lugares, articulados por intervenções, sejam eles territoriais ou virtuais.

Considerações finais

O facebook, como uma das principais plataformas de rede social, desempenha um papel significativo na formação de comunidades virtuais e na disseminação de informações. O termo "folkmediático" sugere que o facebook não é apenas uma ferramenta de comunicação, mas também um espaço onde expressões culturais, identidades e práticas folclóricas podem ser compartilhadas e perpetuadas. Desta maneira, os ativistas folkreligiosos podem utilizar o facebook para promover e difundir suas crenças, práticas e eventos religiosos. Isso pode incluir a divulgação de cerimônias, mensagens espirituais, testemunhos e outros conteúdos relacionados à sua fé.

O engajamento nas redes sociais permite que esses ativistas folkreligiosos da Comunidade Católica Fanuel alcancem um público mais amplo, tanto dentro quanto fora de suas comunidades locais, contribuindo para a construção de uma identidade religiosa online. De outro modo, a criação de grupos fechados ou páginas específicas, como a fanpage da referida comunidade, pode proporcionar um ambiente mais controlado para a interação entre os membros da comunidade, ao mesmo tempo em que mantém uma presença pública para divulgar informações e atrair novos seguidores. Então existe, além dos impactos nos membros da comunidade interna, um movimento externo revelado pelo próprio impacto nas comunidades católicas parintinenses; se a Comunidade Católica Carismática Fanuel, em Parintins, estiver ativa no facebook, é possível que a plataforma tenha desempenhado um

papel na promoção de eventos religiosos locais, na comunicação com os membros e na divulgação de valores e ensinamentos da comunidade (como é o caso da trilha Fanuel, ações em escolas e praças públicas).

No contexto específico da atuação dos ativistas folkreligiosos, da Comunidade Católica Fanuel em Parintins/Am, essa plataforma desempenha um papel significativo na disseminação de suas mensagens e na promoção de sua causa. A diversidade de formatos de conteúdo (como textos, imagens, vídeos e transmissões ao vivo) oferece aos ativistas uma gama de ferramentas para expressar e compartilhar sua fé. A Comunidade Católica Fanuel criou e mantém comunidades virtuais dentro da plataforma, reunindo seguidores e simpatizantes em torno de sua causa e valores. Grupos, páginas e eventos no Facebook facilitam a organização de encontros e celebrações religiosas, mesmo à distância. O Facebook promove o engajamento direto entre os ativistas folkreligiosos e sua audiência. Comentários, curtidas e compartilhamentos ajudam a medir a recepção das mensagens e a aumentar a visibilidade. A interatividade proporciona uma sensação de participação ativa aos seguidores, fortalecendo os laços entre os membros da comunidade.

O Facebook permite que a Comunidade Católica Fanuel ultrapasse as fronteiras geográficas de Parintins, alcançando pessoas em todo o mundo. A divulgação global pode fortalecer a presença e influência da comunidade, possibilitando colaborações e trocas culturais com outros grupos religiosos.

Sobretudo, o Facebook não apenas serve como um meio de comunicação eficaz para os ativistas folkreligiosos, mas também desempenha um papel fundamental na preservação, promoção e evolução das tradições culturais e religiosas em um contexto digital.

Referências

ALMEIDA, M. I. S. de; COELHO, R. L. F.; CAMILO-JUNIOR, C. G., & GODOY, R. M. F. de. Quem lidera sua opinião? Influência dos formadores de opiniões digitais no engajamento. **Revista de Administração Contemporânea**. Rio de Janeiro, v 22, 2017.

AZEVEDO, B. M. M. de; FERREIRA, R. da S. Redes sociais e religião: um estudo sobre a experiência religiosa dos jovens na sociedade imagética conectada. **Numen**, [S. l.], v. 21, n. 1, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/numen/article/view/22122>. Acesso em: 5 nov. 2024.

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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

BENJAMIN, R. Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], n. 8-9, 2011. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/380>. Acesso em: 20 jul. 2024.

BEZERRA, Juliana Freire. **Folk-ativismo para o desenvolvimento local**: políticas e estratégias de comunicação na comunidade Padre Hildon Bandeira, João Pessoa-PB. 2016. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A gênese dos conceitos de habitus e de campo**. In: BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Lisboa: Difel, 1989.

BRASIL. IBGE. **Censo Demográfico de 2010**. Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. 2010.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra, 2015.

CATANI, Afrânio Mendes. Pierre Bourdieu: um estudo da noção de campo e de suas apropriações brasileiras nas produções educacionais. In: Congresso Português de Sociologia, V, Braga (PT), 2004. Actas. Braga, Portugal: Universidade do Minho, Braga, 2004.

CORREIA, P.; MOREIRA, M. **Novas formas de comunicação**: história do facebook - uma história necessariamente breve. ALCEU - v. 14 - n.28 - jan./jun., 2014.

FERNANDO, Adelson da Costa. **Nas teias do comunitarismo carismático católico**: uma análise sociológica da Comunidade Vida Nova em Parintins/Am. Tese (Doutorado em Ciências da Religião) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC/GO, 2018.

FLETCHER, Dan. **Facebook**: Friends (and Moms) Without Borders. Time, 20 de maio de 2010.
GOBBI, Maria Cristina; BELTRÃO, Luiz; MELO, José Marques. **Folkcomunicação** – a mídia dos excluídos / Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: — Rio de Janeiro: A Secretaria, 2007 — (Cadernos da Comunicação. Estudos; v. 17).

JULIANI, D. P.; JULIANI, J. P.; SOUZA, J. A.; BETTIO, R. W. **Utilização das redes sociais na educação**: guia para o uso do facebook em uma instituição de ensino superior. Novas Tecnologias na Educação 10(3), 2012.

MAURÍCIO JUNIOR, Cleonardo. Revisando o conceito de carisma: líderes pentecostais, entre o virtuosismo e o capital religioso, da dominação à performance. **Revista Todavia**, ano 2, nº 2, jul., 2011.

LAZARSELD, Paul. Os meios de comunicação coletiva e a influência pessoal. In: Panorama da Comunicação Coletiva. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.

NOGUEIRA, Maria Alice; NOGUEIRA, Cláudio Martins. **Bourdieu & Educação**. 3 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

LE BRETON, David. **Antropologia do corpo e modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2018.

PEREIRA, Elaine Aparecida Teixeira. **O conceito de campo de Pierre Bourdieu**: possibilidade de análise para pesquisas em história da educação brasileira. Florianópolis: Revista Linhas, v. 16, n. 32, set. dez., 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, vol. XXVIII, n. 68, 2014.

SANTANA, Flávio Menezes; LUCENA FILHO, Severino Alves de. A queijadinha de Dona Marieta em São Cristóvão/SE no contexto do Folktrismo como estratégia para o desenvolvimento local. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, Ano 21 n. 21, jan./dez. 2017.

SANTOS, Larissa Ferreira dos; VASCONCELOS, Sandra Maia; PERINOTTO, André Riani Costa. A midiaticização digital das quadrilhas juninas no Ceará: identidade, tradição, espetáculo e promoção turística. **Rev. Latino - Am. Turismologia / RELAT - Juiz de Fora**, (Brasil), v. 5, Jan./Dez., 2019.

SANTOS, Rojanira Roque dos. **O emprego do conceito de campo de Bourdieu na análise do Programa mais cultura nas Escolas.** EDUCERE. XII Congresso Nacional de Educação, 1997.

SCHERER, Angelo Luís; FARIAS, Josefa Gomes de. Uso da rede social facebook como ferramenta de ensino-aprendizagem em cursos de ensino superior. **Rev. Bras. Apend. Aberta**, 2018.

SPADARO, Antonio. **Quando a fé se torna social.** São Paulo: Pia Sociedade de São Paulo: Paulus, 2016.

TRIGUEIRO, O. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 4, n. 7, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e ativismo midiático.** João Pessoa: UFPB, 2013.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos.** Seminário Nacional de Políticas Públicas para as culturas populares, Brasília/DF, 2005.

WEBER, M. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva.** Brasília: Universidade de Brasília. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

WOITOWICZ, Karina Janz. Comunicação, cultura e resistência: da folkcomunicação aos estudos culturais, aproximações e diálogos entre Luiz Beltrão e Stuart Hall. **Razón y Palabra**, n. 87, julio-septiembre, 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Folkcomunicação no Cariri cearense: religião, turismo e comércio através da fotoetnografia¹

*André Riani Costa Perinotto²
Antônio Jorlan Soares de Abreu³
Vinícius da Silva Coutinho⁴*

Data de submissão em: 30/09/2024

Data de aceite em: 27/10/2024

RESUMO

Esta pesquisa busca registrar e analisar a presença da folkcomunicação em espaços religiosos, turísticos e comerciais no Cariri cearense. Trata-se de um estudo com abordagem qualitativa, unindo a folkcomunicação à fotoetnografia para o seu desenvolvimento. Tem como objetivo analisar a influência folk, da imagem do Pe. Cícero, ícone religioso nordestino, que transformou a região do Cariri cearense em um polo econômico e de turismo religioso, considerado o segundo maior centro de peregrinação religiosa no Brasil. Para tanto, analisamos 118 fotografias de nossa autoria, produzidas em 2022 e em 2024, nas cidades de Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha, no Ceará. Por fim, a partir da análise, compreendemos que a região possui seu aporte referencial de representatividade econômica, educacional, religiosa e turística provenientes da “fama” do padre.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Folkmarketing; Folkturismo; Folkarte; Cariri cearense.

¹ O trabalho foi realizado com o apoio da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

² Doutor em Ciências da Comunicação (UNISINOS). Professor Titular do Curso de Bacharelado em Turismo (UFDPar). Professor do Mestrado em Turismo da UFPR (Brasil). Professor do Programa de Pós-graduação em Gestão de Negócios Turísticos (UECE). Presidente da ABRATUR - Academia Internacional para o Desenvolvimento da Pesquisa em Turismo no Brasil. Correio eletrônico: perinotto.arc@gmail.com

³ Mestre em Ciências da Comunicação (UNISINOS), Mestrando em Turismo (UFPR). Graduado em Administração (FACIMP), Jornalismo (FACAP) e Turismo (UFPI). Correio eletrônico: prof.antonio.abreu@acad.ifma.edu.br

⁴ Mestrando no Programa de Pós-graduação em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos (UNEB). Especialista em Gestão de Marketing e Mídias Digitais (IESRSA). Graduado em Jornalismo (UESPI). Correio eletrônico: viniciuscoutinho96@gmail.com

Folk communication in Cariri, Ceará: religion, tourism and commerce through photo-ethnography

ABSTRACT

This research aims to record and analyze the presence of folk communication in religious, tourist and commercial spaces in Cariri, Ceará. It is a study with a qualitative approach, combining folk communication with photoethnography for its development. Its aim is to analyze the folk influence of the image of Father Cícero, a religious icon from the Northeast, which has transformed the Cariri region of Ceará into an economic and religious tourism hub, considered the second largest religious pilgrimage center in Brazil. To do this, we analyzed 118 photographs taken by us in 2022 and 2024, in the cities of Juazeiro do Norte, Crato and Barbalha, in Ceará. Finally, from the analysis, we understand that the region has its referential contribution of economic, educational, religious and tourist representativeness from the priest's "fame".

KEY-WORDS: folkcommunication; folkmarketing; folktourism; folkart; cariri cearense.

Comunicación popular en Cariri, Ceará: religión, turismo y comercio a través de la foto-etnografía

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo registrar y analizar la presencia de la comunicación folclórica en espacios religiosos, turísticos y comerciales de Cariri, Ceará. Se trata de un estudio con enfoque cualitativo, que combina la comunicación folclórica con la fotoetnografía para su desarrollo. Su objetivo es analizar la influencia folclórica de la imagen del Padre Cícero, icono religioso del nordeste de Brasil, que transformó la región de Cariri, en Ceará, en un polo de turismo económico y religioso, considerado el segundo mayor centro de peregrinación religiosa de Brasil. Para ello, analizamos 118 fotografías tomadas por nosotros en 2022 y 2024 en las ciudades de Juazeiro do Norte, Crato y Barbalha, en Ceará. Finalmente, a partir del análisis, nos damos cuenta de que la región tiene su contribución referencial de representatividad económica, educativa, religiosa y turística derivada de la «fama» del sacerdote.

PALABRAS-CLAVE: folkcommunication; folkmarketing; folktourism; folkart; cariri cearense.

Introdução

As narrativas orais, desenvolvidas pelos mais velhos que visita(ra)m a região do Cariri cearense, são voltadas para a religiosidade que se revelam através de pequenas lembranças (souvenirs), fotografias e da processualidade, que é o ato de locomover-se, seja a pé transportando algo como representação da graça alcançada e/ou de pés descalços e com o coração cheio de fé na busca de bênçãos, mas também, representado pelo entendimento de ex-voto, que peregrinam em ônibus de turismo, sejam eles em veículos sem muita segurança, ônibus de excursão que já ultrapassaram mais de três décadas ou em luxuosos veículos com ar-condicionado, poltrona reclinável com sistema de tevê e som.

Para além desta visão religiosa, ingressamos na visão pragmática que a região do Cariri cearense deixa muito exposta, que é a consolidação de uma região, edificada sob o conceito da fé, mas que devido a representatividade da sua figura mais emblemática “Pe. Cícero”, tornou-se um centro comercial, de intensa movimentação durante o ano todo, que além do turismo religioso abriga uma movimentação de formação acadêmica (universidades públicas e privadas), com a qual também tornou-se referência na educação.

A importância em trabalhar este tema parte das falas contempladas desde a infância, de que a região é um centro de romarias católicas, o que causou curiosidade dos pesquisadores em conhecer pessoalmente, e a outra parte de poder comprovar *in loco*, que não somente estavam corretos os mais velhos, como também foram surpreendidos pelo movimento econômico e turístico que o local representa. Junto a estas comprovações, foi possível identificar de forma natural e bastante significativa o uso dos elementos da folkcomunicação, distribuídos no folkturismo, no folkmarketing e, também, no folkarte.

A relevância de se investigar, é pautada por diversos ângulos, diversos vieses, diversos contextos, a constituição de uma região seca, árida e distante de grandes centros urbanos, como o caso da região do Cariri cearense, em segundo maior centro de peregrinação religiosa do Brasil, próspera no comércio, na educação, na cultura, nas artes e no turismo é traduzida não por ações de políticas públicas, mas sobretudo por um religioso que se tornou imagem folkcomunicacional de fé, religiosidade e persistência.

Diante disso, a pesquisa tem como objetivos compreender a presença da folkcomunicação em espaços religiosos, turísticos e comerciais no Cariri cearense, a partir, dos

objetivos específicos, que são: registrar fotograficamente espaços e manifestações culturais, analisar criticamente as imagens e identificar a presença dos elementos folkcomunicacionais na região estudada.

As fotografias são, enquanto memória, representação de acontecimentos, demonstração de fatos, revelam nuances que estão sendo expostas pela sensibilidade da folkcomunicação, a partir de suas ramificações (folkmarketing, folkturismo e folkarte), é a produção feita pelo povo para o povo. “De fato, a fotografia rapidamente se impôs como uma ferramenta da ciência moderna (Guran, [202?], p. 19), permeando as manifestações populares.

Para tanto, enquanto processo metodológico, realizamos uma pesquisa com abordagem qualitativa, guiada teoricamente pela folkcomunicação e, em conjunto, à fotoetnografia, realizada por nós autores em 2022 e em 2024. O *corpus* de análise é composto por 118 fotografias.

Assim, a pesquisa está estruturada da seguinte maneira: primeiramente, tratamos sobre o contexto e as contribuições de Pe. Cícero; depois, sobre a folkcomunicação e suas ramificações e sobre elementos da cultura cearense; em seguida, detalhamos o processo metodológico e, por fim, a análise das fotografias e dos processos folkcomunicacionais.

O contexto e as contribuições de Padre Cícero

Antes de adentrarmos nas contribuições de Pe. Cícero, no sertão cearense, posicionaremos a respeito da região do Cariri, que está localizada no sul do Estado do Ceará, é composta por nove municípios a saber (Barbalha, Caririaçu, Crato, Farias Brito, Jardim, Juazeiro do Norte, Missão Velha, Nova Olinda, Santana do Cariri), fazendo fronteira com o Estado de Pernambuco e ladeado pelo Piauí e pela Paraíba.

Em uma distância média de 600km de duas grandes capitais (Fortaleza e Recife). “As três cidades principais (Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha) mantêm vínculos estreitos tanto em termos de proximidade territorial quanto relacional, sobretudo pela relação de complementaridade socioeconômica no Cariri cearense” (Secretaria das Cidades, 2024).

Figura 1 - Cidades que compõem a região do Cariri cearense



Fonte: Governo do Ceará (2024)

Esta região foi criada com o intuito de reduzir as disparidades econômicas e sociais entre a capital, presente no litoral e as cidades no continente, principalmente aquelas mais distantes dos grandes centros urbanos e com características de caatinga e cerrado, locais mais castigados pelo clima seco e árido.

A proposta promoveu um desenvolvimento e apostas de investimentos, que também foi agraciada pelo fenômeno religioso e político de Cícero Romão Batista “Pe. Cícero”. O Cariri se constituiu como região metropolitana em virtude de ser a segunda região urbana mais expressiva do estado, dada com a conurbação formada pelos municípios de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, denominada de CRAJUBAR (Secretaria das Cidades, 2024). Posição talvez não alcançada sem a passagem e os feitos do religioso.

Este conjunto de ações, no contexto que denominamos de efeito Folkcrajuvar, as três maiores cidades que compõe a sigla, junto ao termo Folk, desenvolveram na região um movimento de produção, comercialização, turismo, religiosidade, onde a imagem de “Padim

Ciço” é identidade totêmica e símbolo de prosperidade, a contar da lenda da procissão com os candeeiros.

De acordo com histórias de moradores, registro de fonte oral, passada de geração em geração, um determinado comerciante, passando por dificuldades financeiras, foi ter com Pe. Cícero e disse-lhe que iria migrar para outra região, pois não estava obtendo sucesso em seu empreendimento (venda de candeeiros e utilidades do lar), e necessitava sustentar sua família. Em resposta, o padre disse que resolveria e que não haveria necessidade de mudar da cidade. Foi então que o padre criou a procissão de Nossa Senhora das Candeias, e que cada fiel deveria participar levando um candeeiro.

Diante do feito, o comerciante recebeu uma demanda maior do que a oferta existente, a festa virou tradição em Juazeiro do Norte, o empresário prosperou e não houve necessidade de migrar para outras paragens em busca de melhores condições.

A vida das pessoas está entrelaçada com a história de vida de Pe. Cícero, que por sua vez está inter-relacionada com o crescimento da região do Cariri, seus feitos, suas obras desde seu nascimento, tendo em vista que Cícero Romão Batista é nascido na cidade de Crato-CE, aos 24 dias do mês de agosto de 1844 e falecido em Juazeiro do Norte (Juazeiro do Pe. Cícero), no dia 20 de julho de 1934.

Destacamos que, para além da movimentação religiosa, “carro chefe” da região, têm-se um comércio pujante, proporcionado pelo intenso turismo, que iniciou no segmento da fé e que hoje também se destaca com o turismo nos geoparques, extensão dentro turismo que é denominada de roteiro integrado. Significando, também, conhecer (explorar) outros atrativos existentes em seu entorno, no caso do Cariri cearense, a união de três municípios (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha) que deu origem a nomenclatura CRAJUBAR, uma área conurbada, que devido ao processo de peregrinação religiosa alcançou em 2022, conforme dados do Censo demográfico, uma população de 492.203 mil habitantes (IBGE, 2022).

Juntas, estas cidades mantêm uma movimentação de turistas e um centro comercial em expansão, situação que pode ser comprovada pela instalação de empresas de grande porte no ramo de supermercados, shopping center e um aeroporto que atende a região do Cariri e adjacências. Como já citado, a chegada das universidades é mais um ponto de

reconhecimento da importância que a região carece, compartilhando entre si os 12 campi universitários, conforme último censo do INEP (2022).

A folkcomunicação e suas ramificações

A teoria folkcomunicação surgiu em 1967 com a pesquisa de doutorado do nordestino Luiz Beltrão, na Universidade de Brasília. Beltrão (1980) estudou os processos comunicacionais da cultura popular, caracterizados por suas expressões tradicionais produzidas pelo povo e para o povo.

Esse trabalho desenvolvido por Beltrão, é o grande responsável por uma teoria da comunicação genuinamente brasileira, que foi primeiramente reconhecida fora do país e depois ganha seguidores brasileiros que mesmo após sua morte, a mantém viva, atuante e altamente híbrida, comungando nos mais variados segmentos, seja no urbano ou rural.

Com o decorrer do tempo, pesquisadores passaram a identificar ramificações mais específicas da teoria folk, como por exemplo, o folkturismo, que segundo Campos e Lucena Filho (2012), materializa-se quando os elementos folclóricos/populares são utilizados como instrumentos de apoio na atividade turística. Principalmente, observados em contextos religiosos, como é o caso do nosso objeto de estudo, que as manifestações, em sua maioria, estão aliadas à imagem de Pe. Cícero.

Nesse sentido, os autores destacam que o turista/visitante se desloca de seu entorno habitual na intenção de conhecer ou vivenciar outras culturas. Assim, o folkturismo pode ser aplicado quando a visibilidade da cultura popular, principalmente em caráter religioso, contribui para a movimentação turística e, conseqüentemente, para o aquecimento da economia local, envolvendo a rede hoteleira, restaurantes e estabelecimentos de artigos religiosos e de recordação sobre o lugar visitado.

Nesse sentido, Silva e Lucena Filho (2020) entendem que a apropriação de elementos da cultura popular pela cultura massiva produz mensagens que possibilitam a promoção do turismo religioso, que, para Abreu e Coutinho (2023), agregam também novos elementos e incorporam a conduta de midiatização e os meios sociais nos processos das manifestações. Por isso, os autores sinalizam que as mudanças ocorridas tensionam visibilidade para o

turismo e agregam monetização aos envolvidos nos espaços onde acontecem as atividades religiosas.

Na visão de Dechandt (2011), a unificação dos espaços religiosos transformando-os em lugares para a prática do turismo religioso está alinhado entre a fé do turista e o sagrado do lugar visitado, desencadeando em casos de intensa peregrinação pelo mundo. Nessa movimentação turística religiosa, o registro fotográfico e a comercialização se desnudam de forma empírica, muitas vezes sem pretensões, alcançando circulações mediadas pelos mais variados canais de comunicação, implicando diretamente no comércio e na monetização.

Junto a esse cenário, manifesta-se também o folkmarketing, que se materializa quando os elementos da cultura popular são utilizados como objetos de mercantilização e/ou aliados à constituição das identidades visuais, com potencial criativo e buscando manter o negócio associado à tradição.

Essa estratégia de comunicação é aplicada em estabelecimentos físicos, com o marketing tradicional, mas, também, no marketing digital, em que folkmarketing e folkturismo podem andar juntos promovendo a visibilidade de ações, como realização de missas e procissões e até mesmo a venda de produtos ou a reserva para hospedagens online. Nesses processos, sejam no meio físico ou no online, como aponta Lucena (2009), o discurso organizacional sempre aparece relacionado aos elementos culturais específicos de cada região.

Segundo Santana, Tessarotto e Coutinho (2022, p. 01), “na sociedade midiaticizada os intercâmbios de mensagens populares se tornam ainda mais evidentes diante das interações sociais provocadas pelas novas diversas mídias sociais digitais”. Assim, os elementos folk atravessam as barreiras físicas, adentrando ao meio online, e podem ser visibilizados em todo o mundo, principalmente, por meio de fotografias e vídeos.

As artes não ficam de fora desse processo e também são desenvolvidas, atreladas aos elementos culturais de algumas regiões, a esse fenômeno chamamos de folkarte. Um dos seus exemplos, é a exposição artística visual do Centro Cultural Banco do Nordeste (CCBN), de Juazeiro do Norte, em que os quadros trazem imagens de Pe. Cícero, das fitinhas dos pedidos e outros elementos culturais da região.

A arte, produto considerado de gosto requintado e prestigiado pela elite, no revelar do tempo expõem-se em vários espaços, como forma de aproximar criatura, criador e inspiração da criação. A exemplo da exposição no CCBN, aberta ao público e totalmente gratuita, unem-se por meio da processualidade da hibridização, o popular e o erudito. De acordo com Schmidt (2008, p. 11), é um processo artesanal e horizontal, onde ocorre a comunicação interpessoal através de canais conhecidos pelos grupos rurais ou urbanos.

Por conseguinte, a comunicação permeia todos esses processos discutidos, nos signos e significados de cada manifestação e na própria divulgação de cada atividade ou local a ser visitado.

Procedimentos metodológicos

Quanto aos procedimentos metodológicos, esta pesquisa tem abordagem qualitativa e é guiada teoricamente pela folkcomunicação em conjunto com a fotoetnografia, realizada pelos autores em 2022 e 2024, nas cidades de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, no Ceará.

Segundo Goldenberg (2004, p. 17), a pesquisa qualitativa se volta para “o aprofundamento de um grupo social, de uma organização e outros e busca estudar aspectos da realidade que não podem ser quantificados voltando-se para o entendimento das dinâmicas sociais”. Minayo (2000, p. 36) destaca que o pesquisador deve adotar este caminho quando seu objeto busca revelar “significados da ação humana que constrói a história”.

Já a pesquisa fotoetnográfica envolve o uso sistemático de fotografias para coletar dados etnográficos, tendo em vista que as imagens podem revelar nuances e detalhes que podem não ser captados apenas através de textos escritos ou observações. Segundo Cavedon (2005, p. 21), juntas, “a fotografia e a etnografia requerem a capacidade de lidar com a emoção e de saber utilizar a mesma para o descortinamento de elementos recônditos no cerne do fazer científico”.

Nesse sentido, a fotoetnografia foi escolhida como método por, além de basear e contribuir com a análise proposta neste estudo, propiciar a catalogação e a memorização temporal dos espaços e elementos culturais que foram fotografados, é um processo de descrição e interpretação cultural. Servindo, ainda, como material para outras abordagens de

pesquisa, como também, promovendo o registro e a preservação das manifestações, ao contribuir com a própria documentação histórica das particularidades da região, materializadas pelas fotografias.

Assim, este tipo de pesquisa objetiva capturar e analisar aspectos visuais e culturais de um determinado grupo ou comunidade, nesse caso, das manifestações e espaços no Cariri cearense, permitindo, a nós pesquisadores, documentar e explorar visualmente os contextos sociais com uma dimensão mais rica e profunda das práticas e interações culturais que acontecem na região e envolvem. Embasados em Guran ([201?]), entendemos o grande potencial das fotografias na realização da pesquisa.

A fotografia feita “para contar” é aquela que visa especificamente a integrar o discurso, a apresentação das conclusões da pesquisa, somando-se às demais imagens do *corpus* fotográfico e funcionando, sobretudo, na descrição e na interpretação dos fenômenos estudados (Guran, [201?], p. 80-81).

Portanto, nesta pesquisa, a nossa formação em jornalismo nos auxilia em todo o processo fotoetnográfico, que requer um conhecimento técnico prévio para a captura das fotografias, como também, para a leitura e a análise crítica das mesmas as fotografias, a fim de compreender as práticas e os significados culturais representados à luz da folkcomunicação.

O Quadro 01 traz a organização do material produzido durante o processo fotoetnográfico, que aconteceu em dois momentos: primeiro, em 24 de julho de 2022, e, depois, entre os dias 31 de janeiro e três de fevereiro de 2024; contabilizando cinco dias de imersão na região. Para a composição do material de análise, realizamos uma seleção prévia das fotografias, descartando, por exemplo, imagens similares ou duplicadas e, em seguida, organizamos o *corpus* por data, local e horário, contabilizando, após esta sistematização, 118 fotografias.

Quadro 01: Organização do material para análise Folk e Fotoetnográfica

Data	Local	Quantidade de Fotografias	Elementos Folkcomunicacionais
24/07/2022	Teleférico do Horto	10	<ul style="list-style-type: none"> ● Imagem de Pe. Cícero; ● Imagens do povo e da cultura cearense; ● Nome da estação: “Beata Maria de Araújo”. ● Folkmarketing - nome da sorveteria ambulante: “Meu padim - sabor e fé”.
24/07/2022	Estátua - Horto do Pe. Cícero	02	<ul style="list-style-type: none"> ● Imagem de Pe. Cícero; ● Fitinhas de pedidos.
24/07/2022	Museu Vivo	05	<ul style="list-style-type: none"> ● Ex-votos; ● Imagens relacionadas às bênçãos alcançadas.
31/01/2024	Teleférico do Horto	03	<ul style="list-style-type: none"> ● Imagem de Pe. Cícero; ● Painéis com fotografias da estátua no horto.
31/01/2024	Praça Pe. Cícero	04	<ul style="list-style-type: none"> ● Imagem de Pe. Cícero e a Beata Maria Araújo; ● Obelisco em homenagem ao Pe. Cícero no centro da praça com uma estátua.
31/01/2024	Memorial Pe. Cícero	01	<ul style="list-style-type: none"> ● Folkturismo religioso.
31/01/2024	Estátua - Horto do Pe. Cícero	06	<ul style="list-style-type: none"> ● Imagem de Pe. Cícero; ● Escritos em paredes; ● Fitinhas de pedidos.
31/01/2024	Santuário do Sagrado Coração de Jesus	07	<ul style="list-style-type: none"> ● Preceitos ecológicos Pe. Cícero; ● Folkturismo religioso.

31/01/2024	Capela do Socorro	06	<ul style="list-style-type: none"> ●Vitral imagem de Pe.Cícero; ●Folkturismo religioso; ●Túmulo do Pe. Cicero.
31/01/2024	Comércio Popular	18	<ul style="list-style-type: none"> ●Folkturismo religioso; ●Folkmarketing.
31/01/2024	Igreja de Nossa Senhora das Dores	02	<ul style="list-style-type: none"> ●Museu paroquial; ●Folkturismo religioso.
31/01/2024	Centro de Apoio ao Romeiro	02	<ul style="list-style-type: none"> ●Comércio com lembranças do Pe. Cícero e de Juazeiro do Norte; ●Folkturismo religioso.
31/01/2024	Centro Cultural Banco do Nordeste (CCBN)	06	<ul style="list-style-type: none"> ●Folkarte religioso.
01/02/2024	Igreja de São Francisco das Chagas	12	<ul style="list-style-type: none"> ●Caminho das almas; ●Folkturismo religioso.
01/02/2024	Centro de Juazeiro	02	<ul style="list-style-type: none"> ●Folkmarketing; ●Estabelecimentos com o nome em homenagem ao Pe. Cícero; ●Imagens do Pe. Cícero (nos mais variados tamanhos) logo na entrada dos estabelecimentos comerciais.
02/02/2024	Procissão de Nossa Senhora das Candeias	28	<ul style="list-style-type: none"> ●Folkturismo religioso; ●Folkmarketing; ●Folkcomunicação.
03/02/2024	Igreja Bom Jesus do Horto	04	<ul style="list-style-type: none"> ●Folkturismo religioso
Total	118 fotografias		

Fonte: Os autores (2024)

Além disso, ainda no Quadro 01, apontamos de forma inicial alguns elementos folkcomunicaçãois presentes capturados em cada lugar visitado, como folkturismo,

folkmarketing e folkarte. A seguir, discorreremos sobre a presença folk, a partir da análise das imagens.

Folkcrajuar: o que as fotografias revelam?

A representação da nomenclatura Folkcrajuar é traduzida a partir da junção dos elementos folk presentes na região do Cariri cearense, especificamente nas cidades de Crato, Juazeiro e Barbalha, uma técnica mnemônica de memorização de informações.

Em razão da forte influência religiosa, partindo principalmente dos feitos realizados por padre Cícero, a região se tornou uma área de grande peregrinação católica, que ao longo do tempo aglutinou elementos ao folkturismo, folkmarketing e folkarte, criando uma identidade peculiar, advinda da devoção religiosa, reconhecida, inclusive, pelo apelo popular à categoria de “santo”. Este reconhecimento, que surgiu no seio da comunidade marginalizada, é a sublimação da folkcomunicação, dando reconhecimento e identidade à pessoa de Pe. Cícero ou, simplesmente, padim Ciço.

Personagem imortalizado no nordeste brasileiro, através de elementos que fizeram parte de sua história, sua personalidade enquanto sacerdote. O uso do cajado, do chapéu e da batina preta, figuras totêmicas que se fazem presentes nas toalhas de rosto, estampas de camisetas, velas, nomes de ruas, praças, restaurantes, hotéis, pousadas, embalagens de picolé, comércio de açaí, teleférico, fitinhas, memorial e uma infinidade de réplicas de sua imagem nos mais diversos tamanhos.

É praticamente impossível andar pelo Cariri cearense e não notar que por todo canto as imagens do padim Ciço estão espalhadas, seja nas casas populares, nas praças, na entrada de estabelecimentos, independentemente de serem franquias ou multimarcas (local, regional ou nacional). Das mais variadas formas, a imagem se faz presente e se destaca como protagonista entre os elementos culturais da região.

As fotografias revelam a identidade da urbe, comunicada através das imagens que simbolizam a vida e obra do padre Cícero. Antes mesmo de subir ao horto do padim Ciço, sua presença é notada no terminal rodoviário, onde além das inúmeras imagens de gesso, o orelhão tem o formato do cajado e do chapéu que eram utilizados pelo religioso.

Tão logo inicie o deslocamento pela cidade em direção aos pontos que não podem faltar na rota do turista/peregrino, é inevitável o confronto com nomes de ruas e estabelecimentos comerciais homenageando o padre. A colina do Horto, visível praticamente de qualquer ponto da cidade, se destaca pela estátua de 30 metros a contar de sua base. A escultura apresenta o padre de pé, com a mão direita apoiada no cajado e a esquerda segurando o chapéu, com um olhar contemplando a chapada do Araripe cearense, bem como as cidades em seu entorno.

Envolta do monumento um carretel de fitinhas, que segundo a tradição ao ser utilizada é feito três pedidos seguidos de três nós. A mesma ritualística é praticada em volta do cajado, os peregrinos em fila indiana, um a um se espremem entre a estátua e o cajado para dar três voltas e fazer três pedidos, após a graça alcançada, retornam à Juazeiro do Norte para agradecer ao padim, e como forma de materializar este momento, trazem um ex-voto.

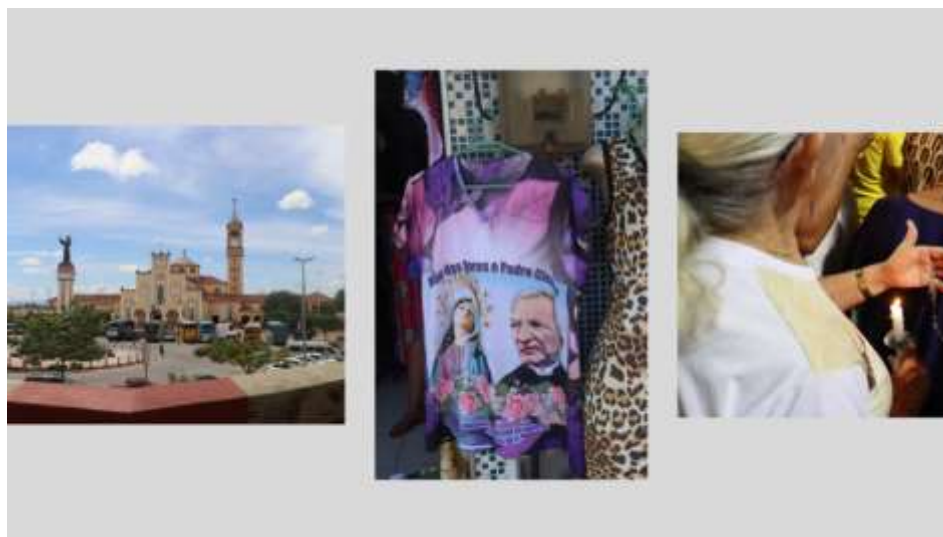
O complexo na colina do Horto contabiliza também uma igreja, um museu que narra a vida do padre Cícero, além de diversas barracas de produtos religiosos, mais galerias comerciais na base da estátua, restaurantes e barracas de lanches. A igreja do Horto, um projeto em vida do padre, está praticamente concluída. No dia 03 de fevereiro de 2024, após 130 anos do início de sua construção, o templo que leva o nome de Bom Jesus do Horto, recebeu uma cerimônia de dedicação – uma espécie de abertura oficial. No sonho do padre Cícero o templo deveria ser dedicado ao Sagrado Coração de Jesus, e deveria ser construído onde hoje abriga sua estátua.

Neste templo, que após vários contratempos foi edificado, tornou-se mais um ponto de romaria. As celebrações são realizadas todos os dias e o projeto é estender um pouco mais as dimensões da igreja. Além desta igreja, outros templos na cidade de Juazeiro são pontos turísticos obrigatórios, é o caso da igreja de Nossa Senhora do Desterro, local onde teria ocorrido a transmutação da hóstia em carne e sangue, também encontra-se sepultado o padre e é ponto de partida da procissão em homenagem à Nossa Senhora das Candeias (inventiva de Pe. Cícero), a igreja de Nossa Senhora das Dores, matriz e local de chegada da procissão das Candeias (02/02), igreja de São Francisco das Chagas, com o passeio das almas e a igreja do Sagrado Coração de Jesus.

Um movimento intenso de peregrinos circula durante todos os dias, sendo mais intenso em cinco épocas do ano, Festa das Candeias (02/02), Romaria em memória da morte de padre Cícero (20/07), Romaria de Nossa Senhora das Dores (10 a 15/09), Romaria de São Francisco (24/09 a 05/10) e a Romaria do Ciclo Natalino (23/12 a 06/01). Instituída em 2019, a Lei nº 16.927 de 09/07/2019, inclui no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, dez datas de romarias.

Essa movimentação traduz-se em praticamente todo o ano, com intenso deslocamento, promovendo intercâmbios culturais e financeiros, ao tempo em que as relações folkturísticas, de folkmarketing e folkartísticas se materializam. As fotografias a seguir evidenciam, por exemplo, elementos dessa movimentação turística movida pela fé, com diversos veículos em frente à igreja; os itens à venda, sempre com a reprodução da imagem de Pe. Cícero, em pontos próximos aos santuários que recebem os turistas mostram também as intersecções do folkturismo com o folkmarketing; e, também, nos elementos mais tradicionais do catolicismo, como o pagamento de promessas e as procissões, que, como a luz das velas, mantém acesas também a crença e a fé.

Fotografias 01, 02 e 03: Exemplos de Folkturismo religioso



Fonte: Os autores (2024)

Já a aplicação do conceito de folkmarketing pode ser visualizada perfeitamente nas fotografias abaixo, que demonstram a apropriação de elementos da cultura popular no contexto do marketing, que, como aponta Lucena Filho (2009), tem a finalidade de promover a venda e/ou a visibilidade do negócio, aliando-se, nesses casos, à imagem de Padre Cícero.

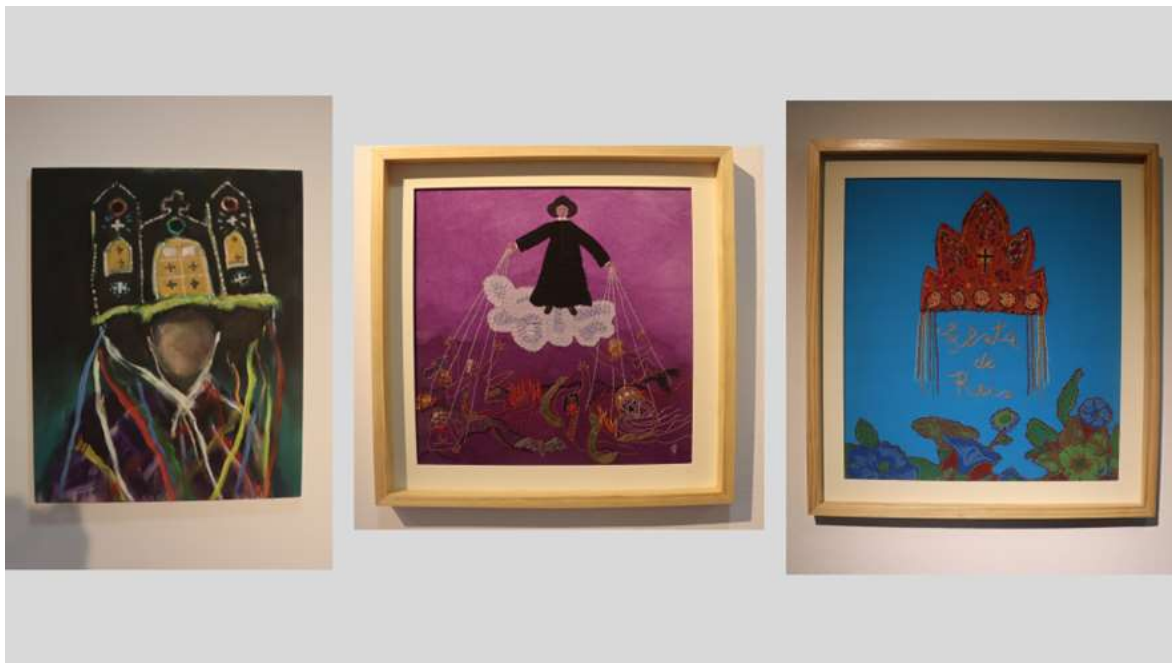
Fotografias 04, 05, 06 e 07 – Exemplos de Folkmarketing no Cariri cearense



Fonte: Os autores (2024)

O Açaí Expresso Cariri e a Pousada Raio de Luz utilizaram a imagem do padre para comporem a divulgação dos estabelecimentos. Já o empreendimento Meu Adim, além de ter uma *persona* com o padre em formato ilustrado, traz o *slogan* “sabor e fé”. O Governo do Estado do Ceará não fugiu à regra e também utilizou a silhueta do Pe. Cícero em todas as cabines do teleférico do horto.

Fotografias 08, 09 e 10: Exemplos de folkarte



Fonte: Os autores (2024)

Por fim, nas fotografias acima, temos as aplicações do conceito de folkarte nas obras do CCBN, como já citamos. Os quadros mostram o trabalho minucioso e manual, que colocam mais uma vez a religiosidade como foco, na cabeça das pessoas, tendo o Pe. Cícero como elemento de destaque. Estreitando os laços entre a religiosidade e a arte.

Considerações finais

Conforme Cavedon (2005), a fotografia oferece diversas interpretações, sendo extremamente relevante que os trabalhadores envolvidos em um processo específico reflitam sobre suas experiências, estimulados pelas imagens, assim, a pesquisa evidencia que a folkcomunicação permeia todos os processos discutidos, nos signos e significados de cada manifestação e na própria divulgação de cada atividade ou local a ser visitado.

O papel da fotografia como documento e o trabalho dos pesquisadores destaca os processos de comunicação, da religiosidade, do marketing, do turismo, no território estudado.

Foi a partir da análise das fotografias que obtivemos o entendimento dos elementos que permeiam o universo folk, sabemos que a fotografia em si não possui discurso, contudo permite múltiplas observações, entendimentos e interpretações com discursos nela, sobre ela e através dela.

Assim, diante desta pesquisa, além de contribuir com os estudos em torno da folkcomunicação, compreendemos que a região do CRAJUBAR possui seu aporte referencial de representatividade religiosa, turística e econômica, proveniente da “fama” do padre que se encontra em vias de beatificação. A história de fé e devoção é repassada de geração em geração, seja pela comunicação oral, pelos ex-votos ou pelos significados dos objetos adquiridos na região.

Ao analisar o carretel de fotografias produzidas, comprovamos que a vida das pessoas aparece entrelaçada com a história de vida do Pe. Cícero, até mesmo pelas estratégias de comunicação que descrevemos, como avaliação dos elementos ao marketing e o movimento da economia das cidades.

Corroborando, Neusa Cavedon (2005) explicita que o marketing tem teor apelativo, principalmente no âmbito organizacional, seja nas mídias impressas ou nas redes sociais, com recursos estéticos, buscando despertar uma lembrança, um lado afetivo da vida, da infância, de momentos alegres de algo que faça tocar o imaginário e sentimentos nostálgicos, que convença a adquirir determinado produto ou serviço ao invés de outro. Foi justamente o que observamos com a utilização dos potentes elementos da religiosidade aliados à venda de diversos produtos na região.

Referências

ABREU, Antônio Jorlan Soares de; COUTINHO, Vinícius da Silva. Impactos Folkturísticos e Econômicos na Ritualística do Bumba Meu Boi do Maranhão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 46, PUC-Minas, Belo Horizonte-MG, **Anais [...]**, 2023. Disponível em:

https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0804202320314764cd8a63e7ced.pdf. Acesso em: 28 out. 2024.

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

CAMPOS, Leylane Bertoldo de; LUCENA FILHO, Severino Alves de. A Paisagem como um Elemento do Folkturismo na Comunidade Quilombola de Caiana dos Crioulos em Alagoa Grande – PB. In: SEMINÁRIO DE TURISMO DO MERCOSUL, 7, Caxias do Sul-RS, **Anais [...]**, 2012. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/a_paisagem_como_um_elemento.pdf. Acesso em: 06 jul. 2023.

CAVEDON, Neusa Rolita. Fotoetnografia: a união da fotografia com a etnografia no descortinamento dos não ditos organizacionais. **Organizações & Sociedade**, v. 12, p. 13-27, 2005. Disponível em: <https://doc-0s-0g-prod-01-apps-viewer.googleusercontent.com/viewer2/prod-01/pdf/>. Acesso em: 30 maio 2024.

DECHANDT, Siegrid Guillaumon. **Gestão do turismo em territórios de grande densidade religiosa: o caso no Novo México**. 2011. Doutorado em Administração (Pós-Graduação em Administração) Universidade Federal da Bahia - UFBA, Salvador, 2011.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 8.ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GURAN, Milton. Documentação fotográfica e pesquisa científica: notas e reflexões. **XII Prêmio Funarte Marc Ferrez de Fotografia**, Rio de Janeiro: [201?].

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA-IBGE. **População**. 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/panorama>. Acesso em: 02 jun. 2024.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA-INEP. **Resultados**. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-eindicadores/censo-da-educacao-superior/resultados>. Acesso em: 03 jun. 2024.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. O Maior São João do Mundo em Campina Grande - PB: um evento gerador de discursos culturais. **Cultura Midiática**. vol. II, n. 1– jan./jun./2009. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/11695/6721>. Acesso em 02 jul. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias. **Revista Pesquisa Qualitativa**. São Paulo (SP), v. 5, n. 7, p. 01-12, abril. 2017.

SANTANA, Flávio Menezes; TESSAROTTO, Marco Antônio de Oliveira; COUTINHO, Vinícius da Silva. Do Piauí para os piauienses: estratégias de folkmarketing da cerveja Berrió na sociedade midiaticizada. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45, **Anais [...]**, João Pessoa-PB, 2022. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202217014562d85f293422>, Acesso em 02 jul. 2023.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação**: estado do conhecimento sobre a disciplina. *Bibliocom*, v. 1, n. 1, pág 3-17, 2008. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/Ano1|#01|novembro e dezembro de 2008> Acesso em: 03 jun. 2024.

SILVA, Alexandre Dutra da; LUCENA FILHO, Severino Alves de. Folkcomunicação e desenvolvimento local: um estudo sobre a Aruenda da Saudade e suas contribuições para o Folkturismo no município de Pitimbu-PB. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa/PR, Volume 18, Número 40, p.214- 233, Janeiro/Junho, 2020. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19263/209209215234>. Acesso em 28 out. 2024.

SILVA, Daniel Neves. "Padre Cícero"; **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/padre-cicero.htm>. Acesso em 03 de jun. 2024.

Uma cultura ao alcance da mão – o *bot* Estimada¹

Catia Melissa Silveira Rodrigues²

Submetido: 22/09/2024

Aceito: 23/09/2024

RESUMO

Esta investigação busca compreender o uso das novas tecnologias de informação e comunicação na formação e manutenção de uma identidade cultural. O *chatbot Estimada*, acessado pelo *WhatsApp* e criado para divulgar a cultura de Florianópolis, busca oferecer referências que possam “manter vivas e acessíveis inúmeras informações relevantes sobre a cultura da cidade”³. A reflexão sobre os atributos e encargos do *bot* cultural se vale conceitualmente dos Estudos Culturais e da literatura relacionada à Inteligência Artificial e seu uso pela comunicação. O estudo resulta na compreensão do conteúdo que circula nesse ambiente digital e como esse meio atua, por vezes, na manutenção de práticas e poderes já há muito estabelecidos.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; Identidade; Inteligência Artificial; *Chatbot* Estimada; Florianópolis.

A Culture at Your Fingertips – the Estimada Bot

ABSTRACT

This research seeks to understand the use of new information and communication technologies in the formation and maintenance of cultural identity. The chatbot *Estimada*, accessed via *WhatsApp* and created to promote the culture of Florianópolis, aims to provide

¹ Trabalho apresentado no XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2024.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela na Universidade de Coimbra/Portugal (2024) e mestre em Ciências da Linguagem, na linha de pesquisa de análise do discurso, pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2009). Possui graduação em Comunicação Social - hab. Relações Públicas, e pós-graduação especialização em Comunicação Integrada e Marketing, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos

³ Informação disponível na matéria “No aniversário de 348, a ‘Ilha do Silício’ ganhou boot cultural”. Acessível pelo link <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, em 01/06/2024.

references that can "keep alive and accessible a wealth of relevant information about the city's culture"⁴. The reflection on the attributes and responsibilities of the cultural bot draws conceptually from Cultural Studies and literature related to Artificial Intelligence and its use in communication. The study results in an understanding of the content circulating in this digital environment and how this medium sometimes acts to maintain long-established practices and powers.

KEY-WORDS

Culture; Identity; Artificial Intelligence; Estimada Chatbot; Florianópolis.

Una cultura al alcance de la mano – el bot Estimada

RESUMEN

Esta investigación busca comprender el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la formación y mantenimiento de una identidad cultural. El chatbot Estimada, accesible a través de WhatsApp y creado para promover la cultura de Florianópolis, busca ofrecer referencias que puedan "mantener vivas y accesibles numerosas informaciones relevantes sobre la cultura de la ciudad"⁵. La reflexión sobre los atributos y responsabilidades del bot cultural se apoya conceptualmente en los Estudios Culturales y la literatura relacionada con la Inteligencia Artificial y su uso en la comunicación. El estudio resulta en la comprensión del contenido que circula en este ambiente digital y cómo este medio actúa, a veces, en la conservación de prácticas y poderes ya establecidos.

PALABRAS-CLAVE

Cultura; Identidad; Inteligencia Artificial; Chatbot Estimada; Florianópolis.

Introdução

Florianópolis, comumente autodenominada Capital Turística do Mercosul⁶ (FANTIN, 2000), é o centro desta investigação. A cidade é um dos destinos mais procurados para o turismo e lazer no Brasil, assim como para o estabelecimento de residência daqueles que ao

⁴ Information available in the article 'On the 348th Anniversary, the 'Silicon Island' Got a Cultural Bot.' Accessible via the link <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, on 01/06/2024.

⁵ Información disponible en el artículo 'En el aniversario 348, la 'Isla de Silicio' ganó un bot cultural.' Accesible a través del enlace <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, el 01/06/2024.

⁶ Mercosul significa Mercado Comum do Sul, criado em 1991, e se refere a um tratado intergovernamental entre países da América do Sul. Atualmente, é composto por Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai, tendo ainda o Chile e a Bolívia.

conhecerem-na, acabam por fixar moradia, seja por suas belezas naturais, seja por sua qualidade de vida. O município é considerado, de acordo com dados disponíveis pelo Instituto Atlas Brasil⁷, a primeira capital brasileira no *ranking* do Índice de Desenvolvimento Humano – IDH (definido pela ONU), que analisa aspectos de infraestrutura, segurança, serviços de educação e saúde de uma cidade e/ou região.

Essa atenção sobre o município traz à luz elementos que integram aspectos característicos de sua cultura e de seu povo, cenário relevante para o planejamento turístico da cidade. Convém observar, no entanto, que a representação cultural identitária de Florianópolis tem atendido mais especialmente aos discursos dominantes na cidade, e não propriamente a formação identitária de parte significativa de sua população⁸.

O estudo resultante da tese de doutoramento “*Media e a construção identitária: a representação da identidade florianopolitana nos jornais regionais*” (RODRIGUES, 2024) apontou para a relevante atuação da mídia local - neste caso dois jornais de referência em Santa Catarina: *O Estado* e *Diário Catarinense* - na construção da identidade dos florianopolitanos. Esses jornais reforçaram, ao longo do período investigado (1985-2020), a narrativa do discurso institucional da cidade de origem açoriana, devidamente representada pelo gentílico manezinho da ilha⁹. Uma narrativa validada constantemente por atores políticos, empresariais e intelectuais, e se fazendo presente nas diferentes formas de comunicação que tratavam do tema, assim como no conteúdo jornalístico por meio de pautas que abordavam cultura, qualidade de vida e história do local.

Esta análise busca atentar para essa representação cultural identitária da cidade de forma atualizada, considerando as novas ferramentas de mídia observando a manutenção, ou não, dessa prática comunicacional. Do meio impresso dirigiu-se agora às plataformas digitais, os *smartphones*. E, no fluxo dessa atualização está a tecnologia conhecida por *chatbots*, um dos muitos sistemas de inteligência artificial (IA) disponíveis na atualidade.

⁷ Informação disponível no link <http://www.atlasbrasil.org.br/ranking>, em 01/06/2024.

⁸ Resultado obtido em pesquisa realizada na tese de doutoramento *Media e construção identitária: a representação da identidade florianopolitana nos jornais regionais*.

⁹ Manezinho da ilha é o gentílico usualmente direcionado ao florianopolitano de nascimento. Há informações de que Manezinho é derivação linguística do nome (tradicionalmente português) Manoel, que se tornou Manoelzinho, passando para Manezinho.

O *Bot Cultural* de Floripa, objeto desta investigação, é disponibilizado por meio do *WhatsApp*¹⁰, gratuitamente, onde se poderá ter acesso a mais de quatrocentos verbetes “sobre a cultura, tradições, lugares históricos, memórias” etc., da cidade de Florianópolis. Metodologicamente, esta investigação utilizou de pesquisa bibliográfica e documental, além da observação e do uso do *chatbot* Estimada. A revisão teórica desta investigação parte dos Estudos Culturais e sua relação com a mídia, em seu uso da tecnologia aliada ao recurso da inteligência artificial no processo de comunicação. O texto se organiza com a exposição do aporte teórico, seguido da descrição metodológica do estudo, partindo para a descrição e a análise do *Bot Cultural*, demonstrando que a manutenção de práticas e políticas tradicionalmente dominantes (hegemônicas) podem ser mantidas mesmo havendo avanços tecnológicos.

Cultura e Comunicação Tecnológica

A base de reflexão desta análise está nos estudos de cultura, a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, que a define (cultura) como um processo em transformação, decorrente de constantes movimentações sociais, econômicas, tecnológicas, entre muitas outras que a afetam. Uma compreensão que segue o que Williams (1958, p. 4) definiu por cultura quando afirmou que esta se trata de “significados comuns, o produto de todo um povo, e os significados individuais disponibilizados, o produto de uma experiência pessoal e social empenhada de um indivíduo.”

Ao compreender as vivências passadas e as vivências em curso, se reconhece que a cultura está em constante transformação (HALL, 2006). A relevância dessa dimensão como significação do mundo tem como propósito reconhecer e valorizar uma sociedade ou comunidade, exigindo grande atenção às diferentes formas com que a cultura se manifesta, se transforma e se modifica. Por isso, essa noção de identidade cultural proposta por Hall

¹⁰ O acesso da *Bot* via *WhatsApp* permite grande potencial de acesso e alcance de público. Isso porque, em 2023, o Brasil foi identificado como o segundo maior mercado da plataforma no mundo, atrás apenas da Índia. Ano em que, de acordo com a *WhatsApp* no Brasil, eram quase 200 milhões de usuários no país. Informações disponíveis em <https://www.terra.com.br/economia/meu-negocio/o-que-faz-o-brasil-ser-o-segundo-maior-mercado-do-whatsapp-no-mundo,0ff7d15bd2cbf726428779eed3807b504p1rj8qu.html>. Acessado em 01/06/2024.

(2006) permite compreendê-la como relacional, como construções que resultam de processos sociais que criam e desafiam formas de subordinação.

Canclini (2008) nos auxilia a compreender a dinâmica da multiplicidade de referências na constituição de uma identidade acrescida de novas influências decorrentes de fontes externas ou globais. Sob essa perspectiva, o autor desenvolve o conceito de hibridismo como elemento chave da construção identitária. Essa interpretação, de uma identidade híbrida, não representa uma ruptura de hábitos já existentes, mas sim um diálogo entre o antigo e o novo, indo ao encontro dessa permanente (re)construção.

Entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas. (CANCLINI, 2008, p. XIX)

No entanto, de encontro a essa definição está a escolha de elementos representativos de uma identidade cultural única, que segue uma diretriz em que a definição de características que validarão esse perfil - excluindo os demais que não atendam aos critérios preestabelecidos - determinam o que é e o que pode ser reconhecido como identitário. O que, como resultado, produz uma ideia, um sentido de homogeneidade dentro da multiplicidade existente nas sociedades.

Essas escolhas arbitrárias abrangem inúmeros aspectos, inclusive a determinação cultural e identitária de uma cidade e de uma população. Sobre essa abordagem, Pesavento (2007) reflete a construção da cidade para além de sua concretude, incluindo a construção idealizada do território e de sua cultura. Um território com sentido ampliado de espaço, que abarca memórias e intensões de uma “*polis* imaginada”, que, potencialmente elaborada por uma lógica hegemônica, resulta na prática de um “consumo de lugar” (SILVA, 2016).

Nessa perspectiva, a mídia tem atuado, muitas vezes como articuladora importante do poder hegemônico vigente, no processo de construção identitária e cultural, demonstrando modelos e padrões de perfil e de consumo. Reiterando o que Williams (1958) afirmou de que “quem controla o sentido de cultura arbitra sobre valores”, se referindo a manutenção de práticas hegemônicas por meio de diferentes esferas ao longo dos tempos.

Este estudo considera, também, a perspectiva que analisa a relação da mídia para além dos meios unicamente como ferramentas, mas sim como mediações no processo

comunicativo. Essa abordagem considera as mediações levando em conta suas implicações no contexto social e cultural afetando e sendo afetado pela sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2015).

Em Martín-Barbero (2018, p. 15), “o meio não se limita a veicular ou a traduzir as representações existentes”, ele produz e reforça representações. Nessa perspectiva, o recurso da representação permite descrever algo, alguém ou alguma coisa que temos em nosso repertório de sentidos - por esse já ser reconhecido - corroborando na geração do consenso de códigos de linguagem e seus sentidos em sociedade. A representação tem por função mediar os indivíduos e o seu uso da linguagem, pois é por meio dela (da linguagem) que é produzido o sentido de uma representação (HALL, 2016). Um sentido arbitrário na relação entre o signo e seu significado, não possuindo uma relação natural nessa determinação, do que, consensualmente, é adotado. Ou seja, esse sentido não depende exclusivamente do signo, e sim da função simbólica de sua representação.

O uso das tecnologias pela comunicação é processo *continuum*, e esta análise leva em conta o recurso de maior destaque tecnológico atual: a inteligência artificial (IA), em especial a ferramenta de *chatbot*. O *bot* (e aqui um *bot* cultural) é uma assistente virtual que integra um significativo *portfólio* de ferramentas de inteligência virtual disponíveis na atualidade, proporcionando a interação por meio da troca de mensagens automatizadas entre o usuário e o sistema.

Magnolo e Whitaker (2024) definem os *chatbots* como um *software* de conversação automatizado que “seguem comandos preestabelecidos e análise de dados de comportamentos e interações” (p. 61). Se trata da reprodução de uma aprendizagem de dados que, segundo os autores, é supervisionada e limitada ao que foi treinado para sua interação.

Uma dinâmica de interação característica da inteligência artificial, a qual Webb (2020, p. 13) define como um sistema que tem por tarefa “simular a inteligência humana como reconhecer sons e objetos, resolver problemas, compreender a linguagem e usar a estratégia para atingir objetivos.” Há, com isso, o propósito da relação de aproximação público e *bot*, que mesmo seguindo um *script* preestabelecido, busca assumir o papel do outro que tem o conhecimento. Gunkel provoca essa reflexão ao dizer que

nosso mundo já é povoado por artefatos semi-inteligentes, robôs sociais, algoritmos capazes de aprender e sistemas de tomada de decisão autônomos que exponencialmente ocupam lugar do Outro nas relações sociais e na interação comunicativa (GUNKEL, 2017, p.13)

Santaella (2014) ao tratar sobre a hibridiz¹¹ dos gêneros discursivos na hipermídia, faz referência ao dialogismo bahktiniano quando associa o processo comunicacional na relação do sujeito (usuário) com a tecnologia digital (*bot*) “[n]o ato do diálogo, modo como os sujeitos se relacionam, movimento entre o eu e o outro” (2014, p. 207). Esse gênero híbrido, a que a autora se refere quando aborda as redes sociais, é observado, também, no uso da inteligência artificial nas redes (aqui no *WhatsApp*), pois

nas redes, a discursividade estritamente verbal vaza as fronteiras não só da linearidade típica do verbo, no hipertexto, quanto também da exclusividade do discurso verbal nas misturas que este estabelece com todas as formas das imagens fixas e em movimento. (SANTAELLA, 2014, p. 206)

“Uma estrutura de caráter não sequencial e multidimensional do hipertexto” (SANTAELLA, 2014, p. 211), que permite desde o recurso múltiplo de linguagens (textual, sonora ou multimídia), quanto a recursos como índices ou enciclopédias, que permitem associações e interações múltiplas do sujeito usuário.

Em um estudo mais amplo, porém, a autora alerta para o impacto que a inteligência artificial tem provocado culturalmente quando considera para as diferentes sociedades – com especial atenção para países da América Latina e Caribe – o “desafio diante da hegemonia exercida pelas grandes empresas de dados ou *big techs* sobre o funcionamento da cultura em escala global” (SANTAELLA, 2021, p. 6).

Percurso Metodológico

A metodologia empregada iniciou com a revisão teórica de eixos centrais para a análise que são os Estudos Culturais e a representação identitária-cultural pela mídia. Mídia esta considerando o avanço tecnológico de seus meios, em especial da inteligência artificial como recurso interativo, informativo e comunicacional.

¹¹ Santaella emprega o conceito de híbrido no estudo de gênero discursivo na hipermídia, a partir de Machado (2005), quando esta desenvolve os estudos de gênero discursivos e aborda acerca da “pluralidade de sistemas de signos da cultura” (MACHADO, 2005 apud SANTAELLA, 2014, p. 208).

Foi realizado um estudo de caso do *chatbot* Estimada, um *bot* cultural sobre Florianópolis. De partida foi realizada a coleta e análise documental composta por *clipping* da cobertura da mídia local¹² no período de lançamento do projeto. Além disso, uma entrevista (realizada em um *podcast*¹³) com Rafael Bittencourt e Alexandre Gonçalves, respectivamente, o idealizador e o produtor de conteúdo do *bot* Estimada. Para além dessas ferramentas, ainda foi realizada uma pesquisa-ação no uso do *chatbot*, *software* cultural interativo, definido pelos criadores como “um robô que bate papo cultural sobre Florianópolis”.

Como metodologia de análise nesta investigação é usada a análise crítica do discurso (ACD), de Fairclough e Melo (2012), buscando compreender o gênero discursivo presente nesse processo comunicacional – usuário e *chatbot* – a fim de analisar sua atuação na manutenção de práticas discursivas dominantes no uso de novas tecnologias pela mídia. Caracterizando esta investigação como um estudo de abordagem predominantemente qualitativa.

O contexto digital

O *chatbot* a Estimada foi lançado em 23 de março de 2021, dia do aniversário de 348 anos de Florianópolis, e teve como propósito oferecer informações da cidade e sua história, “ajudando a manter vivas e acessíveis inúmeras informações relevantes sobre a cultura da cidade”, segundo o criador do projeto, Rafael Bittencourt em entrevista à portais de notícia local¹⁴. Ainda segundo descrito em coberturas da mídia local, a Estimada se trata de uma ferramenta que oferece indicações e recomendações para moradores e turistas que queiram conhecer, de maneira prática e interativa, “conteúdos difíceis de encontrar” sobre cultura da/na capital catarinense.

Para acessar o *bot*, o usuário deve digitar o endereço do link bot.floripa.com em qualquer navegador de internet para que ele seja direcionado automaticamente para o *WhatsApp* do *chatbot*, começando a partir daí a interagir com a Estimada. A interação ocorre

¹² Conteúdo disponibilizado em canais de mídia como tv, rádio e internet (portais de notícia e *podcast*), entre os meses de fevereiro e março de 2021.

¹³ Entrevista concedida ao programa Toque de Mídia, em 07/04/2021, e disponível pelo link https://open.spotify.com/episode/2L9nldC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg.

¹⁴ Informação disponível no link <https://scinova.com.br/ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/>, em 01/06/2024.

por meio de alternativas disponibilizadas pelo *bot*, registradas numericamente, que vão permitindo a navegação por seus verbetes, cerca de quatrocentos, organizados inicialmente por informações sobre cultura, tradições, lugares, passeios, gastronomia, fatos e personagens históricos da cidade.

O Bot Cultural foi criado por uma *startup* de Florianópolis, a *Shiftlab*¹⁵, e viabilizado a partir da aprovação em edital público, para a captação de recursos junto à iniciativa privada a projetos de incentivo à cultura no município, ao longo do ano de 2020. “A ideia da Estimada surgiu em 2018, dentro do *LinkLab* da ACATE (Associação Catarinense de Tecnologia), como resultado do cruzamento entre o estudo da tecnologia dos *chatbots* e o interesse pelas coisas de Florianópolis.”¹⁶

Na interação com o *bot*, a primeira mensagem disponível realiza uma breve apresentação do que é a Estimada e inicia o processo de interação com o/a usuário, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 – mensagem de apresentação do *bot* Estimada



Fonte: Bot Estimada

¹⁵ A *Shiftlab* se denomina como “uma empresa especializada em assessoria e gestão de imagem e comunicação, identidade, linguagem, marcas e reputações.” Informação disponível no link <https://shiftlab.com.br/>, acessada em 01/06/2024.

¹⁶ Informação disponível no link <https://acontecendoaqui.com.br/tech/bot-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/>, acesso em 01/06/2024.

A interface apresentada é clara e objetiva, tendo em sua descrição e diálogo inicial a explicação do que significa seu nome na linguagem local, que ela denomina de “manezês”. A partir desse contato informal, que já delimita um recorte identitário importante – de ser “manezês” – é possível identificar que as opções que são desenhadas nos verbetes seguem um roteiro identitário familiar aos padrões percebidos em veículos da grande mídia, observados há algum tempo na cidade de Florianópolis: a identidade cultural açoriana (RODRIGUES, 2024).

A Capital de Santa Catarina tem sido evidenciada como a “Capital Turística do Mercosul” (FANTIN, 2000) e reconhecida por sua origem açoriana, em que as marcas da presença portuguesa são visíveis em diferentes espaços, sendo explorados em vários tipos de instrumentos de divulgação e promoção da cidade. Mas que seriam também visíveis nas práticas cotidianas (materializações herdadas) do ilhéu ou manezinho da ilha, como na pesca, em sua alimentação, no artesanato, na religiosidade e em suas lendas (LEAL, 2007).

Essas características são identificáveis, também, na Estimada quando se observa a escolha dos verbetes, suas definições e descrições. Embora a primeira etapa de elementos descritos (Cultura, Tradições, Lugares históricos, ...) exponham possibilidades de informações sobre a cidade e sua população, à medida que o percurso desenvolvido pelo usuário vai aprofundando suas buscas se observa a escolha pela determinação do recorte identitário predominante: o açoriano.

O desdobramento dos verbetes, especialmente os que tratam de temas como Tradições (Figura 2) e Memórias, evidenciam o predomínio de práticas reconhecidamente herdadas dessa migração, como a Renda de bilro e rendadeiras, as Lendas de Floripa, as Tradições religiosas, e a personagem característica do Manezinho da ilha (também reconduzível a essa herança açoriana). Em entrevista realizada no lançamento da Estimada, Alexandre Gonçalves, responsável pela pesquisa e produção do conteúdo do *bot*, relata seu entusiasmo com o projeto como jornalista e natural de Florianópolis, “um manezinho que tem amor por sua cidade”¹⁷.

¹⁷ Entrevista concedida ao programa Toque de Mídia, em 07/04/2021, e disponível pelo link https://open.spotify.com/episode/2L9nIdC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg.

Figura 2 – seleção verbete Tradição do *bot* Estimada



Fonte: Bot Estimada

Essa identidade açoriana é reiterada em muitos verbetes apresentados no *bot*. Já de partida nas interações sobre as Tradições de Florianópolis, encontra-se a definição do que seria esse Manezinho da Ilha:

Apelido carinhoso dado ao cidadão nativo de Florianópolis desde a vinda dos colonizadores portugueses por volta de 1700. O termo “Manezinho da Ilha”, que valoriza a imagem dos antigos moradores, inicialmente caracterizava um estado da alma dos nativos das regiões interioranas e vila pesqueira da Ilha de Santa Catarina

Diz-se que o apelido surgiu do diminutivo do nome comum português, Manoel. Com o tempo transformando-se em Manoelzinho e derivando para o famoso Manezinho. O nativo fala e vive o estado de ser “manezês” e conjuga as palavras do dia a dia no pretérito perfeito como: “Tu visse?” “Não sou soubesse?”, por exemplo.

[...]

A explicação do verbete, como observado, leva em conta o processo de povoamento da região Sul do Brasil (uma das últimas a ser ocupada pelos colonizadores), planejado pela coroa portuguesa buscando demarcar mais fortemente sua presença na região¹⁸. No entanto, a Estimada não considera a presença e relevância de outras etnias presentes na

¹⁸ O fim da União Ibérica, em 1640, e o já descontentamento com a antiga demarcação do Tratado de Tordesilhas levam Portugal a buscar demarcar mais fortemente sua presença na região.

região, como a indígena e a negra¹⁹, que também integraram no desenvolvimento e na cultura da cidade.

Ainda na sumarização de verbetes que tratam das Tradições é possível identificar um encadeamento de vocábulos (vinte e oito) com Expressões típicas desse nativo de Florianópolis, denominadas no *bot* por “manezês”.

Costuma dizer que quem é natural de Floripa tem um jeito muito peculiar de falar. Mas além do sotaque tão característico do manezinho da Ilha, existem expressões típicas ainda muito utilizadas em diferentes situações. Dúvidas, mô quirido? Escolhe o número no menu, não se perca na tradução do manezês e divirta-se!

As expressões apresentadas – Istepô, Ó-lho-lho, Mô quirido etc. – buscam demonstrar um sujeito característico do local, com uma identidade que representaria a cultura desse município. Uma validação de cultura única determinante que invisibiliza todas as demais expressões culturais presentes.

Análise do gênero discursivo

No reconhecimento do gênero discursivo predominante no objeto de análise, parte-se de pressupostos de que esses operam como indicadores dessa classificação, como a “estrutura linguística, funcionalidade, posições de produção e recepção, de modo peculiar no conjunto das atividades desempenhadas pelos indivíduos” (BATISTA JR, 2018, p.133). Contudo, é necessário retomar uma afirmação de Fairclough (2001), quando este lembra de que as novas tecnologias de comunicação são responsáveis pelo desenvolvimento de novos gêneros discursivos. Esses novos gêneros se somam ao já grande número de interpretações e classificações, e esta análise faz uso dessa organização denominada de “cadeia de gênero”. Denominação que considera as transformações de “gênero em gênero²⁰”, que “demonstram o hibridismo recorrente em diversos gêneros dentro das práticas sociais” (BATISTA JR, 2018, p. 137).

¹⁹ Cardoso (2007) considera o apagamento da presença negra, assim como dos povos originários ou qualquer outra presença cultural e identitária na região, assim como “a ‘escolha’ pela memória de identidade açoriana, como um investimento político” (CARDOSO, 2007, p. 12).

²⁰ A categorização proposta por Fairclough (2001), e apresentada por Batista Jr. (2018), organiza “gênero em gênero” em três níveis: o pré-gênero, o subgênero e o gênero situado.

De acordo com a compreensão de pré-gênero, mais abstrato e amplo, se reconhece o *bot* cultural como de conversação, que estabelece uma exigência de interação, uma ação e reação do/a usuário/a para com o *chatbot* a fim de que se possa dar continuidade no compartilhamento das informações. O uso de *bots* por organizações não é algo incomum nos dias atuais. Não são raras as experiências de buscarmos informações de produtos e serviços e sermos atendidos por esses dispositivos, que mantêm um diálogo com o/a usuário/a a partir de um padrão de solicitações, dúvidas etc.

A pessoa que deseja saber sobre Florianópolis terá a seu alcance um dispositivo que concentrará um número significativo de informações sobre a cultura, tradições, lugares históricos, passeios da cidade. A dinâmica de interação desses *chatbots* são variadas, sendo que a Estimada exige uma ação simplificada para seu uso. Ao acessar o canal, via *WhatsApp*, são disponibilizadas alternativas – como um sumário -, que são selecionadas pelos/as usuários/as por meio de numerais indicados pela *bot*. O percurso segue um *script* predeterminado, contudo, o caminho é realizado de acordo com as escolhas realizadas pelo/a usuário/a.

Interessante destacar que nessa dinâmica de conversação, caso o/a usuário/a não fique plenamente satisfeito com a informação disponibilizada, ele poderá comunicá-la:

Bot Estimada : Respondi tua curiosidade? Sim ou não?

1 – SIM / 2 - NÃO

Usuário/a: 2

Bot Estimada: Fica tranquilo. Já anotei tua sugestão e vamos melhorar o resultado.

Não esqueça que sobre esse assunto eu ainda sei responder pra ti:

[e repete o sumário de verbetes já indicado]

Para além desta opção, o *bot* ainda permite sugestões e contribuições dos/as usuários/as, a fim de incrementar sua base de informações:

Bot Estimada: Quer sugerir novos verbetes, tirar dúvidas sobre o bot cultural de Floripa ou compartilhar com a Estimada fotos e lembranças sobre a cidade?

1 - Faça contato

2 - Estimada na Mídia

3 - Voltar

Usuário: 1

Bot Estimada: Siga o perfil @estimada.floripa no Instagram e mande seu recado: www.instagram.com/estimada.floripa.

Use a hashtag #BotFloripa

Na continuidade da análise, o que remeteria ao subgênero seria o perfil de um dispositivo que descreve, narra e instrui o/a usuário/a a cada verbete selecionado. Quando se considera a característica descritiva, que instrui o/a usuário/a em busca de uma informação, é reconhecido um conhecimento autorizado à Estimada como fonte. Um reconhecimento que se assemelha ao concedido às enciclopédias, e concedido por instituições que oportunizam visibilidade nos meios de comunicação e mesmo na seleção e concessão de um edital público – o que viabilizou a execução do projeto, segundo seus criadores.

Os verbetes que se referem as Tradições da cidade informam apenas características e práticas que remetem à cultura açoriana, evidenciados em muitos vocábulos, como Renda de bilro e rendadeiras, Tradições religiosas, Expressões típicas e tantos outros, que excluem a presença de outras manifestações culturais e identitárias, que também fizeram e ainda fazem parte da constituição da cidade (RODRIGUES, 2024).

No encadeamento classificatório, como numa mescla de gêneros, se reconhece o gênero situado como um *bot* dialógico. Esse enquadramento considera a interação dialógica do/a usuário/a de forma não linear e multidimensional. Um diálogo, em certa medida, flexível na construção do percurso pelo/a usuário/a, mesmo o *bot* sendo estruturado a partir de um *script* preestabelecido. Esse formato evidencia sua característica hipertextual facilitada e acionada por meio de numerais, que orientam para um percurso híbrido de verbetes e linguagens - textuais, visuais e sonoras, estas últimas disponíveis por meio de hiperlinks.

No hipertexto, descrito na análise de gêneros de Santaella (2014), é possível reconhecer o *chatbot* cultural como um modelo das ferramentas interacionais e instrucionais abordadas em sua análise, já que em suas descrições acerca do hibridismo discursivo se refere a meios clássicos (como atlas e dicionários) a hipertextos ampliados pelo suporte digital (como sumários e enciclopédias).

Como finalização desse percurso analítico, e não menos importante, cabe destacar um recorte da entrevista concedida pelos criadores do projeto a um *podcast* quando do lançamento da Estimada. Ambos sinalizaram que, embora o projeto tenha surgido a partir da concepção de profissionais de comunicação - um publicitário e um jornalista - naturais “manezinhos” de Florianópolis, que buscavam “propagar a cultura de Floripa” a partir de

seus “aspectos culturais constituintes”, eles também tinham sua “atenção para a viabilidade comercial da Estimada” com o auxílio de “parceiros que queiram apoiar e dar continuidade no projeto”²¹.

Florianópolis, como já foi mencionado, é uma cidade de grande atrativo turístico no Sul do Brasil, e com importante ação pública e empresarial no desenvolvimento desse ativo econômico para a cidade (RODRIGUES, 2024). A cultura é um atributo relevante no desenvolvimento do turismo local, e o destaque de – algumas – suas características, agrega valor em seu reconhecimento como cidade atrativa turística e comercialmente. Um produto, segundo Silva (2016), que é elaborado, preparado e ofertado para consumo, resultando no que a pesquisadora denomina de “cidade mercadoria”. A produção e geração de conteúdos informativos é construída de forma entusiasta e muito efusiva a ponto de atrair perfis qualificados de turistas para o consumo de lazer e/ou investimentos.

Considerações finais

Esta investigação buscou compreender o uso das novas tecnologias de informação e comunicação na formação e manutenção de uma identidade cultural, e para isso escolheu-se o *chatbot* Estimada, o *Bot* Cultural de Floripa, que foi criado para “ajudar a propagar a cultura da cidade”. Trata-se de um estudo que buscou atualizar uma investigação mais aprofundada acerca da identidade cultural de cidadãos de Florianópolis, que se concentrou em dois importantes jornais locais (*O Estado* e o *Diário Catarinense*) em um longo período de tempo (1985 a 2020).

Foi possível reconhecer a evolução no desenvolvimento tecnológico e sua influência na mídia, e o quanto esse avanço por meio do uso da inteligência artificial potencializa o alcance a um grupo maior de pessoas. Contudo, esses recursos podem não alterar um sistema tradicionalmente já estabelecido e vigente de poderes econômicos e políticos - hegemônicos - locais. A escolha (arbitrária) pela história e tradições que irão efetivamente representar a população, assim como a seleção de verbetes para compor o *bot* cultural são indícios da manutenção de estruturas há muito instauradas, validando características de uma

²¹Entrevista concedida ao programa Toque de Mídia, em 07/04/2021, e disponível pelo link https://open.spotify.com/episode/2L9nldC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg.

“sociedade homogeneizadora, que determina uma ‘identidade normal’ em detrimento à invisibilidade de todas as outras.” (SILVA, 2004, p. 43).

A produção de *chatbot* que atuou na seleção e desenvolvimento de verbetes do que é ou não cultura e tradições de Florianópolis, viabilizado por uma lei pública de incentivo à cultura e construído por um equipe plural de profissionais, deveria dispor de uma variedade de informações do que, efetivamente, constituiu e compõe a cidade. No entanto, o que foi possível observar na interação com a Estimada, *bot* cultural, desenvolvido a partir do uso de inteligência artificial, é a indicação de informações muito semelhantes ao que foi observado em veículos tradicionais de comunicação em meados da década de 1980 (RODRIGUES, 2024).

Referências

BATISTA JR, J. R. L. **Análise de discurso crítica para linguistas e não linguistas**. Batista Jr., J.R.L. Sato, D.T.B, Melo, I.F. (Orgs.). São Paulo: Parábola. 2018.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Ed.USP, 2008.

CARDOSO, P. J. F. Em busca de um fantasma: as populações de origem africana em Desterro, Florianópolis, de 1860 a 1888. In: **PADÊ: estudos em filosofia, raça, gênero e discursos humanos**. 2 (1/07), 11-30, 2007. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/pade/article/view/143> . Acesso em 01/06/2024.

GUNKEL, D. J. Comunicação e Inteligência Artificial: novos desafios e oportunidades para a pesquisa em comunicação. In: **Galáxia** (on-line). n. 34, já-abr., 2017, p. 05-19. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554201730816> . Acesso em 01/06/2024.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed. UnB. 2001.

FAIRCLOUGH, N.; MELO, I. F. de. Análise Crítica do Discurso como método em pesquisa social científica. In: **Linha D'Água**, 25(2), 2012. 307-329. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2236-4242.v25i2p307-329>. Acesso em 01/06/2024.

FANTIN, M. **Cidade dividida**. Florianópolis: Ed Cidade Futura. 2000.

LEAL, J. **Açores, EUA, Brasil: Imigração e Etnicidade**. Direcção Regional das Comunidades. 2007

MAGNOLO, T. S., WHITAKER, A. M. C. As relações de poder com a IA: perspectivas corporativas no campo da comunicação. In: **Organicom**. v.1. n.1 (2024). São Paulo: ECA/USP/Gestcorp, 2024. pp.55-70.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015.

PESAVENTO, S. J. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Revista Brasileira de História**. 27(53), 11-23. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-01882007000100002>. Acesso em 01/06/2024.

RODRIGUES, C. M. S. **Media e construção identitária: a representação da identidade florianopolitana nos jornais regionais**. 2024. 273 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2024. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10316/114507> . Acesso em: 29 mar. 2024.

SANTAELLA, L. Inteligência artificial e cultura: oportunidades e desafios para o Sul Global. **Foro Abierto de Ciencias Latinoamerica y Caribe - CILAC 2020**, Montevideo, p. 3-21, abr. 2021. Disponível em: <https://forocilac.org/wp-content/uploads/2021/04/PolicyPapers-CILAC-IAcultura-PT-1.pdf> . Acesso em: 15 out. 2024.

SANTAELLA, L. Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. In: **Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso**, v. 9, n. 2, p. 206–216, jul. 2014. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S2176-45732014000200013> . Acesso em 01/06/2024.

SILVA, M. A. S. da. Cultura açoriana no contexto da cidade-mercadoria: da invisibilidade à mercantilização em Florianópolis - SC. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 17, n. 59, p. 144–161, 2016. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/32006> . Acesso em: 01/06/2024.

SILVA, T. T. da. Identidade e diferença: Uma introdução teórica e conceitual. In: **A produção social da identidade e da diferença**. (pp. 38-52). Petrópolis, RJ: Vozes. 2004.

WEBB, Amy. **Os nove titãs da IA**. Como as gigantes da tecnologia e suas máquinas pensantes podem subverter a humanidade. RJ: Alta Books, 2020.

WILLIAMS, R. **A Cultura é de Todos**. Trad. Maria Elisa Cevasco. USP, 1958. Disponível no link <https://pt.scribd.com/document/198812883/A-Cultura-e-de-todos-Raymond-Williams>, em 01/06/2024.

Clipping de lançamento do bot Estimada:

Portal ACATE. **No aniversário de 348 anos, a “Ilha do Silício” ganha bot cultural**. Disponível em <https://www.acate.com.br/noticias/no-aniversario-de-348-anos-a-ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/>. Acesso em 01/06/2024.

Portal Acontecendo Aqui. **Bot reúne informações culturais de Florianópolis noWhatsApp**. Disponível em <https://acontecendoaqui.com.br/tech/bot-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/>. Acesso em 01/06/2024.

Portal FloripaAmanhã. **Robô reúne informações culturais de Florianópolis no WhatsApp**. Disponível em <https://floripamanha.org/2021/03/robo-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/> . Acesso em 01/06/2024.

Portal Primeiro Digital. **Bot no WhatsApp reúne informações e curiosidades culturais de Florianópolis**. Disponível em <https://primeirodigital.com.br/especial/confira-a-segunda-edicao-do-especial-grandes-temas-para-discussao-sobre-jornalismo-digital/amp/> . Acesso em 01/06/2024.

Portal SC Inova. **No aniversário de 348 anos, a “Ilha do Silício” ganha bot cultural.** Disponível em <https://scinova.com.br/ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/#:~:text=Projeto%20do%20publicit%C3%A1rio%20Rafael%20Bittencourt,cultura%20e%20hist%C3%B3ria%20de%20Florian%C3%B3polis>. Acesso em 01/06/2024.

Portal SCC10. **Bot reúne informações culturais de Florianópolis no WhatsApp** Disponível em <https://scc10.com.br/cotidiano/cultura/bot-reune-informacoes-culturais-de-florianopolis-no-whatsapp/> . Acesso em 01/06/2024.

Portal Rede de Inovação Florianópolis. **No aniversário de 348 anos, a “Ilha do Silício” ganha bot cultural.** Disponível em <https://redeinovacao.floripa.br/no-aniversario-de-348-anos-a-ilha-do-silicio-ganha-bot-cultural/>. Acesso em 01/06/2024.

Podcast Toque de Mídia. **Estimada: como um chatbot ajuda a propagar a cultura de Floripa.** Disponível em https://open.spotify.com/episode/2L9nldC1v5Z6XzXdi7KhzB?si=f1tTRXcYS_qsh8o8qxUBdg . Acesso em 01/06/2024.

RIF

arti

artigos

artigo

gos

O Arrastão do Pavulagem e a Moderna Tradição Amazônica

Bruno Mateus Pereira Lima¹
Marina Ramos Neves de Castro²

Submetido: 07/03/2024

Aceito: 03/10/2024

RESUMO

Procuramos compreender os processos de sociação produzidos a partir das manifestações do Arrastão do Pavulagem enquanto criação coletiva e manifestação de cultura popular paraense. A investigação considerou o cenário de negação, esvaziamento e desmonte do aparato cultura do Estado brasileiro no governo Bolsonaro e as implicações ocorridas devido à pandemia da Covid-19. Assim, ensejamos compreender, como esse fenômeno-objeto, o Arrastão do Pavulagem, tornou-se um dos grandes símbolos da cultura paraense ao fomentar as relações e os processos de identificação presentes na Amazônia urbana paraense, em Belém. A metodologia adotada para a compreensão do fenômeno foi a observação participante, a partir de uma postura de inspiração etnográfica, complementada por entrevistas e a descrição densa (Geertz, 1989).

PALAVRAS-CHAVE

Arrastão do Pavulagem; Sociação; Cultura; Símbolo; Identificação.

The Pavulagem Drawing and the Modern Amazon Tradition

ABSTRACT

We seek to understand the sociation processes produced from the manifestations of Arrastão do Pavulagem as a collective creation and manifestation of popular culture in Pará. The investigation considered the scenario of denial, emptying and dismantling of the cultural apparatus of the Brazilian State in the Bolsonaro government and the implications that occurred due to the Covid-19 pandemic. Thus, we seek to understand, how this phenomenon-object, the Arrastão do Pavulagem, became one of the great symbols of Pará culture by fostering relationships and identification processes present in the urban Amazon, Belém do Pará. The methodology adopted

¹ Publicitário e Diretor de Arte. Bacharel em Filosofia pela Universidade Católica de Pernambuco - Unicap e Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade pela Universidade Federal do Pará - UFPA. mateusperlim@gmail.com

² Doutora em Antropologia, mestre em Artes, professora da Faculdade de Comunicação e do Programa em Comunicação, Cultura e Amazônia. Líder do Grupo de Pesquisa Sociabilidades, Intersubjetividades e Sensibilidades Amazônicas - SISA, registrado no CNPQ. marinacastro@ufpa.br

for understanding the phenomenon was participant observation, from an ethnographically inspired stance, complemented by interviews and dense description (Geertz, 1989).

KEY-WORDS

Pavulagem trawler; Sociation; Culture; Symbol; Identification.

El Pavulagem Arrastão y la tradición amazónica moderna

RESUMEN

Buscamos comprender los procesos de sociabilidad producidos a partir de las manifestaciones del Arrastão do Pavulagem como creación colectiva y manifestación de la cultura popular en Pará. La investigación consideró el escenario de negación, vaciamiento y desmantelamiento del aparato cultural del Estado brasileño en el gobierno de Bolsonaro y las implicaciones que se dieron debido a la pandemia de Covid-19. Así, buscamos comprender, cómo este fenómeno-objeto, el Arrastão do Pavulagem, se convirtió en uno de los grandes símbolos de la cultura paraense al fomentar relaciones y procesos de identificación presentes en la Amazonía urbana, Belém do Pará. La metodología adoptada para la comprensión del fenómeno fue la observación participante, desde una postura de inspiración etnográfica, complementada con entrevistas y descripción densa (Geertz, 1989).

PALABRAS-CLAVE

Arrastrero Pavulagem; Sociación; Cultura; Símbolo; Identificación.

Introdução

Partimos do entendimento de que linguagem e cultura estão intimamente relacionadas ao ato comunicativo, pois ambas se constroem dentro de um ambiente sociocultural onde as diversas formas de linguagens tem um papel constitutivo e dialético na conformação da cultura, e vice-versa. Destarte, ambas se desenvolvem nos fenômenos dialéticos a partir do ato comunicativo/interativo no processo de sociação (Simmel, 2006).

Para o que nos concerne à finalidade deste artigo, adotaremos a perspectiva de Castro (2011), no que concerne à categoria da identidade amazônica,

Essa identidade amazônica [que] pode ser vista como um ideal-tipo, no sentido weberiano: um sentido em curso, tempo a ser, lugar a chegar. Portanto, como um horizonte de compreensão – que se conforma com blocos de experiências sociais, traduz-se enquanto situações típicas e sedimenta-se, na sociedade, construindo estoques de conhecimento e historicidades. Trata-se de um processo comum a todo curso social, mas torna-se peculiar quando se intensifica, quando se sente

pressionado e crente de algo deve ser agilizado, algo deve ser salvo. (Castro, 2011, p.10)

Assim, o presente trabalho tem como objetivo analisar o universo simbólico do Arraial do Pavulagem enquanto criação e manifestação coletiva da cultura popular amazônica paraense que, inserido num cenário de intensificação da necessidade de identificação amazônica, veio a tornar-se um dos grandes vetores simbólicos e de sociação (Simmel, 2006; Castro, 2018) da cultura paraense. Tal abordagem se mostra relevante, em especial, a partir do reconhecimento do Arraial do Pavulagem como patrimônio da cultura de natureza imaterial de Belém e do estado do Pará³.

A observação participante, de caráter etnográfico, foi conduzida entre maio e julho de 2022 nas ruas de Belém. Esse período abrange desde o início das preparações para as oficinas e cortejos até a conclusão da última manifestação, permitindo uma análise completa do processo de planejamento, montagem e execução dos arrastões. Adotamos a observação participante como metodologia científica, com inspiração etnográfica (Castro, 2018, 2021), complementada por entrevistas realizadas com os fundadores do Arraial do Pavulagem e outros colaboradores do Instituto. Optamos por ouvi-los, pois, ao longo dos anos, eles têm acompanhado de perto os processos que consolidaram o Arraial do Pavulagem como um símbolo da cultura paraense, assim como as transformações pelas quais o projeto passou desde sua criação.

Este artigo está dividido em quatro partes, além desta introdução. O primeiro tópico traz informações gerais sobre os conceitos abordados e o caminho da pesquisa. No segundo tópico, abordamos o histórico do Arraial do Pavulagem interpretando-o a partir dos estudos sobre a “moderna tradição amazônica” (Castro, 2011), o que nos ajudou a elucidar e contextualizar o processo de desenvolvimento e consolidação do Arraial do Pavulagem enquanto referência de identidade e cultura paraense.

No terceiro tópico colocamos em evidência o universo simbólico do Arrastão, trazendo a descrição de um dos cortejos, evidenciando os elementos que constituem esse universo simbólico e que constituem uma referência de identidade para a população paraense. Por fim, no quarto tópico, expomos nossas considerações finais, reflexões de caráter interpretativo sobre o conjunto da pesquisa, relacionando os conceitos utilizados ao longo de nossas reflexões com a experiência etnográfica construída ao longo do período de acompanhamento do Arraial do Pavulagem.

³ Reconhecido como patrimônio cultural de natureza imaterial de Belém pela lei Nº 9305/2017; Reconhecido como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Estado do Pará pela lei Nº 315/2019.

Do Arraial ao Arrastão A volta do Arrastão do Pavulagem

O Instituto Arraial do Pavulagem - doravante AP - realiza inúmeras ações de educação cultural direcionadas à comunidade e desenvolve junto com ela um trabalho de criatividade e cooperação, fazendo uma leitura contemporânea dos saberes tradicionais através de linguagens, músicas, danças e visualidade cênicas que fortalecem a identidade cultural amazônica e se manifestam a cada ano em seus arrastões culturais, em especial no AP que ocorre nos três últimos domingos de junho e no primeiro domingo de julho⁴, levando uma multidão pelas ruas de Belém seguindo a figura central da festa que é o Boi Azulado.

Quanto aos preparativos para colocar o boi azulado na rua, estes começam já no mês de maio, quando o Instituto AP abre as portas de sua sede no bairro da Campina, em Belém, para receber os colaboradores e oficinairos⁵; montar o seu cronograma de suas atividades e ações e dar andamento ao que for necessário para a saída do cortejo no mês seguinte. Isso inclui um aguardado calendário de oficinas que são oferecidas gratuitamente para a população que se inscreve, pela internet ou presencialmente, para participar de uma das três alas que compõem o Batalhão da Estrela: dança, percussão ou pernaltas⁶. Batalhão da Estrela é o nome dado ao conjunto de integrantes do AP que após participarem das oficinas seguem uma rotina pré-agendada de ensaios e estão aptos a compor o Arrastão.

A sede do Arraial já não comporta a crescente quantidade de alunos que se inscrevem nas oficinas, “Olha quanta gente! Será que fica todo mundo até o fim?”, questiona um dos veteranos “seria pai d’égua”⁷, completa. Em 2022, depois de dois anos sem a realização do arrastão, por causa da pandemia, foram realizadas mais de 1000 inscrições, superando expressivamente o número de partícipes dos anos anteriores à pandemia, segundo Leandro Moreira, coordenador de Comunicação do AP.

Devido a esse grande número de inscritos, os ensaios passaram a acontecer na praça que fica de frente à sede do Instituto e, também, nas ruas do entorno do Instituto; de modo que o lugar onde está situado o Instituto de Artes do Pará – IAP passou a se transformar num grande ponto de encontros, de trocas e de aprendizado dos simpatizantes daquela manifestação. Ali, se

⁴ Júnior Braga, entrevista em 20/06/2022.

⁵ Pessoas responsáveis por ministrar as oficinas de Dança, Percussão e Perna de Pau para os novos integrantes do AP.

⁶ Expressão popular utilizada para definir pessoas quem praticam o uso de Pernas de Pau.

⁷ Expressão popular paraense que significa “muito bom”, “beleza”, “ótimo”, “excelente”.

aprendem as coreografias, as músicas, a tocar os instrumentos; discute-se a maquiagem das pernaltas, os novos cortes para os adereços, etc. Ali, em via pública, já ocorre o que podemos compreender como a reivindicação coletiva pelo espaço urbano por parte da sociedade civil que encontra, nas manifestações do AP, um eco às suas aspirações identitárias e culturais, que se realizam através das trocas, das interações e das experiências coletivas de ordem comunicacional, funcionando o AP como o médium para que o ato comunicacional se realize e promova a identidade desejada, encenada, construída dialeticamente no processo da interação.

Importante observar que houve uma grande expectativa para os Arrastões deste ano de 2022, pois ele marca o retorno do Pavulagem às ruas após dois longos anos de isolamento social devido a pandemia do SARS-CoV-2, ou Covid-19⁸. Passado esse período, o AP foi uma das primeiras manifestações de cultura popular da Amazônia a ocorrer sem as restrições decorrentes da Covid-19, e voltou às ruas de Belém com recorde de público⁹. Mais de 45 mil pessoas compareceram para celebrar junto com o Boi Pavulagem o retorno histórico do arrastão que leva o seu nome.

O Arraial do Pavulagem entre o mito e a fronteira

O Arraial do Pavulagem, inicialmente chamado de “Boi Pavulagem do Teu coração”, é um grupo musical criado em Belém do Pará no ano de 1987 a partir do encontro dos músicos e compositores: Ronaldo Silva, Rui Baldez, Toni Soares e Junior Soares. Sua origem se dá num momento de rápida integração da Amazônia ao espaço nacional brasileiro¹⁰. Momento este que acometeu à classe de artistas, intelectuais e produtores culturais locais um sentimento de ameaça de supressão identitária e, ao mesmo tempo, despertou-lhe, a esta classe, a necessidade de reconhecer-se e afirmar-se diante de tal ameaça. Isso porque a referida “integração” assemelhava-se à uma invasão violenta propriamente. Segundo Castro,

A violência dessa integração, com seus capitais, transumâncias, devastações e “grandes projetos”, provocava sentimentos ambivalentes em quem pertencia à Amazônia e julgava que ela a si pertencia. Uma invasão subjetiva, com esferas de arrogância, determinismo e contradição.

⁸ Em dezembro de 2019 a Organização Mundial da Saúde (OMS) recebeu alerta sobre vários casos de pneumonia, ainda sem explicação definitiva, que estavam sendo registrados na cidade de Wuhan, na província de Hubei, na República Popular da China.

⁹ Matéria disponível em <<https://www.oliberal.com/cultura/arrastão-do-pavulagem-volta-às-ruas-para-o-2º-domingo-de-festa-veja-ao-vivo-1.550588>> Acesso em 06 de jul. 2016.

¹⁰ Após a consolidação da BR316, que liga Belém à Brasília, e que nasceu com o objetivo de integrar à Amazônia a todo custo ao projeto desenvolvimentista promovido a partir do governo de Juscelino Kubitschek, intensificado com o projeto da ditadura militar em colonizar a Amazônia (Castro, 2011).

Tratava-se, em primeiro plano, desse sentimento ambivalente de perceber a fronteirização do mundo próprio, o avanço do outro sobre o pretense si-mesmo coletivo.

Em plano decorrencial, tratava-se de empreender estratégias de verificação, verificação e afirmação desse si-mesmo coletivo. Tratava-se de reorganizar o campo do mito como forma de resistência da fronteira (Castro, 2011, p.9).

Essa percepção de estar em uma encruzilhada entre tradição e transformação – ou entre o mito e a fronteira (Cf. Castro, 2011) desencadeou, de forma espontânea na classe cultural, um processo coletivo e subjetivo de discussão e compreensão de certa identidade amazônica, e das possíveis fontes culturais da sua sociedade.

Embora fosse algo sentido e pensado em conjunto pela intelligentsia belenense, esse processo não foi plenamente reconhecido enquanto acontecia – durante as décadas de 1970 e 1980 – e, justamente por isso, não gerou teorizações, nem seguiu lideranças absolutas, criação de dogmas ou produção de sínteses definitivas.

É nesse contexto que o Arraial do Pavulagem floresceu – e continua a florescer - como portador de um projeto comum de afirmação cultural identitária, que também pode ser entendido como um "ideal-tipo", no sentido weberiano, trazido por Castro (2011), ou seja, um ideal-tipo conformado a partir de um sentido em curso, um tempo a ser, um lugar a chegar. Conforme diz Junior Soares:

Os nossos teatros viviam secos. As pessoas não iam assistir a gente porque a cultura paraense naquele momento não tinha vez. Quando nós começamos, a maior dificuldade que nós tínhamos era com a imprensa. Não a imprensa em si, até porque em geral a imprensa sempre noticia, né? Mas com as rádios e a televisão. A gente não tinha acesso a esses formatos. As rádios dificilmente tocavam as nossas músicas. Com exceção da rádio Cultura, nenhuma outra tocava."(Soares¹¹, 2022)

Há um paralelo curioso entre a trajetória do grupo musical e a sua nomenclatura. Pavulagem é uma palavra popularmente utilizada no Pará e tem sua matriz na palavra “pavão”. De acordo o dicionário Papa Xibé, do jornalista paraense Mário Sobral (2005), “pavulagem” é um tipo de “metidez” e está associada ao convencido, o “metido”, aquele que gosta de aparecer. “Aparecer”, naquele momento, era uma urgência tanto quanto um grande desafio para a banda que necessitava de público. Nessa intenção, os integrantes fizeram um boizinho produzido em tala e em tecido com fitas e fitilhos coloridos¹² que passaram a levar todo domingo para um palco improvisado, na frente do Teatro Waldemar Henrique, na Praça da República.

¹¹ Junior Soares, entrevista concedida em 20/06/2022.

¹² Alegoria de mão, em formato de boi sustentada por uma tala de madeira.

Podemos considerar esse boizinho como uma isca, aquilo que ali está para atrair, pegar e reter, em forma de alegoria para provocar a curiosidade, com o objetivo de atrair o público provocando sentimentos de identificação. E ao mesmo tempo fizesse com que a banda seguisse cantando e tocando numa espécie de espetáculo aberto para quem ali estivesse e quisesse participar, não apenas assistindo-os, mas cantando e dançando com os músicos. Esse foi o embrião do que hoje se tornou os famosos Arrastões do Pavulagem.

Como passar dos anos, a receptividade do público foi aumentando e se fazia perceber na crescente quantidade de pessoas que já começavam a lotar a praça da República, aos domingos, para ouvir e dançar suas músicas. Diante disso, o grupo musical percebeu a necessidade de aprofundar o trabalho desenvolvido por eles, e deram início a uma incursão pelos interiores do Pará, pesquisando música de raiz¹³, ritmos, sons e técnicas de confecção de instrumentos musicais. Posteriormente bailarinos se uniram a este processo etnográfico investigando e registrando (C.f. Lima; Gomberg, 2012) a coreografia das danças e ritmos paraenses como lundu (ou lundum)¹⁴, o carimbó¹⁵, siriá¹⁶, xote marajoara¹⁷, retumbão¹⁸, polca, incorporando-os as performances do grupo.

Esse movimento de aprofundamento e investigação sobre a origem dos elementos musicais e dançantes evidenciados acima por Junior Soares (2022)¹⁹, é um recorte cultural, portanto simbólico, que ilustra a crítica feita por Castro (2011) sobre o esforço de produção de sentido para estar num mundo ameaçado pela fronteirização, e como esse esforço acabou

¹³ Música de raiz é aquela entendida pelo grupo como a música que é tocada e cantada em comunidades no interior do Pará e que, para esses músicos, são caracterizadas como natural daquela cultura do interior da Amazônia paraense.

¹⁴ “No lundu todos os participantes, inclusive os músicos, formam uma roda e acompanham ativamente, com palmas e cantos, a dança propriamente dita, que é feita por um par de cada vez. [...] A ‘umbigada’ é o gesto coreográfico que consiste no choque dos ventres, ou umbigos [...]. Em traços gerais, elas consistiam no seguinte: todos os participantes formam uma roda.” (SANDRONI, 2001, pp. 64-84).

¹⁵ Expressão que compreende um complexo lúdico de práticas, esteticidades e performances, o carimbó, [...] constitui uma das mais emblemáticas e alegóricas referências da cultura paraense. (INRC Carimbó, Dossiê IPHAN, 2014, p. 23)

¹⁶ Dança folclórica do município de Cametá. Do ponto de vista musical é uma variante do batuque africano, com alterações sofridas através dos tempos. Ver em <http://www.educacaofisica.seed.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=273>, acessado em 04 de janeiro 2022.

¹⁷ É como se chama o carimbó tocado e dançado na região do marajó.

¹⁸ O retumbão é uma dança derivada da Marujada e, assim como outras danças típicas da região Norte, tem a temática religiosa. É dançado em homenagem a São Benedito, sendo que as mulheres são as que determinam e comandam o ritmo, auxiliadas pelos instrumentos de percussão. Os movimentos de dança assemelham-se a espanholas tocando castanholas, com as mãos erguidas na altura da cabeça. Os homens vestem-se de branco e as mulheres utilizam vestimentas semelhantes às da marujada. <https://www.dancastipicas.com/brasileiras/dancas-regiao-norte/>, consultado em 04 de janeiro 2023.

¹⁹ Entrevista concedida em 20/06/2022.

gerando um processo de intensificação frente à necessidade de afirmar um processo de identificação social apresentado como a “moderna tradição amazônica”.

A moderna tradição amazônica pode ser vista como um desvelamento social. Não como a recuperação e defesa de uma essência ou o resgate de tradições, como querem tantos autores, ainda dominados pelos paradigmas de uma modernidade castradora, mas sim como uma bricolagem coletiva, uma invenção ou imaginação cujos processos, dispersos no corpo social, podem aqui ser chamados de intersubjetividade. (Castro, 2011, p. 10).

A moderna tradição amazônica, segundo Castro (2011), não constitui então um determinado tempo histórico, linear ou cronológico. Ela é um sentir coletivo, refluxo da intersubjetividade²⁰, um “desejo de ser” socialmente compartilhado que se projeta a partir da “angústia em ser” provocado pela “fronteira”.

Será possível compreender melhor esse processo de busca e reelaboração de um processo que se constitui como intrínseco à moderna tradição amazônica ao analisar o plano de fundo que deu origem ao Instituto Arraial do Pavulagem e seus desdobramentos.

O Arraial do Pavulagem percebido na moderna tradição amazônica

Inicialmente recebido com estranheza, devido a forte alienação cultural observada anteriormente, os arrastões do AP, a partir das iscas, ou melhor, dos símbolos identitários utilizados em suas apresentações, os shows do grupo ganharam, paulatinamente, mais adeptos. Assim, com a adesão do público, os *shows* das tardes de domingo, realizados na praça pela banda, se transformaram em arrastões (C.f. Lima; Gomberg, 2012) - cortejos em que o boi percorre a cidade levando atrás de si uma centena de pessoas embaladas pelas músicas e símbolos do Arraial.

A familiarização com o repertório simbólico levado pelo grupo – o bozinho feito de tala (tala que se faziam também os papagaios/pipas e demais artesanato da cidade), por exemplo - e a atração que a música e a dança exerciam sobre as pessoas, resultou numa mudança de postura do público para com o grupo. Mais pessoas se chegavam para brincar ao som do Arraial, famílias e amigos se reuniam nos eventos apropriando-se do espaço, e aquela postura inicialmente contida, evoluiu para um contagiante fazer-junto. "A gente foi inserindo todo mundo que chegava,

²⁰ Compreendemos a Intersubjetividade, como um “termo oriundo da fenomenologia, [que] consiste naquilo que pode ser compreendido como uma experiência sensível comum. É o ambiente de união cognitiva entre os indivíduos, aquilo que permite que os dois ou mais indivíduos sintam algo de maneira semelhante em relação a alguma coisa que está no mundo.” (Castro, 2018; 2021)

e também ia buscando criar esse espaço afetivo que depois virou um enorme lugar de encontro. Com o tempo tivemos que ir para a rua porque a quantidade de pessoas que juntava já não cabia mais na praça.” (Soares, 2022)²¹

Esse fazer-junto que Maffesoli (1993) caracteriza como a efervescência, a liga, aquilo que une através do sentir-junto e que conforma uma forma social (*apud* Castro, 2017), e engendra o sentimento de pertença.

Nesse ínterim, envolvidos com o processo de aprofundamento e investigação observado no tópico anterior, o grupo do AP atualizou e ampliou a estrutura de suas rodas de boi. Abraçaram, a partir de então, uma diversidade de ritmos, símbolos, sons, saberes e fazeres artesanais advindos de suas pesquisas pelo interior do Estado do Pará, mas não ficando restritos às cantigas regionalistas e à cultura do boi-bumbá. A partir de então, deu-se origem ao arrastão propriamente dito, mas com peculiaridades socioculturais e de importantes representações populares, como veremos no próximo tópico deste artigo.

Nós temos uma maneira única de fazer aquilo ali. Algumas pessoas achavam que nós deveríamos ser folclóricos. Folclóricos no sentido de reproduzir exatamente como são as manifestações. Mas nós somos um organismo vivo. Nós não temos um compromisso de ser um patrimônio edificado, solidificado, preso a um formato original. Nós processamos as informações e fazemos novos produtos. Essa que é a nossa versão original. (Soares, em 22/06/2022)

Compreendemos que esse é um exemplo do anseio intersubjetivo que conforma a moderna tradição amazônica, essa que não se percebe refém de um passado, muito menos como a recuperação de uma essência, conforme aponta Castro (2011). Ao contrário ela é uma invenção do presente e no presente, que não procura resgatar e que não coincide com um espaço geográfico-histórico, pois é marcada, justamente, pela busca de uma identidade não consolidada e que está em constante reelaboração.

O universo simbólico do Arrastão do Pavulagem

É manhã do segundo domingo de junho de 2022, em Belém do Pará. No coração da Praça da República, em frente ao Theatro da Paz, um grupo vestido de maneira uniforme, mas plural, vai transformando a paisagem e acrescentando ao verde predominante do lugar – devido a arborização e o gramado da Praça da República -, um colorido vibrante e ritmado, que anuncia

²¹ Em entrevista a 20/06/2022.

que o dia é do AP. São os adereços e o fardamento do grupo que trazem o “uniforme”, e dão a ideia de unidade aos brincantes do AP. Todos ali utilizam um chapéu de palha largo, com uma estrela azul pintada no topo e fitas coloridas: amarelas, vermelhas, azuis e verdes, de aproximadamente 90 centímetros, que caem da aba do chapéu sobre os ombros e as costas dos brincantes. Além disso, utilizam calça ou saia branca e uma camisa azul-escuro, que os identifica como sendo o “Batalhão da Estrela”. Da Estrela do Boi Azulzinho!

Ao observar o grupo mais de perto, a uniformidade se dilui e a pluralidade se faz notar de diversas formas, a começar pelo modo como utilizam o chapéu. Há quem o coloque sobre a cabeça, como é de costume, mas há também quem amarre as fitas no pescoço ou, então, atravessando o peito como uma mochila de alça. A camisa também ganha cortes, ajustes e enfeites diferentes, a depender de quem a usa. Há quem transforme em regata, dê um nó sob a barriga ou acrescente mais fitas e brilhos, com lantejoulas, por exemplo. São intervenções tão diversas quanto as pessoas do conjunto. Gente de diferentes idades, cores, classes, profissões e perfis, que trazem consigo, além do sorriso estampado no rosto, adereços de várias formas e materiais, como por exemplo, de miriti, as pernas de pau e instrumentos musicais, além de colares e brincos, braceletes, tudo para compor o visual para participar do Arrastão.

Figura 01 – Saída do Cortejo



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

A este batalhão vai se somando outros brincantes, curiosos, turistas e ambulantes, que embalados pelas toadas de boi, carimbó e músicas juninas ampliam o volume da folia ali na concentração do cortejo. O clima é de festa, há pessoas cantando e dançando por todos os lugares, e mesmo com a intensa aglomeração presente no local, não se vê brigas ou confusões. As pessoas vão chegando e concentrando-se cada vez mais perto do Batalhão, com o intuito de ter a melhor

visão do momento da chamada Roda Cantada - quando os integrantes do batalhão formam um corredor em frente ao palco montado na praça e ensaiam as músicas e coreografias, interagindo com as pessoas que estão em sua volta, numa espécie de aquecimento para o cortejo, o que aumenta o clima de expectativa para a saída do mesmo.

No meio desse corredor formado pelo Batalhão durante a coreografia da Roda Cantada está o personagem mais conhecido e importante da festa, e que dá nome ao arrastão, O Boi Pavulagem ou “Boizinho azul”, como é carinhosamente chamado pelos brincantes.

Figura 01 – Olha o boi! Ê boi!



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

O Boizinho é composto de ripas de madeira miriti²² que são bem leves e característica da região - em especial da região e do município de Abaetetuba -, revestido com veludo azul, possui uma estrela dourada na testa e uma saia feita com mais de três metros quadrados de cetim amarelo. Em seus chifres caem fitas coloridas que são amarradas em suas pontas, em especial nas cores primárias, seguidas de verde e branco; acima e nos altos dos chifres há uma meia coroa de flores, também chamada de rosário, ligando as duas pontas dos chifres. O seu corpo é decorado com plumas, bordados em lantejoulas e fios coloridos.

²² Miriti (Maurita flexuosa) é uma palmeira nativa das áreas alagadiças do Norte do Brasil que pode chegar a 35 metros de altura e possui usos diversos. as folhas, talo e bagaço são muito utilizados na confecção do artesanato local e são um símbolo da cultura Amazônica.

As imagens produzidas pelos enfeites no corpo do Boizinho fazem referências à diversidade da cultura amazônica paraense e aos santos da quadra junina. Abaixo e a frente da cabeça do boi podemos notar uma pequena abertura em forma quadrada o que permite ao condutor do Boizinho a olhar o que se passa, caminhar e dançar com a visibilidade necessária, e ter o mínimo de ventilação embaixo daquele boi.

Dentro da estrutura oca do boi vai o Márcio Gomes, o Baba, também chamado pelos brincantes de “tripa²³”. Há mais de 20 anos ele é o responsável por dar vida ao boi ao longo do Arrastão, chamando atenção com seus gingados, pulos e rodopios. A festa é dele! Sem ele o arrastão não sai!

“Chegou a hora de colocar o boi na rua!”, é possível ouvir alguém dizer entre um dos brincantes. Uma expressão utilizada entre participantes assíduos do folguedo que nada mais é do que uma constatação do movimento que começa a acontecer na praça. Terminada a Roda Cantada, todo o Batalhão da Estrela e o boi se organizam para sair em cortejo pelas ruas da cidade. Junto com eles vai também um rio de gente que segue seu curso pela Avenida Presidente Vargas até desaguar na Praça dos Estivadores, em frente a Baía do Guajará, onde acontecerá a apoteose ou o ápice do evento, o Show da banda Arraial do Pavulagem, que encerra a programação do dia.

O trânsito, na Av. Presidente Vargas e nas ruas adjacentes, é interrompido pelos funcionários da Secretaria de Mobilidade Urbana e, numa ação totalmente coordenada, os integrantes do Batalhão da Estrela e os demais brincantes se organizam em quatro grandes grupos/alas, de acordo com as suas atribuições, a ala dos Cavalinhos, a da Dança, o dos Músicos e dos Pernaltas. Eles são precedidos por quatro pessoas que, tais como abre-alas, vão à frente do Arraial segurando orgulhosamente os estandartes dos santos homenageados no período junino, São João, São Pedro, Santo Antônio e São Marçal, além do estandarte do Arraial do Pavulagem, propriamente. Assim como os demais adereços do cortejo, esses estandartes são coloridos e decorados com lantejoulas, fitas, brilhos e plumas.

²³ Termo popular comumente utilizado para se referir ao intestino. É também o apelido dado a quem vai dentro dos bois-bumbás animando os brinquedos. O uso do termo nesse contexto faz referência ao órgão interno do animal que agora cede lugar para o animador.

Figura 02 – Estandarte de São João



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

O primeiro grupo, chamado de “Cavalinhos”, é composto por crianças e pela turma da Apae²⁴. Possui esse nome por causa das fantasias coloridas que imitam a forma de um cavalo. A vestimenta envolve os quadris como um bambolê e fica suspensa pelos ombros, por meio de um suspensório composto por duas alças de pano. Com seus chapéus com fitas, iguais àqueles descritos anteriormente, e sob a supervisão dos responsáveis e da coordenação de um animador, as crianças seguem fazendo folia ao som dos instrumentos, e se movimentam livremente no espaço reservado²⁵ para elas. Não é difícil ver seus olhinhos varrendo todo o espaço e absorvendo cada informação presente no ambiente que se faz lúdico, e que pulsa ao seu redor. Quando encontram algo que lhes chama a atenção buscam, boquiabertas, o olhar do responsável, como quem diz: “você também viu o que eu acabei de ver?!”. Logo em seguida, o olho arregalado se converte em sorriso de satisfação, a surpresa dá lugar a alegria e elas mergulham novamente na folia.

²⁴ Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae), fundada em 1954, no Rio de Janeiro, caracteriza-se por ser uma organização social, cujo objetivo principal é promover a atenção integral à pessoa com deficiência intelectual e múltipla por meio de serviços de educação, saúde, assistência social e defesa de direitos das pessoas com deficiência.

²⁵ Visando a segurança das crianças esta é a única ala do cortejo que é cercada por cordas.

Figura 03 – A folia dos cavalinhos



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

A dança é o segundo grande grupo no encadeamento do cortejo. Ali, homens e mulheres das mais diferentes idades, executam uma sequência de danças coreografadas sob o comando de instrutores que vão dançando a frente do grupo e no meio deles. Em certos momentos, as sequências ritmadas de passos executados pelo grupo chegam a ser hipnóticas, pois realizam em uma sincronia quase perfeita.

Outro movimento que chama à atenção nesta ala, para além do balanço dos corpos e dos pés, é o agito dos adereços que os dançarinos levam nas mãos. São figuras de elementos presentes nas letras das músicas do Arraial tais como pequenos boizinhos, estrelas, luas, sóis, dentre outros. São coloridos, enfeitados com fita e preso no alto de longas varetas ou talas. Com os braços elevados acima de suas cabeças, os brincantes seguem balançando-os sobre suas cabeças. Na medida em que dançam tais elementos agregam à coreografia valores simbólicos intersubjetivos e completam o cenário lúdico do grupo, do arrastão e da festividade.

Essa ala precisa de uma área maior do que as demais alas para que os brincantes possam fazer seus movimentos, o que, em alguns momentos, causa atrito com o público que acompanha o cortejo. Por mais que exista o consenso de atenção e respeito com as alas, esse limite tênue entre o espaço do batalhão e o espaço do público, é rompido a todo momento. Há quem entre no meio da ala para fazer uma foto; há os que chegam mais próximo na tentativa de aprender a dança; e também, há aqueles que se aglomeram na rua para ver a passagem do batalhão, e acabam obrigando o grupo a se espremer além do desejado para a realização da coreografia na

avenida. Com um pedido de licença daqui e um apelo de abrir espaço acolá, tudo se ajeita e o desfile vai seguindo o seu trajeto.

Figura 04 – Passagem da ala da Dança



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

Na sequência vêm a ala dos músicos. Uma orquestra composta por cavaquinhos, maracas, barricas, banjos, ganzás, caixas de boi, triângulos, onças, saxofones, trompetes, entre outros. Tão diversos quanto os instrumentos, são os integrantes dessa ala que possuem variados perfis de idade, gênero e estilos. Organizado por naipes e conduzidos pelos instrutores, eles seguem animados em sua marcha com a missão de conduzir o cortejo até a sua apoteose, tocando os ritmos tradicionais que animam o festejo do começo ao fim. Começam com toadas de boi, seguido de carimbó e por fim música de quadrilha junina. Se caso ao término da quadrilha o arrastão ainda não tenha concluído o seu percurso eles retomam as toadas ou recomeçam a partir do carimbó.

Até então a visão era o sentido mais provocado no cortejo, devido à imensa variedade de cores, de elementos lúdicos que compõem a vestimenta e os arranjos, e os movimentos dos corpos presentes no cortejo. Contudo, na medida em que se observa os músicos de perto e torna-se possível ouvir com mais atenção os sons produzidos por eles, é o sentido da audição que ganha um despertar e se vê atizado a associar cada som percebido a um instrumento ali presente, assim como a um movimento de corpo e a coreografia realizada pelos grupos. Há um vínculo direto e referente ao visual e ao auditivo que conduzem o cortejo na forma na qual ele se realiza. Aquele sentir junto toma uma forma, uma forma social, um processo de sociação pautado pelas sensações de quem ali o vivencia e o experiencia.

Há uma espécie de transe momentâneo em que percebemo-nos imersos numa profusão de sensações que são pautadas pelas nossas percepções auditivas - com as músicas, ritmos, sons e batiques que, paulatinamente, volta a fazer sentido enquanto conjunto; também, pelas percepções visuais - pautada pela profusão de elementos, como adereços, cores, formas, etc.; pelas sensações táteis do calor, que dilata nossos sentidos corporais; pelo paladar - com a presença de comidas vendidas no local, assim como bebidas e alcoólicos; e o olfato, aquele elemento que nos pauta ainda que subjetivamente (Castro, 2018). Essa profusão de elementos que ali, embalam nossos sentidos, envolvem a todos os participantes daquele fenômeno e reverberam as formas de sociação que conformam as sensibilidades dos brincantes.

Figura 05 – Diversidade de sons e estilos



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

Aos poucos as pessoas ao redor começam a olhar mais para cima, e dessa vez não é para procurar abrigo na sombra das mangueiras que ladeiam a avenida, mas sim para admirar os pernaltas que estão cada vez mais próximos. A bem da verdade, não é necessário que eles se aproximem para que sejam notados, visto que são homens e mulheres montados em pernas-de-pau que podem passar dos 70 cm de altura. Há um detalhe característico desse grupo que os difere dos demais, e que chama a atenção de quem observa de perto, a forte e proeminente maquiagem.

Com os rostos pintados à semelhança de palhaços, os pernaltas trazem uma aura circense ao cortejo. A base da maquiagem é toda branca, como uma tela limpa, que ganha vida e cor com pinturas de símbolos do arrastão, como a estrela, o sol, a lua e o coração. A isso também se soma batons e contornos mais escuros, além de brilhos e apliques de lantejoulas.

Figura 06 – Os Pernaltas



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

Ordenados do menor para o maior, e sempre sorridentes, eles esbanjam irreverência, batem palmas, cantam, fazem caras e mexem as bocas, dançam com o boi, interagem com as pessoas do batalhão e com a multidão que envolve e acompanha o cortejo dos dois lados da avenida. Um dos momentos mais aguardados é quando, já próximo ao fim do festejo, eles dançam a quadrilha puxada pelos músicos. Tudo isso equilibrando-se em suas pernas-de-pau, desviando das irregularidades do asfalto.

Já passam das 11 horas da manhã, o sol está forte. E na medida que se aproximam da Praça dos Estivadores, as mangueiras ficam mais espaçadas, o calor aumenta. A essa altura do percurso é possível perceber algumas mudanças no comportamento dos participantes. Os chapéus se convertem em leques, as maquiagens já não estão em seu melhor estado e derretem-se pelas suas faces, os ambulantes, que também acompanham o arrastão, comboiados de suas caixas de isopor, são cada vez mais procurados em busca de algo que ajude a refrescar o calor: água, cerveja e refrigerantes são os mais procurados. Mas nenhuma dessas coisas parece ser capaz de parar a multidão, que segue fiel à sua procissão, atrás do Boi Pavulagem, num passo entre a caminhada e a dança.

Mesmo com aparência de cansaço a multidão não dá sinais de desânimo, mas o contraste de disposição fica evidente quando se observa o gingado do boi. Animado pelo Tripa, ele segue perambulando freneticamente, movido por uma energia inexplicável, dando pulos e rodopios no meio da multidão. O boi não é considerado uma ala do Arrastão, e por isso tem a liberdade para transitar por todas elas. Pode tanto interagir com os estandartes, lá no início de cada ala, quanto

voltar para dançar com os pernaltas, no final, e assim ele o faz. Por onde passa, atrai olhares. Seja dos brincantes que acompanham a folia, seja das pessoas que despontam nas sacadas dos prédios, ou dos carros que aguardam nos cruzamentos fechados enquanto o cortejo segue.

Não somente os olhares se voltam para o boi ao longo de sua andança. Tais como estrelinhas cintilantes, centenas de lentes de câmeras e celulares estão constantemente apontadas para ele, buscando capturar um momento do festejo. Em algumas situações isso chega a ser um problema, na medida em que esse público interrompe ou impede o avanço do cortejo, para fazer seus registros fotográficos.

Quando se aproxima o final do cortejo e os músicos soltam os primeiros acordes de Iniciais Boi Pavulagem, uma das músicas mais famosas do Arraial, a multidão vibra de entusiasmo.

Iniciais BP

Eu venho da Fortaleza
Colhendo flor no balaio
Vou enfeitar o rosário
Pra quando for mês de maio
Deixar bonito meu boi
Bordei no couro esse ano
Com linha fina de prata
A estrela d'alva e a lua
Pro astro rei... luz divina
Fiz um ponteio dourado
É d'ouro, prata e brilhante
As iniciais BP
De rubis e diamantes
Estrelinhas tão cintilantes
Que é pra todo mundo ver

Ouve-se palmas e gritos por todos os lugares do cortejo, e começa, então, um dos momentos mais encantadores do Arrastão. O batalhão segue cantando a canção até o momento em que se diz: “É d'ouro, prata e brilhante as iniciais BP...”. Nesse momento há uma pausa dramática dos instrumentos que é seguida pela voz estrondosa da multidão que responde: “Boi Pavulagem!” e então os instrumentos e o batalhão retornam a tocar e a cantar: “De rubis e diamantes. Estrelinhas tão cintilantes, que é pra todo mundo ver!” Nesse instante há um solo dos instrumentos e todos os brincantes começam a pular, agitando os seus chapéus de um lado para o outro de modo que as fitas coloridas presas em suas abas serpenteiam no ar formando longos arcos coloridos causando uma explosão de movimento e cor por toda a avenida. É uma cena impressionante e diante da qual é impossível ficar indiferente.

Figura 08 – Explosão de cores na avenida Presidente Vargas.



Fonte: Acervo do Instituto Arraial do Pavulagem (2022)

Ainda que a letra da música recém cantada diga que há ouro, rubis e diamantes presentes no bordado do boi, isso nada mais é do que uma licença poética para evidenciar a reverência e o afeto dedicados ao brinquedo central da festa, o boizinho azul, este que não é enfeitado com pedras preciosas ou brocados luxuosos como o é encontrado nos bois do Amazonas. É um boi enfeitado com os trecos e coisas (Miller, 2013) do Mercado popular local. Mas isso em nada atrapalha o Pavulagem em sua missão de conquistar a atenção e corações de milhares de pessoas e conduzi-las com alegria pelas ruas de Belém.

Ao término do AP é possível compreender o porquê da escolha desse nome. No trecho em que a Avenida presidente Vargas encontra a Boulevard Castilhos França o terreno se inclina para baixo em direção à Baía do Guajará, e quem está no fim nessa ladeira e olha para trás pode observar o cortejo de um ângulo privilegiado, o cortejo parece um grande rio de gente que desce ladeira abaixo alimentado por afluentes que trazem ainda mais gente de todas as ruas transversais por onde ele passa. Esse rio pulsante deságua num mar de gente tão grande quanto àquele que já se encontra na Praça dos Estivadores à espera da apresentação da banda Arraial do Pavulagem, a apoteose, e que encerra a programação do dia.

Diante dessa visão não dá para evitar os questionamentos que logo vêm à cabeça: “De onde saiu tanta gente? E como toda essa gente veio parar aqui?”. Disfarçada de veludo azul, saia de cetim amarelo, flores na cabeça e uma estrela na testa, foi o Pavulagem que de alguma forma arrastou a multidão nesse cortejo. Não o Pavulagem-boi, mas o pavulagem-símbolo, com todos os elementos que o conformam e com todos aqueles que ali, naquele momento constroem uma

identidade construída na coletividade, genuinamente amazônica e paraense, porque se pretende ser do mundo, e por isso mesmo é celebrada por todos e por cada um que compõe aquela multidão.

Considerações Finais

Este artigo procurou compreender como determinado ambiente cultural e simbólico promovido pelo Arrastão do Pavulagem - enquanto criação coletiva e de manifestação de cultura popular -, inserido num contexto de intensificação de identificações amazônica, engendrou processos de sociação produzidos a partir das manifestações do Arraial do Pavulagem, e veio a tornar-se um dos grandes símbolos da cultura paraense na cidade de Belém.

Como observado anteriormente, a metodologia da pesquisa baseou-se na observação participante, inspirada por uma abordagem etnográfica, complementada por entrevistas e pela 'descrição densa' do fenômeno (Geertz, 1989). Um importante aporte teórico para revelar o fenômeno social, cultural e simbólico do Arrastão do Pavulagem, bem como para refletir sobre os processos de identificação que moldaram e continuam a moldar o evento, foi o referencial teórico-reflexivo. Esse processo intersubjetivo, contextual e sensível conforma uma percepção coletiva e histórica dos processos socioculturais, configurando, assim, o que Castro (2011) denomina de 'moderna tradição amazônica'.

Assim, pudemos perceber que o artista, inserido em seu contexto cultural e simbólico, com o propósito de dialogar - no caso aqui tratado - através de sua música, e utilizando-se de elementos constituidores dessa cultura - o boi, as festas juninas, a quadrilha, as músicas, os ritmos, os adereços - deram início a um processo criativo e coletivo que culminou na constituição simbólica do Arraial do Pavulagem, e, também, no compartilhamento de sentidos que foram construídos coletivamente e que corroboraram para que a sociação - ou forma social - se colocasse em evidência através das manifestações do Arrastão nos dias de domingo na Praça da República, em Belém.

Importante perceber que, ao enfrentar as ameaças que a fronteirização impostas à região amazônica e aos seus sujeitos, o Arraial do Pavulagem, ainda que não tenha premeditado, conseguiu se destacar como uma expressão simbólica do movimento de busca e afirmação do *eu* amazônico paraense, tão intrínseco à moderna tradição amazônica.

Na medida em que revisitou a Amazônia profunda à procura das referências de suas origens, o AP criou a dinâmica de resgatar e traduzir novas fontes simbólicas para o seu tempo e

seu espaço urbano. Além de cultivar um universo simbólico rico e singular, também conseguiu materializar novas linguagens e construir uma visão de mundo compartilhada, que se consolidou de forma tão eficaz que se tornou uma referência coletiva de identidade.

Durante a pesquisa, foi fundamental observar o forte sentimento de pertencimento e acolhimento das pessoas envolvidas no cortejo, tanto participantes quanto espectadores, em relação ao Pavulagem e seus símbolos. Esse envolvimento mútuo entre público e artistas reflete o "sentir com" e o estar-junto, descritos por Maffesoli (1995) no desenvolvimento da efervescência.

Como organização autônoma e sem fins lucrativos, abraçada pela sociedade civil, o Arraial simboliza o sucesso da moderna tradição amazônica ao criar um universo acessível e significativo para uma comunidade plural, que vai além de seus fundadores. Esse êxito coletivo gera relações de identificação e pertencimento cultural, expandindo suas fronteiras para além da cultura local de Belém. Dessa maneira, podemos compreender o surgimento do Instituto Arraial do Pavulagem em 2003 como a "institucionalização de uma referência de identidade" (Castro, 2011, p.173).

Por fim, o Pavulagem se revela mais que uma banda, um instituto ou um arrastão: é um espaço afetivo de encontro, trocas e existência. Representa uma identidade plural, continuamente renovada por aqueles que se reconhecem nesse espaço-evento e que levam adiante, pelas ruas, essa utopia bovino-azulada de ser e existir no mundo.

Referências

- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Coleção pesquisa qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- CASTRO, Fábio Fonseca de. **Entre o Mito e a Fronteira**. Belém, Labor editorial, 2011.
- CASTRO, Marina R. N. O vestido vermelho: consumo, cultura material e comunicação intersensorial na feira do Guamá, Belém-Pará. **Novos Cadernos do NAEA**, v. 24 n. 2, p. 125-141, maio-ago 2021.
- CASTRO, Marina R. N. Aportes teóricos para pensar a feira enquanto Forma Social. **Revista Sociais e Humanas**, v. 30, p. 169-183, 2017.
- CASTRO, Marina R. N. **Socialidades e sensibilidades no cotidiano da Feira do Guamá: uma etnografia das formas sociais do gosto**. 2018. Tese (Doutorado em Antropologia) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.
- CHAGAS JUNIOR, E. M. **Pelas ruas de Belém: produção de sentido e dinâmica cultural nos arrastões do Pavulagem em Belém do Pará**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, Belém- PA, 2016.
- CHAUÍ, M. A linguagem. In: **Convite à filosofia**. 13 ed. São Paulo: Ática, 2006. p.136-151.
- CHAUÍ, M. Cultura e democracia. Crítica y emancipación: **Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**, ano 1, n. 1, p. 89-104, jun. 2008.
- GEERTZ, Clifford. 1989. **A Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro, Ed. LTC.
- IPHAN. Inrc Carimbó: **Dossiê IPHAN**, Belém, 2014.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2006.
- LIMA, Dula Maria Bento de; GOMBERG, Estélio. Cultura, patrimônio imaterial e sedução no Arraial do Pavulagem, Belém (Pa), Brasil. **Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares**, v. 9. n. 2, nov. 2012.
- MAFFESOLI, M. **La Transfiguration du politique**. Paris: La Table Ronde, 1995.
- MAFFESOLI, M. **Au creux des apparences**. Pour une éthique de l'esthétique. Paris: Plon. Le Livre de Poche, 1993.
- MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.

MOURÃO, Andressa Janaina; MOKARZEL, Marisa; KLAUTAU FILHO, Mariano. Arraial do Pavulagem, cultura e tecnologia. In: **IX Simpósio Nacional da ABCiber**, 2016, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: PUC-SP, 2016.

SANDRONI, Carlos. **Feitiço decente**: Transformações do samba no Rio de Janeiro, 1917-1933. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/UFRJ, 2001.

SOBRAL, R. M. **Dicionário Papachibé** - A Língua Paraense: Volume III. 2005.

Cultura e desenvolvimento: um estudo de caso sobre o requeijão de prato no município de Lagoinha/SP

Monica Franchi Carniello¹

Moacir José dos Santos²

Daniel Marco Bretz Sales³

Submetido: 21/05/2024

Aceito: 27/10/2024

RESUMO

Os produtos alimentares tradicionais estão diretamente ligados ao território onde são produzidos e reconhecidos. Estes alimentos são resultados das dinâmicas socioculturais de determinada sociedade, que ocupa um espaço geográfico delimitado e podem ser constituídos como signos distintivos territoriais, contribuindo com o desenvolvimento regional e local. A identidade territorial pode ser representada pelas manifestações dos elementos culturais, e quando valorizados, são alternativas econômicas ao desenvolvimento. O artigo tem por objetivo identificar de qual forma, com base nas relações socioculturais, o requeijão de prato contribui para as estratégias de desenvolvimento do município de Lagoinha/SP. A pesquisa tem uma abordagem qualitativa de caráter exploratório. Os dados primários foram coletados mediante entrevistas semiestruturadas e analisados de acordo com a proposta metodológica apresentada, e os dados secundários por pesquisas bibliográficas e documentais. Os resultados demonstram que o requeijão de prato, como uma manifestação cultural, é um bem coletivo com identidade territorial, pois articula vários atores da sociedade e colabora nas dimensões do patrimônio territorial. Por ser um alimento contributivo para

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC SP), docente do Programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté.

² Doutor em História, professor da Universidade de Taubaté. Pesquisador do Programa de Pós-graduação em Planejamento e Desenvolvimento Regional.

³ Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté.

estratégias no desenvolvimento local, deve ser apoiado por políticas públicas e valorizado pelos diversos atores e setores do município de Lagoinha.

PALAVRAS-CHAVE

Desenvolvimento Territorial; Cultura; Signos distintivos; Território.

Culture and development: a case study on dish cream cheese in the municipality of Lagoinha/SP

ABSTRACT

Traditional food products are directly linked to the territory where they are produced and recognized. These foods are the result of the sociocultural dynamics of a given society, which occupies a delimited geographic space and can be constituted as distinctive territorial signs, contributing to regional and local development. Territorial identity can be represented by the manifestations of cultural elements, and when valued, they are economic alternatives to development. The article aims to identify how, based on sociocultural relations, cream cheese contributes to the development strategies of the municipality of Lagoinha/SP. The research has a qualitative approach of an exploratory nature. Primary data was collected through semi-structured interviews and analyzed according to the methodological proposal presented, and secondary data through bibliographic and documentary research. The results demonstrate that cream cheese, as a cultural manifestation, is a collective good with territorial identity, as it articulates various actors in society and collaborates in the dimensions of territorial heritage. As it is a food that contributes to local development strategies, it must be supported by public policies and valued by the various actors and sectors in the municipality of Lagoinha.

KEY-WORDS

Territorial Development; Culture; Distinctive signs; Territory.

Cultura y desarrollo: un estudio de caso sobre el requesón en el municipio de Lagoinha/SP

RESUMEN

Los productos alimentarios tradicionales están directamente vinculados al territorio donde se producen y reconocen. Estos alimentos son resultado de la dinámica sociocultural de una determinada sociedad, que ocupa un espacio geográfico delimitado y pueden constituirse como signos territoriales distintivos, contribuyendo al desarrollo regional y local. La identidad territorial puede estar representada por las manifestaciones de elementos culturales y, cuando se valoran, son alternativas económicas al desarrollo. El artículo tiene como objetivo identificar cómo, a partir de relaciones socioculturales, el requesón contribuye a las estrategias de desarrollo del municipio de Lagoinha/SP. La investigación tiene un enfoque cualitativo de carácter exploratorio. Los datos primarios fueron recolectados a través de entrevistas semiestructuradas y analizados según la propuesta metodológica presentada, y los datos secundarios a través de investigación bibliográfica y documental. Los resultados demuestran que el requesón, como manifestación cultural, es un bien colectivo con identidad territorial, en tanto articula diversos actores de la sociedad y colabora en las dimensiones del patrimonio territorial. Por ser un alimento que contribuye a las estrategias de desarrollo local, debe ser apoyado por políticas públicas y valorado por los diversos actores y sectores del municipio de Lagoinha.

PALABRAS-CLAVE

Desarrollo Territorial; Cultura; Signos distintivos; Territorio.

Introdução

Os produtos alimentares típicos de determinada localidade são representativos da cultura e história local, pois articulam no território diversos atores sociais e preservam laços de sociabilidade relevantes na formação de uma identidade coletiva.

A análise dos componentes socioculturais em uma determinada sociedade demonstra a configuração resultante das práticas de pertencimento social. Consequente, a busca pelo desenvolvimento compreendido por sua abordagem interdisciplinar é amplificada, pois

procura abordar a estrutura do território através dos diversos segmentos, como o social, o cultural, o ambiental e o econômico (Santos et al., 2012; Silva, 2003).

A Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVale), no estado de São Paulo, dentre outras atividades, possui uma conexão histórica e cultural com a produção de leite, e conseqüentemente, os produtos derivados deste alimento. Ao estudar um produto cujas relações socioculturais permeiam historicamente a construção e consolidação de uma região, a pesquisa abrange de forma significativa diversos setores sociais corroborando com a visão multidisciplinar do desenvolvimento regional.

A valorização dos recursos locais, englobado aspectos culturais, sociais, econômicos e técnicos, com o envolvimento da população, é o paradigma da abordagem do desenvolvimento regional endógeno (Zuin e Zuin, 2008; Natário e Rei, 2026; Pecqueur, 2001). Pesquisa bibliométrica realizada por Da Silva et al (2020) identificou 374 publicações nas bases Scopus e Web of Science, no período compreendido entre 2010 a 2019, com foco em Indicação Geográfica, uma das maneiras de formalizar o reconhecimento de produtos ou serviços de determinada região ou localidade, e que, portanto, valorizam seus recursos endógenos.

O requeijão de prato é um produto derivado do leite e que possui forte tradição de produção e consumo no município de Lagoinha, no estado de São Paulo. Devido a sua importância é considerado um patrimônio cultural imaterial da cidade. A preservação dos ativos – patrimônios e manifestações culturais - resultantes das dinâmicas socioculturais, como os produtos alimentares tradicionais, protege e valoriza determinado território.

Ao destacar a trajetória sociocultural do requeijão de prato como objeto de estudo da pesquisa, o alimento é analisado pela perspectiva da relação entre os conceitos de cultura, desenvolvimento territorial. Na articulação entre os conceitos, o produto alimentar pode ser compreendido pelo viés do signo distintivo territorial e desta forma, possui atributos para certificações de origem e selos de garantia de procedência, como as Indicações Geográficas (IG). Este estudo se soma a pesquisas análogas de outras localidades e regiões, tais como a experiência do queijo serra da estrela, em Portugal (Pellin, Ribeiro e Mantovaneli, 2016) e o queijo artesanal serrano do sul do Brasil (Krone e Menasche, 2010).

Uma vez caracterizado como signo distintivo territorial e passível de registros públicos que qualificam o produto a partir do seu território de origem, o município de Lagoinha, o

requeijão de prato pode ser posicionado como elemento contributivo às estratégias do desenvolvimento territorial. As articulações dessas estratégias organizadas pelos diversos atores nos diferentes segmentos sociais impulsionam as relações de pertencimento coletivo e associa a cultura ao território.

Esta pesquisa propõe uma análise da trajetória sociocultural do requeijão de prato em Lagoinha, e ao considerar sua produção, distribuição e consumo, analisar de qual forma este produto alimentar típico e tradicional colabora nas estratégias ao desenvolvimento. Portanto, o objetivo geral da pesquisa é identificar de qual forma, com base nas relações socioculturais, o requeijão de prato contribui para as estratégias de desenvolvimento do município de Lagoinha/SP.

Cultura, identidade territorial e desenvolvimento

Na relação com a identidade territorial e o desenvolvimento, a compreensão do conceito de cultura abrange diferentes perspectivas associada aos conhecimentos da Antropologia, História, Geografia e Sociologia.

Segundo Eagleton (2003) a origem latina da palavra cultura vem do termo “colere” e está associada a significados que vão desde cultivar até prestar culto e proteger. Acrescenta-se a essa abordagem a ideia de cultivo da mente humana, onde a cultura não está somente ligada à natureza, mas existe uma ligação com a intelectualidade (Willians, 1992). Para este autor, o uso moderno da palavra cultura surgiu durante a Revolução Industrial e marcou uma mudança significativa na forma de pensar e criticar questões sociais, políticas e econômicas.

O conceito fundamental para esta pesquisa está ancorado nos estudos sobre a geografia cultural de Claval (2007). Segundo o autor a cultura representa o meio pelo qual os indivíduos se relacionam com a natureza, influenciando e modificando os valores através do conhecimento adquirido, acumulado e repassado:

A cultura é herança transmitida de uma geração a outra. (...) que mergulha no território onde seus mortos são enterrados e onde seus deuses se manifestarem. Não é, portanto, um conjunto fechado e imutável de técnicas e de comportamentos (Claval, 2007, p.63).

Alinhado a ideia sobre a relação dos indivíduos com a natureza, a cultura alimentar é o elo entre cultura e comida. Para Montanari (2008), as bases alimentares de uma sociedade

são determinadas pelos processos culturais e não simplesmente definidas por processos naturais. Nas discussões modernas sobre cultura, os conceitos de relativismo e hibridismo cultural são relevantes nas discussões sobre cultura e alimento.

O relativismo proposto por Boas (2005) reconhece a diversidade cultural e traz à luz as reflexões sobre as questões humanitárias, fundamentais ao desenvolvimento. O hibridismo cultural, segundo Canclini (2001), está associado aos impactos da globalização, misturas étnicas e fusões em diversas áreas, como na produção dos alimentos em estudo.

Já a Organização da Nações Unidas (ONU) destaca a cultura como um conjunto específico de bens materiais, intelectuais e emocionais que delimitam o sistema de valores de uma sociedade (UNESCO, 2001).

Nesta pesquisa, considerando a complexidade do conceito de cultura, adota-se a definição de cultura como a soma de comportamentos balizados pelos valores e conhecimentos que são transmitidos entre as gerações (Claval, 2007). O autor compreende a cultura como um sistema dinâmico que se adapta e evolui em resposta às transformações sociais, econômicas e políticas, que influencia as formas de organização do espaço e o comportamento humano. Essa abordagem converge com a abordagem de valorização de aspectos específicos das localidades e regiões como estratégia de desenvolvimento.

A cultura, como uma organização, reflete uma identidade coletiva que sustenta o conceito de território sendo construída a partir do mesmo. As construções através de ações objetivas e simbólicas associa identidade à percepção de pertencimento ao que é próprio (Santos, 2007). Portanto, a relação entre território e cultura é mútua e indissociável. Para Sack (1986) essa relação, a territorialidade como estratégia humana de adaptação, é socialmente construída e importante para entender a relação sociedade e espaço, permitindo análises dos processos e a atribuição de sentidos.

O desenvolvimento territorial sustentável, segundo Pellin e Curadi (2018), requer a compreensão da complexidade das relações sociedade-natureza-cultura e a promoção de políticas que integrem essas dimensões. No contexto do desenvolvimento, a cultura, ou a identidade do território, influenciam os processos socioeconômicos.

A identidade territorial e seus signos distintivos perpassam pelos processos de comunicação. A abordagem folkcomunicacional de Beltrão (2001), ao investigar os processos de comunicação nas culturas tradicionais transmissão de informações no seio das

comunidades por meio de formas culturais tradicionais desempenha papel fundamental na preservação e valorização das características específicas de cada local ou região. Além de criar sistemas de comunicação alternativos ao modelo hegemônico, a folkcomunicação como um sistema de comunicação destaca a importância de elementos culturais que contribuem para a circulação de informações de forma acessível e condizente com as características das comunidades locais.

O território valorizado e protegido pode ser expresso por meio de variáveis que traduzem as construções e valores estabelecidos em determinada sociedade. Os produtos de origem estão diretamente ligados ao território, seu ambiente de produção, e são reflexos da originalidade e procedência inigualáveis desses produtos. Ao identificar um produto alimentar como autêntico, o reconhecimento deste alimento expressa um valor atemporal, significações a partir de construções coletivas e uma concepção além de material, simbólica (Vieira, 2008).

As Indicações Geográficas (IG) são certificações oficiais relevantes para qualificar produtos com vínculo ao território de origem (Brasil, 1996). A obtenção e manutenção dessas certificações de uso coletivo atestam a origem geográfica dos produtos, protegendo características peculiares do território e as dinâmicas socioculturais. As dinâmicas são percebidas através da formação de rede de autores sociais, valorização da cadeia produtiva e garantia de qualidade aos consumidores (Nierdele, 2013).

As IG constituem ferramentas importantes para diferenciar e diversificar os produtos alimentares no mercado, oferecendo vantagens competitivas aos produtores. Além dos benefícios econômicos, segundo Bastos, Consoni e Mesquita (2019), as certificações de origem estão associadas à manutenção sociocultural, preservação dos patrimônios alimentares e valorização das culturas locais.

As discussões sobre o território e as Indicações Geográficas podem ser estabelecidas pelo viés dos signos distintivos territoriais, ou seja, um produto alimentar ao estar relacionado a um território específico estabelece uma relação de diferenciação em comparação com seus semelhantes. Segundo Dallabrida (2019), estes signos colaboram no desenvolvimento territorial pois distinguem as qualidades e estabelecem uma valorização mútua entre território e produto.

Para Bruch (2011. p.12) ao caracterizar os signos é possível, através da representação e interpretação, diagnosticar uma realidade. Nesta relação, os signos distintivos de origem

podem representar um produto e “o resultado dos fatores naturais e humanos de uma determinada região, combinados de uma maneira única”[...] “em suma, são territórios únicos nos quais é possível elaborar produtos também únicos”.

Ao valorizar o território pelas relações socioculturais, as manifestações culturais transmitem valores simbólicos e uma identidade coletiva. Os produtos alimentares com bases nas culturas locais e protagonismos das comunidades são recursos do território que podem ser considerados patrimônios culturais (IPHAN, 2014). O patrimônio que estabelece um vínculo com o território é conceituado como patrimônio territorial, sendo que uma das dimensões deste é a dimensão cultural e alguns dos seus componentes são: valores códigos e conduta, saberes e fazeres da cultura, manifestações culturais e economia criativa (Carniello; Santos; Pimenta, 2022).

Método

Foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa e análise exploratória (Richardson, 2012; Severino, 2017). O objeto de estudo foi o produto alimentar Requeijão de Prato e sua trajetória sociocultural no município de Lagoinha/SP.

O contexto destacado permitiu diagnosticar como o requeijão pelas perspectivas do estudo de caso (Godoy, 1995) e sua possível identidade territorial, tem potencial para ser identificado como um signo distintivo territorial.

A coleta de dados se deu em duas fases: por dados secundários, de natureza bibliográfica e documental; e dados primários, por meio de entrevista em profundidade com atores sociais relacionados à atividade de produção e comercialização do requeijão de prato, reconhecido como produto típico alimentar lagoinhense conforme a Lei nº 1077 (Lagoinha, 2021).

Para a fase das entrevistas, a intencionalidade da amostra foi constituída através de um primeiro contato com o município e identificação (representatividade do universo) dos agentes sociais (sujeito-tipo) que correspondem ao contexto de produção, distribuição e consumo do requeijão de prato (Richardson, 2012), a saber: produtores, comerciantes e gestores públicos e de empresas privadas, totalizando 15 entrevistados.

O projeto de pesquisa, bem como o instrumento de coletado de dados semiestruturado, foram submetidos e aprovados por Comitê de Ética em Pesquisa (parecer 5.945.238). As entrevistas foram aplicadas à amostra por meio de abordagem pessoal, com gravação das entrevistas em áudio, de forma individual, em horário e local definidos pelos entrevistados, seguindo todos os preceitos éticos em pesquisa.

Após a coleta de dados, o conteúdo foi analisado junto ao referencial teórico para indicar convergências e reflexos a partir dos principais conceitos elencados: cultura e desenvolvimento, signos distintivos territoriais e certificações de origem, identidade territorial e patrimônio cultural. Para análise de conteúdo foi utilizado o método proposto por Bardin (2011), que segue três etapas, pré-análise, exploração do material e tratamento do material. Na pré-análise, foi realizada a leitura global das entrevistas que foram transcritas na íntegra. Foram identificadas as categorias e os resultados foram analisados, em triangulação com os dados secundários das fontes documentais e com fontes bibliográficas.

Resultados e discussão

Os municípios no alto da Serra do Mar no estado de São Paulo, dentre eles São Luiz do Paraitinga, Natividade da Serra, Redenção da Serra e Lagoinha, possuem por hábito o consumo de alimentos derivados do leite, e são constituídos como territórios, devido a formação histórica e os hábitos culturais da região (Saquet, 2009). Segundo Ribeiro (2021), a produção e distribuição – parte da cadeia produtiva - do leite de vaca possui grande importância em diversos segmentos como o econômico, social e político, e os pequenos produtores em diversas regiões do Brasil possuem representação significativa neste contexto. A Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte tem a maior bacia leiteira do estado assegurada pelo EDR - Guaratinguetá (Figura 1), este com uma produção de aproximadamente 145 milhões litros produzidos em 2021 o que corresponde a 9,2% da produção estadual (IBGE, 2022).

Figura 1: Mapa dos Escritórios de Desenvolvimento Rural (EDR) do estado de São Paulo



Fonte: Instituto de Economia Agrícola, SP

Nos municípios mencionados somente Lagoinha está no EDR - Guaratinguetá, sendo que os demais estão inseridos no EDR – Pindamonhangaba, este com produção correspondente a 6% da produção estadual. O município de Lagoinha, com uma população estimada em 2021 de 4.882 pessoas, registrou em 2019 um PIB per capita de R\$12.643,55 e ocupava o 585º lugar no estado de SP, com um PIB municipal de R\$61.902.000,81. Nas atividades econômicas do município, destaca-se a agropecuária, que corresponde a maior receita R\$7.011.000,01, mais que o dobro, em comparado com indústria R\$3.168.000,16, estabelecendo no município a tendência histórica e cultural para a produção agrícola, como a produção de leite (IBGE, 2022).

Na produção agropecuária (produção agrícola e pecuária), de acordo com o Censo Agropecuário 2017 do IBGE, o município de Lagoinha conta com 257 estabelecimento agropecuários dentre eles: lavoura permanente (destaque para produção de bananas e bergamotas), lavoura temporária (destaque para produção de cana-de-açúcar e milho) e pecuária (destaque para produção leiteira). Ademais, outra informação relevante, é o que o número de pessoas ocupadas no campo e com relação de parentesco com o produtor (475

contra 251 sem parentesco), demonstra o vínculo da comunidade local com o território em trajetória histórica e pertencimento.

A trajetória de ocupação nas zonas rurais e espaços com construção de identidades específicas, conforme destacado, é apresentado por Vitrolles (2013) na expansão da agricultura e desenvolvimento do Brasil. Os diferentes espaços ocupados podem produzir produtos alimentares de vínculo com a origem e, portanto, possuem potencial para certificações como as Indicações Geográficas. A ocupação de um espaço geográfico é o conceito de território apresentado por Santos (2007) sendo este local fundamento do trabalho e de trocas, portanto, assegurando uma identidade.

Com foco nesta pesquisa, a caracterização da pecuária em Lagoinha compreende a seguinte relação do efetivo rebanho por ordem decrescente de cabeças animais: bovinos 21.125, galináceo 14.000, equino 695, suíno 600, ovino 180, caprino 80, bubalino 37. Do valor de cabeças de animais bovinos informados, 5.900 vacas ordenhadas totalizaram 11 milhões litros de leite produzidos, com 7,5% da produção da EDR – Guaratinguetá. Conforme os dados, maior destaque para a criação de bovinos e na produção leiteira, demonstrando a forte contribuição do setor nas atividades econômicas do município.

A atividade leiteira na EDR mencionada demonstra a capacidade do setor para o desenvolvimento regional, pois segundo Pellin (2019), este desenvolvimento parte de uma relação endógena, onde é necessário a participação dos diversos atores para mobilizar os ativos regionais.

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Portaria nº359/97, o requeijão é um produto “obtido pela fusão da massa coalhada, cozida ou não, dessorada e lavada obtida por coagulação ácida e/ou enzimática do leite opcionalmente adicionada de creme de leite e/ou manteiga e/ou gordura anidra de leite ou *butter oil*” (Brasil, 1997, p.43). A mesma portaria traz a diferenciação entre o requeijão e o requeijão cremoso, este deve, necessariamente, ter adição de creme de leite e/ou manteiga e/ou gordura anidra de leite ou *butter oil*.

O requeijão em pesquisa é classificado como requeijão cremoso e é considerado um Queijo Artesanal Brasileiro, conforme publicação da EMBRAPA em parceria com o MAPA e o SEBRAE (2021). Devido sua cremosidade, a depender do produtor, textura com maior grau de maciez, o requeijão é servido em recipiente fundo que lhe confere o nome específico,

requeijão de prato, e uma identidade estética própria (Figura 2). O nome do produto está diretamente ligado à história local e as práticas contidas no processo e cadeia produtiva. Visto a cremosidade, faz-se necessário um recipiente que comporte a estrutura do alimento para sua distribuição e conseqüentemente venda.

Figura 2: O Requeijão de Prato de Lagoinha/SP



Fonte: Autores, 2023

Os relatos dos entrevistados nos trechos destacados a seguir informam que o requeijão, de consumo frequente entre os moradores e enraizado da cultura alimentar local, eram vendidos no recipiente que lhe confere o nome. O entrevistado G destaca que “antigamente o requeijão era vendido em pratos de ágata” e além da questão de acesso ao tipo de prato da época e a reutilização do material, o requeijão considerado “artesanal era mais consistente”, segundo o entrevistado I, o que demonstra a necessidade de utilização de tal utensílio. Apesar de manter a forma de apresentação, atualmente o produto é vendido em pratos descartáveis de baixo custo, que pode ser devido à grande quantidade vendida, mas que, segundo o entrevistado G, “seria legal oferecer o prato de ágata” para agregar valor e explorar o patrimônio como estratégia de marketing. Em relação a forma, o entrevistado G apresenta ser essa uma das diferenciações do produto de Lagoinha ao alegar que por exemplo em Cunha, cidade vizinha, “se utiliza recipiente mais quadrado”.

Além da forma, outras questões relevantes foram atribuídas pelos entrevistados sobre as características exclusivas, e, portanto, excepcionais segundo Vieira (2008) do requeijão de prato de Lagoinha. Apesar de o produto ser encontrado em outros municípios da região, ele pode ser diferenciado, no sentido do processo pois “muitas outras localidades foram industrializando” conforme informa o entrevistado F, que também alega fatores naturais “...questão do clima, não está no extremo da altura e nem na proximidade com o mar, uma localidade e temperatura muito agradável para os animais, na produção de leite...”.

A diferenciação do produto também é constatada a partir da formação histórica e cultural da região, que configura um fator de identidade ao produto e distingue dos demais produzidos na região. Para o entrevistado G, a importância reflete na quantidade produzida em Lagoinha, para o qual “nas cidades vizinhas tem grande produtores de qualidade, mas não tem quantidade, a produção é muito pouca”. O entrevistado I reflete sobre a apropriação do requeijão de prato, e sua valorização ao identificar que “o povo de Lagoinha não deixou que outras pessoas abraçassem” esse bem coletivo. Essa relação de pertencimento pela apropriação do requeijão conecta a comunidade ao território através da identidade coletiva, que é resultado da cultura (Geertz, 2008; Santos 2007).

O requeijão de prato é um produto consumido regularmente pela sociedade e pelos turistas que frequentam o local. Todos os entrevistados nos grupos selecionados citam o consumo do requeijão de prato comum na família e recorrem as lembranças de infância quando questionados sobre o primeiro contato com o produto.

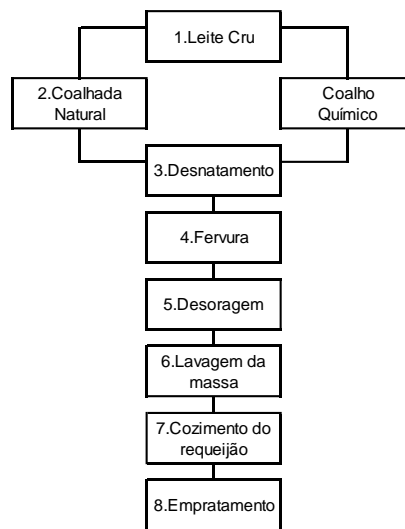
É difícil mencionar a data precisa de origem deste produto, pois, conforme alega o entrevistado G “a parte da cultura é uma tradição de antigamente e passa de pai para filho e vó para neto”. Para fins desta pesquisa, a data mais antiga apresentada na coleta de dados remete a segunda metade do século XIX, e, portanto, o produto pode ser considerado de trajetória centenária. Neste sentido, o território ocupado e transformado durante a história possui uma identidade – a identidade territorial, resultado da construção social marcada pela relação espaço e tempo (Davel e Santos, 2018).

O processo de produção do requeijão começa na escolha do tipo de gado e na fonte de alimentação dos animais, que vai impactar na qualidade do leite. Conforme considerações dos entrevistados, destaque sobre o gado ao informar que “para girar a massa tem que ser gado mestiço, se não, não tem retorno” e outro sobre alimentação “depende do que a vaca

come, se tiver comendo farelo e capim ruim, não rende”. Vale ressaltar que essa preocupação vem dos produtores que possuem gado próprio, enquanto outros, possuem o costume de comprar leite, desde que a fonte seja confiável. Neste sentido, a relação de confiança entre os agentes da comunidade local é constantemente fortalecida.

Uma vez ordenhado o leite, o fluxograma abaixo demonstra o processo de produção do requeijão de prato de acordo com as principais etapas:

Figura 3: Fluxograma das principais etapas de produção do requeijão de prato



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

O fluxograma representa as principais etapas no processo de produção do requeijão de prato, porém, algumas alterações podem acontecer de acordo com as proporções das receitas e modo de fazer de cada produtor. Por ser um produto histórico e cultural realizado em grande parte nas roças e zona rural, a variação torna-se essencial, visto sua relação direto com o território, a lida no campo e as intempéries de cada produtor. A produção em diversas localidades é destacada na fala do entrevistado F “a família inteira Lagoinha é criada na cidade e nos campos”.

No setor social a entrevistada E alega que “existem famílias que se reúnem para fazer o requeijão, é um momento de convívio social”, e segundo Tilio (2009) a sociabilidade é um reflexo da cultura, e neste sentido, o entrevistado H informa ser “um costume da roça” e que “todo pessoal antigo produz”.

Na questão cultural, pode-se destacar o valor simbólico na fala da entrevistada E ao admitir que “o requeijão tem ligação afetiva com as pessoas”. Seguindo no sentido do valor imaterial o entrevistado F afirma que na sua família “era um momento único, que tinha todo um ritual para fazer o requeijão” e que “todo lagoinhense tem isso rico na vivência afetiva”.

Para Flores (2006), as construções simbólicas são construídas a partir do território. Além, o entrevistado I afirma que “tem um segredo, os mais antigos falavam...quando for fazer o requeijão não pode ter ninguém ali falando, barulho” e é corroborado pelo entrevistado H que diz “tem mulher que vai fazer o requeijão que não pode falar” e pela entrevistada C informando sobre seu processo de produção já que “o requeijão é quieto e sem estresse, por isso, eu faço a noite”.

Ao acompanhar as etapas de produção descrita e os relatos dos entrevistados, a primeira diferença aparece na escolha do gado e sua alimentação. Enquanto o entrevistado A prefere usar gado mestiço e pasto, visto obter um leite “mais gordo”, o entrevistado B cria animais de raça selecionada com mais rendimento de leite e o balanceamento da alimentação com ração selecionada. Essa escolha irá impactar diretamente na qualidade do leite, principalmente, em termos de rendimento durante o processo.

O método considerado atual, em contrapartida com o método tradicional, utiliza o coalho químico no processo de coagulação da massa. Ao utilizar o coalho químico, declara a entrevistada C que “hoje em dia já faz com o coalho para acelerar o processo” de produção do requeijão e adverte que “o requeijão não tem gosto”. O feitiço acelerado do produto pode ser justificado pela demanda de mercado e a agitação da vida urbana contemporânea em contraposição aos modos de vidas tradicionais.

Apesar da diferença entre os dois métodos, o produto em si é único e, portanto, o reconhecimento do que o requeijão de prato abrange os diferentes métodos de produção e perfis de características de qualidade. A discussão pertinente relatada pelos entrevistados tem fins mercadológico e uma possível obtenção de selo que possa reconhecer métodos e processos específicos, como as Indicações Geográficas. Para os entrevistados I e A, respectivamente, o produto artesanal deve “ter preço mais elevado” e visto que no método atual “ele faz na hora”, então “ele pode vender mais barato”. Para a entrevistada L, que possui comércio local com grande demanda do produto, os dois tipos têm procura, ainda que o mais vendido atualmente seja do modo tradicional.

A fala dos entrevistados exemplifica a herança adquirida, conforme Claval (2007), como nos trechos “aprendi com minha tia, raspando a panela”, “aprendi com mãe, que aprendeu com mãe e vai passando” e “desde criança, minha mãe fazia”, falas dos entrevistados C, A e B, respectivamente. A quantidade de sal e a dosagem do leite são conhecimentos adquiridos ao longo da trajetória produtiva do requeijão e habilidade desenvolvida de acordo com a receita de cada produtor.

Na primeira identificação realizada no município, conforme metodologia apresentada para a pesquisa de campo, pode-se observar que a venda do requeijão de prato é divulgada de forma categórica nas casas dos moradores locais (Imagem 4) e não somente explorado pelo comércio local. As entrevistas realizadas apresentam a tendência histórica na venda do requeijão de prato pelos moradores diretamente ao público. Para o entrevistado H o processo nasce de uma solução visto que “toda cidade que tem zona rural, o leite que sobra coalha e vira requeijão”, somado a necessidade de renda conforme mencionado pelo entrevistado D “as vezes, quando a pessoa encomenda, já cheguei a vender...ai eu vendia assim, nas casas” e a configuração da comunidade rural que beneficia a venda para os vizinhos.

Figura 4 - Divulgação da venda do requeijão de prato na casa dos moradores locais



Fonte: Autores, 2023

Observa-se nas imagens que a divulgação da venda do requeijão é elaborada de forma aleatória pelos moradores, não existindo referência padronizada de imagem ou elemento textual que agregue de forma coletiva uma identificação com o produto. Trata-se de uma solução de comunicação criada pela comunidade, e que dá visibilidade ao produto local. No entanto, no sentido de prevalência para uma identidade visual do produto, ainda que não tenha um padrão verificado, o entrevistado B informa que desenvolveu um logotipo junto ao Sebrae para seu produto. Entretanto, é possível notar que junto com a venda do requeijão de prato outros produtos são fornecidos, como a manteiga caseira e o queijo, demonstrando que a visibilidade de um produto tradicional e reconhecido colabora na articulação mercadológica de outros produtos agroalimentares (Pecqueur, 2006).

A perspectiva do desenvolvimento local, com base no requeijão de prato como um produto alimentar contributivo, pode ser evidenciada pelo elo estabelecido entre os diferentes atores inseridos na cadeia produtiva deste alimento. Entre esses atores, os comerciantes locais têm grande participação nas atividades econômicas e usam o requeijão para, além de proporcionar fluxo de vendas aos produtores locais, oferecer o produto como estratégia mercadológica e possibilidade de degustação aos visitantes – *in natura* ou a em conjunto com outros produtos (Figura 5).

Figura 5: Utilização e venda do requeijão de prato pelos comerciantes locais



Fonte: Autores, 2023

O comércio local apresenta diferentes tipos de estabelecimentos que vendem o requeijão de prato. Na exploração foram identificados: padarias, supermercados, mercearias, lanchonetes e mercadinhos. Além dos comércios fixos, comerciante 01, o comerciante 02 é feirante e expõe seus produtos na Feira do Produtor Rural e Artesanatos.

Além da perspectiva histórica, cultural e social mencionada, o setor da economia é acelerado através do requeijão de prato. Para os entrevistados o produto “movimenta a economia” e “serve como renda extra para as famílias”. Pode se considerar alguns fatores pertinente a esse segmento como a geração de renda aos produtores e conseqüentemente ao comércio local, a possibilidade de atrelar o produto a cultura árdua e trabalhosa do campo, a alternativa para agregação de valor na cadeia produtiva do leite, e o desenvolvimento do turismo (Davel e Santos, 2018; Miguel, 2021).

É constante na fala dos entrevistados que a oportunidade de aumentar a renda está presente desde a produção dos mais antigos e tem aumentado, visto a popularidade que o requeijão de prato está alcançando. Por ter uma bacia leiteira de forte expressão na região (IBGE, 2022), os produtores costumam vender o leite para cooperativas. No entanto, nem sempre é vantajoso esse tipo de mercado, e o requeijão de prato é uma forma de agregar valor ao leite. Segundo o entrevistado I “as cooperativas não subiam o valor litro do leite, e começaram a perceber que agregava valor, faziam a cota e quando sobrava leite fazia o requeijão” e para o entrevistado G “os produtores que tiravam somente o leite que não é valorizado pela cooperativa, ele passa a ser valorizado no requeijão”. Desta forma, o produtor rural consegue atrelar sua força de trabalho a uma remuneração mais justa, pois, ao proteger um produto tradicional, agrega valor não somente ao produto, mas assegura a dignidade do homem no campo. Além, a valorização do produto influencia na venda pelos comerciantes, que também são beneficiados dentro da cadeia produtiva.

No âmbito econômico, o requeijão tem impacto no setor do turismo e foi destacado pelos entrevistados essa amplitude. Se o local “faz parte do antigo caminho do ouro Paulista, Taubaté para Paraty e teoricamente Lagoinha surgiu no início, uma cidade primária”, conforme aponta o entrevistado I e prevê seu reconhecimento o PL 94/2023 (ALESP, 2023), o turismo surge como possibilidade para uma cidade caracterizada historicamente pela passagem. Para a entrevistada E, “o requeijão de prato traz bastante movimento para o

turismo”, e, portanto, evidenciar este produto ajuda na propagação do turismo e, consequentemente, na perspectiva econômica do município.

Devido sua importância histórica e cultural, no dia 1º de fevereiro de 2021, o requeijão de prato foi reconhecido pela Prefeitura Municipal como Patrimônio Cultural Imaterial de Lagoinha (Figura 6). Esta estratégia colabora para a proteção dos recursos do território, sendo que esses recursos/ativos, possuem capacidade para serem patrimonializados (Prats, 2005).

Figura 6: Divulgação do requeijão de prato como Patrimônio Cultural Imaterial de Lagoinha



Fonte: Prefeitura Municipal de Lagoinha

A lei promulgada sobre o requeijão de prato dispõe sobre informações essenciais para análise do produto quanto ao seu potencial para certificações de origem e sua articulação com as dinâmicas socioculturais.

Art. 1º - Fica estipulado o Requeijão de Prato, alimento que expressa um modo de preparo alimentar tipicamente lagoinhense, como patrimônio cultural imaterial da cidade de Lagoinha de forma a garantir e proteger este produto em seu valor cultural e turístico, ensinado de geração em geração, produzido e comercializado por produtores de leite deste município (Lagoinha, 2021).

Na continuidade da Lei o artigo 2 descreve as finalidades de estabelecer o requeijão como patrimônio imaterial em seus diversos aspectos. Ao analisar o artigo mencionado percebe-se sua consonância (incisos e componentes) com a proposta metodológica para mensuração do patrimônio cultural apresentada por Carniello, Santos e Pimenta (2021).

Art. 2º - O requeijão de prato como patrimônio imaterial de Lagoinha tem por objetivo:

I – Ser um produto turístico.

II – Fomentar, promover e divulgar o requeijão de prato como produto turístico.

III – Valorizar o requeijão de prato visando sinalizar alternativas de desenvolvimento para um turismo cultural gastronômico.

IV – Oportunizar a geração de renda por meio de um produto alimentar.

V – Proteger um modo de fazer alimentar como riqueza cultural.

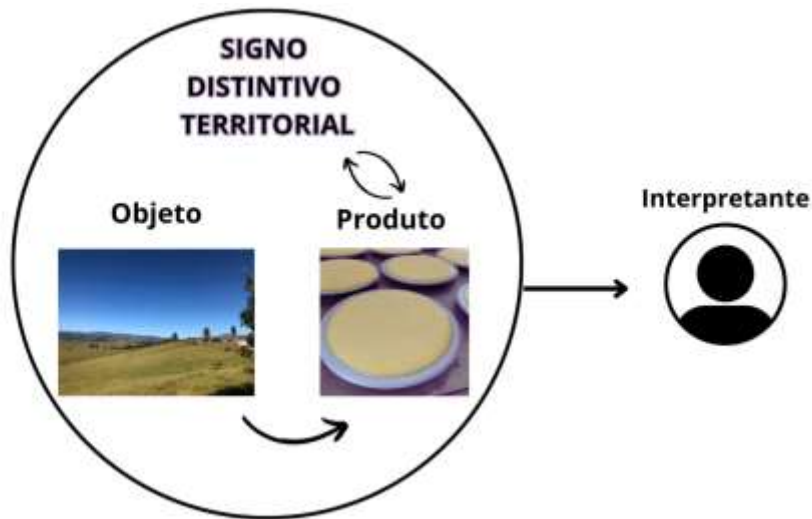
VI – Incluir a nova geração nos processos culturais da cidade.

(Lagoinha, 2021)

Ao caracterizar o requeijão de prato, visto sua importância em diversos setores da sociedade e sua relação com o território através da cultura, esse produto pode ser constituído por uma identidade territorial. O inciso VI, que diz respeito à inclusão da nova geração nos processos culturais da cidade, insere-se nos processos folkcomunicaçãois, por seu papel de transmissão de informações nas comunidades por meio de formas culturais tradicionais (Beltrão, 2001).

Os signos, segundo Bruch (2011), são representações de objetos que traduzem a identidade de determinado contexto sociocultural. Desta forma, se os signos interpretam as realidades de determinado território e são diferenciais de mercado, podem ser constituídos como signos distintivos territoriais (Dallabrida, 2019b).

Figura 7: Exemplificação do signo distintivo territorial para o caso em estudo



Fonte: Adaptado de BRUCH (2011, p.22)

O signo distintivo territorial pertinente ao requeijão de prato de Lagoinha remete a origem do produto e ao que ele representa para os munícipes. O processo de desenvolvimento está relacionado às conexões territoriais, por sua vez associadas à ação humana e às expressões derivadas dessa atividade. Essa relação possibilita a elaboração da identidade percebida por munícipes e por todos que tenham contato com o produto, constituindo, desse modo, a base para o encetar de ações relacionadas ao desenvolvimento a partir de potencialidades endógenas.

Considerar o desenvolvimento regional é entender as transformações além do modelo econômico, mas também social e cultural, e suas dinâmicas no desenho do território pesquisado. Entender e sistematizar um panorama para construção desse desenvolvimento, através da valorização de produtos e serviços distintivos, são propostas estratégicas.

Considerações finais

O requeijão de prato é um produto tradicional lagoinhense e está ancorado na história do município. Sua produção centenária está enraizada nas práticas rurais e na trajetória do homem no campo, bem como na resistência de ocupação e uso do território. Ao analisar e descrever as características deste produto e suas contribuições para o desenvolvimento local, percebe-se a importância desse alimento para a sociedade e seus habitantes. Além, para a valorização e proteção do requeijão de prato, são necessárias estratégias para fundamentar as possibilidades ao desenvolvimento. Uma vez que, o produto alimentar em pesquisa possui características para ser definido como um signo distintivo territorial e foi promulgado como Patrimônio Imaterial Cultural pelo município de Lagoinha no Estado de São Paulo, acendeu a luz para as discussões sobre suas contribuições para o desenvolvimento.

O artigo apresentou como resultado a importância que um produto alimentar tradicional pode representar para o desenvolvimento de uma região. O impacto do requeijão de prato como alimento contributivo está diagnosticado em diversos setores tais como cultural, ambiental, social, econômico e político. A trajetória histórica e centenária demonstra que este produto é símbolo da preservação dos costumes e tradições, e, culturalmente, guarda saberes e modos de fazer, como também de vida da comunidade lagoinhense. Ao valorizar e preservar a cultura, uma identidade coletiva expressa por tradições e valores, os seus atores com protagonismo são capazes de influir nos processos de desenvolvimento do território.

No setor social, apesar de apresentar o convívio e a interação entre os moradores e a vizinhança na zona rural, ainda é necessário criar espaços de diálogos constantes e fomentar a participação da sociedade civil nas demandas sociais. Além, a falta de coletividade é um empecilho para articular de forma mais satisfatória as demandas dos atores civis ligados ao universo do requeijão de prato. O fortalecimento do capital social é fundamental para repensar as estratégias do desenvolvimento regional, pois articula noções importantes como governança e associativismo. O desenvolvimento deve ser concebido através de uma participação social interativa e não excludente, com a participação ativa dos diferentes atores para impulsionar as transformações em diferentes setores.

As contribuições no setor econômico são mais perceptíveis, visto que o alimento já teve uma relação direta com a subsistência e seus meios e modos de produção representam a resistência do homem às diversidades no campo. O território pode ser desenvolvido ao explorar seus recursos como ativos econômicos, e um produto alimentar patrimonializado tem potencial contribuição nos fluxos econômicos. Atualmente, com o aumento da visibilidade do produto, primeiramente pelo esforço e resiliência dos produtores, mas também por meio de estratégias e ações principiantes públicas, o requeijão não é somente produzido com o excedente do leite, mas, tornou-se o primeiro produto mercadológico de muitos produtores. De toda forma, é necessário que a agenda e o orçamento dos órgãos públicos estejam comprometidos de maneira mais ampla pela dedicação na valorização do requeijão de prato, uma vez que, as demandas da coletividade precisam de organizações políticas capazes de atendê-las. Entretanto, a impossibilidade de encontrar dados econômicos ligados ao requeijão de prato, diminui a ênfase nas tratativas sobre este segmento.

O artigo serve como parâmetro para novos estudos e fornece materiais e discussões pertinentes sobre o tema pesquisado. Também contribui para associar a folkcomunicação como elemento presente nos territórios e participe dos processos de desenvolvimento regional e local com base em características endógenas e especificidades territoriais. Ademais, os resultados corroboram para fomentar a pesquisa sobre produtos alimentares, visto que são marcadores de identidade, importantes componentes nas dinâmicas socioculturais e do patrimônio territorial podendo estabelecer prerrogativas cruciais para as estratégias sobre o desenvolvimento.

Referências

ALESP. **Projeto de Lei nº 94/2023**. Reconhece como de relevante interesse cultural o antigo "Caminho do Ouro Paulista". São Paulo, 2023. Disponível em: https://www.al.sp.gov.br/spl/2023/03/Propositura/1000485170_1000622448_Propositura.pdf

ALESP. **Parecer nº 238, de 2023**. Comissão de Constituição, Justiça e Redação, sobre o projeto de lei nº 578, de 2021. São Paulo, 2023. Disponível em: https://www.al.sp.gov.br/spl/2023/03/Acessorio/1000484774_1000622243_Acessorio.doc

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BASTOS, L. da S.; CONSONI, F. L.; MESQUITA, F. C.. **A interação entre conhecimentos em um Sistema Territorial de Inovação periférico: o caso da Indicação Geográfica do Queijo Canastra**. Anais do III Simpósio Internacional de Geografia do Conhecimento e da Inovação, p. 50-59, 2019.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BOAS, F. **Antropologia cultural**. Textos selecionados, apresentação e tradução, Celso Castro. 2a edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BRASIL. Governo Federal. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Lei da Propriedade Industrial. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília: DF, 1996.

BRASIL. MAPA. **Instrução Normativa nº77, de 26 de novembro de 2018**. Estabelece os critérios para produção, acondicionamento, conservação, transporte, seleção e recepção do leite cru. Disponível em: <https://www.defesa.agricultura.sp.gov.br/legislacoes/instrucao-normativa-mapa-77-de-26-11-2018,1214.html>

BRASIL. MAPA. **Portaria nº359, de 04 de setembro de 1997**. Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade do Requeijão ou Requesõn. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=08/09/1997&jornal=1&pagina=42&totalArquivos=160>

BRUCH, K. L. **Signos distintivos de origem: entre o velho e o novo mundo vitivinícola**. Tese (Programa de pós-graduação em Direito) Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Buenos Aires: Paidós, 2001.

CARNIELLO, M. F.; SANTOS, M. J. dos; PIMENTA, C. A. M. **A abordagem territorial do desenvolvimento: um olhar metodológico sobre a dimensão cultural e seus componentes.** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 18, n. 1, 2022.

CLAVAL, P. **A geográfica cultural.** Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2007.

DALLABRIDA, V. R. **Valorização do território, signos distintivos e desenvolvimento territorial: uma aproximação teórica e indicativos metodológicos.** In: ENANPUR da UFRN, Natal, 2019. Anais XVIII ENANPUR 2019a. Disponível em: <http://xviiienanpur.anpur.org.br/anaisadmin/capapdf.php?reqid=23>.

DA SILVA, Fabrício Carvalho et al. **Estudo bibliométrico e análise de tendências de pesquisa em indicações geográficas.** Research, Society and Development, v. 9, n. 10, p. e7469109146-e7469109146, 2020.

DALLABRIDA, V. R.; BAUKART, K. S.; GUIZANI, W. **Signos Distintivos Territoriais e Indicação Geográfica: uma avaliação de experiências com a aplicação de instrumental metodológico.** Interações, Campo Grande, MS, v.21, n. 1, p195-211, jan./mar. 2019b. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/inter/v21n1/1518-7012-inter-21-01-0195.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2021.

DAVEL, E. P. B. ; SANTOS, F. P. **Gestão de equipamentos culturais com base na identidade territorial.** Revista Gestão & Conexões, v. 7, n. 2, p. 7-42, 2018.

EAGLETON, T. **A ideia de cultura.** 1ª ed. Lisboa: Temas e Debates, 2003.

EMBRAPA. **Queijos artesanais brasileiros.** Brasília: DF, 2021. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/226359/1/Queijos-artesanais-brasileiros.pdf>

FLORES, M. **A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento – uma visão do estado da arte.** Santiago, Chile: RIMISP, 2006

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais.** Revista de Administração de empresas, v. 35, p. 20-29, 1995.

IBGE. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/lagoinha/panorama> 2022.

KRONE, Evander Eloí; MENASCHE, Renata. **Políticas públicas para produtos com identidade cultural: uma reflexão a partir do caso do Queijo Artesanal Serrano do sul do Brasil.** 2010.

LAGOINHA. **Lei nº 1077, de 23 de fevereiro de 2021.** Prefeitura Municipal de Lagoinha. Disponível em: https://www.lagoinha.sp.gov.br/publicos/lei_1077_16115930.pdf

LAGOINHA. **Divulgação do requeijão de prato como Patrimônio Cultural Imaterial de Lagoinha**. Disponível em: <https://www.lagoinha.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/1165/a-partir-de-agora-o-requeijao-de-prato-e-um-patrimonio-cultural-imaterial-de-lagoinha/>

MIGUEL, Iván Boal San. **Cultura, creatividad y disparidades territoriales: nuevas perspectivas de análisis**. Tese (Doutorado em Economia) Universidad de Valladolid, 2021.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

NATÁRIO, Maria Manuela; BRAGA, Ascensão Maria; REI, Constantino. **A valorização dos recursos endógenos nos desenvolvimentos dos Territórios Rurais**. 2016.

PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Économie rurale**, v. 261, n. 1, p. 37-49, 2001.

PELLIN, Valdinho; RIBEIRO, J. Cadima; MANTOVANELI, Oklinger. Contribuições dos produtos tradicionais para o território: a experiência do queijo Serra da Estrela, em Portugal. **Territórios e Fronteiras**, v. 9, n. 1, p. 264-284, 2016.

PELLIN, Valdinho; CURADI, Fausto Cheida. **Potencialidades e limites das indicações geográficas (IGs) como estratégia de desenvolvimento territorial sustentável em Santa Catarina**. Revista Metropolitana de Governança Corporativa (ISSN 2447-8024), v. 3, n. 2, p. 03-18, 2018.

PELLIN, Valdinho. **Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho**. Interações (Campo Grande), v. 20, p. 63-78, 2019.

PRATS, L. **Concepto y gestión del patrimonio local**. Cuadernos de antropología social, v. 21, n. 2005, p. 17-35, 2005.

RIBEIRO, T. L. **Cadeia produtiva do leite de vaca: revisão de literatura**. Jaboticaból, Unesp, 2021.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

SACK, Robert David. **Territorialidade humana: sua teoria e história**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SANTOS, Mi; BECKER, B. K. (org.). **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SANTOS, E. L. et al. **Desenvolvimento: um conceito multidimensional**. Desenvolvimento Regional em debate Ano 2, n. 1, jul. 2012.

SÃO PAULO. Secretaria da Agricultura e do Abastecimento. **Mapa das regiões administrativas do estado de São Paulo**. Disponível em: <https://www.agricultura.sp.gov.br/pt/>. Acesso em: 02 set, 2022.

SÃO PAULO. Empresa Metropolitana de Transporte Urbanos (EMTU). **Mapa da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte**. Disponível em: <https://www.emtu.sp.gov.br/emtu/institucional/quem-somos/vale-do-paraiba-e-litoral-norte.fss>. Acesso em: 02 set, 2022.

SÃO PAULO. Instituto de Economia Agrícola. **Mapa dos Escritórios de Desenvolvimento Rural (EDR) do estado de São Paulo**. Disponível em: <http://www.iea.agricultura.sp.gov.br/out/mapa.php>. Acesso em: 02 set, 2022.

SAQUET, Marcos Aurélio; SPOSITO, Eliseu Savério (org.). **Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos**. São Paulo: Expressão popular: UNESP, 2008.

SEADE. **Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados**. Painel do município de Lagoinha/SP. Disponível em: <https://pib.seade.gov.br/municipal/>

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2017.

SILVA, S. B. M. **O turismo como instrumento de desenvolvimento e redução da pobreza: uma perspectiva territorial**. CORIOLANO, L. N. M. T., LIMA, L. C. (org.) Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental. Fortaleza: EDUECE. pp.19-25, 2003.

TILIO, R. C. **Reflexões acerca do conceito de cultura**. Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades, v. 7, n. 27, p. 35-46, 2009.

UNESCO. **Universal Declaration on Cultural Diversity**. Paris, 2001. Disponível em: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/5_Cultural_Diversity_EN.pdf.

VIEIRA, N. M. **Integridade e autenticidade: conceitos-chave para a reflexão sobre intervenções contemporâneas em áreas históricas**. Anais de ARQUIMEMÓRIA, 3º Encontro Nacional de Arquitetos sobre Preservação do patrimônio edificado. Salvador, 2008.

VITROLLES, D. A valorização de produtos de origem no Brasil: um comparativo entre mecanismos de qualificação. In: NIERDELE, Paulo André (org.). **Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados agroalimentares**. Porto Alegre: UFRS, p.151-177, 2013.

ZUIN, Luís Fernando Soares; ZUIN, Poliana Bruno. Produção de alimentos tradicionais contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 4, n. 1, 2008.

A malhação do Judas à luz da Folkcomunicação: contextualização, simbologia, classificação e análise de notícias

Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho¹

Submetido: 11/07/2024

Aceito: 25/09/2024

RESUMO

As celebrações da Semana Santa no Brasil começam no Domingo de Ramos e terminam com o Domingo de Páscoa, relembrando a crucificação, morte e ressurreição de Jesus Cristo. Nesse período, ocorre a malhação do Judas, onde um boneco simbolizando Judas Iscariotes é punido pela comunidade. Este artigo, sob a perspectiva da Folkcomunicação, investiga as origens e a ressignificação dessa prática, analisando notícias do jornalismo digital do Norte e Nordeste brasileiro. A pesquisa exploratória utiliza métodos bibliográficos e documentais, além da análise de matérias jornalísticas de 2024 dos portais O Povo (CE), O Liberal (PA) e Folha BV (RR).

PALAVRAS-CHAVE

Malhação do Judas. Semana Santa. Cultura popular. Folkcomunicação. Jornalismo.

**The Judas' maul from the perspective of Folkcommunication:
contextualization, symbolism, classification and analysis of news.**

ABSTRACT

The Holy Week celebrations in Brazil begin on Palm Sunday and end on Easter Sunday, remembering the crucifixion, death and Resurrection of Jesus Christ. During this period, the Judas' maul [As a specific cultural custom of the Brazilian population, there is no specific expression in English for "Malhação de Judas"] takes place, when a male doll symbolizing Judas Iscariot is severely punished by the crowd. This article, from the perspective of Folkcommunication, investigates the origins and redefinition of this practice, analyzing digital journalism news from the North and Northeast of Brazil. The exploratory research adopts bibliographic and documentary methods, in addition to the analysis of journalistic articles from 2024 from the portals "O Povo" (Ceará); "O Liberal" (Pará) and "Folha BV" (Roraima).

¹ Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

KEY-WORDS

The Judas' maul. Holy Week. Folkcommunication. Popular culture. Popular communication. Journalism.

El martirio de Judas en la perspectiva de la Folkcomunicación: contextualización, simbolismo, clasificación y análisis de noticias.

RESUMEN

Las celebraciones de la Semana Santa en Brasil comienzan el Domingo de Ramos y terminan con el Domingo de Resurrección, reviviendo la crucifixión, muerte y Resurrección de Jesucristo. Durante este período tiene lugar el azote de Judas [Como costumbre cultural específica del pueblo brasileño, no existe una expresión específica en español para “Malhação de Judas”], cuando la comunidad castiga a un muñeco que simboliza a Judas Iscariote. Desde la perspectiva de la Folkcomunicación, este artículo estudia los orígenes y la redefinición de esta práctica, analizando noticias del periodismo digital del Norte y Nordeste de Brasil. La investigación exploratoria utiliza métodos bibliográficos y documentales además del análisis de artículos periodísticos del año de 2024 de los portales digitales “O Povo” (Ceará); “O Liberal” (Pará) y Folha BV (Roraima).

PALABRAS-CLAVE

El martirio de Judas. Semana Santa. Folkcomunicación. Cultura popular. Comunicación popular. Periodismo.

Aspectos introdutórios

A Páscoa, termo que deriva das palavras “Pesach”, do hebraico; “Pascha”, do latim; e “Paskha”, do grego, é uma comemoração tradicional cristã que relembra a crucificação, a morte e a ressurreição de Cristo, aspectos particularmente importantes para os fiéis porque permite a revisitação ao ato de Cristo, que, em sacrifício, salvou a humanidade dos pecados e ofertou-lhes a perspectiva de uma nova vida.

Como festa móvel, o período da Páscoa – ou, popularmente, “Semana Santa” - é conhecido a partir da definição da data do “domingo de Páscoa”, que acontece no primeiro domingo após a primeira lua cheia que se verifica a partir do equinócio da primavera (no

hemisfério Norte) ou do equinócio do outono (no hemisfério Sul). Pondera-se, porém, que a data dessa lua cheia é definida nas tabelas eclesiásticas desde que o Conselho de Niceia, no ano 325 d.C, relacionou o estabelecimento da Páscoa a uma Lua imaginária, conhecida, assim, como a “Lua Eclesiástica”). Em termos práticos, pode-se dizer que a Páscoa ocorre 47 dias depois da terça-feira de carnaval.

De acordo com Manfred Lurker (2003), a origem da Páscoa tem duas raízes, uma pagã e outra judaica. Para os pagãos, era uma comemoração da primavera, com cultos e ritos associados aos ciclos lunares e solares, celebrando, então, a entrada de um ano novo. Os judeus, por sua vez, relembram a libertação do povo hebreu da escravidão no Egito, liderado por Moisés. A Páscoa judaica relembra a passagem do anjo da morte durante a execução da décima praga do Egito. Exatamente por isso, a Páscoa para os judeus é chamada de “Pesach”, “passagem” em português.

Embora guarde conexão com a festa judaica, a Páscoa dos cristãos católicos possui elementos simbólicos próprios. A Semana Santa inicia-se no Domingo de Ramos, que simboliza o retorno de Jesus para a cidade Jerusalém; passa pela Quinta-feira Santa, quando se recorda a Última Ceia de Cristo com seus discípulos; pela Sexta-feira Santa, com a lembrança da crucificação e morte de Cristo no Calvário; pelo Sábado de Aleluia, dia após a morte de Cristo; e termina no Domingo de Páscoa, quando se recorda a ressurreição do Salvador.

Segundo a narrativa bíblica, na Última Ceia, Cristo se reuniu com seus discípulos e com eles participou da ceia pela última vez. A morte do Salvador, a partir dessa narrativa, aconteceu após ele ter sido preso no Getsêmani, vítima da traição de Judas Iscariotes. Levado a julgamento, Cristo foi condenado, torturado e crucificado em uma colina conhecida como gólgota.

É exatamente no contexto da Semana Santa que a prática popular da malhação do Judas, ou “queimação do Judas”, ainda acontece na atualidade. A partir da confecção de um boneco, a tradição se dá no Sábado de Aleluia, por meio de uma surra dada no boneco, que originalmente simboliza Judas Iscariotes, mas que, nos dias atuais, com ressignificação da prática, pode simbolizar desafetos das comunidades que a praticam, como alguns políticos.

Estudiosos dessa temática, a exemplo de Ático Vilas-Boas Mota (1981) e Veiga de Oliveira (1998), fornecem elementos que auxiliam a articulação de fundamentos teórico-

empíricos para melhor entendimento da relação entre a Semana Santa e a malhação do Judas. Sendo a Páscoa um período de renascimento, de vida nova com a ressurreição de Jesus Cristo, torna-se uma época adequada para a morte de alguém que personifique o mal e sentimentos a ele associados, como ganância, traição e covardia. O sacrifício do apóstolo que traiu Jesus é, portanto, um meio a que se recorre para que o mal dê lugar à ideia de esperança renovada.

Nesse cenário, o presente artigo objetiva refletir sobre a prática da malhação do Judas, abrindo possibilidades para se observar, no âmbito dos ritos próprios da Semana Santa e por meio do estudo de notícias veiculadas pelo jornalismo digital do Norte e Nordeste brasileiro, o processo de ressignificação dessa manifestação da cultura popular, apropriada por diversas comunidades como um meio de “malhar” seus desafetos, situando-a no contexto dos estudos da Folkcomunicação. Nesse ponto, preocupa-se em incluí-la entre as tipologias folkcomunicacionais, destacando-a como meio encontrado por populares para expressar suas mensagens, críticas e reivindicações.

Do ponto de vista metodológico, trata-se de estudo exploratório, uma vez que, além de trabalhar objeto que apresenta lacunas do ponto de vista da produção de conhecimento científico, persegue finalidades elencadas por Andrade (2002): a) proporcionar maiores informações sobre o assunto que se vai investigar; b) facilitar a delimitação do tema de pesquisa; c) descobrir um novo tipo de enfoque sobre o assunto.

Para concretização dos objetivos propostos, optou-se por pesquisa bibliográfica e documental, além da análise de matérias jornalísticas que noticiaram a malhação do Judas em três estados brasileiros durante a Semana Santa de 2024, iniciada com o Domingo de Ramos (24 de março) e concluída com o Domingo de Páscoa (31 de março). As matérias foram extraídas de três portais integrantes de grupos de mídia do Ceará, do Pará e de Roraima - a) O Povo (Fortaleza – CE); b) O Liberal (Belém – PA) e c) Folha BV (Boa Vista – RR) -, nos seguintes endereços eletrônicos: <https://www.opovo.com.br/>; <https://www.oliberal.com/>; <https://www.folhabv.com.br/>.

É mister destacar, ainda, que a figura de Judas Iscariotes tem sido motivo de controvérsias na cultura ocidental, encontrando-se, inclusive, questionamentos acerca da afirmação de ter sido Yehudhah ish Qeryoth – o Judas – o apóstolo traidor de Jesus. Para além da narrativa bíblica, os debates em torno da identidade do apóstolo permanecem e se reacendem em tempos de Páscoa, inclusive com matérias jornalísticas a esse respeito, a

exemplo de texto intitulado “Traidor de Jesus, Judas permanece um mistério”, publicado na Folha de S. Paulo em 29 de março de 2024, por Reinaldo José Lopes (Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2024/03/traidor-de-jesus-judas-permanece-um-misterio.shtml>).

Extraí-se desses debates elementos que apontam para a relação que a cultura popular estabelece entre a figura bíblica do apóstolo Judas e o sujeito social escolhido para representá-lo na prática da malhação enquanto manifestação de um grupo social. Sendo o apóstolo tido como um homem ganancioso, desleal e traidor, tais características são buscadas na figura que metaforicamente será executada no costume popular.

[...] o imaginário popular o vê não apenas como aquele que vendeu o seu próprio mestre por trinta siclos, mas também como alguém que personifica a própria ganância, traição, covardia e remorso. [...] seu personagem transforma-se em um boneco emblemático que representa um dilema moral universal, sentimentos e valores que expressam o conflito e a tensão entre as condutas exemplares e as fragilidades humanas. Por personificar esta tensão social a nível coletivo, o Judas e sua malhação podem ser apresentados como um plano metafórico da própria dinâmica social das comunidades que o praticam. (Mendes, 2007, p. 23-24).

Dessa forma, este artigo não se propõe a gerar polêmicas no âmbito religioso, como não se prende a concordar ou discordar de passagens bíblicas, nem tampouco se centra na difusão da fé católica ou em sua crítica. Levando-se em conta a constante transformação dos processos culturais em sociedade, volta-se a entender a malhação do Judas no bojo da teoria folkcomunicação, a ofertar elementos no sentido de possibilitar percepções de dinâmicas, sentidos e lógicas internas da manifestação em foco, observando-se as apropriações, por parte da cultura popular, do significado de Judas Iscariotes no contexto bíblico e a capacidade de sua simbolização pelas comunidades na atualidade.

Os objetivos traçados se justificam a partir da necessidade de contribuir, do ponto de vista da produção do conhecimento nessa área, com uma temática da cultura popular ainda pouco explorada, como registra Mendes (2007), em áreas como a Comunicação e a Antropologia.

O artigo oferece, inicialmente, explanação sobre manifestações da cultura popular. Em um segundo momento, recupera essas práticas no período da Semana Santa e, em seguida,

analisa a malhação do Judas enquanto expressão da Folkcomunicação e os conteúdos de notícias extraídas do jornalismo digital. Ao final, encontram-se as considerações finais.

Manifestações da cultura popular

O caráter plural da cultura brasileira, resultante de um processo de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço, exige um constante olhar atento às manifestações culturais que se processam no país.

Schwarcz e Starling (2015) observam que “a alma mestiça do Brasil” é resultado de uma mistura original entre ameríndios, africanos e europeus.

De tanto misturar cores e costumes, fizemos da mestiçagem uma espécie de representação nacional. De um lado, a mistura se consolidou a partir de práticas violentas, da entrada forçada de povos, culturas e experiências na realidade nacional. Diferente da ideia de harmonia, por aqui a mistura foi matéria do arbítrio. (Schwarcz; Starling, 2015, p. 15)

Para as autoras, a diversidade cultural é uma das grandes realidades do país, marcado e condicionado pela separação e pela mistura desse longo processo de mestiçagem. “Nossos vários rostos, nossas diferenciadas feições, nossas muitas maneiras de pensar e sentir o país comprovam a mescla profunda que deu origem a novas culturas, porque híbridas de tantas experiências” (2015, p. 15).

Da fixação dos portugueses no território brasileiro, especialmente para iniciar o plantio da cana-de açúcar por volta de 1530, aos dias atuais, essa fusão de culturas no Brasil foi intensificada em diferentes períodos, a exemplo do que ocorreu após a abolição da escravatura (1888), quando o governo incentivou a vinda de imigrantes europeus para atender às necessidades de fazendeiros quanto à mão-de-obra para as lavouras de café.

Em meio a esse mosaico étnico e cultural, a própria definição de patrimônio cultural é abrangente. “[...] a noção de patrimônio cultural é muito mais ampla, incluindo não apenas os bens tangíveis como também os intangíveis, não só as manifestações artísticas, mas todo o fazer humano, e não só aquilo que representa a cultura das classes mais abastadas, mas também o que representa a cultura dos menos favorecidos” (Barretto, 2002, p.11).

São, assim, na cultura brasileira, variadas as práticas, como o são as formas de absorvê-las e compreendê-las. Nesse sentido, cabe a citação de Hall (2006, p. 59), quando afirma que “não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural, para representá-los todos como pertencendo à mesma e grande família nacional”.

Além disso, também é mister a compreensão de que as práticas culturais, com o tempo, se ramificam, se multiplicam, se difundem e ora se entrelaçam delineando encontros e desencontros no tripé “cultura erudita, cultura de massa e cultura popular”. É a partir dessa noção, que uma definição única de cultura popular ou mesmo das manifestações dela oriundas se torna inviável. Mas há, por outro lado, o entendimento de que, como assinala Canclini (1989), o popular é algo construído, mais que preexistente, e, assim, pensar as tradições não exclui, ao contrário, exige, refletir sobre transformação. Para o autor, o termo tradição não implica, necessariamente, uma recusa à mudança, da mesma forma que a modernização não exige a extinção das tradições.

As manifestações culturais populares, hoje no centro do espaço ocupado pelos estudos folkcomunicacionais, podem ser entendidas como formas de expressão da cultura de um povo, constituindo movimento de determinada cultura, em época e lugar específicos, até porque, “com o passar inevitável dos tempos, traços se perdem, outros se adicionam, em velocidades variadas nas diferentes sociedades, exatamente porque a cultura não pode ser entendida como estática e, conseqüentemente, as manifestações culturais também não” (Castelo Branco, 2007, p. 66).

Assim, embora as manifestações da cultura popular, em sua origem, guardem conaturalidade entre a prática e os seus participantes, diversos autores observam que, em determinadas realidades, a apropriação de muitas destas práticas pelo turismo ou empresas midiáticas, gera a espetacularização e o afastamento das manifestações de suas raízes. “Nesse exato momento, o capitalismo se apropriou do folclore, ocultando seu teor original de enraizamento” (Bosi, 1987, p. 11).

Muitas dessas manifestações, ao passar por processos de mediações e transformações, acabam chegando ao completo desaparecimento, enquanto outras apenas assimilam novos ingredientes, mas continuam externando intenções, aspirações e olhares de suas comunidades.

Para Trigueiro (2007), observações e interpretações dessas manifestações populares permitem aos estudiosos descobrirem os códigos, as regras e os estatutos que constroem o ensinar e o aprender da diversidade da cultura brasileira e, conseqüentemente, o desenvolvimento da identidade. As manifestações populares características de um povo, como festas religiosas ou profanas, oportunizam, nesse sentido, não apenas a compreensão do fazer artístico, mas também o entendimento das relações sociais.

A Páscoa como um espaço de manifestações populares

Durante a Semana Santa, celebrações e outros aspectos religiosos caracterizam esse período em que, fiéis cristãos recordam a morte e a ressurreição de Cristo. Além disso, essa época é também marcada por manifestações populares, que, em algumas regiões brasileiras, perdem, aos poucos, a intensidade, mas em outras ganham novos ingredientes, assim persistindo.

Entre elas, a “serra dos velhos”, brincadeira que acontece na noite de quinta-feira, é, normalmente, comandada por um grupo de rapazes conduzindo serrotes, chocalhos e latas, e que se dirige a porta da casa de um “velho” para ler um testamento. Em meio ao barulho que acorda a vizinhança, os rapazes indagam o destino dos bens do senhor, provavelmente alguém avarento ou que enriquecera rapidamente.

Já a “Mi-Carême” é comemorada principalmente no Sábado de Aleluia, com cunho carnavalesco e que recebeu, no Recôncavo Baiano, o nome de “micareta”, uma evolução da palavra francesa. Os festejos duram, em geral, do Sábado de Aleluia até a quarta-feira seguinte. Nos dias de hoje, não se cumpre exatamente essa data. A micareta, carnaval fora de época, como ficou conhecida no Brasil, é festejada o ano inteiro, em datas variadas, com trios elétricos, em muitos estados do país, sendo também fonte de lucro, pauta na mídia e boa oportunidade de divulgação para empresas.

Malhação do Judas

O caráter plural da cultura brasileira, resultante de um processo de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço, exige um olhar atento às manifestações populares que se processam no país.

Entre as tradições comuns à Semana Santa, está, ainda, a malhação do Judas, realizada na madrugada ou na manhã do Sábado de Aleluia. Tradição herdada da Península Ibérica e disseminada em boa parte dos países da América do Sul, desde a época colonial, trata-se de brincadeira no qual Judas, representado por um boneco, é encarado como traidor, uma vez que vendeu Jesus por algumas moedas, e merecedor da morte, sendo atacado a pauladas ou queimado em locais públicos, como ruas ou praças (Mota, 1981).

A origem do costume remonta aos processos inquisitórios instalados pela Igreja Católica. Durante a Idade Média, a Igreja Católica conquistou e manteve grande poder. Possuidora de muitas terras férteis da Europa e com grande peso nas decisões políticas dos reinos, interferia na elaboração das leis e estabelecia padrões de comportamento moral para a sociedade. Religião única e oficial, a Igreja Católica oprimia opiniões e posições contrárias aos seus dogmas, perseguindo e punindo os que desrespeitassem ou questionassem suas diretrizes. A Igreja Católica criou a Inquisição no século XIII, para combater os hereges (contrários à religião católica). Para sufocar essas manifestações contrárias à doutrina oficial, eram empregados dois meios: a Inquisição e as novas ordens monásticas.

A Inquisição, nome que deriva do verbo latino *inquirere* (inquirir), prendeu, torturou e mandou para a fogueira aqueles que não seguiam às ordens da Igreja. No começo, esse recurso era utilizado como modo de processo penal instaurado pelo papa Lúcio III (1181-1185) e adotado por Inocêncio III (1198-1216). O processo compreendia a visita ou inspeção do inquisidor, sermão a tempo de graça, inquérito com denúncia e citação dos suspeitos, interrogatório dos acusados, audiência das testemunhas, defesa do advogado, vexação, tortura, auto-de-fé e exame do apelo ao papa. O inquisidor fazia um sermão no qual convocava os culpados a apresentarem-se em determinado lugar, no espaço de 15 dias a um mês, que, por isso, é chamado tempo de graça. As pessoas que cumprissem esse tempo recebem castigos mais leves. Do contrário, caberia a prisão (Jácome, 2014).

O interrogatório baseava-se nas acusações aduzidas. Antes de respondê-las, o acusado jurava com as mãos sobre o Evangelho. A vexação ou constrangimento era efetuada visando à confissão de heresia. Depois de proferida a sentença, realizava-se uma sessão pública, onde a sorte dos acusados era definitivamente decidida. Dessa sessão, participa o maior número de pessoas possível, recebendo o nome de “auto-de-fé”, o último momento para que os acusados renunciassem às heresias. Os que, nessa hora final, optassem por morrer católicos, eram mortos e depois queimados; os demais eram queimados vivos. Para os que fugissem, eram feitos manequins simbolizando as pessoas, sendo esses também queimados, ritual do qual, historicamente, deriva o costume de queima do boneco que representa Judas.

No contexto da Baixa Idade Média (séc. XI a XV), reside um dos processos inquisitórios mais conhecidos historicamente. Entre 1337 e 1453, a França e a Inglaterra travaram a Guerra dos Cem Anos, por várias razões políticas e econômicas. Nos primeiros anos de guerra, os ingleses, melhor organizados e com excelente infantaria, acumularam vitórias, mas, em 1429, um fato mudaria o curso da guerra em favor dos franceses.

Comandando um pequeno exército enviado por Carlos VII, a camponesa Joana d'Arc libertou Orléans, região sitiada pelos ingleses, fato que impulsionou outras vitórias francesas, até a conquista de Reims. Carlos VII foi, então, coroado rei da França, em meio ao entusiasmo nacional. Para conter os ânimos nacionalistas dos franceses, reavivados por Joana d'Arc, os ingleses a aprisionaram. Ela foi julgada por um tribunal da Igreja, sob a acusação de heresia e bruxaria. Acabou condenada e queimada viva em Rouen, em 1431 (Arruda; Pilletti, 2000). Joana d'Arc foi santificada pela Igreja Católica no início do século XX.

“E assim, muitos inocentes padeceram na fogueira, terminando por criar, no folclore, um rito de sacrifício através da ‘Queimação do Judas’ como forma de expiação” (Mota, 1981, p. 15). Mota acrescenta, ainda, que a transfiguração folclórica da “Queimação do Judas” é uma das provas de que o aparato inquisitorial conseguia moldar a alma popular, incutindo-lhe, ódios e preconceitos.

Ante o exposto, compreende-se o ritual anual, na Páscoa, da morte do Judas, o “traidor de Jesus”, o que remete à antiga prática utilizada na Inquisição. Com a evolução da tradição, o boneco passou a ser pendurado em postes ou colocado em portas de determinadas personalidades, “quando o povo aproveitava para criticar os atos condenáveis de indivíduos que, por algum motivo, lhe caíram no desagrado” (Beltrão, 1971, p. 123).

Historicamente, a intenção de sátira na queima do Judas não poupou sequer a corte portuguesa no Brasil Colonial, à época de D. João VI, quando o divertimento foi proibido:

Bem avisado andou o Intendente geral da polícia pois no sábado santo de 1821, três dias antes do embarque da corte para Lisboa, um magote compacto de arruaceiros enforcou e queimou em efígie a céu descoberto, em vez do Judas tradicional, alguns personagens conspícuos da administração, entre eles o próprio Intendente geral e o comandante militar da polícia (Lima, 1945, p 105).

A retomada do costume ocorre já pós-movimento de Independência do Brasil e é observada em 1831 pelo artista francês Jean-Baptiste Debret, que veio para o Brasil com a Missão Artística Francesa, em 1816, e permaneceu por quase dezesseis anos. Seu relato encontra-se na obra “Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil”, com três volumes, publicados de 1834 a 1839: “Graças a um concurso de circunstâncias, vimos ressurgir, na quaresma, esse antigo divertimento caído em desuso há mais de vinte anos, ou melhor, proibido no Brasil desde a chegada da Corte de Portugal, sempre desconfiante dos ajuntamentos populares.” (Debret, 1940, v. III, p. 191).

Observa-se, por meio do relato de Debret, que, desde os primeiros anos do “novo país”, recorre-se à tradição em foco para críticas políticas, com a incorporação da figura de homens do governo à de Judas:

O temor é perfeitamente justificável ante a aproximação das novas constituições liberais, pois três dias antes de minha partida do Rio de Janeiro, no sábado de Aleluia de 1831, viu-se nas praças da cidade um simulacro do enforcamento de alguns personagens importantes do governo, como o ministro intendente geral [...]. (Debret, 1940).

O artista francês ressalta que o ritual adquiria proporções de festa popular, um espetáculo cenográfico e teatral que atraía grande público:

Compassiva justiça que serve de pretexto a um fogo de artifício queimado às dez horas da manhã, no momento da Aleluia, e que põe em polvorosa toda a população do Rio de Janeiro entusiasmada por ver os pedaços inflamados desse apóstolo perverso espalhados pelo ar com a explosão das bombas e logo consumidos entre os vivas da multidão! Cena que se repete no mesmo instante em quase todas as casas da cidade.

[...]

Nos bairros comerciais a ilusão é mais completa, mas também mais dispendiosa. Os empregados se cotizam para mandar executar, pelo costureiro e fogueteiro reunidos, uma cena composta de várias peças grotescas, aumentando

consideravelmente o divertimento sempre terminado com o enforcamento do Judas pelo Diabo que serve de carrasco [...]. A figura indispensável, capital, é a do Judas, de blusa branca (pequeno dominó branco de capuz, usado pelos condenados); suspenso pelo pescoço a uma árvore e segurando uma bolsa suposta cheia de dinheiro, tem no peito um cartaz quase sempre concebido nestes termos eis o retraio de um miserável, supliciado por ter abandonado seu país e traído seu senhor. Um Diabo com formas e face tenebrosa, a cavalo sobre os ombros da vítima, faz as vezes de carrasco e parece apertar com o peso de seu corpo o laço que estrangula o condenado. (Debret, 1940).

O ritual narrado é retratado em suas aquarelas, impressas na citada obra por meio de litografias, nas quais é possível observar representações da malhação de bonecos no Rio de Janeiro, no Sábado de Aleluia, na década de 1830:

Imagem 1 – Representação da malhação do Judas na década 1830



Fonte: Debret (1834-1839), edição de 1940.

Imagem 2 – Aquarela de Debret retrata a tradição popular



Fonte: Debret (1834-1839), edição de 1940.

Ao longo das décadas, a malhação do Judas ganhou contornos próprios em diferentes regiões brasileiras, em muitos casos, mantendo a prática de correlacionar o boneco com determinadas figuras odiadas pelas pessoas do bairro ou da população em geral.

Se numa esquina de Rocha Miranda, o linchamento podia sobrar para um comerciante “careiro”, numa praça de Jacarepaguá, o boneco podia estar “homenageando” um vizinho rabugento e fofoqueiro. Mas algo que se via com muita frequência, por toda a cidade, eram bonecos representando políticos e autoridades do momento - desde um Vereador até o Presidente da República. (Sampaio, 2023).

Esses aspectos levantados por Sampaio balizam o ritual da Malhação do Judas em cidades brasileiras, o que fica evidenciado com a análise das matérias selecionadas para este estudo, ainda a ser exposta neste artigo.

Manifestação Folkcomunicacional

A folkcomunicação é entendida como um sistema complexo de comunicação, analisado dentro de um recorte social, porém, contextualizado no tempo, no espaço e em suas condições sociopolítica-econômicas. Objetiva contribuir para o desenvolvimento regional, a inclusão e transformação social, além da promoção da integração em sociedade, a partir da compreensão das mensagens populares, sendo observada a necessidade de atuação para que o indivíduo “torne-se pessoa”, como assinala Adísia Sá (1976).

A partir dessa noção preliminar, entende-se que a pesquisa na área folkcomunicacional trabalha com um objeto próprio - as manifestações informativas e comunicacionais no âmbito da cultura popular e, ainda, suas possíveis relações com outros sistemas -, e dispõe, na atualidade, de referencial teórico construído a partir da década de 1960, com passos dados por Luiz Beltrão, o que possibilitou a delimitação da Folkcomunicação como disciplina e área de estudo no Brasil.

O estímulo à produção científica nessa área pode ser, claramente, atribuído a José Marques de Melo, além do conhecimento por ele produzido e difundido em eventos científicos, livros, artigos sobre o assunto. Para este estudo, toma-se como referência a obra de sua autoria *Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da*

Folkcomunicação (2008), por oferecer relevante proposta de classificação dos objetos de estudo folkcomunicacionais a partir de gêneros e formatos (Fernandes; Woitowicz, 2018).

Embora já houvesse proposto, em outras duas oportunidades (1979 e 2006), classificações referentes aos Gêneros da Folkcomunicação, Marques de Melo traz, na citada obra, atualização desses estudos anteriores. Ele esclarece que a primeira proposta para classificar a Folkcomunicação em gêneros, formatos e tipos surgiu em um diálogo entre ele e Beltrão ainda na década de 1970 e que, posteriormente, no ano de 1979, o pesquisador pernambucano sistematizou o esboço dos Gêneros Folkcomunicacionais, quando propôs o conteúdo programático da disciplina “Sistema de Comunicação”. Essa sistematização também fora objeto de atualização, pelo próprio Beltrão, em 1980.

Na obra *Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação*, Marques de Melo reorganiza a classificação com algumas alterações e agrupa os formatos em quatro gêneros. Sugere, para a Folkcomunicação Escrita, a denominação Folkcomunicação Visual, sob o argumento do risco reducionista do termo “escrita”: “o gênero primeiramente denominado de ‘Folkcomunicação Escrita’ passa a ser rotulado como ‘Folkcomunicação Visual’, incluindo não apenas as expressões ‘manuscritas’, mas também as ‘impressas’ e as ‘pictográficas’, todas captadas através da visão” (Marques de Melo, 2008, p. 90).

O autor também assinala o desafio de separação da Folkcomunicação Oral e da Folkcomunicação Musical, optando por considerar apenas a Folkcomunicação Oral, que, em seu entendimento, já abrangia as manifestações típicas da Folkcomunicação Musical. Outros gêneros – Folkcomunicação Icônica e Folkcomunicação Cinética – permanecem, como já tipificados nas classificações anteriores, a partir da proposta original de Luiz Beltrão.

A classificação sugerida por Marques de Melo, em gêneros, formatos e tipos, pode ser sintetizada a partir deste entendimento: (a) o de gêneros (forma de expressão determinada pela combinação de canal e código); (b) o de formatos (estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de interações – emissor – e de motivações – receptor); e (c) o de tipos (variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção).

Visualiza-se, assim, quatro gêneros que agrupam diversos formatos e tipos:

- a) Gênero Folkcomunicação Oral
- b) Gênero Folkcomunicação Visual
- c) Gênero Folkcomunicação Icônica
- d) Gênero Folkcomunicação Cinética.

É no bojo dessa proposta que Marques de Melo classifica a Queimação do Judas como do gênero “folkcomunicação cinética”, com formato “manifestação”, o que pode ser melhor compreendido a partir da Tabela a seguir:

Tabela 1 – Gênero Folkcomunicação Cinética

Formato	Tipos
Agremiação	Bloco carnavalesco Clube de mães Comunidade de base Escolas de samba Escola dominical Mutirão Troça
Celebração	Afoxé Candomblé Macumba Missa crioula Procissão Peregrinação Toré Umbanda Vigília a Iemanjá
Distração	Amarelinha Bazar Capoeira Circo Mambembe Horóscopo Jogo do bicho Mafuá Mamulengo Pelada da várzea Quermesse Rodeio crioulo Tourada Vaquejada
Manifestação	Campanha Comício

	Desfile Greve Marcha Passeata Parada Queima de Judas Trote de calouros
Folguedo	Baiana Bumba-meu-boi Cavalhada Chegança Caboclinho Fandango Folia de reis Guerreiro Marujuada Maracatu Pastoril Reisado Taieira
Festejo	Carnaval Festa cívica Festa da padroeira Festa da produção Festa do divino Festa junina Festa natalina Micareta Forró Funk carioca Rap paulista
Dança	Batuque Caiapó Catira Congada Cururu Coco-de-roda Dança de Moçambique Flamengo Galope Jongó Marcha-rancho Maxixe Mazurca Quadrilha Samba Sapateado Tango

	Ticumbi Valsa Xaxado
Rito de passagem	Aniversário natalício Batizado Bodas Chá de bebê Chá de cozinha Despedida de solteiro Formatura Velório

Fonte: Castelo Branco, 2020, p. 253-254.

Destacando-se que a classificação proposta não tem caráter definitivo nem tampouco o rol dos tipos folkcomunicacionais seja exaustivo, coloca-se que autores como Maria Cristina Gobbi e Guilherme Moreira Fernandes (2013) já sugeriram inclusões nos tipos listados por José Marques de Melo, o que também fez Castelo Branco (2020), quando destacou, por exemplo, a importância das bandeiras de mastro de santos padroeiros (tecido pintado com imagem de santo e fixado em mastros com hasteamento em festejos religiosos) constarem como tipo do formato devocional / gênero folkcomunicação icônica.

No que tange à malhação do Judas, sua constituição como veículo folkcomunicacional se justifica a partir da ideia de que se revela como manifestação no âmbito da cultura popular - ainda que com possíveis relações com outros sistemas, por meio da qual membros de comunidades expressam suas mensagens, anunciam suas críticas e indicam seus desafetos. É, nesse sentido, portanto, um veículo informativo, um dispositivo “folk”.

Prática folkcomunicacional noticiada pelo jornalismo digital

Sendo categorizada por José Marques de Melo (2008) como uma manifestação folkcomunicacional do gênero cinético, a prática da Malhação do Judas enquanto expressão popular é costumeiramente noticiada por veículos jornalísticos no período da Semana Santa. Para este estudo, definiu-se como observáveis três portais de estados do Norte e do Nordeste brasileiro, sendo eles: a) O Povo (Ceará - <https://www.opovo.com.br/>); b) O Liberal (Pará - <https://www.oliberal.com>) e c) Folha BV (Roraima – <https://www.folhabv.com.br/>).

Compõem a amostra, uma matéria de cada um dos portais, conforme demonstra a tabela a seguir:

Tabela 2 – Notícias analisadas

Portal	Título da Notícia	Data da Publicação	Autoria
O POVO	Malhação do Judas: Bolsonaro, Lula, Moro e Moraes são ‘alvos’ em Fortaleza	28/03/2024	Gabriela Monteiro
O LIBERAL	Malhação de Judas: evento reúne tradição e brincadeiras no bairro da Cremação em Belém	30/03/2024	Eva Pires
FOLHA BV	Fumaça será malhada como Judas neste ano	30/03/2024	José Magno

Fonte: Autor, 2024

A matéria intitulada “Malhação do Judas: Bolsonaro, Lula, Moro e Moraes são ‘alvos’ em Fortaleza”, assinada por Gabriela Monteiro e veiculada no portal O Povo no dia 28 de março de 2024 mostra, em texto e fotos, que são destaques, nas ruas da cidade, bonecos que representam personalidades políticas, a exemplo do atual presidente Luís Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores), do ex-presidente Jair Bolsonaro (Partido Liberal), do atual senador Sergio Moro (União Brasil) e do ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) Alexandre de Moraes.

Imagem 3 – Bonecos em Fortaleza



Fonte: Portal O Povo - 28/03/2024

Crédito: Aurélio Alves

Como realça Sampaio (2023), a tradição em estudo acaba por ser um meio encontrado pela população para externar críticas a políticos e autoridades. Em igual sentido, citado na matéria em análise, o professor de Direito Constitucional Comparado da Universidade Federal do Ceará (UFC), Emmanuel Furtado Filho, explica que, simbolicamente, a brincadeira também pode ser visualizada como ritual de remissão do mal na comunidade. Com a queima dos desafetos, reforça-se a ideia de recomeço e renovação.

Já a notícia veiculada no Portal O Liberal “Malhação de Judas: evento reúne tradição e brincadeiras no bairro da Cremação em Belém”, a crítica não se dirige diretamente a personalidades do cenário nacional nem local, mas sim a questões sociais e ambientais que a comunidade enxerga como problemas não resolvidos.

Imagem 4 – Confeção de Judas em Belém



Fonte: Portal O Liberal – 30/03/2024

Crédito: Ivan Duarte

Aspecto interessante dessa notícia é o registro de que, no bairro da Cremação, em Belém, existe uma associação de malhadores de Judas que, desde o início do ano, trabalha de forma organizada e sequenciada para, na Semana Santa, realizar uma apresentação dos bonecos que vira em torno de temática pré-definida. Em 2024, os temas são **guerra, desmatamento e garimpo ilegal**.

Membro da associação, José Nascimento detalha na notícia o trabalho realizado: “Teremos seis bonecos neste ano, que são produzidos de materiais reciclados, como miriti, papel picado e goma. As roupas são doadas ou compradas em brechó”.

A atuação de uma associação que organiza essa manifestação reforça o próprio conceito de Folkcomunicação na gênese da teoria beltraniana, como sendo “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (Beltrão, 2001, p. 79).

Observa-se, portanto, que a malhação do Judas em Belém encaixa-se no que se considera nas manifestações folkcomunicacionais, a partir do entendimento de que informação, transmutada em opinião, processa-se através da sátira, da crítica, da caricatura e

dos símbolos. Outro traço singular que caracteriza a ação paraense é a conaturalidade entre os eventos e os seus participantes, aspecto singular das manifestações populares (Castelo branco, 1997).

A terceira das notícias em análise - “Fumaça será malhada como Judas neste ano” - é assinada por José Magno e veiculada no dia 30 de março de 2024. Extrai-se de seu conteúdo que moradores de Boa Vista fazem uso dessa tradição para externar repúdio em relação às queimadas na região, problema que, entre outros aspectos, afeta a qualidade do ar e a vida dos habitantes do estado: “As queimadas ilegais têm sido uma preocupação devido ao período de estiagem e à frequente ocorrência de incêndios no Estado, resultando em uma cobertura de fumaça sobre a capital e outros municípios”.

Imagem 5 – Judas em Boa Vista



Fonte: Portal FolhaBV – 30/03/2024

Crédito: Nilzete Franco

Observa-se, mais uma vez, a tradição da malhação do Judas adquirindo novo sentido para estar em sintonia com o contexto atual e os anseios dos moradores. Nesse rumo, vale recuperar o pensamento do folclorista Edson Carneiro (1977), quando afirma que 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.

Além disso, é possível aferir, com a matéria em análise, que mensagens oriundas da comunicação popular alcançam, por meio do jornalismo digital, um público que vai além dos membros da comunidade emissora da informação, para, assim, dar visibilidade, a um número maior de receptores, a suas ideias, visão de mundo, valores e saberes.

Considerações finais

A Semana Santa é um período efervescente em termos culturais no Brasil, não restringindo-se, no caso brasileiro, as práticas aos ritos oficiais religiosos cristãos. Entre as tradições populares dessa época, está a malhação do Judas, manifestação já categorizada por José Marques de Melo como tipologia folkcomunicação.

Entendendo-se o caráter não estático da cultura, procurou-se revisitar o citado costume, à luz da Folkcomunicação, para melhor compreendê-lo enquanto rito que se reinventa para, como prática popular, externar críticas e anseios das comunidades que a vivenciam na atualidade. Amplia-a, assim, a compreensão da Folkcomunicação como campo de estudo dos procedimentos comunicacionais por meio dos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, sociabilizam-se, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (Hohlfeldt, 2002).

Por meio da análise de notícias veiculadas, durante a Semana Santa de 2024, em três portais de estados do Norte e Nordeste Brasileiro - O Povo (Ceará), O Liberal (Pará) e Folha BV (Roraima) - emerge a confirmação de observações empíricas acerca da resignificação dessa prática, que continua a ser utilizada por comunidades à margem do contexto midiático como forma de comunicar singularmente suas mensagens.

Desse material jornalístico, extrai-se que grupos de moradores, mesmo em tempos de smartphones, internet e redes sociais digitais, recorrem a essa tradição para malhar seus desafetos, a exemplo de políticos e personalidades do meio jurídico nacional.

Além disso, em caráter inovador, os moradores das regiões noticiadas comunicam seu repúdio diante de problemas sociais e ambientais, como guerra, desmatamento e garimpo ilegal. O boneco do Judas assume, nesses casos, natureza de crítica social, meio de

sensibilização e conscientização da sociedade em torno de questões ainda não encaradas, de forma satisfatória, pelos gestores públicos.

De modo mais específico, como noticiado pela FolhaBV, no estado de Roraima, o boneco assume o “lugar” do próprio problema ambiental objeto de reclamação dos moradores: a fumaça. Gera-se, assim, por meio de trajes de cor preta, associação direta com as queimadas ilegais que acontecem na região. Nesse caso, punir e “matar” o boneco é, por analogia, um clamor à resolução desse infortúnio.

Face a essa simbologia, entende-se que, nos dias atuais, o Judas tanto pode ser um boneco confeccionado sem relação concreta e direta com o personagem histórico-cristão, mas acaba por preservar a identificação com a figura do traidor de Jesus de Nazaré no sentido de representar algo que deva ser sacrificado, exterminado. Por isso, nas notícias investigadas, encontra-se a correlação às personalidades ou às autoridades políticas, alvos das queixas que partem da comunidade.

Fomentar reflexões sobre os diferentes sentidos que a malhação pode assumir historicamente e observar a renovação de sua prática, entendendo quem ou o que o boneco do Judas personifica, é uma significativa oportunidade para a melhor compreensão das ações comunicacionais à luz da teoria engatada por Luiz Beltrão.

Nesse sentido, reafirma-se, portanto, o caráter folkcomunicação da tradição estudada, entendendo-se que nela, com o tempo, traços se modificam, em diferentes ritmos em cantos distintos do país, encontrando-se, na atualidade, nos casos relatados, forte caráter de crítica voltada à transformação social.

Por fim, além de contribuir para minimizar as lacunas bibliográficas ainda existentes em torno da malhação do Judas, estima-se que estudos dessa natureza impulsionem novas investigações científicas acerca de variadas formas comunicacionais encontradas por comunidades e grupos de moradores para possibilitar o alargamento de portas e janelas para diálogos com seus públicos de interesse em busca do encaminhamento de demandas sociais.

Referências

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- ARRUDA, J. Jobson; PILLETTI, Nelson. **Toda a história**. São Paulo: Ática, 2000.
- BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. 2. ed. São Paulo: Papirus, 2000. Coleção Turismo.
- BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- BOSI, Alfredo. Plural, mas não caótico. In: BOSI, Alfredo. **Cultura brasileira**. São Paulo: Ática, 1987. p. 7-15.
- CANCLINI, N. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 1989.
- CASTELO BRANCO, Samantha. O Pensamento Folkcomunicacional de José Marques de Melo. In: GOBBI, Maria Cristina; RENÓ, Denis (Orgs.). **Reflexões sobre o Pensamento Comunicacional Latino-americano**. 1a edição. Aveiro: Ria Editorial, 2020. p. 237-263.
- CASTELO BRANCO, Samantha. Manifestações Culturais. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.) **Noções Básicas de Folkcomunicação**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007. p. 64-66.
- DEBRET, Jean-Baptiste. **Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil**. São Paulo: Livraria Martins, 1940. t. 1. v. 1 e 2. Biblioteca Histórica Brasileira. Disponível em: <https://bibliotecadigital.seade.gov.br/view>. Acesso em: 17 abril 2024.
- DEBRET, Jean-Baptiste. **Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil**. São Paulo: Livraria Martins, 1940. t. 2. v. 3. Biblioteca Histórica Brasileira. Disponível em: <https://bibliotecadigital.seade.gov.br/view>. Acesso em: 17 abril 2024.
- GOBBI, Maria Cristina; FERNANDES, Guilherme Moreira. José Marques de Melo e os estudos científicos da Folkcomunicação. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Ponta Grossa/PR, Volume 11, Número 22, p. 10-28, jan./abr. 2013.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HOHLFELDT, Antonio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom 2002. **Anais [...]**, Salvador, 2002.
- JÁCOME, Afrânio Carneiro. O Direito Inquisitorial no regimento português de 1640: a formalização da intolerância religiosa (1640-1774). Dissertação de Mestrado. Programa de

Pós-Graduação em História do Centro de Ciência Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba – UFPB: João Pessoa, 2014.

LIMA, Oliveira. **Dom João VI no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1945.

LURKER, Manfred. **Dicionário de simbologia**. São Paulo: Martins e Fontes, 2003.

MAGNO, José. Fumaça será malhada como Judas neste ano. Portal FolhaBV, 30 de março de 2024. Disponível em <https://www.folhabv.com.br/variedades/fumaca-sera-malhada-como-judas-neste-ano/>. Acesso em 1 abr 2024.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura Popular**. São Paulo: Paulus, 2008.

MENDES, Andréa Regina Moura. A malhação do Judas: rito e identidade. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2007.

MONTEIRO, Gabriela. Malhação do Judas: Bolsonaro, Lula, Moro e Moraes são “alvos” em Fortaleza. Portal O Povo, Fortaleza, 28 de março de 2024. Disponível em <https://www.opovo.com.br/noticias/ceara/2024/03/28/malhacao-do-judas-bolsonaro-lula-moro-e-moraes-sao-alvos-em-fortaleza.html>. Acesso em: 29 mar 2024.

MORAES, Eneida de. **História do carnaval carioca**. Rio de Janeiro, Record, 1987.

MOTA, Ático Vilas-Boas da. **Queimação de Judas: catarismo, inquisição e judas no folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: MEC-SEAC-FUNARTE: Instituto Nacional do Folclore, 1981. p.15.

PIRES, Eva. Malhação de Judas: evento reúne tradição e brincadeiras no bairro da Cremação em Belém. Portal O Liberal. 30 de março de 2024. Disponível em <https://www.oliberal.com/belem/malhacao-de-judas-evento-reune-tradicao-e-brincadeiras-no-bairro-da-cremacao-em-belem-1.797365#:~:text=O%20evento%20consiste%20em%20surrar,popular%20at%C3%A9%20n%C3%A3o%20restar%20nada>. Acesso em 1 abr 2024.

SÁ, Adísia. Filosofia e Comunicação. Tese de Livre-docência apresentada à Universidade Federal Rural de Pernambuco. Fortaleza/Ceará, 1976.

SAMPAIO, Daniel. Malhação do Judas, uma tradição quase extinta. Veja Rio. Rio de Janeiro: Abril, 2023. Publicado em 6 abr 2023. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/coluna/daniel-sampaio/malhacao-do-judas>. Acesso em: 25 março 2024.

SCHWARCZ, Lília M.; STARLING, Heloísa M. **Brasil: uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festas Populares. In: GADINI, Sérgio Luiz, WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.) **Noções básicas de Folkcomunicação**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007, p. 107-112.

WOITOWICZ, Karina Janz; FERNANDES, Guilherme Moreira. José Marques de Melo e a história da Folkcomunicação: contribuições para o estudo da comunicação dos marginalizados. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 7, n. 2, jul./dez. 2018. p. 69-84.

RIF

entre

entrevista

entrevi

evista

Reconocimiento: entrevista con Fernando Fischman, argentino nombrado miembro honorario (Fellow) de la American Folklore Society¹

Recognition: interview with Fernando Fischman, Argentine named honorary (Fellow) of the American Folklore Society

Reconhecimento: entrevista com Fernando Fischman, argentino nomeado membro honorário (Fellow) da American Folklore Society

Bruna Franco Castelo Branco Carvalho²



¹ La entrevista con el profesor Fernando Fischman se realizó el 21 de mayo de 2024, a las 19 horas, a través de Google Meet.

² Doctora en Comunicación y Socióloga por la Universidade Federal do Ceará (UFC). Correo electrónico: brunafranco19@gmail.com.

Fernando Fischman es Doctor en Antropología (Universidad de Buenos Aires), con Master en Artes (Folklore Institute, Indiana University) y Licenciado en Ciencias Antropológicas (Universidad de Buenos Aires).

Ha analizado procesos socioculturales de elaboración de memoria a través del estudio de formas artísticas verbales. Su trabajo, asimismo, se ha centrado en el estudio etnográfico del colectivo social judío argentino y a partir del mismo en problemáticas relativas a dicho grupo y a otros colectivos de origen migrante y étnicos. También ha abordado conceptualizaciones teóricas de los estudios folklóricos y analizado movilizaciones académicas en el marco de procesos de globalización.

Recién nombrado como miembro honorario (Fellow) de la American Folklore Society, Fischman comenta sobre su carrera profesional, los cambios actuales en las manifestaciones culturales y como recibe esta distinción por dicha institución norteamericana en 2024.

Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF): Profesor Fernando, inicialmente me gustaría hacerle algunas preguntas de carácter profesional, preguntando ¿cuánto tiempo lleva en su carrera, a qué se dedica en investigación y dónde hace esto?

Fernando Fischman (FF): Bueno, de carrera son muchos años. En Argentina, hice la carrera de grado, soy antropólogo. Mi primer título es Licenciado en Ciencias Antropológicas de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Luego hice una maestría en Folklore en la Universidad de Indiana y me doctoré en la Universidad de Buenos Aires, pero con un director de la Universidad de Indiana, con Richard Bauman. Cursé el doctorado en Indiana y escribí mi Tesis de Doctorado y la defendí en la UBA. Empecé a trabajar en folklore aquí en la universidad (UBA). Con un título de grado uno ya puede empezar a trabajar en la academia, ¿no? Especialmente antes. Estamos hablando de más de 30 años. Ahora ya es distinto. Ahora para empezar a trabajar en la academia se necesita tener un doctorado, pero en aquella época todavía no era así. Por lo tanto, pude comenzar a trabajar antes de obtener el doctorado y entré al mundo académico antes de obtener el doctorado. Entonces comencé en el año 1988 siendo aún estudiante de grado. Me uní a al equipo de la Sección Folklore de la UBA que dirigía Martha Blache y desde entonces me quedé en el ámbito del folklore.

RIF: Y ahora, en relación a que usted sea nombrado Fellow de la American Folklore Society, ¿Qué representa para usted este título, este reconocimiento a su trabajo, a sus estudios, a cómo lo interpreta, cómo lo entiende y lo acepta?

FF: La verdad es que fue una sorpresa para mí. No me lo esperaba y fue un gran reconocimiento que es fruto de 30 años de labor persistente, un reconocimiento incluso fuera de Argentina. Porque, a veces, el trabajo de alguien no siempre tiene esta difusión, ¿no? Entonces, da cuenta de una valoración de todo este tiempo de trabajo, ¿no? Y por otra parte también da cuenta de un interés internacional creciente por lo que hacemos en el Sur Global. Hay interés en el Norte por establecer vínculos y relaciones con el sur global, ya sea América Latina, Asia o África. Entonces eso también es importante. Es parte de un proceso de apertura y conexión con el mundo y con lo que se produce en otros lugares fuera de Estados Unidos por el que yo vengo abogando desde hace tiempo.

Uno de los temas sobre lo que escribí, y sigo haciéndolo, es precisamente la historia de los estudios folklóricos en América Latina. Una de los problemas que planteaba hace ya más de 20 años en algunos de mis textos es que no había un verdadero diálogo norte-sur. A menudo nosotros tomamos muchas de las teorías que se formulan en el Norte, pero en el Norte no nos leen. Entonces, vamos por caminos separados. Incorporamos mucho de lo que ellos producen, pero ellos no conocen lo que hacemos acá. No obstante, desde hace unos años han comenzado un camino o un intento de empezar a leernos para que, efectivamente, dialoguemos, y eso es positivo.

RIF: ¿Y podría contarnos un poco más sobre la American Folklore Society?

FF: Es la institución más importante de estudios folklóricos de Estados Unidos, una de las más importantes del mundo, podemos decir, que aglutina, agrupa a un número muy grande de investigadores, algunos de los más importantes del mundo. Tiene más de 100 años y una trayectoria muy destacada. En la actualidad está en un proceso de internacionalización muy interesante, se está discutiendo la vinculación con los especialistas internacionales, y eso marca un cambio.

RIF: Profesor, sobre el alcance de la cultura, el folklore, ¿Cuáles son sus preocupaciones por las manifestaciones culturales y folklóricas actuales? ¿Nota si hay cambios o no?

¿Comentaría algo sobre si hay preocupación por estos cambios, o es lo mismo, sigue igual, cómo piensa?

FF: No, algunas cosas cambian, otras no. También es habitual que la cultura cambie, ¿verdad? Lo que pasa es que a veces tenemos una visión, todos la tenemos, o al menos todos los que trabajamos en el folklore, me parece que tenemos una visión romántica y nostálgica, entonces, a veces nos cuesta aceptar los cambios. Pero los cambios ocurren, a veces no necesariamente son positivos, pero desde el punto de vista del estudio de lo social es importante reconocerlos y procurar explicarlos. Siempre hay creatividad y siempre hay producciones estéticas populares nuevas y ciertas continuidades también, cosas que continúan, que no cambian, sino que se adaptan a los nuevos tiempos, pero no desaparecen, como muchas veces se teme, ¿no? Entonces, es dinámico. Los seres humanos crean y recrean cultura todo el tiempo. Siempre hay creatividad y hay cosas a través de las cuales no solo se crea sino que también se reflexiona, se cuestiona el orden establecido, se plantean inquietudes. Entonces... No, eso no es una preocupación. Hay cosas que me gustan más y cosas que me gustan menos, como todo, ¿no? Que me parecen más interesantes y menos interesantes, pero toda la producción cultural merece atención. Conociéndola mediante los conceptos y las metodologías que los estudios folklóricos han desarrollado desde sus inicios podemos explicar fenómenos sociales que de otra manera son inaccesibles a la comprensión.

RIF: Cómo pensar el fenómeno del folklore frente a las nuevas tecnologías, las redes sociales, la inteligencia artificial que está llegando con mucha fuerza ahora a nuestro mundo, ¿Cómo ve estos fenómenos?

FF: Bueno, todavía no sé mucho sobre inteligencia artificial. Lo que puedo decir de las redes y de todos estos fenómenos digitales y de toda la cibercultura, es que los estudios folklóricos tienen mucho para aportar por todo lo que han hecho históricamente. La lógica de la circulación de mensajes en las redes sociales es similar a la de las leyendas, o los mitos, o los rumores, entonces una propuesta para empezar a conocer estos fenómenos complejos actuales es comenzar a trabajar de la misma manera como han hecho los estudios folklóricos desde sus comienzos. Entonces, volvamos a ver como los estudios folklóricos han analizado la transmisión de leyendas. La circulación entre los medios y la oralidad, la oralidad en la escritura. En otras palabras, todo lo que los estudios folklóricos

han trabajado durante más de 100 años, creo que es algo muy valioso para pensar estos fenómenos que aparecen como novedosos pero tienen lógicas de funcionamiento similares a los procesos que han ocupado a los folklorólogos desde hace tiempo. Mucho de lo que sucede en las redes es similar en su lógica, en su funcionamiento al de la oralidad, la difusión de la circulación de saberes y conocimientos como históricamente han investigado los estudios de folklore analizando la extracción de discursos de determinados contextos y recontextualizándolos en otros. Entonces, lo que cambia es el soporte material, quizás cambie la velocidad con la que llegan los mensajes de una parte del mundo a otra. Puede que sea así, pero, en el fondo, creo que es muy similar. Entonces, tenemos que regresar y ver qué pueden aportar los estudios de folklore como los conocemos al análisis de este tipo de materiales. Asimismo, este tipo de investigaciones permitirán desarrollar nuevos conceptos. Por ejemplo, podemos empezar a ver cómo circulan las fake news, si lo hacen como las leyendas urbanas. Cambia el soporte material, cambia la forma de circulación, cambia el medio por el que circula, pero la lógica es la misma, me parece. Entonces, esta es una contribución que los estudios del folklore pueden hacer a toda esta discusión en la que hay nuevas tecnologías involucradas. Hay nuevas tecnologías, pero se trata de humanos haciendo cosas con palabras. En lugar de hacerlas, quizás de forma oral, los hacen por escrito por WhatsApp o también oralmente mediante audios con la misma aplicación o por cualquier otro medio, como Instagram. E incluso integrando la escritura con la oralidad. Entonces creo que es necesario recuperar muchos de los estudios folklóricos para pensar en estos fenómenos actuales.

RIF: Agradezco, profesor, por esta entrevista. Fue un excelente momento para reflexionar temas importantes. ¡Muchas Gracias!

Referências

FISCHMAN, Fernando. Using Yiddish: Language Ideologies, Verbal Art, and Identity among Argentine Jews. In: **Journal of Folklore Research**. vol. 48, N° 1, p. 37-61, 2011.

FISCHMAN, Fernando. Folklore and Folklore Studies in Latin America. In: **A Companion to Folklore**. BENDIX, Regina; HASAN-ROKEM, Galit (orgs). Wiley Blackwell: ed. Oxford, 2012.

RIF Entrevista

DOI - 10.5212/RIF.v.22.i49.0016

O folclore entra na nossa vida antes do nascimento:
uma entrevista com o “coleccionador de Sacis”, Andriolli de Brites
da Costa¹

Folklore enters our lives before birth:
an interview with the “coleccionador de Sacis”, Andriolli de Brites
da Costa

El folclore entra en nuestras vidas antes de nacer:
entrevista con el “coleccionador de Sacis”, Andriolli de Brites da
Costa

David Candido dos Santos²

Elaine Barcellos de Araújo³



Foto: Amanda Crissi

¹ A entrevista com o pesquisador aconteceu na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) no dia 4 de junho de 2024, durante o XXVII Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação.

² Jornalista, mestrando bolsista Capes no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UEPG. E-mail: davidcandidods@gmail.com

³ Jornalista, mestranda bolsista CNPq no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UEPG. E-mail: elaine_barcellos@yahoo.com.br

Em 2024, faz 15 anos que Andriolli Costa publicou seu primeiro artigo em uma revista científica e apresentou seu primeiro resumo em um evento, sobre elementos folclóricos. Desde então, o doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) tem dedicado parte de seus esforços e fôlego de pesquisa ao estudo da cultura, jornalismo e folkcomunicação. Atualmente, é presidente (2024-2026) da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom) e professor adjunto do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), entre outras atividades e grupos que integra. Andriolli alarga seus interesses de trabalho para o campo de produção jornalística e artística, sendo o criador do site Colecionador de Sacis, do podcast Poranduba, do jogo de cartas Poranduba e produtor do filme “Raízes”, lançado em 2021.

Em visita à Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), para participar como palestrante do XXVII Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação, evento científico do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor-UEPG) da UEPG, Andriolli contou à RIF sobre seu trabalho.

Abordamos as seguintes temáticas na entrevista: os saberes tradicionais como conhecimento, os estudos da cultura digital, a visão pejorativa e de relíquia ligada ao folclore e as contribuições da cultura popular para a prática jornalística. Certamente, Andriolli é um dos exímios investigadores contemporâneos das manifestações culturais provenientes da América Latina, especialmente, do Brasil e Paraguai, através de estudos analíticos teóricos e práticos que ajudam a sustentar a presença de uma “latinidade” popular e erudita – em consonância com a temática deste dossiê.



Foto: Amanda Crissi

Revista Internacional de Folkcomunicação: Como o folclore entrou para a sua vida?

Andriolli Costa: “*Como o folclore entra na sua vida?*” é uma pergunta que me fazem muitas vezes. As pessoas esperam que eu diga qual foi a primeira história de Saci que eu escutei, qual foi a primeira narrativa oral que eu me lembro. Na verdade, eu costumo dizer que folclore entra na minha vida da mesma forma que entra na vida de todas as pessoas, desde o nascer, para ser mais preciso, antes mesmo do nosso nascimento. Por exemplo, quando se olha para a barriga de uma mulher grávida e se diz: “*essa barriga está pontuda, vai nascer um menino, essa barriga está redonda, vai nascer uma menina*”, ali você já está atravessando essa existência pelas tradições populares e conhecimento tradicional.

Minha avó fazia uma simpatia muito conhecida para adivinhar o gênero da criança, que é esconder um garfo e uma colher embaixo de almofadas. Onde minha mãe se sentasse, se fosse um garfo nasceria um menino, se fosse uma colher seria uma menina. Então, vejam mais uma vez como essas manifestações já estavam ali presentes. Sempre estiveram presentes. Quando nascemos, nosso *estar* no mundo já é mediado por uma série de redes de saberes, que vão se entrecruzando e confluindo, mas que carregam para cada família, para cada grupo social, sentidos distintos.

Para minha família isso era muito forte, sempre foi. Meu pai, que é um professor universitário hoje, mas que nasce no interior, me levava para visitar minha avó durante toda minha infância, passava de 20 a 30 dias do ano na casa dela, no interior do Mato Grosso do

Sul. Ele apontava os lugares que o Saci tinha perseguido ele e tinha se manifestado, enquanto presença mais que do que física, uma presença material, que se mostrava seja pelo movimento das árvores, seja pelo assovio, seja pelo arrepiar dos pelos do cachorro, do cavalo ou dele mesmo. Conforme eu ia crescendo, ele continuava apontando, ele já estava casado com outra mulher e ela sempre questionava, *“por que você está falando essa bobeira? O menino já é adolescente”*.

Meu pai nunca tratou aquilo como coisa de criança, meu pai também não tratava como uma mera história que ia divertir seu filho. O que meu pai fazia era compartilhar comigo uma experiência intrínseca a vida dele, durante todo o período em que ele esteve junto da minha avó, e se ele não passasse isso para mim, ele estaria negligenciando parte do que era. Quando eu entendo isso, eu chego na universidade com a percepção, dada pelo meu pai e minha família, de que esses temas ligados hoje ao que chamamos de folclore, que muitos vão subestimar, achar que é um conhecimento menor, inferior, pré-científico, deslocado no tempo, anacrônico, ligado às primeiras infâncias ou aos mais velhos, aos iletrados, não são coisas de criança, é coisa de brasileiro, coisa de ser humano em última instância.

Como venho descobrir depois, que todos os povos são atravessados por esse tipo de conhecimento, que conhecimento é esse? Conceito de racionalidade, que é diferente da irracionalidade, você escapa do racional, não nos interessa o racional. O que nos interessa é o sensível, o inefável, como esse conhecimento nos conecta afetivamente uns aos outros e dentro de uma lógica própria.

Por isso não usamos irracional, porque há uma lógica, há uma explicação que atravessa todos esses elementos. É um conhecimento que vem da experimentação prática, então você faz um ato mágico na tentativa de afetar a realidade, e se afeta, você continua fazendo. Esse conhecimento não é anacrônico, ele é presente, é sim fruto de raízes tradicionais e raízes do passado, mas diz respeito sempre aos nossos tempos. Quando não faz sentido ele vai deixando de existir ou ele vai se transformando, ele vai convergindo em outra coisa, mas ele nunca é anacrônico, sempre persiste. Dentro dessa persistência ele aponta, e esse é um entendimento meu, que se abirmos os olhos vamos entender os caminhos do futuro, olhando para os saberes tradicionais. Todos os saberes têm lugar. Que lugar é esse e como ele se posicionou no mundo, é nosso trabalho investigar.

RIF: Com as mudanças tecnológicas, os meios e ferramentas de expressão se reconfiguram, vemos então a cultura digital surgir no horizonte das pesquisas. Como você vê a confluência entre os estudos da cultura popular com a cultura digital?

AC: É uma necessidade, nós no Brasil estamos muito atrás nisso. Nos Estados Unidos, desde 1995 já se fala em *memética* dentro do *folk*, que é o estudo dos memes que surge da derivação da genética, do Richard Dawkins. Em 1995 já tem artigos incitando os pesquisadores de folclore a entenderem o que são esses memes enquanto ideias replicáveis. Estudos de internet também vão sempre tentando compreender esses fenômenos. Nos Estados Unidos, eles vão chegando no digital com força, entendendo coisas como *correntes de internet* e esses grandes boatos que surgem pelas redes sociais e se espalham, como manifestações folclóricas. Então, tudo o que diz respeito a esse nosso comportamento, essa nossa forma de compreensão de fenômenos que atravessam o popular, devem ser objetos de nossos estudos, sejam eles no mundo físico, seja no mundo digital. Isso exige algumas reflexões que ainda precisamos tensionar. Se pensarmos na lógica dos algoritmos, “*como os algoritmos podem ser gatekeepers dessa comunicação online?*” O questionamento é que se temos uma potência folkcomunicativa na internet, enquanto divulgador de fatos folclóricos, isso é bom. Mas se o algoritmo está mediando isso, então quer dizer que a técnica está controlando a forma como nós partilhamos a nossa cultura. Com isso, a invisibilidade da bolha algorítmica pode fazer com que aquilo não chegue a lugar nenhum.

RIF: Como podemos estancar esse processo de invisibilidade da bolha algorítmica contra a conexão entre o saber popular e sociedade?

AC: É muito cruel, mas o que podemos fazer é ação individual. Propositivamente, ir atrás do que nos interessa, resistir ao que o algoritmo nos oferece e tentar ir além. Às vezes temos interesses específicos que não são os interesses do mercado; por isso é preciso uma ação voltada especificamente para que se fure essa bolha. Senão, como vemos, a técnica toma para si as decisões; o *machine learning* faz com que o algoritmo vá se engendrando, ele tira das nossas mãos a capacidade de decisão. Então precisamos agir ativamente, reportando aquilo que não é adequado. A própria ação pessoal de repórter também é o que me leva para o jornalismo cultural. Se pensarmos no Jorge Pedro Souza, pesquisador nas áreas de História do Jornalismo, Teoria do jornalismo, Fotojornalismo e *Newsmaking*, ele vai falar sobre o conjunto

de forças que atuam para a construção da notícia, entre elas a ação social, cultural técnica e a ação pessoal do repórter. É claro que a ação pessoal do repórter, muitas vezes vai ser do seu desejo de enfrentar algo que a sua editoria ou a sua instituição não apoia. Será você batendo nessa pauta até que ela entre, aí quando entra esse movimento tem uma repercussão.

RIF: Esse trabalho com a cultura popular, além de nostálgico, segue sendo entendido pelos agentes sociais como "mentira", "invenção", designando algo fantasioso. Como ativista do folclore brasileiro, que pesquisa e compartilha esses conhecimentos há no mínimo 15 anos, que sensação traz essa visão pejorativa?

AC: É desgastante. Eu até escrevi uma vez que assim como existe a divulgação científica, temos que agir para fazer uma divulgação folclórica. A partir de certos preceitos, cuidados, atenções, comunicamos e espalhamos essa comunicação sobre elementos da cultura popular tradicional, com todas as reflexões necessárias. Porque é muito fácil só pegar, por exemplo, um relato dos anos 1950, dos anos 1930 e replicar, isso não é o bastante, precisamos contextualizar, porque senão podemos dar voga a textos que podem ser carregados de racismo, de questões de exclusão de gênero. Mas o *folk* é sempre presente, ele existe porque aquela sociedade partilha ou não de certos valores, então se ela deixa de partilhar de valores e elementos, eles perderão sentido e serão tensionados para se transformar em outra coisa.

RIF: Como podemos relacionar o jornalismo com folclore e tornar essa relação uma práxis cotidiana na produção jornalística?

AC: O primeiro passo é a questão de virada epistêmica. Se, ao fazer o seu trabalho, você já tem o entendimento de que é um saber menor, não vai funcionar. Você tem que estar disposto a escutar aquelas pessoas. Despir-se da ideia de que está ouvindo algo que é invisível, fictício, ilógico, e comungar daquela comunidade. Então a primeira etapa é *pensamento*. A segunda etapa é *ir ao povo*, o campo. Então, se você só lê, você vai ter sempre um relato de segunda mão e um relato que é sempre um registro de um tempo pretérito. Já a terceira etapa é *reflexão*. Se você só registra é pouco, está negligenciando a nossa função se não olharmos para esse fenômeno e refletir qual é o lugar disso na sociedade, esse tensionamento sobre o que ainda faz sentido. Quando fazemos esses três movimentos:

primeiro de mudança de perspectiva e afeto, segundo de ir a campo, terceiro de refletir sobre essa experiência, vamos conseguir fazer um trabalho jornalístico mais completo e complexo.

Referências

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MORIN, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2005.

RIF

ensaio

ensaio fotográfico

ensaio fotog

ráfico

**A simbologia do artefato do festejo popular da Santíssima
Trindade em Manaus-AM**

**The symbolism of the artifact of the popular celebration of the
Holy Trinity in Manaus-AM**

**El simbolismo del artefacto de la celebración popular de la
Santísima Trinidad en Manaus-AM**

*Gabriel Ferreira¹
Gleilson Medins²*

O presente ensaio fotográfico apresenta um artefato religioso como maior símbolo físico da religiosidade popular de um grupo de devotos com mais de 200 anos de tradição, denominado Santíssima Trindade, radicado na cidade de Manaus, no estado do Amazonas. A peça artesanal apresentada aqui por meio da iconicidade fotográfica remete à trindade católica: Pai, Filho e Espírito Santo. Como já foi destacado em edição anterior da RIF³, este grupo descende do catolicismo e mantém eventuais sincretismos em seus ritos de adoração,

¹ Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (PPGSCA/UFAM). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo (ICSEZ/UFAM). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokanô-UFAM). Professor voluntário/colaborador do curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFAM. Correio eletrônico: ferreiragabriel.gf8@gmail.com

² Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (PPGSCA/UFAM). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/UFAM). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokanô-UFAM) e do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Imaginário (Imaginalis/UFRGS). Técnico Audiovisual e Coordenador de Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFAM. Correio eletrônico: gleilsonmedins@ufam.edu.br

³ RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 22, Número 48, p.190-206, jan./jun. 2024.

contudo, sem abrir mão de sua autonomia identitária e peculiaridade de sua essência popular e folclórica.

Sendo o ícone maior dentre os demais símbolos, este objeto é a referência principal do festejo popular da Santíssima Trindade de Manaus, conforme registro na obra *Vamos cantar a Divina: os festejos da Santíssima Trindade em Manaus*, de Gabriel Ferreira (2024). Esta manifestação religiosa tem origem na Europa (Portugal) e, chegando ao Brasil, passa pelo município de Barreirinha-AM até chegar à capital amazonense, no ano de 1986, no quintal da casa de Maria Cleide Tenório, com algumas adaptações, mas sempre conservando seus ritos fundadores, como a realização de novenas, ladainha e levantamento do mastro ornado de frutas como prática de ex-voto.

O contexto dos registros fotográficos apresenta a Santíssima Trindade⁴ em ambientes de realização dos festejos em Manaus e novenas realizadas nas casas dos devotos e/ou na capela onde este artefato permanece guardado, a saber, uma sala especial na casa da líder popular do grupo, dona Maria Cleide Tenório, com altar ornado por fitas coloridas e outras imagens de santos católicos.

O objeto sagrado (para os devotos) é uma herança artesanal portuguesa, composto por um pombo imperial acima, representando o poder do deus católico e sua divindade. Logo abaixo, um pequeno globo ou orbe com fitas amarradas nas cores: amarelo, vermelho, verde, azul e branco. Essas fitas fazem referência ao terço missionário, distribuídas por continentes⁵, adotados no festejo para mensurar o alcance global desta divindade e para melhor dividir as atividades das famílias devotas, que tem a missão de abrilhantar a carreata festiva durante o dia, que antecede o folguedo religioso, à noite. Cada continente deve apresentar uma temática sociorreligiosa no dia da festa.

⁴ Os devotos não chamam este ícone físico de “objeto” ou “artefato”, chamam de Santíssima Trindade, como se aquele objeto físico (profano) fosse, naquele contexto de adoração (sagrado), a própria Trindade corporificada. Como ressalva Menezes (2023), “o símbolo lembra aquilo que não está nele”, e no contexto religioso, sobretudo no popular, eles (os símbolos) são imagens poderosas de raízes arquetípicas que forjam e transitam no tecido social por motivações conscientes e inconscientes, por meio de representações do imaginário. Os símbolos são, portanto, a pura substância do real.

⁵ Os continentes idealizados a partir da inspiração de Maria Cleide Tenório no terço missionário dividem-se em famílias para fins de organização dos festejos da Santíssima Trindade, bem como para realização das práticas devocionais dos participantes, como por exemplo, as novenas nas casas dos devotos e/ou ornamentação das casas e ruas por onde passa a “carreata da fé”.

Beltrão (1980) destaca o culto ao “Divino” como mais expressivo contato direto com “Deus” por parte de grupos de crentes cristãos em busca de uma ordem social no mundo, por meio da paz. E é nesse sentido que, neste culto popular, sob as bênçãos do artefato representando o “Deus Trino”, os grupos cultural e religiosamente marginalizados - a quem chamamos aqui de devotos, classificando-os como grupo messiânico, conforme define Beltrão, que identifica como grupo messiânico aquele composto por seguidores de um líder carismático orgânico - apresentam ideias religiosas que representam contrafações, adulterações, exacerbações.

Sobre a característica da prática do ex-voto, relacionada à Santíssima Trindade, estão presentes de forma elementar as fitas que cobrem o objeto, representando pedidos de milagre e pagamento de promessas (ex-votos, em termos beltranianos) à Santíssima Trindade, portanto, figurando como um dos principais ícones folkreligiosos da capital amazonense. No entanto, além da mensagem explícita de fé, há também as implícitas, como um veículo folkcomunicacional que comunica algo, e conforme destaca José Marques de Melo (2008), as mensagens por meio dos ex-votos precisam ser decodificadas.

Os planos fotográficos das imagens recortadas para este ensaio fotoetnográfico privilegiam a imponência do artefato (não por acaso, a maioria das fotografias se apresentam em contra-plongè e/ou com o objeto em primeiro plano com baixa profundidade de campo). Essas técnicas fotográficas facilitam e conduzem o espectador ao plano da contemplação da imagem e aguçam por meio da estética (enquadramento, composição, qualidade de captura pós-processamento) a dimensão do olhar subjetivo sobre o universo “escondido” envolto naquele objeto, que é justamente a essência da religiosidade popular do grupo messiânico da comunidade de Aliança Santíssima Trindade.

Figura 1 - Em primeiro plano, o pombo imperial à mostra. Em proporção áurea, no quadrante inferior da imagem é revelado (ainda que de forma velada) parte do objeto coberto pelas fitas coloridas em contraste com um vasto céu azul. Sem distrações ao fundo (baixa profundidade de campo), a imagem é concebida em plano estratégico (contra-plongè) para evidenciar a ideia de ascensão e autoridade celeste impregnada no imaginário dos devotos.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 2 - À beira de uma rua no bairro de Petrópolis, zona Centro Sul de Manaus, o artefato da Santíssima Trindade é exposto até mesmo em momentos de procissão da Igreja Católica ou da caminhada penitencial realizada por adeptos em seu ciclo festivo. Os devotos (por terem bom relacionamento com a Igreja Católica local) aproveitam qualquer oportunidade para expor seu artefato sagrado e demonstrar seu elo comunicacional com a entidade divina, ou seja, o relacionamento com o sagrado.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 3 - Este é um ângulo pouco visualizado pelas pessoas. Em plano plonge, mostramos no detalhe o desgaste do artefato com o passar dos anos, com detalhe das fitas de ex-votos postas debaixo do pombo, fato que desperta muita curiosidade a quem não faz parte do culto, pois esconde a aparência original do objeto.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 4 – Por conta da construção de um trânsito livre entre a religiosidade popular e a religião erudita, por vezes, o artefato da Santíssima Trindade também é exposto sobre um andor dentro da igreja de Santa Catarina de Sena, no bairro Petrópolis, em Manaus.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins.

Figura 5 - A imagem apresenta o elemento humano ligado ao artefato, ou seja, duas devotas que cultuam a Santíssima Trindade comprometidas a participar dos festejos realizando pedidos e promessas a serem cumpridas como práticas de ex-voto no momento da escolha do tema da festa da Santíssima Trindade do ano de 2023.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 6 – Imagem capturada durante uma novena na casa de um dos devotos em 2024. Destaca a importância do artefato para os devotos, que tem o cuidado voluntarioso de ornamentar sua residência para receber o símbolo de fé. No detalhe, uma câmera fotográfica/filmadora, utilizada para documentar os bastidores e a festa da Santíssima Trindade. O longa metragem produzido pelos autores deste ensaio está disponível em DOC: FÉ, MILAGRE E DEVOÇÃO (youtube.com).



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 7 - O artefato da Santíssima Trindade ao centro no cenário preparado para um momento de celebração na comunidade, junto a outros instrumentos icônicos.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 8 - O culto à Santíssima Trindade por seus devotos mostra a relação íntima e particular por meio do artefato, que é uma representação do “Deus Trino” católico. No detalhe, fiel ajoelhado contempla e dirige preces (em silêncio) ao símbolo máximo de seu relacionamento com o sagrado.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 9 - Com uma capela improvisada, construída para culto e devoção na casa (e sede do grupo religioso) de Maria Cleide Tenório, o artefato fica disposto sobre um altar juntamente com outras imagens de santos católicos, representando uma hierarquia entre eles. Este espaço é destinado para pedidos e orações dos devotos.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Figura 10 - A revelação. Esta é uma das poucas imagens disponíveis sobre o artefato em sua forma original, sem o disfarce ornamental. Seu formato se assemelha à “Coroa do Divino Espírito Santo”, mas é cultuada e celebrada como “Deus Trino” por seus devotos amazonenses. Sabe-se que muitos devotos do culto nunca viram este objeto na sua forma original.



Fonte: Gabriel Ferreira e Gleilson Medins

Referências

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

FERREIRA, Gabriel. **Vamos cantar a divina: os festejos da Santíssima Trindade em Manaus**. / 1ed. – Curitiba. Appris, 2024.

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

MENEZES, G. M. **Folkcomunicação e imaginário**: narrativas e imagens do Corpo Santo na comunidade Terra Preta, em Coari-AM./ Gleilson Medins de Menezes. Tese - Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2023.

RIF

rese

resenhas

resenk

enhass

Memória, oralidade e ancestralidade: Resenha do livro *O Jeito de Falar dos “Pé Vermeio”*, de Emilio Carlos Boschilia

Amanda Cristine Lima Crissi¹



O livro *O Jeito de Falar dos “Pé Vermeio”* (Ed. Do Autor, 2020), do doutor em História e pesquisador cultural Emilio Carlos Boschilia, é um trabalho de “arqueologia da memória” segundo palavras do próprio autor. Ao realizar este trabalho, ele resgata a memória coletiva e

¹ Jornalista, mestre em Jornalismo e bolsista técnica na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

os modos de fala do Norte do Paraná, com foco na cidade de Nova Esperança, e transporta o leitor para os anos 1950 e 1960, período em que a cidade florescia sob a influência das "frentes pioneiras" e de diversas correntes migratórias, como as de japoneses, alemães, italianos e árabes. Com uma abordagem respeitosa, o autor explora o legado linguístico e cultural dos chamados "Pé Vermeio", termo que, embora inicialmente pejorativo, tornou-se um símbolo de orgulho para os habitantes da região.

Com protagonismo na linguagem, o livro é um testemunho do jeito único de falar que caracteriza a identidade dos pioneiros paranaenses. Com estilo literário poético e simbólico, o autor registra expressões idiomáticas, ditados populares e zoônimos que traduzem o imaginário e as experiências sociais da comunidade rural. Para Boschilia, a linguagem dos "Pé Vermeio" não é apenas uma coleção de palavras, mas uma paisagem verbal carregada de significados e histórias. Assim, ele não apenas documenta expressões e modos de falar, mas explora o papel da língua como elo de pertencimento, resistência e preservação cultural.

Em sua introdução, o livro destaca a relevância da memória oral e das lembranças pessoais do autor, que testemunhou a transformação da paisagem e do modo de vida da região desde a sua infância. Boschilia relembra o processo de colonização, pontuado pela convivência entre diferentes povos e marcado pela luta cotidiana dos pioneiros, que enfrentaram desafios tanto no campo quanto na educação das gerações futuras.

Por meio de uma metodologia informal, o autor utiliza conversas e entrevistas para revitalizar memórias e valorizar o testemunho oral dos que vivenciaram ou herdaram o modo de falar da região. Ele explora como as palavras refletem os nuances culturais e sociais dos "Pé Vermeio" e como, com o avanço das tecnologias e transformações econômicas, parte desse vocabulário está em risco de desaparecimento.

A obra está dividida em seis capítulos. O capítulo inicial "*Avançando mata adentro; As frentes de (re)ocupação*", investiga a história e cultura da ocupação territorial brasileira, com foco no estado do Paraná. Boschilia contextualiza o processo de colonização, abordando como frentes de expansão e pioneirismo moldaram o desenvolvimento territorial, afetando a paisagem natural e as comunidades locais. Ele diferencia as "frentes de expansão" das "frentes pioneiras", destacando seus impactos econômicos e sociais.

O autor explora o conceito de "fronteira" como um ponto de encontro cultural, onde se desenvolve uma identidade multicultural e, por vezes, conflituosa. Ele analisa também o

impacto da colonização sobre os povos indígenas, destacando a destruição de suas culturas e modos de vida devido à exploração das terras por meio de antigas rotas indígenas.

Boschilia também humaniza a figura do “pioneiro”, através da representação de alguém que está enfrentando dificuldades de adaptação e sobrevivência. Ele expande a noção de pioneirismo para incluir uma diversidade de trabalhadores e imigrantes, responsáveis pela formação da sociedade paranaense. A fala típica dos “Pé Vermeio” emerge como um marcador cultural, simbolizando essa resiliência e adaptação.

O segundo capítulo do livro *“Contribuições linguísticas: Aborígenes e (i)migrantes”* explora as contribuições linguísticas e culturais dos povos indígenas e dos migrantes (incluindo imigrantes estrangeiros e migrantes brasileiros) na formação do dialeto e da identidade regional do Paraná. Boschilia descreve como os primeiros habitantes das terras paranaenses, os indígenas, moldaram não apenas o conhecimento do território e a compreensão de sua natureza, mas também influenciaram profundamente a cultura e o vocabulário dos colonizadores que chegaram posteriormente.

O autor evidencia a importância desse contato cultural, mencionando como muitos nomes indígenas de rios, cidades e elementos naturais se mantiveram, integrando-se ao vocabulário brasileiro e paranaense, como em “Iguaçu” e “Curitiba”. Termos como “paçoca” e “pipoca” exemplificam o legado indígena no cotidiano linguístico brasileiro, que foi absorvido e adaptado pela população de maneira que tais palavras se tornaram universais.

Com o desmembramento do Paraná de São Paulo em 1853 e o incentivo à colonização, o estado começou a receber diversos grupos migrantes e imigrantes, que trouxeram novas influências culturais e linguísticas. Imigrantes alemães, italianos, poloneses e outros europeus, juntamente com brasileiros oriundos de estados vizinhos, instalaram-se nas diversas regiões paranaenses. Esse movimento resultou em um intercâmbio linguístico no qual novos termos, hábitos e formas de expressão foram integrados ao modo de falar da população local. A fala “rústico-caipira” dos primeiros habitantes influenciou especialmente os filhos dos imigrantes, que passaram a adotar expressões regionais no seu cotidiano.

Passando para o terceiro capítulo, *“A paisagem sonora e verbal nos anos 50-60 no Norte do Paraná”*, Boschilia investiga como a interação entre os sons naturais, industriais e a fala dos pioneiros migrantes originou uma “paisagem sonora” e uma “paisagem verbal” que representam uma identidade cultural única, conhecida como o “falar dos Pé Vermeio”. O

autor apresenta a fala regional como um símbolo identitário, reforçando laços culturais através de expressões específicas, explorando as simplificações e adaptações linguísticas oriundas do trabalho rural, que contribuem para uma linguagem marcadamente rústica.

A dualidade entre identidade e preconceito é discutida neste capítulo, onde o autor observa que o dialeto regional reforça tanto a identidade dos “Pé Vermeio” quanto marca diferenças que podem levar a preconceitos. Boschilia ainda explora a linguagem para além do falar, caracteristicamente incorporada aos hábitos alimentares e cotidianos dos pioneiros.

A metodologia do autor é apresentada no capítulo quatro do livro, “*A recolha dos termos, expressões e ditados*”, onde Boschilia apresenta um meticoloso trabalho de coleta e organização de termos, expressões e ditados que representam o dialeto e a cultura oral da região de Capelinha/Nova Esperança, no Norte do Paraná, durante meados do século XX.

Em um movimento de preservar a memória linguística dos pioneiros da região, o autor se apoia na lembrança de palavras e expressões ouvidas na época, no relato de amigos e na consulta de fontes documentais, focando-se em capturar a essência da linguagem coloquial local, sem aprofundar nas origens etimológicas. Ele explora como certos regionalismos e expressões mantêm-se vivos na fala dos mais velhos, mesmo quando já não são compreendidos pelas gerações mais novas. Além disso, ele argumenta que, embora algumas expressões tenham conotação chula ou preconceituosa, todas fazem parte da cultura e devem ser registradas.

Os capítulos finais da obra destacam a profundidade da pesquisa conduzida por Emilio Carlos Boschilia. No quinto capítulo, o autor apresenta um dicionário intitulado “*Termos e expressões usados nos tempos pioneiros*”, que se estende por 146 páginas e organiza uma riqueza de verbetes em ordem alfabética, explicando o significado e a aplicabilidade de termos e expressões. O capítulo final, intitulado “*Ditados populares 'naqueles tempos'*”, abrange mais 26 páginas do livro, compilando ditados populares, expressões típicas dos “tempos do desbravamento” e zoônimos, oferecendo uma visão rica e detalhada da linguagem e cultura da época, que se reflete na cultura do Norte do Paraná até o presente momento.

Ficha Técnica:

Título: O Jeito de Falar dos “Pé Vermeio”. Léxico, falas e expressões idiomáticas dos pioneiros no Norte do Paraná: variações linguísticas na vila de Capelinha e região, em meados do século XX

Autor: /Emilio Carlos Boschilia

Editora: Autor

Ano: 2020

Número de páginas: 270 p.

Tamanho: 15 x 21 cm.

ISBN: 978-65-00-00198-3

Referências

BOSCHILIA, Emilio Carlos. **O Jeito de Falar dos “Pé Vermeio”**. Léxico, falas e expressões idiomáticas dos pioneiros no Norte do Paraná: variações linguísticas na vila de Capelinha e região, em meados do século XX. Curitiba: Ed. Do Autor, 2020.